



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE CONSERVACIÓN Y PUESTA EN
VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL EN EL CENTRO DE
INTERPRETACIÓN MUSEO CACIQUE BALTACHO
DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA
COLONCHE DE LA PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: YOMAIRA DORYS BALÓN MIRABÁ

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSC.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELEÍA Y TURISMO**

**“PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE CONSERVACIÓN Y
PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL EN
EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN MUSEO CACIQUE
BALTACHO DE LA COMUNA SAN MARCOS,
PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2014”**

★ TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: YOMAIRA DORYS BALÓN MIRABÁ.

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA MSC.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 13 de Enero del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE CONSERVACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL EN EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN MUSEO CACIQUE BALTACHO DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA COLONCHE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014**, elaborado por la Srta. YOMAIRA DORYS BALÓN MIRABÁ, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

A mi querida madre por su incondicional apoyo, por enseñarme que la constancia y tesón dan frutos en un tiempo determinado; por los valores sociales inculcados a lo largo de mi vida, que me han hecho tener la convicción de que es posible construir y contribuir a una sociedad más justa, a mis hermanos y amigos que de una u otra manera han formado parte fundamental en mi crecimiento profesional y espiritual.

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios y a mi madre que ha sabido guiarme sabiamente hacia el camino del bien con sus consejos y buen ejemplo en todas las circunstancias buenas y malas de mi vida, gracias por todo su amor y el apoyo que siempre me han brindado para seguir luchado por mis ideales y cumplir con mis objetivos.

Agradezco a los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena por sus oportunos y sabios consejos que me han servido para crecer de manera profesional; además de sus enseñanzas que durante los años de estudios han aclarado y formado todos los conocimientos necesarios que me permitirán desarrollarme en el campo laboral.

A la Universidad que me facilitó sus instalaciones para recibir instrucción académica y poder crecer profesionalmente.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
DE HOTELEÍA Y TURISMO

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, Msc.
PROFESOR-TUTOR

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

“PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE CONSERVACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL EN EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN MUSEO CACIQUE BALTACHO DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA COLONCHE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

Autora: Yomaira Balón Mirabá

Tutor: Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.

RESUMEN

La presente investigación se basa en definir un **“Plan de Desarrollo Turístico para la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural del museo Cacique Baltacho de la comuna de San Marcos, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena”**; el objetivo del trabajo de tesis es proporcionar al museo un Plan Estratégico que le permita direccionarse en el ámbito turístico, aplicando estrategias de desarrollo y conservación de las piezas arqueológicas que en este destino se han hallado, la investigación descriptiva que permitieron detallar las características, situación actual, problemáticas del museo, el tipo de investigación que se empleó es el marco teórico donde se conceptualizaron temas relacionados al trabajo de investigación como: planificación estratégica, concepto de los puntos más relevantes del trabajo investigativo para que sea de fácil entendimiento para los lectores. Además de la metodología aplicada durante el proceso de la investigación, técnicas de recolección aplicadas, métodos de investigación y tipos de investigación. Se aplicaron encuestas a 335 turistas que visitan la provincia para realizar diferentes actividades, 44 turistas que visitan el museo y las entrevistas que se las desarrolló a la directiva y los involucrados en el ambiente turístico, donde se recolectaron datos que permitieron la aplicación de las diferentes estrategias que en el capítulo cuatro. El Plan de Desarrollo Turístico pretende dar un realce a las actividades turísticas del atractivo Museo Cacique Baltacho, aplicando pautas de direccionamiento a través de una declaración de Misión, Visión, Objetivos, Políticas, que determinarán la efectividad de la propuesta y la correcta aplicación de las diferentes estrategias que se diseñaron con la única finalidad de fortalecer y fomentar la actividad y el desarrollo turístico del museo para que de esta manera sea un sitio reconocido y un lugar de destino obligatorio para los turistas que visiten la provincia de Santa Elena.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	.ii
DEDICATORIA.....	.iii
AGRADECIMIENTO.....	.iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	.iii
RESUMEN.....	.iii
ÍNDICE GENERAL.....	.iv
INTRODUCCIÓN.....	.2
MARCO CONTEXTUAL.....	.4
TEMA.....	.4
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	.4
UBICACIÓN.....	.6
POBLACIÓN.....	.6
SERVICIOS BÁSICOS.....	.6
FORMULACIÓN.....	.7
JUSTIFICACIÓN.....	.7
OBJETIVOS.....	.9
OBJETIVO GENERAL.....	.9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	.9
HIPÓTESIS.....	.10
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	.11
CAPÍTULO	
I.....	.13
1. MARCO TEÓRICO.....	.13
1.1. Antecedentes del tema.....	.13
1.2. Planificación.....	.16
1.2.1. Planificación estratégica.....	.18
1.2.2. Análisis de la planificación.....	.19
1.2.2.1. Modelo Analítico:.....	.19
1.2.2.2. Modelo Normativo:.....	.20
1.2.2.3. Modelo Operativo.....	.20
1.2.2.4. Modelo Instrumentación o de Implementación.....	.20

1.2.2.5. Modelo de Evaluación.	20
1.2.2.6. Modelo de Solución.	21
1.2.3. Fases de la planificación.	22
1.2.4. Partes de la planificación.	24
1.2.5. Estrategias.	26
1.2.6. Dirección estratégica.	28
1.2.8. Tipos de estrategias.	28
1.2.9. Estrategias de desarrollo.	29
1.2.10. Estrategia turística.	33
1.2.11. Turismo.	33
1.2.12. Promoción turística.	35
1.2.11.2. Promoción.	37
1.3. Evolución histórica del concepto museo.	38
1.3.1. Museología.	40
1.3.2. Museos.	40
1.3.3. Tipos de museos.	42
1.3.4. Clasificación de los museos.	43
1.3.5. Museo comunitario.	44
1.3.6. Funciones del museo.	46
1.3.6.1. Funciones internas.	46
1.3.6.5. Funciones externas.	47
1.4. Marco legal.	48
CAPÍTULO II.	51
2. METODOLOGÍA.	51
2.1. Diseño metodológico.	51
2.2. Modalidad de la investigación.	52
2.3. Tipos de investigación.	52
2.4. Métodos de la investigación.	54
2.4.1. Método Científico.	54
2.4.2. Método Teórico.	55
2.4.3. Método Inductivo.	55

2.4.4. Método Sintético.....	55
2.4.5. Método Histórico-lógico.....	55
2.5. Técnicas para obtener datos.....	56
2.5.1. Observación.....	56
2.5.2. Encuestas.....	56
2.6. Población y muestra.....	57
2.6.1 población.....	59
2.6.2 muestra.....	59
CAPÍTULO III.....	60
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	60
3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	60
3.1.1. Análisis de resultados de las encuestas a turistas.....	62
3.1.2. Análisis de la ficha de observación directa.....	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
CAPÍTULO IV.....	86
4.1. PRESENTACIÓN.....	86
4.1.1. Diagnóstico situacional turístico.....	87
Estudio de oferta.....	88
Estudio de la demanda.....	89
4.1.1.1. Análisis Pest.....	91
4.1.1.2. Análisis Foda.....	92
4.1.1.3 FODA estratégico.....	95
4.1.1.4. Ambiente interno (MEFI).....	96
4.1.1.5. Ambiente externo (MEFE).....	97
4.1.1.1.1. Análisis de la demanda turística.....	98
4.1.1.1.2. Observación directa.....	98
4.1.1.1.3. Demanda aproximada.....	99
4.1.1.1.4. Posicionamiento del segmento.....	99
4.1.1.1.5. Segmento de destino.....	101
4.1.1.1.6. Posicionamiento en el mercado.....	102
4.1.2. Direccionamiento estratégico.....	104

4.1.2.1. Definición del modelo de desarrollo turístico.....	104
4.1.2.2. Misión del plan.....	105
4.1.2.3. Visión del plan.	105
4.1.2.4. Políticas rectoras.	105
4.1.2.5. Objetivos organizacionales.	106
4.1.2.5.1. Objetivo general.	106
4.1.2.5.1. Objetivos específicos.	107
4.1.3. Formulación estratégica.....	107
4.1.3.1 Acciones estratégicas.	108
4.1.3.2 Cuadros de programas.	108
4.1.3.2.1 planificación estratégica del turismo.....	109
4.1.3.3 Ejecuciones programas.....	169
CONCLUSIONES.....	170
RECOMENDACIONES.....	171
5. BIBLIOGRAFÍA.....	172
ANEXOS.....	175

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Sexo.....	62
TABLA N° 2 Edad de encuestados.....	63
TABLA N° 3 Nivel de instrucción.	64
TABLA N° 4 Lugar de residencia	65
TABLA N° 5 Frecuencia de visita.....	66
TABLA N° 6 ¿Ha visitado usted el Museo Cacique Baltacho?	67
TABLA N° 7 ¿Sabe dónde se encuentra ubicado el Museo Cacique Baltacho? ..	68
TABLA N° 8 Servicio importante en el museo.	69
TABLA N° 9 Medios para promocionar el museo.	70
TABLA N° 10 Estado del museo.....	71
TABLA N° 11 Guianza en la que participaría.	72
TABLA N° 12 Sexo.....	73
TABLA N° 13 Edad de turistas	74
TABLA N° 14 Nivel de instrucción	75
TABLA N° 15 Lugar de residencia	76
TABLA N° 16 ¿Ha visitado recientemente el Museo Cacique Baltacho?	77
TABLA N° 17 Estado de las vías de acceso.....	78
TABLA N° 18 Estado que se encuentra el museo	79
TABLA N° 19 Valor de las piezas en el museo	80
TABLA N° 20 Personal de guianza.....	81
TABLA N° 21 Servicios que le falten al museo	82
TABLA N° 22 Ítems de mayor importancia.....	83

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍA

FOTOGRAFÍA N° 1 Museo Cacique Baltacho.....	14
FOTOGRAFÍA N° 2 Piezas del museo.	16
FOTOGRAFÍA N° 3 Mejoramiento de infraestructura	118
FOTOGRAFÍA N° 4 Mejoramiento de infraestructura (estado actual).....	123
FOTOGRAFÍA N° 5 Mejoramiento de infraestructura (estado de las piezas con el proyecto).....	123
FOTOGRAFÍA N° 6 Ubicación de las piezas	124
FOTOGRAFÍA N° 7 Danza folclórica	165
FOTOGRAFÍA N° 8 Talleres de canto y pintura	167
FOTOGRAFÍA N° 9 Museo Cacique Baltacho.....	179
FOTOGRAFÍA N° 10 Ingreso principal al Museo Cacique Baltacho.....	179
FOTOGRAFÍA N° 11 Parte interna del museo	180
FOTOGRAFÍA N° 12 Imagen de Cacique Baltacho.....	180
FOTOGRAFÍA N° 13 Piezas de barro	181
FOTOGRAFÍA N° 14 Piezas en mal estado.....	181
FOTOGRAFÍA N° 15 Utensilios y joyas	182
FOTOGRAFÍA N° 16 Tejidos y agujones.....	182
FOTOGRAFÍA N° 17 Guía del museo.....	183
FOTOGRAFÍA N° 18 Autoridades del cabildo de San Marcos.....	183

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Sexo.....	62
GRÁFICO N° 2 Edad	63
GRÁFICO N° 3 Nivel de instrucción.	64
GRÁFICO N° 4 Lugar de residencia.	65
GRÁFICO N° 5 Frecuencia de visita.....	66
GRÁFICO N° 6 Visita al museo.....	67
GRÁFICO N° 7 Ubicación del Museo	68
GRÁFICO N° 8 Servicio en el museo.	69
GRÁFICO N° 9 Promoción del museo.....	70
GRÁFICO N° 10 Estado del museo	71
GRÁFICO N° 11 Guianza en la que le gustaría participar.	72
GRÁFICO N° 12 Sexo.....	73
GRÁFICO N° 13 Edad de turistas	74
GRÁFICO N° 14 Nivel de instrucción de turistas	75
GRÁFICO N° 15 Lugar de residencia	76
GRÁFICO N° 16 ¿Ha visitado recientemente el Museo Cacique Baltacho?	77
GRÁFICO N° 17 Estado de las vías de acceso.....	78
GRÁFICO N° 18 Estado en que se encuentra el museo	79
GRÁFICO N° 19 Valor de las piezas en el museo	80
GRÁFICO N° 20 Calificación en el museo	81
GRÁFICO N° 21 Servicios importantes en el museo.....	82
GRÁFICO N° 22 Servicios que hacen falta en el museo	83

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Variable independiente	11
CUADRO N° 2 Variable dependiente	12
CUADRO N° 3 Población	59
CUADRO N° 4 Muestra	59
CUADRO N° 5 Análisis Pest.....	91
CUADRO N° 6 FODA	93
CUADRO N° 7 FODA Estratégico	95
CUADRO N° 8 Análisis MEFI.....	96
CUADRO N° 9 Análisis MEFE.....	97
CUADRO N° 10 Posicionamiento del mercado	100
CUADRO N° 11 Posición competitiva.....	101
CUADRO N° 12 Orientación estratégica para cada segmento.....	102
CUADRO N° 13 Estrategia competitiva	102
CUADRO N° 14 Cuadro de programas	108
CUADRO N° 15 Planificación estratégica del turismo	109
CUADRO N° 16 Mejoramiento de infraestructura.....	115
CUADRO N° 17 Reparación y remodelación de la fachada	117
CUADRO N° 18 Mejoramiento del ambiente paisajístico del destino.....	119
CUADRO N° 19 Cronograma del programa 1	120
CUADRO N° 20 Mejoramiento y conservación de las piezas	121
CUADRO N° 21 Implementar vitrinas, pedestales, bases para ponerlos en valor	124
CUADRO N° 22 Restaurar el inventario de las piezas.....	138
CUADRO N° 23 Cronograma de programa 2	139
CUADRO N° 24 Marketing del destino	140
CUADRO N° 25 Creación de la marca del museo	142
CUADRO N° 26 Diseño de publicidad	144
CUADRO N° 27 Cronograma de programa 3	145
CUADRO N° 28 Implementación de nuevos servicios	146
CUADRO N° 29 Espacio para venta de souvenir.....	149
CUADRO N°30 Cronograma de programa 4	150
CUADRO N° 31 Formación de los recursos humanos.....	151
CUADRO N° 32 Formación de los recursos humanos.....	157
CUADRO N° 33 Cronograma de programa 5	158
CUADRO N° 34 Señalización turística	159

CUADRO N° 35 Cronograma del programa 6	163
CUADRO N° 36 Revitalización cultural	164
CUADRO N° 37 Talleres de danza folclórica	166
CUADRO N° 38 Talleres de canto y pintura.....	167
CUADRO N° 39 Cronograma de programa 7	168
CUADRO N° 40 Total de presupuesto de los proyectos	169

ÍNDICE DE ESQUEMA

ESQUEMA N° 1 Fases de la planificación.	23
ESQUEMA N° 2 Estrategia competitiva	103
ESQUEMA N° 3 La joya que brilla como espejo	126
ESQUEMA N° 4 Personaje manteño.....	126
ESQUEMA N° 5 Tumba 17.....	127
ESQUEMA N° 6 Pájaros guardianes	129
ESQUEMA N° 7 Joyeros.....	130
ESQUEMA N° 8 Pictograma para el museo	161

ÍNDICE DE FICHAS

FICHA N° 1 Inventario patrimonial de arqueología.....	131
FICHA N° 2 Inventario de piezas arqueológicas.....	132
FICHA N° 3 Ficha de observación directa	184
FICHA N°4 Observación	187
FICHA N° 5 Observación 2	188
FICHA N° 6 Observación 3	188
FICHA N°7 Atractivo 1 Museo Cacique Baltacho	190
FICHA N° 8 Tradiciones y costumbres	191
FICHA N° 9 Gastronomía.....	192
FICHA N° 10 Costumbre.....	193
FICHA N° 11 Tradición.....	194

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad realizar y fomentar las actividades turísticas dentro de la localidad de San Marcos mediante un **“Plan de Desarrollo Turístico para el Museo Cacique Baltacho”**, puesto que en la actualidad las diversas problemáticas que el museo presenta debido a la deteriorada infraestructura y mala conservación de sus piezas, han delimitado la concurrencia de los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena y gustan de este tipo de actividades; porque para muchos que conocen de este atractivo consideran que estamos logrando y no cumplen con las expectativas ni los requerimientos que mejoren su permanencia dentro de las instalaciones, además no garantizan el desarrollo de la comunidad, ni la conservación del patrimonio cultural de la población ni de la provincia.

Es importante destacar que en la actualidad el turismo dentro de la provincia de Santa Elena es una de las actividades que generan mayores ingresos económicos para las familias que se encuentran dentro o cerca de los diferentes atractivos que posee la zona, pero está determinada por diversos factores que permitirán el desarrollo económico y social de la comunidad, factores como: vías de acceso en buen estado, localización, información acerca del destino, diversidad de atractivos, estado óptimo del atractivo, servicios de alojamiento, alimentación, entre otros servicios complementarios que garantizarán la estadía y la frecuencia de visitas de los turistas dentro del destino.

Para la elaboración de la tesis, se realizó el diagnóstico de la situación actual del **Museo Cacique Baltacho**, tomando en cuenta el entorno donde se encuentra el atractivo, aspectos que sirvió para la búsqueda de las problemáticas existentes como el factor: económico, político, social, educativo, tecnológico y ambiental, además de analizar el Micro-ambiente a través de la observación de campo, turistas, población, trabajadores que tiene el museo y las diplomacias con los organismos de apoyo y de control; obteniendo de estos su

amenazas y oportunidades que el museo puede aprovechar, además del Análisis interno, el mismo que dará a conocer las Debilidades y Fortalezas que tiene el Museo.

La investigación tuvo como objeto determinar las condiciones generales bajo las cuales se encuentra y opera el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos, donde se observa que las problemáticas existentes son parte del día a día dentro de los equívocos que se puede mencionar, y que en posteriores páginas serán detalladas de manera más explícita.

Por ende se proyecta crear un Plan Estratégico Turístico para lograr el desarrollo que permita fortalecer el valor patrimonial existente dentro del museo, beneficiando las actividades turísticas y a la población, para que de esta manera pueda ser ofertado como un atractivo turístico capaz de cumplir con los requerimientos de los visitantes.

El trabajo de investigación está compuesto de 4capítulos, que serán detallados en posteriores páginas, pero a continuación se resaltan aspectos relevantes de los temas que serán tratados en cada sección por el autor para cumplir con el propósito de la búsqueda de soluciones a los conflictos que en el proceso de estudio aparecerán.

En el **Capítulo I.-** Se presenta la fundamentación teórica utilizada para la búsqueda de la problemática, donde se describen todos los conceptos básicos del Plan Estratégico, Plan de Desarrollo Turístico, Conceptos de Estrategias, Conceptos, Categorías, Tipos de museos que existen, y los pasos que conlleva a lograr los objetivos deseados; además se interpretó según el autor cada uno de los conceptos que se utilizó con el propósito de que el lector se le sea más fácil su entendimiento.

En el **Capítulo II.-** Se aplican las Estrategias Metodológicas, estableciendo el tipo y diseño de la investigación, empleándose las modalidades del estudio, la

investigación documental y de campo, la primera se orienta al análisis, la interpretación, las opiniones, las conclusiones y recomendaciones; la segunda se sitúa en el estudio sistemático de problemas.

En el **Capítulo III.**- Se presenta el análisis de los resultados, tanto de las encuestas que en este caso se realizaron a turistas que visitaron la provincia de Santa Elena, a los que visitaron el Museo Cacique Baltacho y las entrevistas dirigidas a los involucrados en la actividad y proceso turístico del mencionado museo.

En el **Capítulo IV.**- Se plantea la propuesta del Plan de Desarrollo Turístico para la conservación y puesta en valor del Museo Cacique Baltacho; ésta contiene un direccionamiento estratégico, y todas las alternativas que se presentan como solución a los problemas planteados en el trabajo investigativo que a través de las encuestas se las pudo detectar, con la finalidad de que el museo cumpla con los parámetros requeridos para que su desarrollo sea efectivo y un sitio turístico potencial que cumpla con las expectativas de los turistas, brindando un buen servicio, una excelente guía, y sobre todo que aporte en el desarrollo de la economía de la localidad, ofertando servicios que complementen la actividad turística y la fidelización de los visitantes.

Con la convicción de que este documento investigativo sea de gran apoyo para el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos Provincia de Santa Elena y con el propósito de cumplir con el desarrollo que los directivos del museo esperan para la conservación de su infraestructura, piezas arqueológicas que en él se encuentran que además forman parte de la cultura de los pobladores y de la Provincia, se prevé la aplicación de estrategias que se plantearán en el capítulo IV.

MARCO CONTEXTUAL.

TEMA.

Plan Estratégico Turístico de conservación puesta en valor del Patrimonio Cultural en el centro de interpretación Museo Cacique Baltacho de la comuna San Marcos, parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena, año 2014.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

La Península de Santa Elena es uno de los lugares más representativos en el ámbito turístico del Ecuador, en la que se han realizado diversos estudios para promover el desarrollo de sus atractivos, ubicados en su mayor parte en las comunidades de la provincia, porque poseen innumerables recursos naturales y culturales que no han sido utilizados de una forma técnica y eficiente que ayuden a fortalecer las actividades turísticas para garantizar a los visitantes un servicio y un producto de calidad.

Dentro de los atractivos que posee la provincia de Santa Elena se encuentra la Comuna San Marcos, sitio donde se halla ubicado el Museo Cacique Baltacho, un área cultural que en la actualidad está en sus peores condiciones internas y externas por no poseer ninguna organización jurídicamente constituida que aporte al desarrollo de las acciones que se pueden ejecutar y ser un referente a las actividades como: guianza turística, planes estratégicos, planes de promoción, conocimiento, la valorización del patrimonio, entre otras, que son las situaciones externas que afectan a la comunidad y a sus principales actividades económicas que realizan los habitantes de la zona en la que ellos no pueden promocionarla turísticamente como un destino turístico.

Es necesario solucionar muchas de las problemáticas que afectan al desarrollo y la afluencia de turistas, indispensables para que el museo pueda mantenerse y ser un sitio obligatorio de visita.

La Comuna de San Marcos no se define como un destino turístico debido a que no cuenta con un segmento competitivo en relación con otros destinos a su alrededor, sin embargo tiene un potencial de turismo cultural al poseer el Museo Cacique Baltacho con un nivel medio dentro de los parámetros de posición que ayudarán a determinar las estrategias que se plantearán en el trabajo de tesis.

El Museo Cacique Baltacho, forma parte de la cultura e historia de la comunidad y de la provincia, por lo tanto es necesario que se mantenga para que las futuras generaciones puedan conocer parte de su historia, lugar donde existen piezas arqueológicas originales de osamentas encontradas en el mismo territorio y de objetos que en la antigüedad ellos utilizaban, como: herramientas de caza, vasijas donde ellos elaboraban sus alimentos, así como utensilios que manipulaban entre los que se distinguen argollas, collares, etc.

El Museo en la actualidad no posee Planes Estratégicos que ayuden a definir la Misión, Visión, Objetivos que le permitan ser una institución fortalecida y consolidada que es el anhelo de quienes representan a la comunidad y por ende están a cargo de velar por el patrimonio existente en ella; logrando mejorar la afluencia turística que un sitio como estos necesita para mantenerse, pero la situación que presenta el Museo Cacique Baltacho no es satisfactoria debido a la falta de recursos económicos, de apoyo del sector público-privado y por el desinterés de la misma comunidad para mejorar la conservación, la promoción del destino y que permitan mejorar las actividades turísticas-culturales que se pueden desarrollar en él. Muchos de estos factores se ven reflejados en su deteriorada infraestructura, falta de servicios básicos como: agua, luz, teléfono, además en la pérdida y deterioro de parte de las piezas arqueológicas que en él se encuentran, debido a que no están en las condiciones correspondientes para exponerlas a los turistas. Y que estas piezas forman parte de la historia Patrimonial del Ecuador deberían estar en las condiciones adecuadas de conservación y en sus determinados espacios para que puedan ser visibles y que no afecten su estado de conservación.

Toda esta problemática hace que la afluencia de visitantes hacia este atractivo sea escasa, proyectando la falta de Planes Estratégicos que ayuden a mejorar las condiciones de dicho atractivo.

UBICACIÓN.

El Museo Cacique Baltacho pertenece a la Comuna de San Marcos, se encuentra ubicada en la parte baja del Río Javita a 4 km de la cabecera parroquial de Colonche y a 10 kilómetros de la vía Santa Elena-Manglaralto de la Provincia de Santa Elena. La Parroquia está conformada por los pueblos Javita, San Marcos, Barbascal, Sevilla y Pueblo Nuevo. Su ingreso es por el cruce de Palmar en una vía totalmente asfaltada.

Sus límites comunales geográficamente son: al Norte con la Comuna Bambil Desecho, al Sur con las Comunas La Aguadita y San Miguel, al Este con las Comunas Cerezal y Bellavista, Manantial de Guangala y al Oeste con la Parroquia Colonche, Bajadita de Colonche.

POBLACIÓN.

Según el Ministerio de Turismo en el Censo Nacional de Población VI de Vivienda realizado por el INEC en el año 2010, en la Comuna San Marcos viven alrededor de 3500 habitantes.

SERVICIOS BÁSICOS.

La comuna San Marcos cuenta con agua potable (AGUAPEN), tienen luz del sistema integrado (CNEL); es necesario mencionar que no todos los habitantes disponen de este servicio por sus escasos recursos económicos que les impide gozar de energía eléctrica; dentro de ésta comuna existe un Centro Médico que funciona de Lunes a Viernes desde las 8h00 am – 15h00 pm con médicos de turno.

Los medios de comunicación que ofrece esta comuna son cabinas de Claro, Movistar, celulares e Internet; hay que mencionar que no todos los pobladores cuentan con este servicio y la señal de estas operadoras no es tan segura.

La seguridad más cercana de la Policía Nacional del Ecuador se encuentra en la parroquia Colonche a 3 km; la Policía de Tránsito se localiza en la comunidad de Palmar a 10 km, el Cuerpo de Bomberos más cercano está en la cabecera parroquial de Colonche, la Defensa Civil la encontramos en la comunidad de Colonche.

La recolección de desechos sólidos está a cargo de la Municipalidad de Santa Elena la cual recolecta a través de un carro que recorre toda la comunidad los días martes y sábados.

FORMULACIÓN

¿Cómo se podría impulsar el desarrollo turístico del Museo Cacique Baltacho para que mejore la afluencia de turistas?

JUSTIFICACIÓN.

El proyecto que se va a realizar es de vital importancia para el fortalecimiento turístico a nivel internacional y nacional. El turismo internacional crece a un ritmo acelerado en toda la historia debido al gran auge del desarrollo turístico que ocasionan las grandes masas de viajeros que llegan a lugares emblemáticos y representativos que han dejado un legado importante en la historia de un país o sector.

El turismo se encuentra en una etapa de madurez, este sector sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada pero firme dentro de sus actividades. Además entra como fuente primordial, es generador de riquezas económicas y de desarrollo de numerosos países dando paso a que se creen estrategias de promoción, planificación y comercialización como una pieza clave

para mejorar la calidad de vida de los habitantes de un determinado sector turístico.

En la actualidad el turismo en el Ecuador forma parte fundamental en el ámbito económico de los pueblos que poseen escenarios o infraestructuras y logran captar la atención de los turistas o visitantes que llegan a estos destinos para conocer el atractivo o legado que poseen con su trascendencia en la parte del Patrimonio del país.

La ambición de la propuesta de tesis es reorientar al sitio de ámbito cultural y patrimonial Museo Cacique Baltacho, para que se mantenga viva la historia de los antepasados que en el sitio habitaron y esta forme parte patrimonial. Además deje un legado para las futuras generaciones de los habitantes de la comunidad de San Marcos y del Ecuador que serán los más beneficiados con la aplicación de este tipo de proyecto de desarrollo.

La recopilación de información en este proyecto de tesis es de gran importancia, pues pretende contribuir a la reconstrucción de la historia de la comunidad y así se mejore la actividad turística dentro del Museo, para que la economía y el estilo de vida de los habitantes sean óptimos.

Las investigaciones contribuyen al progreso y avance de los atractivos de los pueblos a través del conocimiento e investigaciones de campo. Este trabajo es considerado por el autor como una base para la elaboración de nuevos estudios que apoyen el desarrollo económico-social de sus pobladores y facilite el trabajo científico de nuevas investigaciones.

La provincia de Santa Elena ofrece mucho más que un atractivo de sol y playa, también posee destinos que conservan una historia de gran relevancia y que forman parte de la tradición de los pueblos peninsulares. Entre los tipos de turismo que se pueden desarrollar en la provincia se pueden mencionar el turismo religioso, turismo cultural, turismo de aventura, entre otras de las actividades que se pueden realizar.

Dentro de las actividades turísticas que se presentan en el sector se destaca el turismo cultural que es bien recibido por los visitantes que llegan a la provincia. Entre los atractivos culturales que se pueden encontrar en la provincia de Santa Elena está el Museo Cacique Baltacho, pero este en la actualidad no posee planes estratégicos que ayuden a definir la Misión, Visión, Objetivos que pretende alcanzar, mejorando la afluencia turística que un sitio como estos necesita para mantenerse.

Lo que se pretende es mejorar la imagen interna y externa del museo, también permitirá optimizar la afluencia turística que en los actuales momentos es casi nula; de la misma manera el involucramiento de todos los actores principales para fomentar la conservación del patrimonio y del potencial que éste puede tener como destino turístico, con el propósito de que se vean beneficiados otros medios como la comunidad ya que a través del incremento de la actividad turística se mejorarán los ingresos económicos para las familias de este lugar, los resultados obtenidos beneficiarán directamente a la población.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.

Determinar la incidencia del Plan Estratégico en el desarrollo como herramienta estratégica para la comercialización, promoción y publicidad del Centro de Interpretación Museo Cacique Baltacho de la Comuna San Marcos, Parroquia Colonche provincia de Santa Elena mediante la aplicación de estrategias de reorganización y adecuación como una experiencia integral y satisfactoria hacia el visitante.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar qué tipo de clientes visitan el Museo Cacique Baltacho de la Comuna San Marcos.

- Implementar estrategias o herramientas para la comercialización, promoción y publicidad del centro de interpretación Museo Cacique Baltacho.
- Aplicar instrumentos de recolección de información, procesar y presentar los resultados.
- Incentivar al desarrollo mediante infraestructura básica, equipamiento y servicios públicos.
- Fortalecer las capacidades estableciendo un organigrama funcional.
- Diseñar el Plan Estratégico de Turismo para el Museo Cacique Baltacho.
- Establecer políticas de conservación y valoración del Patrimonio Cultural.

HIPÓTESIS.

Con la implementación de un Plan Estratégico de conservación y puesta en valor del Patrimonio cultural en el Centro de Interpretación Museo Cacique Baltacho, mejorará la afluencia turística en el sector de la Comuna San Marcos, Parroquia Colonche de la Provincia de Santa Elena.

CUADRO N° 1 Variable independiente

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

VARIABLE INDEPENDIENTE: PLAN ESTRATÉGICO.				
Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas
El Plan Estratégico es un documento en el que los máximos responsables de una Empresa o Institución establecen la estrategia a seguir en un período pluri-anual a través de unas líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz y eficiente de la organización.	Proyectos.	Participación de actores.	¿Se han realizado estudios o diseñado proyectos turísticos en la comuna?	Entrevista a los dirigentes.
	Programas.	Número y nombre de programas.	¿En qué se fundamenta la estructuración de los programas?	Encuestas a los comuneros.
	Estrategias.	Modelo, Visión, Misión, políticas, objetivos. Participación de actores. Diagnóstico situacional.	¿Cuáles son las estrategias para plantear objetivos y determinar afluencia turística?	Encuestas y entrevistas a los dirigentes y comuneros.
			¿Cuenta la comuna con una visión y misión estructurada?	Entrevista a los dirigentes de la comuna.
	Actividades: Análisis interno, análisis externo.	Diagnóstico situacional.	¿Conoce que estrategias ayudarían a la competitividad turística del atractivo?	Entrevista con los dirigentes de la comuna.
		¿La comunidad ha efectuado un diagnóstico situacional para determinar su estado actual?	Fundamentación teórica.	

Fuente: San Marcos, Inocencio Magallanes (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 2 Variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE: Museo Cacique Baltacho.				
Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas
El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.	Ventaja Comparativa.	Inventarios.	¿Conoce los recursos y el potencial turístico de la comuna?	Encuestas y entrevistas a los dirigentes y comuneros.
	Ventaja Competitiva.	Fortalezas, Debilidades, Estrategias.	¿La comunidad dispone de estudios con base turística para emprendimientos y proyectos?	Entrevista con los dirigentes de la comuna.
	Productos.	Paquetes, Itinerarios.	¿Cuenta la comunidad con productos turísticos reconocidos? ¿Los servicios ofertados en la comuna satisfacen la necesidad de los visitantes?	Encuestas a los comuneros. Análisis documental.
	Servicios.	Señalética, Publicidad.	¿Cuáles son los elementos de publicidad y Señalética que dispone la comunidad?	Análisis documental.

Fuente: San Marcos, Inocencio Magallanes (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO.

1.1. Antecedentes del tema.

Un Plan Estratégico Turístico propone potencializar el crecimiento sostenible, económico y social de una localidad o país, involucrando a los propulsores del turismo a que vivan en armonía con la naturaleza y las actividades que se desarrollen en él para mejorar la afluencia de personas, aumentar e incentivar a las micro-empresas que inviertan más en sus negocios para brindar variedad, calidad y precios razonables a los clientes y por ende que encamine a que mejore su calidad de vida.

La diversidad natural y cultural de una comunidad juega un papel fundamental en la sostenibilidad de la actividad turística y los beneficios económicos asociados con él. La relevancia cualitativa y cuantitativa del turismo en un sector sustenta la percepción de un gran potencial que puede ser aprovechado de manera íntegra por todas las personas.

El Plan Estratégico permitirá definir los Objetivos, Visión y Misión en periodos de corto, mediano y largo plazo. La aplicación de las distintas estrategias que se emprenderán para el beneficio del museo y de la comunidad será de mucha utilidad para que el fortalecimiento de la actividad y desarrollo turístico del sector mejore. Deben ser aplicadas luego de un estudio y del análisis de su filosofía, fortalezas y debilidades internas, oportunidades y amenazas externas, con el fin de evaluar la situación y tomar las decisiones pertinentes para mejorar su crecimiento en el turismo, esta permite aprovechar al máximo los recursos disponibles y propiciar el desarrollo permanente del Museo utilizando correctamente sus potencialidades, logrando mejorar la actividad turística dentro de este sector y

mejorar la calidad de vida y el acceso a oportunidades de todos los habitantes en igualdad de condiciones.

El “**Museo Cacique Baltacho**” se encuentra en el sector **El Paraíso**, sitio donde se descubrieron algunos vestigios, dentro de una infraestructura en forma de vasija de barro como se puede apreciar en la fotografía 1. En el museo se encuentra una serie de piezas arqueológicas como: vasijas de barro, ollas de barro, estatuillas de barro y de piedra, collares de piedras y metal, herramientas de caza y de trabajo, hornos de barro, prendas tejidas, entre otros artículos que provienen de diferentes culturas que se asentaron ahí como la Huancavilcas y la Manteña.

FOTOGRAFÍA N °1 Museo Cacique Baltacho



Fuente: San Marcos, Inocencio Magallanes (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

La directiva de la población de San Marcos perteneciente a la parroquia Colonche y que también preside la directiva del Museo Cacique Baltacho, está constituida de la siguiente manera: Presidente; Inocencio Pozo Magallanes, Vicepresidente, Bernardo Lima José; Secretario, Ángel Rosales José; Tesorero, Salomón Orralá Malavé; Síndico, Ing. Roberto Malavé Castillo.

Según datos brindados por el Presidente Sr. Inocencio Pozo Magallanes no se han realizado investigaciones con propósitos turísticos para dar realce a las actividades que el museo necesita, se han realizado trabajos de investigación del patrimonio histórico aunque no causan el mismo impacto que una investigación científica.

Actualmente las actividades que se realizan a través del museo son muy escasas por las delimitantes, como la infraestructura deteriorada que posee por la falta de mantenimiento en conjunto con los cambios climáticos que existen en la provincia. Las piezas arqueológicas no se encuentran en un estado de conservación adecuado, falta de personal preparado para brindar una correcta información acerca del destino, lo cual impide la afluencia turística y de que el museo aporte en el desarrollo de la población debido a que es uno de los atractivos con mayor relevancia.

A esto se suma la falta de ingresos económicos y la falta de apoyo de las autoridades relacionadas a la actividad turística, quienes son los responsables en velar por el Patrimonio Cultural. Todos estos impedimentos mencionados han hecho que el personal que inicialmente se dedicaba a la guianza, recibimiento a los turistas, información, el cuidado y conservación de las piezas haya buscado alternativas para poder sobresalir económicamente con el sustento para sus familias y mejorar su calidad de vida dejando a la deriva al museo.

Los directivos de la población de la comunidad de San Marcos, destacan que la actividad turística dentro de la provincia y más aún en las comunidades es concurrente por turistas nacionales e internacionales; el turismo es una acción que permite establecer una interacción entre los visitantes y la comunidad, pero es notorio que un atractivo es frecuentado por diferentes motivos que causan la observación como la promoción y la presentación de una buena imagen agregando a estos, servicios que logren complementar los gustos y necesidades de los turistas que cumplen la provincia.

Las actividades que se realizan en el museo son muy escasas, pero el propósito de la investigación es tratar de buscar alternativas que logren mejorar las problemáticas expuestas, optimizar la actividad y el desarrollo turístico de la comunidad; es necesario mencionar que el museo es más visitado por estudiantes de instituciones académicas cercanas y de universidades donde se imparte la materia de arqueología. Ellos realizan estudios de las piezas que en él se encuentran, observando las delimitantes de la conservación de las piezas y de la poca actividad turística, dentro de las piezas que se encuentran existen: vasijas de barro, estatuillas, joyas, utensilios de caza, osamentas entre otros como se observa en la siguiente imagen.

FOTOGRAFÍA N° 2 Piezas del museo.



Fuente: San Marcos, Inocencio Magallanes (2013)
Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

1.2. Planificación.

Según (Giordani, 2004), la Planificación aparece históricamente con el nacimiento de las sociedades, y es utilizada frecuentemente en organizaciones o empresas que venden productos y servicios, a continuación el autor expone su concepto según sus conocimientos.

“Se orientan recursos para satisfacer necesidades sociales y económicas de los habitantes de un país, la planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones”.

(Capace, 2002), da su criterio acerca de la planeación como a continuación se presenta:

"Planeación significa desarrollar una estrategia general y un enfoque detallado para la naturaleza, oportunidad y alcance esperados de la auditoría. El auditor plantea desempeñar la auditoría de manera eficiente y oportuna"

La planificación según los autores consultados surge desde el inicio de la civilización, como circunstancias necesaria para intentar organizar y hacer funcionar la sociedad. El crecimiento, en los diversos ámbitos turísticos existentes en la actualidad, motivado por la falta de perspectiva adecuada para el desarrollo de sus infraestructuras y destinos, hace relevancia, sobre la importancia que tiene el concepto de planificación, para emplear técnicas de análisis y estudios de los escenarios actuales de la empresa y del entorno en la cual se desenvuelve, el estudio de la población, la elaboración de diagnóstico, las problemáticas existentes en el destino o empresa, análisis de las instalaciones, equipamientos, en base a todos estos tratar de proponer alternativas posibles de solución que mejoren dichas problemáticas, donde el turismo en la sociedad sea fuente de desarrollo económico y social para todos.

Se recopilaron varias definiciones, con el fin de determinar el concepto, como por ejemplo los autores (Egg & Ames, 2006), que definen planificar como:

"Utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en unas acciones y actividades de antemano con las que se pretende alcanzar determinados objetivos"

El autor (Carlos Matus, 2006) define según su criterio, a la planificación como se expone en las siguientes líneas:

"Llamaremos planificación al cálculo situacional sistemático que relaciona el presente con el futuro y el conocimiento con la acción. La reflexión que es inmediatista, tecnocrática y parcial no es planificación, y tampoco es planificación la reflexión que se aísla de la acción y deviene en mera investigación sobre el futuro".

“Planificar es pensar hacia adelante, en el futuro próximo, que llegar”, es la manera como lo definen los autores (Molina & Alonso, 2006), en sus publicaciones.

(Paul Krugman, 2010), menciona que la planificación “se ocupa solamente de determinar qué debe hacerse, a fin de que posteriormente puedan tomarse decisiones prácticas para su implantación”.

Las disciplinas y técnicas que involucran a la planificación, se han ido desarrollando a paso lento pero firmes y de manera creciente, cuando se refiere a planificación a interpretar algo que servirá y pasará en el futuro para el beneficio de algún negocio.

Como se mencionó anteriormente la planificación hace referencia a un tiempo aproximadamente cercano o lejano; desde otro punto de vista la planificación es organizar el tiempo futuro, de forma secuenciada y progresiva. Cuando se planifica se hace por un fin y es el conseguir un objetivo o una meta.

1.2.1. Planificación estratégica.

A continuación se presentan algunas de las definiciones que se les da a la Planificación Estratégica, los inicios de la planificación se presentan desde los años 60, y en el mundo público y comercial un poco más tarde, a partir de los años 70.

Según el autor (Boullón Roberto, 2007), se define a la Planificación Estratégica de la siguiente manera:

“Es un conjunto de acciones que deben ser desarrolladas para lograr los objetivos estratégicos, lo que implica definir y priorizar los problemas a resolver, planear soluciones, determinar los responsables para realizarlos, asignar recursos para llevarlos a cabo y establecer la forma y periodicidad para medir los avances”.

La Planificación es una herramienta que usualmente es utilizada para crear ventajas competitivas y estrategias que permitan el desarrollo de un lugar específico y pueda mantener una estrecha relación viable entre los objetivos que se formulen, las habilidades y los recursos materiales, económicos y humanos que se poseen dentro de una organización con oportunidades de cambio en el ámbito turístico, este es un aspecto coherente, unificador e integrador que tiene como propósito producir cambios profundos en los mercados del atractivo y en la cultura interna del centro de interpretación cultural.

La planificación estratégica se desarrolla tanto en ambientes privados como en los ambientes públicos, casi al mismo tiempo con criterios y estrategias parecidos.

1.2.2. Análisis de la planificación.

Existen varios modelos de planificación, pero para la realización de este trabajo se tomó en cuenta lo expuesto por (Mollins Pera, 2007), estos son de gran ventaja ya que esquematizan de manera reducida los elementos y las relaciones primordiales y esenciales que se presentan en el proceso de la planificación y que permitirán a la empresa u organización sobrellevar las distintas problemáticas que se presenten.

A continuación se presentan varios de los modelos que el autor menciona en su texto:

1.2.2.1. Modelo Analítico:

Es la representación esquemática del objeto o sistema a planificar con el propósito de explicar su estructura, comportamiento y función. El análisis debe establecer las relaciones entre los elementos del sistema y el ambiente externo, sean estas armónicas o contradictorias. Los elementos que componen el modelo analítico son: diagnóstico y formulación de la problemática a resolver.

1.2.2.2. Modelo Normativo:

Este consiste en la definición del futuro del objeto a planificar, apoyado en la situación delimitada en el modelo analítico, estableciendo los objetivos a alcanzar, las estrategias a aplicar, y la delimitación del espacio y tiempo. Además constituye la base de sustentación del modelo normativo diseñado, donde se toma en cuenta aspectos tales como: las conclusiones del modelo analítico; el modo de desarrollo nacional o regional, según el caso; el proyecto político, política o plan de desarrollo; el ordenamiento jurídico, el legado histórico y cultural, las recomendaciones, experiencias y preferencias nacionales e internacionales que determinarán a la búsqueda de las metas y objetivos empresariales.

1.2.2.3. Modelo Operativo.

Este consiste en la definición especificada de las líneas de acción a ejecutarse, los medios requeridos y los agentes ejecutores para lograr los propósitos que los ejecutivos se han propuesto para el desarrollo de la organización o asociación a planificar, y que conlleve al éxito empresarial.

1.2.2.4. Modelo Instrumentación o de Implementación.

Debe incluir las diferentes condiciones favorables y medios necesarios que aseguren que pueda iniciarse la ejecución del plan, así como el modelo de previsión del conjunto de consecuencia no deseables que pueden derivarse de la ejecución del modelo operativo diseñado y el grupo de medidas para contrarrestarlas y así asegurar que el plan pueda ejecutarse con eficacia.

1.2.2.5. Modelo de Evaluación.

En este modelo se presentan, el objeto, modo y proceso de la planificación; investiga en particular que se presente según los estudios a realizar, los

procedimientos y los estándares con validez en su contenido y su formulación, que permitan valorar el grado de la eficacia de la ejecución de los diferentes planes a desarrollarse. Al comparar el grado de objetivos alcanzados versus la magnitud de los objetivos propuestos, y el nivel de eficiencia de la realización a partir del análisis de los costos totales y unitarios de los recursos empleados en el proceso de planificación.

1.2.2.6. Modelo de Solución.

Este método es una recopilación de los modelos analíticos, normativo, operativo y de instrumentación, de gran aplicabilidad en la planificación de la organización o asociación investigada y en la solución de las diferentes situaciones conflictivas de las organizaciones de medianas y pequeñas empresas o de las entidades a investigar a través de la aplicación de las estrategias de desarrollo.

El autor(Mollins Pera, 2007), presenta los siguientes elementos del modelo de solución:

- **Explicación de la situación o modelo analítico simple.**-Esta implica el conjunto de elementos y relaciones que permiten conocer la situación y obtener una visión completa del problema a resolver y el pronóstico del futuro del objeto de mantenerse en las condiciones originales de la situación.
- **Formulación del problema y la solución correspondiente.**- Es una síntesis de la explicación de la situación problemática y las líneas generales de acción para la solución de la misma.
- **Explicación de la solución.**-En la cual se fijan objetivos, metas, las estrategias y tiempos previstos para la solución de la situación problemática.

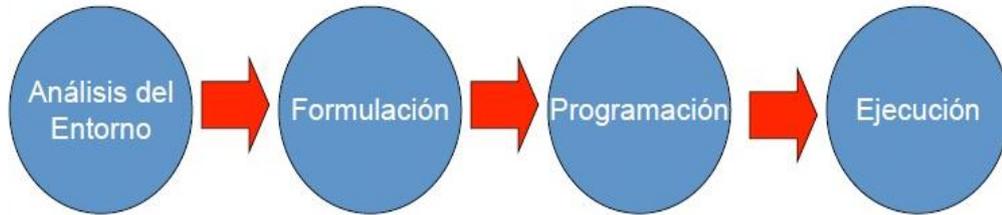
- **Demostración.-** En la cual se expone como la ejecución de las líneas de acción y la aplicación de los medios previstos posibilitará la solución problemática en el lapso establecido.
- **Instrumentación.-** Al fijarse el conjunto de medios y medidas necesarias que aseguren la ejecución y puedan contrarrestar las consecuencias no deseadas.

Finalmente se realiza la demostración para examinar como la aplicación de las diferentes estrategias que se aplicarán funciona en la organización y el uso de los medios que posibilitarán el alcance de las metas y objetivos en el lapso determinado por el museo, para lograr el desarrollo tan anhelado y poder competir en el medio turístico en el que se desenvuelve y estar a la par con los competidores en este punto. Además debe validarse la factibilidad del modelo normativo. Cabe mencionar que para la realización de este trabajo de tesis el autor según su criterio de estudio utilizó el Método de Solución siendo éste una recopilación de todos los modelos expuestos donde en primer lugar se localizó y ejecutó la observación de campo en la que se obtuvo la problemática del sitio y las acciones a tomarse en cuenta para la búsqueda de soluciones, fijándose metas y objetivos que permitan lograr un cambio al objeto de estudio, beneficiando directamente a la población para mejorar su calidad de vida y dejar un legado a sus generaciones, aportando al desarrollo turístico de la zona y de la provincia de Santa Elena.

1.2.3. Fases de la planificación.

En todo proceso de Planificación Estratégica se detectan cuatro fases o etapas, las que están permanentemente presentes en el desarrollo y progreso de las empresas u organizaciones que servirán como guía para lograr los objetivos que se propongan en determinados tiempos. Estas fases se pueden apreciar en el siguiente esquema:

ESQUEMA N ° 1 Fases de la planificación.



Fuente: Planificación de cambio. Estrategias de adaptación para organizaciones (2000)

Elaborado por: (Collerette, Pierre & Gilles, 2006)

- Análisis del Entorno.
- Formulación del Plan Estratégico.
- Programación de los planes o programas de acción.
- Ejecución de las estrategias.

Análisis del Entorno: En este punto se tomarán en cuenta los factores que servirán para valorar al sitio de investigación, se analizará el atractivo para ver si cumple con las características que llamen la atención a los turistas, los factores internos y externos de la organización representada a través del análisis F.O.D.A, el estudio de la competencia, determinando las características y servicios que estas ofrecen al mercado.

Una vez analizado el centro de interpretación y realizado el autodiagnóstico del mismo, es recomendable crear posibles escenarios y situaciones que se podrían presentar, esto determinará si la organización está preparada.

Formulación: Esta etapa define la Misión y los Valores de la organización, junto con las políticas, el establecimiento de objetivos a largo plazo, la generación de estrategias alternativas, y la selección de estrategias específicas a llevarse a cabo. Esta etapa culmina con la elaboración de un documento oficial que incluye los planes de acción que se llevarán a cabo en el período que involucra la Planificación.

Programación: Esta etapa es la preparación y puesta en marcha de los proyectos que constituyen el Plan Estratégico. Se definen los proyectos con cada uno de sus

objetivos, plazos y de los recursos que se utilizan como el talento humano y el recurso material. Proyecte políticas, motive a sus empleados, y asigne recursos de manera que las estrategias planteadas se puedan realizar de una manera organizada y efectiva; incluye el desarrollo de una cultura que soporte las estrategias que se pretenden plantear, la creación de una estructura organizacional práctica, mercadotecnia, presupuestos, sistemas de información y motivación a la acción.

Ejecución: Todas las estrategias están sujetas a cambios, estas permiten evaluar el desarrollo de los proyectos de un Plan Estratégico, revisar los factores internos y externos que fundamentan las estrategias actuales del logro de los objetivos que justificaron su realización, medir el desempeño, y tomar las acciones pertinentes.

1.2.4. Partes de la planificación.

Para el estudio de los tipos de planificación se tomaron en cuenta las del autor (Widner Serge, 2002), en la cual mencionan que forman parte los objetivos o metas, políticas, procedimientos, métodos, programas y presupuestos.

- **Objetivos:** Son los fines o las metas que se pretende lograr y a donde se dirigen las actividades de la empresa, organización o atractivo turístico. Por lo regular los objetivos de mayor jerarquía representan el fin hacia el cual se dirige el centro de interpretación.
- **Políticas:** Son planes que constituyen las reglas o normas que permiten direccionarse hacia el pensamiento y las acciones que se realicen en el entorno. Usualmente las políticas se apoyan y precisan en los objetivos que el grupo desea tener en un futuro.
- **Procedimientos:** Son los planes que se establecen por un método o de forma habitual para manejar actividades futuras; son planes relacionados con métodos de trabajo o a la ejecución de las estrategias.

- **Métodos:** El método es fundamental para toda acción, el cual puede definirse como la manera prescrita para el desempeño de una tarea dada con consideración adecuada del objetivo, instalaciones disponibles y gastos totales de tiempo, dinero y esfuerzo.

Un método trata con una tarea que comprende un paso en un procedimiento y específica como se va ejecutar este en un determinado tiempo.

- **Presupuesto:** Constituye un planteamiento de resultados expresados en términos numéricos, ya sea a través de ingresos o gastos económicos en un determinado periodo de tiempo. Estos presupuestos pueden estar expresados en términos financieros o en horas de trabajo del personal, mantenimiento de las piezas, el mantenimiento de la infraestructura, el orden y estudio de las piezas entre otros.

Los presupuestos pueden ser planes estratégicos si cubren con la totalidad de la organización o entidad, en este caso el centro de interpretación, y en un largo periodo de tiempo; pueden ser planes tácticos cuando cubren una unidad o departamento y a mediano plazo pueden ser planes operacionales. (Widner Serge, 2002).

Programas: Estos planes pendidos con el tiempo, comprenden la correlación que se da entre los programas y con las actividades que deben llevarse a cabo. También pueden definirse como un conjunto de metas, políticas, reglas, procedimientos de tareas, pasos a seguir en la actividad, etc.

Para ejecutar una acción, la programación puede variar ampliamente e ir desde programas de pequeño tamaño o simples según las actividades que vayan a realizar en la empresa u organización, hasta programas complejos o de gran tamaño, en donde ya se requieren técnicas matemáticas, bases de datos,

planificaciones de gran magnitud; donde se involucre a mucha gente para alcanzar los objetivos, etc.

Una planificación primaria puede requerir muchos programas derivados de la planeación de los negocios y de desarrollo donde el propósito será el crecimiento y participación activa dentro del mercado. Es por esto que la planeación coordinada requiere de ciertas habilidades administrativas con la gente necesaria y capacitada que permitan el logro de los objetivos de la organización, y el desarrollo del mismo, involucrando a varios sectores entre ellos la comunidad donde se encuentra el centro de interpretación cultural.

.2.5. Estrategias.

(Andrew & Bravo, 2006), combina las ideas de Drucker y Chandler en su definición de estrategia.

“Es el patrón de los objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecidas de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser”.

(Ansoff, Igor; Evas, Kras, 2008), veían a la estrategia como:

“El lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado tal que definan la esencial naturaleza de los negocios en que está la organización y los negocios que la organización planea para el futuro”.

Dentro de los conceptos expuestos se llega a la conclusión que las estrategias son las que definen el futuro de las empresas. Los autores además identifican cuatro componentes de las estrategias, que serán resumidas a continuación:

- * **Ámbito Producto-Mercado.-** Los productos y mercados que la empresa trabaja.

- * **Un Vector Crecimiento.-** Los cambios que la firma planea realizar en el ámbito producto-mercado.
- * **Ventajas Competitivas.-** Las principales características que la firma tiene en cada posición producto-mercado que hacen fuerte su poder competitivo.
- * **Sinergia.-** Es la aptitud de una empresa para triunfar en una nueva actividad que emprendan.

Puede apreciarse que (Ansoff, Igor; Evas, Kras, 2008) presentan un ámbito por el cual la empresa puede desarrollar su estrategia, todos los productos, y todos los mercados existentes. En este sentido las empresas pueden contar con una herramienta para impulsar las mejores posibilidades y estrategias para impulsar su desarrollo turístico.

En la definición realizada por (Andrew & Bravo, 2006), hay un aspecto que es importante recordar, y es la declaración que hace el autor de su concepto acerca de la importancia que tienen para las empresas u organizaciones otros valores no necesariamente económicos, como son los valores humanos: la solidaridad, el amor a la naturaleza, respeto, compañerismo, la honradez y otros valores que engrandecen a las personas, por ende deben ser tomados en cuenta al analizar el talento y el comportamiento humano dentro de la atención al cliente en la actividad turística.

El término estrategia comúnmente se utiliza para describir cómo lograr algo en un lapso de tiempo; es la dirección que la organización necesita para conseguir y alcanzar algo como lo mencionan varios de los autores, son objetivos que se pueden desarrollar en periodos determinándose a corto, mediano y largo plazo que conlleven compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica.

1.2.6. Dirección estratégica.

(Beatriz Chacón, 2009), define la dirección estratégica de la siguiente manera: **“Es una filosofía de trabajo proactiva y extrovertida, con la amplia participación y compromiso de los trabajadores”**. Esta propicia el cambio y la creatividad, se basa en las probabilidades y el riesgo a partir de conocer y aprovechar las ventajas y desventajas internas- externas, propiciando al atractivo turístico objetivos que sean realistas, apoyándose en una secuencia lógica de estrategias y tácticas que conduzcan a la obtención de beneficios tangibles e intangibles para el desarrollo de la localidad y de los atractivos existentes.

En el presente escrito se plantea que es una herramienta de dirección que facilita los pasos, procedimientos y técnicas a utilizar con una base científica, que contribuyen a lograr una interacción activa en pro de la organización con su entorno y la competencia.

1.2.8. Tipos de estrategias.

Existen varios tipos de estrategias que se aplican en las empresas como lo mencionan el autor (Henry Mintzberg, 2008), entre las cuales se pueden mencionar:

- * **La Estrategia de Especialización:** Requiere una posición sólida de la empresa en términos de una gran eficiencia y de consideraciones sobre empresa para entrar a competir y desalojarla.
- * **Estrategia de Integración:** Consiste en la inversión de recursos estratégicos para completar los productos o capacidades existentes.
- * **La Estrategia de Diversificación:** Consiste en la inversión de los recursos estratégicos de la empresa en el desarrollo de nuevas actividades o empresas que no guardan relación con las actuales. Con

frecuencia la estrategia de integración llega a una diversificación, en la medida en que las empresas empiezan a funcionar independientemente y a realizar operaciones en el mercado abierto.

- * **Estrategia Planeada:** Las intenciones precisas son formuladas y articuladas por un liderazgo central y se les da apoyo mediante controles formales para asegurar su implementación sin sorpresas, en un entorno que sea obediente, controlable o previsible.

- * **Estrategia Ideológica:** Las intenciones se dan o aparecen formando la visión colectiva de todos y cada uno de los miembros de la organización, se controlan a través de rígidas normas que todos acatan.

- * **Estrategia Sombrilla:** Un liderazgo en control de las actividades de la organización o entidad turística es quien define los objetivos estratégicos o límites dentro de los cuales deberán actuar los demás. El liderazgo permite a otros, la maleabilidad para manipular y desarrollar patrones dentro de los parámetros establecidos.

- * **Estrategia Desarticulada:** Los miembros o sub-unidades no mantienen una cohesión real con el resto de la organización y generan patrones a partir de sus propias acciones en ausencia de, o en franca contradicción con las intenciones centrales o comunes de la organización en general.

1.2.9. Estrategias de desarrollo.

Las estrategias de desarrollo turístico para un determinado sector, sustentan los lineamientos de acción en función en el diagnóstico, pertinentes a la asociatividad

y trabajo conjunto entre actores públicos y privados; al desarrollo de productos turísticos, y a la generación de capacidades en el capital humano presente dentro del atractivo, además de incorporar lineamientos de gestión orientados al mejoramiento continuo y aseguramiento de la calidad de la organización y de la población.

Para poder desarrollar una estrategia acorde a las necesidades de una organización, es primordial tener en cuenta algunas variables y factores que determinan la funcionalidad y la eficiencia de las estrategias con base en la estructura de la organización.

Se deben tomar en cuenta los factores cuantitativos, cualitativos, organizacionales y los relativos al poder y al comportamiento del mismo, que son los que a menudo determinan el éxito de una estrategia en una situación específica. Estos elementos han mejorado la comprensión de lo que son las múltiples estructuras de metas organizacionales, la política de las decisiones estratégicas, los procesos de negociación y los compromisos ejecutivos, la satisfacción en la toma de decisiones, el papel de las coaliciones en la administración estratégica y la práctica de confundir en la esfera pública.

Los aspectos estratégicos críticos a considerar son los siguientes según el autor (Collerette, Pierre & Gilles, 2006):

- Estructura organizacional global o su estilo administrativo básico.
- Relaciones con el gobierno o con otros grupos de interés externo.
- Prácticas de adquisición, desincorporación o de control divisional.
- Relaciones y posturas internacionales.
- Capacidades de innovación o motivaciones personales afectadas por el crecimiento.

- Relaciones de trabajadores y profesionales reflejando expectativas y valores sociales cambiantes.
- Medios ambientes tecnológicos del pasado o anticipados.

Las empresas requieren un proceso incremental para manejar los cruciales cambios psicológicos y de poder que determinan la dirección global del programa y sus consecuencias. Estos procesos contribuyen a unificar los aspectos analíticos y conductuales de las decisiones de diversificación.

Generan el amplio consenso conceptual, las actitudes de aceptación de riesgos, la flexibilidad de la organización y de los recursos, y el dinamismo adaptativo que determinan, tanto la secuencia como la dirección de las estrategias de diversificación. Cada uno de los procesos interactúan entre sí, y entre ellos afectan las secuencias de acción, el tiempo transcurrido, y los resultados finales, siempre de manera inesperada.

La planeación formal en toda estrategia corporativa debe proporcionar una disciplina que obligue a los administradores a visualizar periódica y cuidadosamente hacia adelante, exigir comunicaciones rigurosas acerca de las metas, aspectos estratégicos y asignaciones de recursos, estimular análisis de plazos mayores de los que se realizarían en otras circunstancias, producir bases para evaluar e integrar los planes a corto plazo, ampliar los horizontes de tiempo y proteger las inversiones a largo plazo, tales como la investigación y el desarrollo; así como generar un acervo psicológico y un marco de referencia informativo acerca del futuro con el cual los gerentes pueden decidir a corto plazo. En cuanto a la toma de decisiones, se deben afinar los compromisos anuales, formalizar programas de reducción de costos y ayudar a implantar cambios estratégicos, ya que la planeación se da a partir de la postura general de la organización. Para poder conocer a una organización se debe conocer los sistemas y las conexiones que existen entre el pensamiento y la acción, para moldear con destreza una buena

táctica. La noción de que la estrategia es algo que debe ocurrir en altos niveles, muy lejos de los detalles de la actividad diaria de una organización, es una de las más grandes falacias de la administración estratégica convencional.

Una pericia exclusivamente deliberada impide el aprendizaje una vez que ha sido formulada; la estrategia emergente lo promueve y lo estimula. La gente realiza acciones de una en una y así responde ante ellas, de manera que, en algún momento, se conforman patrones.

En organizaciones más creativas se observa un patrón un tanto distinto de cambio y estabilidad, un patrón más equilibrado. Ya sea mediante revoluciones cuantitativas o por ciclos de convergencia y divergencia, las organizaciones parecen tener que separaren el tiempo las fuerzas básicas del cambio y de la estabilidad, conciliándolas mediante una atención subsecuente a cada una de ellas. Múltiples fracasos estratégicos son atribuibles ya sea a la mezcla de estas fuerzas, o a la obsesión por una de estas fuerzas a expensas de la otra.

La planeación estratégica ha de ser reconocida por lo que es: un medio, no para generar estrategias; sino para programarla, creada con anterioridad y determinar sus implicaciones de manera formal. En esencia, es de naturaleza analítica, se basa en la descomposición: en tanto que la creación sea un proceso de síntesis. Por ello es que el intento de generar tácticas mediante la planeación formal casi siempre lleva a la extrapolación de las estrategias existentes o a la copia de las otras empresas competidoras en el mercado.

En el desarrollo de una estrategia intervienen distintas variables que no deben seguirse como una regla general ya que cada organización cuenta con una estructura y un sistema distinto a otras. Todos los elementos que conforman a una empresa se manejan de diferente manera en sus respectivos círculos, desde su cultura organizacional, el comportamiento de los empleados, los sistemas que utilizan, etc.

Es por ello que antes de desarrollar una estrategia se debe conocer bien la organización desde las raíces y partir de ahí para proponer estrategias, plantear objetivos, y hacer que sea realmente exitosa.

1.2.10. Estrategia turística

En la actualidad la actividad turística avanza a pasos agigantados en el mundo global, pero es importante mencionar que la afluencia masiva de turistas hacia un determinado lugar depende de muchos factores como la calidad del atractivo, su ubicación, infraestructuras, servicios complementarios, actividades de ocio, deportivas, recreacionales, entre otros componentes que hacen la vida y la visita en el destino por parte de los visitantes, más placentera.

Dichos elementos son creados y planificados con un estudio previo en base a la búsqueda de problemas o falencias que producen la falta de concurrencia de visitantes pese a que sea un atractivo con características similares a otras pero no gozan con recursos suficientes para competir en el mercado, es en este proceso donde los responsables de la actividad turística de un fragmento crean planes estratégicos con propósito turístico y de desarrollo hacia las comunidades.

A continuación se presentan temas relevantes a la actividad turística, donde quedará más preciso lo antes mencionado de la importancia que los planes estratégicos tienen en el desarrollo económico, social, estilo y calidad de vida de los habitantes.

1.2.11. Turismo.

El Turismo como actividad económica presenta cada vez en mayor medida una notable importancia en el ámbito local, aportando ingresos y empleo, además de servir como motor de desarrollo de otros sectores económicos tales como: la agricultura, la pesca, la artesanía, la construcción, el transporte, etc. Sin embargo,

también es cierto que puede significar un factor desequilibrador e incluso tener un impacto negativo sobre el territorio, por lo que es preciso realizar un análisis y un debate sobre los problemas que causan el poco desarrollo de la organización a la que se representa.

Existen en la actualidad varias conceptualizaciones sobre el tema de turismo donde se rompe la frase que anteriormente era conocido como la industria sin chimenea, pero al pasar los años y los cambios tecnológicos y ambientales que en esta actividad se presentan nació el nuevo término que es la sostenibilidad del turismo.

Esta intenta una aplicación en las labores de planificación de las ideas y fundamentos de la sostenibilidad en el lugar de investigación, en éste caso el trabajo se enfocará en el centro de interpretación Museo Cacique Baltacho para analizar el entorno donde se apliquen estrategias turísticas, desarrollo en el área de influencia, y en el que se lleva a cabo un inventario y un estudio de las diferentes problemáticas que evitan el progreso del museo y de la comunidad, que motive a mejorar su calidad de vida pese al atractivo turístico que posee y que forma parte de la historia de la provincia y del Ecuador.

El turismo, en sus diferentes ambientes y modos en su práctica, es considerado uno de los mayores impulsores actuales de la economía a nivel mundial, sin embargo, muchos de los autores investigados manifiestan la actividad turística de diferente manera; a continuación se detallan varios de los conceptos que fueron seleccionados para la mejor comprensión del lector y que sirva para su buen uso con el trabajo investigativo.

Como lo menciona (Savia, 2004), es una “realidad compleja no bien conocida y en términos generales, no suficientemente valorada política y económicamente”

El autor (Bote Gómez, 2006), manifiesta acerca del turismo que:

“El fenómeno turístico, constituye una actividad económica de considerable importancia, tanto por el papel que juega en la economía nacional como por las posibilidades que ofrece o puede ofrecer en el futuro desarrollo económico y sociocultural”.

Sin embargo, este autor, también indica que realmente la actividad turística, no ha disfrutado de la consideración y sensibilidad política y económica que se merece, dada su considerable importancia en el desarrollo de los pueblos, la paz y la cultura.

(Mcintosh, Goeldner & Ritchie, 1995), consideran que:

“La mayoría de los países adelantados están muy interesados en el desarrollo del Turismo y que se le reconoce, casi universalmente sus ventajas e importancia económica y la vida de las poblaciones que se dedican a brindar servicios turísticos dentro de los atractivos o de servicios complementarios que les ofrece mejorar su estilo de vida que llevan”.

Por tanto, el desarrollo turístico en muchos de los destinos donde se lo practica ha producido cambios positivos o negativos, según como se utiliza el sistema de planificación de las estrategias, la administración y conservación del destino, que son factores que ayudan a garantizar la afluencia masiva de los turistas a los sitios turísticos reconocidos y por conocer.

1.2.12. Promoción turística.

Se observa que la promoción es uno de los más importantes elementos del compuesto de marketing que, según la definición de (Kotler Philip, 2001):

“Se entienden como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición”.

La promoción turística, según (Middleton & Victor, 2001), son “Todas las formas que se utilizan para hacer con que los clientes se den cuenta de los productos, que aguce sus deseos y estimule la demanda”.

(Blanco Manuel, 2009), añade que es:

“Una actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejora de las operaciones de la industria”

El autor (Morgan & Pritchard, 2008) menciona que la promoción turística debe:

“Proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra”.

Indican que también se debe difundir determinada información, desarrollar ciertas actitudes y promover acciones que beneficien a la comunidad receptora. En estos últimos años la promoción turística ha comenzado una nueva fase basada principalmente en el internet, gracias a la evolución promovida por el marketing y por las nuevas tecnologías de comunicación que crece enormemente en la mente de las personas.

El autor (Bigné, 2000), afirma que:

“La utilización cada vez más frecuente de la Web como canal de promoción hace emerger una nueva forma de promoción, o mejor, la promoción en la Web que puede ser considerada como un conjunto de acciones y directrices promocionales injeridas en el contexto general del marketing que a través de la Web busca lograr los objetivos deseados”.

Para (Widner Serge, 2002):

“Las acciones promocionales desarrolladas en la Web generan valor añadido en el marketing realizado por vías tradicionales porque están basadas en la oferta de productos y servicios personalizados; en la asistencia antes, durante y después de la venta; en la conveniencia de acceso de todos los sitios y ocasiones; en la rapidez en adecuar nuevos productos y nuevos precios; en la tranquilidad, seguridad y confianza en las relaciones; en el entretenimiento y ocio en los momentos de búsqueda y compra; en la educación y crecimiento personal a través de información precisa y fidedigna”.

Basándose en estas definiciones de los autores acerca del concepto de promoción en la página de internet es posible verificar que ella no significa solamente acciones aleatorias y aisladas de publicidad para un sitio del internet, que servirá como una vía para llegar hacia los diferentes tipos de turistas a nivel nacional e internacional que utilizan este medio tecnológico, para conocer diferentes destinos turísticos que posee un lugar y pueda ser visitado en cualquier época del año familiares y amigos.

Pero desafortunadamente esta situación se observa en centenares sitios Web de destinos turísticos; ya que algunos de ellos tienen como objetivo principal atraer a millones de personas sin el propósito de ofrecer información, productos y servicios relacionados con la sostenibilidad de la actividad turística en el destino.

1.2.11.2. Promoción.

Se trata de una serie de técnicas integradas en el Plan de Marketing, cuyo propósito consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un plan determinado.

El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas, (Rafael Muñoz Gonzalez, 1987)

La publicidad es tan antigua con la misma civilización y el comercio, siempre ha sido necesaria para reunir a compradores y vendedores, los negocios necesitan de la publicidad y la publicidad es un negocio vital en sí mismo, por eso el autor (**Russel Thomas, 2007**) menciona lo siguiente: “La publicidad es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada en forma directa con la fabricación, distribución, comercialización y ventas de productos y servicios”.

La directiva que representa al museo se encuentra dispuestas a apoyar en actividades y proyectos en los que se involucre al museo para mejorar la

infraestructura del lugar, además que ayuden a la conservación del mismo; de esta manera poder realizar actividades turísticas que permitan dar a conocer la historia del Cacique Baltacho.

Aunque los antecedentes turísticos relatan que el Museo Cacique Baltacho a inicio de sus actividades turísticas era visitado concurrentemente debido a que por su instalaciones captaba la mirada de quienes pasaban cerca del sector y no dudaban en ingresar, la mala administración y descuido de las piezas ha hecho que esta afluencia vaya descendiendo, hasta el punto en que los turistas pierdan el interés por ir a este destino.

Las expectativas de superación que la directiva y la población tienen es que el museo sea uno de los atractivos que represente de manera turística a esta comunidad y logre de ésta manera la correcta afluencia de visitantes, permitiendo que la colectividad también se involucre en crear pequeñas actividades donde puedan generar recursos económicos a través de la concurrencia de visitantes a la comunidad.

1.3. Evolución histórica del concepto museo.

El término museo ha ido evolucionando considerablemente por el transcurrir del tiempo, a continuación se presenta una síntesis de los puntos más relevantes del museo.

Etimológicamente la palabra museo nace del griego mouseion, con el significado de "templo de las musas", y que está asociada al complejo cultural y científico creado en Alejandría por el primer faraón griego de Egipto, Ptolomeo I Soter. Esta acepción de la palabra, muy diferente de la actual, enlaza más con ideas como la de la casa de la sabiduría, de Bagdad, cuya utilización fue identificar colecciones de objetos singulares.

(Alonso Luis, 2007), "mantiene aún su significado original: el museum es todavía un lugar dedicado a las musas y al estudio, donde se ocupa de cada una de las nobles disciplinas".

(Bolaños, 1997), plantea una clasificación del museo en cuatro secciones como se presenta a continuación:

- Objetos personales y familiares.
- Orfebrería, marfiles, medallas.
- Curiosidades de la naturaleza.
- Pintura y artes afines.

Así entendidos desde finales del siglo XVIII, los museos pasan, como instituciones culturales de masas, a formar parte ya de la vida cotidiana de los ciudadanos (Riviére Georges, 2005).

Un salto cuantitativo, y también cualitativo se produce en este movimiento con la primera exposición "universal": la así llamada "Exposición universal de los Productos de Todas las Naciones", que abre sus puertas durante seis meses en Londres, en 1851.

La Exposición universal de Londres, junto a galerías de productos y técnicas de la revolución industrial, saca al arte, a los tesoros de la naturaleza y a la industria de su contexto tradicional.

Pero hasta entrado el siglo XX, el "museo" sigue siendo mayoritariamente un almacén especializado y los responsables de los mismos siguen considerándose sus "conservadores".

Si en los museos artísticos, sus objetivos generales y la naturaleza de sus fondos favorecen la continuidad con el pasado, en otros ámbitos de la civilización, los intereses de la sociedad cambian decisivamente.

Nuevas exigencias culturales y educativas se plantean a los responsables de los museos conforme pasa el tiempo debido a que las tendencias actuales varían según las exigencias de los consumidores al momento de elegir y visitar un destino turístico.

Todo un conjunto de experiencias museológicas, sobre todo en los ámbitos científico-tecnológicos, antropológicos e históricos, surgen con fuerza, apoyadas en técnicas de comunicación más sofisticadas (Jong; Skougaard, 1985).

1.3.1. Museología.

La museología es la ciencia del museo desde la década de 1940. A partir de 1970 la museología se define como la ciencia del museo. Estudia su historia y motivo de existencia, su función hacia la sociedad, sus técnicas de investigación, educación y organización.

Quizás la definición de la palabra museología implica una mayor problemática según el criterio de diversos autores. Este vocablo de origen anglosajón, se apoya en la historia de la colección y el conocimiento de la misma.

El término museografía puede asignarse a la restauración de objetos según aceptaciones italianas.

En definitiva, la museología es una ciencia social y de acción que se concreta en la exposición o la puesta en escena de objetos de relevancia histórica como: vasijas, joyas, túnicas, tumbas, cuadros, pinturas, para su difusión y comunicación con la sociedad.

1.3.2. Museos.

Según, Consejo Internacional de Museos (ICOM, 2006), que ejerce sus funciones como organización no gubernamental internacional, fundada en 1946, bajo los auspicios de la UNESCO, en sus estatutos aprobados por la 16 asamblea general de La Haya, de 1989 y rectificadas por la 18 asamblea general de Stavanger, 1995, y tal como se menciona en el artículo 2, define la palabra museo de la siguiente manera:

"Un museo es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe, con fines de estudio, de educación y de delectación, evidencias materiales de la humanidad y de su entorno".

Según (Bernales Jorge, 2004):

"El museo tiene la función de transmitir una herencia, de generación en generación, a través de la conservación de las obras. El museo como institución surge con el doble objetivo de abrirse al público y desarrollar el carácter enciclopédico de las colecciones, conservadas fuera de su contexto original".

El nombre de Museo, surge en Alejandría con la creación del Mouseion, fundado por Ptolomeo II. Era un centro cultural donde convivían científicos, poetas, artistas, en laboratorios, salas de reunión, y una gran biblioteca.

A mediados del siglo XX, los especialistas en museos a nivel planetario iniciaron una reflexión crítica, analizando cada una de sus debilidades y amenazas sobre la crisis que estaba ocurriendo en las instituciones de museos, la cual se reflejaba en el incumplimiento de la función social para la que se habían creado, para servir a la comunidad y ser parte activa de desarrollo para los pueblos.

Se había convertido en una entidad elitista y legitimadora, al servicio de los intereses políticos y sociales dominantes, quedando al margen en su discurso educativo las verdaderas necesidades e intereses de los sectores sociales mayoritarios. Una corriente teórico-metodológica que manifestaba la necesidad de generar experiencias muy variadas donde el museo se integrara a la dinámica propia de los pueblos, que investigara, conservara y difundiera el patrimonio natural y cultural que las comunidades poseían, con el objetivo de fortalecer su identidad cultural y el desarrollo integral del sitio.

Una década después en Europa y Canadá surge el concepto de Eco-museo, en México se inicia la experiencia de los museos comunitarios y en otros países, protagonizan este movimiento los museos provinciales, regionales, municipales, locales y de sitio, uniéndose también a dicho movimiento los llamados parques nacionales o reservas de protección ecológica. (Méndez Lugo, 2001).

1.3.3. Tipos de museos.

A continuación se presentan las diversas tipologías que según (ICOM, 2006), les da a los museos:

- **De Arte:** Estas son las más tradicionales y reúne obras aisladas conjunto de obras a las que reconoce en primer término un valor artístico de reconocidos artistas, o que sus creaciones marcan una diferencia, pero cuyo valor científico no es insustancial. Se basan en la historia del arte de un determinado sector. Pueden subdividirse en museos de pintura (galerías), de escultura, de artes aplicadas.
- **Historia y Arqueología:** Basan su interés en relatar el principio cronológico de algo, de un personaje o ciudad.
- **Etnografía y Folklore:** Se dedican a culturas o elementos culturales pre-industriales, pueden ser contemporáneos o pertenecientes a un pasado más o menos reciente. Incluyen los museos al aire libre.
- **Ciencias Naturales:** Están dedicadas a varias disciplinas como, botánica, geología, mineralogía, zoología, paleontología, etc. En ellos la investigación y enseñanza desempeñan un rol muy importante, para exponer al público datos con relevancia y real.

1.3.4. Clasificación de los museos.

Los museos se clasifican en: públicos, privados, universitarios y combinados o mixtos.

- **Públicos:** Estos museos son los que forman parte del Patrimonio Cultural de una población o país, están financiadas por el Gobierno Nacional, Estatal, Municipal o por Instituciones ligadas a organismos estatales, ministeriales y no gubernamentales que se encargarán de velar por el patrimonio existente en el destino.

El mayor inconveniente de estos museos es de carácter financiero, ya que constantemente sufren de recortes presupuestales que no les permiten afrontar sus propias y a veces elementales actividades, como es el caso del Museo Cacique Baltacho que actualmente no cuenta con el apoyo de las instituciones competentes.

- **Privados:** Son los museos que cuentan con fuentes de ingreso suministrados por entidades tales como fundaciones de tipo privado, ya sea de carácter familiar, personal o institucional; estos además tienen otros ingresos económicos como: venta de recuerdos, souvenirs, estatuillas, réplicas, cobro al ingreso del museo, mini bar, entre otros servicios.
- **Universitarios:** Estos museos están vinculados a instituciones universitarias y son financiados y salvaguardados con una finalidad pedagógica, aunque también están abiertas al público en general para quienes deseen conocer las instalaciones.
- **Combinados o Mixtos:** Se denomina a los museos que pueden tener las características que anteriormente se han mencionado, públicas, privadas o universitarias, pero en un momento dado, han cambiado su forma de

administración por diferentes motivos que ayudarán a beneficiar al desarrollo del museo.

1.3.5. Museo comunitario.

La autora (Miriam Arroyo, 2008), define al museo comunitario según su criterio en base a conocimientos adquiridos acerca de este tema de la siguiente manera:

“El museo comunitario posibilita el reconocimiento cultural entre los pueblos y la creación de un mundo fraternal. Este tipo de museo difunde las singulares expresiones y códigos de comunicación de la comunidad, con el fin de preservar y conservar el área social y territorial; fortalece el sentimiento de pertenencia a un grupo al integrar y acercar a sus miembros individuales. Impulsa la revalorización de su idioma, tradiciones, costumbres, condiciones geográficas, formas de producción y promueve además, una relación más afortunada entre las comunidades, favoreciendo así el intercambio cultural”.

Como el autor (Lugo, Raúl A. Méndez, 2008), manifiesta en su texto el siguiente concepto acerca del turismo comunitario o museo comunitario:

“La museología comunitaria es una disciplina de las ciencias sociales que tiene como propósito fundamental desarrollar un proceso de organización y desarrollo comunitaria en torno a la planeación y operación de estrategias que creen espacios educativos y culturales involucrando a la comunidad y a los visitantes dedicados a la investigación, protección, conservación, valoración y difusión del patrimonio natural y cultural de una comunidad o región determinada, cuya misión es promover e instrumentar procesos de enseñanza-aprendizaje que contribuyan en el desarrollo integral para el mejoramiento de la calidad de vida de la población”

La museología nace y se desarrolla con el objetivo fundamental de ayudar en los procesos de investigación, conservación, difusión y autovaloración del Patrimonio Cultural que una población posee, cuyo juicio teórico tiene como indicio central promover y garantizar la participación activa y toma de decisiones de toda la población en el proceso de creación y funcionamiento del museo comunitario,

creando actividades como: obras teatrales, cursos de danza y pintura, entre otras que las involucre y de esta manera, se consigue enfrentar y combatir el antiguo pensamiento tradicional de que los museos se hacen para la comunidad.

En ese sentido, el museo comunitario se concibe como un instrumento educativo y cultural, como lo destaca (Lugo, Raúl A. Méndez, 2008), “La función básica del museo es ubicar al público dentro de su mundo para que tome conciencia de su problemática como hombre individuo y hombre social”.

El autor (Kotler Philip, 2001), define al museo de la siguiente manera:

“Debe propenderse a la constitución de museos integrados, en los cuales sus temas, sus colecciones y exhibiciones estén interrelacionadas entre sí y con el medio ambiente del hombre, tanto el natural como el social”.

El autor (Varine Hugues, 2008), da su criterio acerca del concepto museo de la siguiente manera “el museo no es un edificio, sino una región, no una colección sino un patrimonio regional y no un público sino una comunidad regional participativa”.

El concepto tradicional de museo, su utilidad y su funcionalidad están en constante debates por los expertos, pero es oportuno mencionar que un museo según el criterio del autor de este trabajo de investigación, es el lugar que guarda un contexto histórico donde la trascendencia, costumbres y tradiciones de los pueblos se encuentran resguardados y conservados en estos lugares que sirven de base para dejar un legado importante para las futuras generaciones de los pobladores.

La generalización del turismo durante los últimos años ha evolucionado y fomentado iniciativas de turismo cultural, públicas y privadas, dirigidas a grandes masas de población, entre las que destaca la proliferación de los parques temáticos de carácter histórico, científico o estrictamente lúdico que forma parte de una comunidad. Conforme las nuevas tendencias tecnológicas avanzan en el mundo

globalizado, los actores del turismo y las autoridades de los museos se ven en la necesidad de utilizar herramientas que permitan dar a conocer sobre los servicios que estos ofrecen, por lo que utilizan instrumentos como el internet, publicidad en distintos medios de comunicación y el marketing como un instrumento más amplio, para captar la atención de los turistas; estos medios radio, prensa televisiva y escrita, han permitido acercarse más a los consumidores utilizando innovadoras técnicas de comunicación en sus propios espacios de actividad, mejorando su imagen visual.

1.3.6. Funciones del museo.

Como lo publica en su obra el autor (Alonso Luis, 2007), a nivel mundial, cada uno de los museos tiene funciones específicas que desempeñar durante la actividad y la conservación del sitio y de lo que guarda, además de realizar labores tanto internas como externas. A continuación se detallará para la fácil comprensión del lector:

1.3.6.1. Funciones internas.

En este punto se darán a conocer las actividades y las funciones que se deben desarrollar dentro de un museo para su correcto funcionamiento y proporcionar una excelente información a los turistas que visiten el museo.

- ❖ **Recopilación, recuperación y recolección.**-Para la recopilación, recuperación y recolección de objetos, un museo puede adquirir los objetos en un proceso de compra regular y registrar el objeto como artículo de la colección. Otros métodos para la recopilación de objetos son la herencia o legado de objetos hacia el museo a través de documentación y tramites debidamente legales, realizada por una familia o por una empresa o institución en particular.

- * **Documentación e investigación.-** Con el fin de documentar e investigar, se desarrolla un proceso de fichaje, usando diferentes tipos de fichas (kardex, catalogación, inventarios) para el registro de la información de las colecciones y tener como datos y respaldos de las investigaciones.

- * **Preservación, conservación y restauración.-** La preservación es mantener las obras y las piezas en un buen estado sin la intervención humana por medio del control del clima, la temperatura y humedad. La conservación trata de mantener las piezas y las obras evitando el deterioro con un mínimo de intervención, se realiza apenas una limpieza superficial en la pieza u obra para que se vea de manera natural sin ninguna modificación. La restauración es la intervención directa del hombre en la obra de arte, para así evitar su deterioro y pérdida de valor, pero dejando una huella en el original.

1.3.6.5. Funciones externas.

Esta trata de las actividades y funciones que se deben tomar encuentra y desarrollar de manera externa, cuando existen visitas periódicas de turistas o para la exhibición de las distintas piezas que se encuentran dentro del museo, como en el caso del Museo Cacique Baltacho, las estrategias que involucren a la sociedad en actividades que beneficien al sector y la visita hacia el museo sea más dinámica y vean otras alternativas dentro del servicio que ofrece las instalaciones del museo.

- * **Exposición y exhibición.-**La exposición es la presentación de objetos en un museo con fines educativos o de entretenimiento. Hay diferentes tipos de exposiciones: la temporal, permanente y la itinerante. La exhibición es la ubicación de diferentes elementos u objetos, principalmente con fines comerciales donde el cliente o turista podrán adquirir estas obras de arte a cambio de dinero, estas pueden ser: pinturas, réplicas, cuadros.

- * **Educación y divulgación.**- Según (Alonso Luis, 2007), esta función consiste en desarrollar programas educativos, actividades pedagógicas, visitas guiadas, intercambios con otros museos, programas de extensión cultural que vinculen a la comunidad y programas publicitarios donde se expongan y den a conocer las actividades que se realizan dentro del museo y las actividades donde es partícipe.

- * **Evaluación y comunicación.**-Como medio de evaluación, existen estadísticas que permiten conocer y controlar el ingreso de visitantes clasificados en estudiantes, niños, jóvenes, adultos y extranjeros, por su densificación conceptual.

1.4. Marco legal.

- La Ley de la Constitución Política de la República del Ecuador dice:

El art.160, de la Constitución Política de la República, 2005 menciona lo siguiente:

Que el artículo 379, numeral 3 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que:

“Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros: Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico”.

Así como en el artículo 380, numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador indica que es responsabilidad del Estado: “Velar mediante políticas permanentes por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del Patrimonio Cultural tangible e intangible de la riqueza histórica del Ecuador.

- **Ministerio de Turismo.**

El capítulo I, del título II de la Constitución de la República del Ecuador en la Ley de Cultura, en la Ley de Patrimonio Cultural, y demás normativa y que en general estén relacionadas con la cultura, corresponderán al Ministro de Turismo”.

Título II, de la conservación y protección arqueológica, menciona en el art. 3 de la Ley de Patrimonio Cultural, el Ministerio de Turismo, con los Municipios y Consejos Provinciales, Juntas Parroquiales y Comunidades, coordinarán con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, los estudios e inventarios técnicos; así como la elaboración de los proyectos de protección, preservación y recuperación de este Patrimonio Cultural y de aquellos tramos que entrañan un especial interés para el desarrollo del turismo ecológico y de la aventura. Los Municipios y Consejos Provinciales podrán ejecutar las obras previstas en los proyectos.

El art. 4, resalta que las municipalidades dictarán ordenanzas que regulen el uso del suelo en el área patrimonial, prohibiendo el uso incompatible con la naturaleza de la preservación, conservación, recuperación y puesta en valor de los recursos.

- **Sistema Ecuatoriano de Museos y Política Nacional de Museos.**

Resalta que la coordinación con instituciones públicas y privadas, así como con la ciudadanía en general para la promoción y el desarrollo de productos culturales de acceso masivo. Su relación con las instituciones museales se explica desde el impulso que en ellas se puede dar a la circulación y consumo de bienes y servicios culturales, así como el incentivo a artistas y creadores para visibilizar sus productos a través del espacio museal, contribuyendo al impulso de las economías locales.

Al establecer y presentar las problemáticas planteadas en esta propuesta de investigación, luego de haber definido cada uno de los conceptos más relevantes para que el lector pueda hacer uso de manera correcta y práctica de este

documento y con las políticas que resalta el estado Ecuatoriano y las entidades de conservación del Patrimonio Cultural, mencionan en varios de sus artículos que la conservación y el uso adecuado de los museos como parte del legado histórico del país y la gran importancia que es para los pueblos donde se asientan estos recursos.

Es indispensable tomar las medidas correctivas para que el patrimonio cultural del museo Cacique Baltacho sea recuperado y darle un realce que es indispensable para que las piezas arqueológicas que en él se encuentran no se deterioren y pierdan su valor patrimonial que es el legado que se pretende dejar a las futuras generación.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA.

A continuación se muestra la metodología aplicada y los aspectos relacionados al tipo de estudio que se ha realizado durante la elaboración del trabajo investigativo, la muestra con la que se trabajó, los instrumentos utilizados y el procedimiento para diseñar los planes estratégicos para la conservación del museo y control del proyecto.

2.1. DISEÑO METODOLÓGICO.

Se empleó el Método Deductivo, de Observación y Análisis, porque de circunstancias generales se consiguió llegar a explicaciones particulares. Para determinar y buscar la problemática planteada en este trabajo de tesis se utilizaron técnicas como la observación donde se pudo apreciar, analizar y exponer el tema de tesis donde se crearon estrategias que permitan desarrollar de mejor manera las actividades turísticas para que exista mayor afluencia de turistas al sitio de interpretación cultural.

(Sabino & Curiel, 2005-2008), señalan que la muestra es definida como: “una parte de ese todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”.

(Hernandez Roberto, 2007), Por otro lado menciona que la muestra, también es definida como “la esencia de un subgrupo de la población. Se dice que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido”.

La población o muestra utilizada es para definir bien la parte de la población, que en el presente proyecto fueron los turistas y representantes turísticos que fueron encuestados directamente y así se sacó en conclusión el análisis en el cual se determina que la población está inmersa en las observaciones de sus explicaciones.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad de investigación que se empleó es de proyecto factible porque comprende la elaboración y desarrollo de un plan estratégico turístico de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural del centro de interpretación Museo Cacique Baltacho, con el propósito de solucionar las problemáticas que se encontraron en el proceso de investigación debido a que no cuentan con estrategias que permitan mejorar la actividad turística y de esta manera tener como resultado un museo que represente la identidad cultural de la población de San Marcos, generando fuentes de empleo directa e indirectamente a los habitantes de la localidad y así tener un correcto funcionamiento administrativo en conjunto con la población.

En este trabajo de estudio se consideraron las condiciones actuales del Museo Cacique Baltacho utilizando el apoyo de las investigaciones de campo que proporcionaron al aporte del modelo de Plan Estratégico Turístico y puesta en valor del museo.

La propuesta del Plan Estratégico turístico para el Museo Cacique Baltacho será presentado y se entregará a los directivos del museo y de la comuna quienes serán los encargados de la ejecución y la puesta en marcha del proyecto, que les permita desarrollarse de manera eficiente en el ámbito turístico y económico del sector.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación que se utilizó para la realización del proyecto de tesis (Cesar Bernal, 2005), fue la siguiente:

Investigación Descriptiva: Es una disciplina científica que es utilizada para analizar la situación de una población o fenómeno con el fin de establecer su naturaleza, comportamiento y características que posee. La investigación describe

situaciones, fenómenos y acontecimientos, generalmente responde a los cuestionamientos: qué, quién, dónde, cómo y cuándo.

El trabajo investigativo fue realizado considerando la investigación descriptiva debido a que la información proporcionó a la falta de un Plan Estratégico turístico de conservación y puesta en valor del Patrimonio Cultural del sitio de interpretación del Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos en la que se recolectó el levantamiento de información a través de encuestas y entrevistas que ayudaron a describir las características, problemáticas, competitividad, formas de administración y situación actual en las que se encuentra el museo haciendo una relación entre las actividades turísticas, el Patrimonio Cultural y el desarrollo turístico de la comunidad; involucrando a los actores principales para que el objetivo se cumpla, trabajando en equipo cada una de las estrategias en la que se pueda ejecutar y dándole una percepción positiva.

Documental:

Este tipo de investigación tiene un perímetro determinado, su originalidad se refleja en el manejo de documentos y libros que permiten conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios, conceptualizaciones, análisis, conclusiones y recomendaciones de los diversos autores e instituciones estudiadas, con el propósito de ampliar el conocimiento para el trabajo de tesis y obtener información y conceptos fáciles de interpretar para la aplicación precisa del lector.

Dentro de la investigación que se realizó se tomaron varias fuentes bibliográficas que permitieron entender de manera clara y precisa los conceptos que se utilizaron en el trabajo investigativo temas como: plan, plan estratégico, fases de planificación, estrategias, tipos de estrategias, desarrollo turístico, conceptos de museo, tipos de museos, metodología de la investigación, entre otros temas que han servido como guía para el levantamiento de información de este trabajo de

tesis, que generaron tener ideas precisas de los expertos en los temas investigados para lograr el objetivo del investigador.

Investigación explicativa o causal: Esta busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de las relaciones causa-efecto.

Este tipo de estudio emplea hipótesis, sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de los conocimientos y para dar solución al problema planteado en el presente proyecto que es la falta de planes estratégicos que ayudarán a desarrollar de manera óptima el proceso de conservación del proyecto.

Este modelo de investigación se lo utilizó para tener más claros los resultados de las problemáticas planteadas en el proyecto, ya que tiene relación con las causas y efectos del plan de desarrollo del museo para que pueda ser conservado y así tenga acogida en el medio turístico.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos utilizados en el proceso investigativo de la tesis se detallan a continuación:

2.4.1. Método Científico

El Método Científico está sustentado por dos pilares fundamentales. El primero de ellos es la reproducibilidad; es decir, la capacidad de repetir un determinado experimento en cualquier lugar y por cualquier persona.

En este punto se analizaron detenidamente cada una de las problemáticas existentes en el Museo Cacique Baltacho, para buscar soluciones a través de estrategias que logren mejorar su desarrollo y que este documento sea utilizado de manera correcta para bien de la comunidad, y sirva de guía para posteriores proyectos con similares características.

2.4.2. Método Teórico:

Deductivo: según (Cesar Bernal, 2005) “Es un tipo de razonamiento que nos lleva: de lo general a lo particular, y de lo complejo a lo simple”.

Para el desarrollo de la primera parte de la investigación fue necesario un diagnóstico del manejo administrativo. A través de la aplicación de este método se identificaron las falencias y fortalezas de la administración de tales negocios.

2.4.3. Método Inductivo.

De acuerdo a la situación observada en la etapa de diagnóstico, se plantearon aportes y mejoras a la actual administración. Es un modo de razonar que lleva, de lo particular a lo general, y de una parte a un todo.

Inducir es ir más allá de lo evidente. La generalización de los eventos es un proceso que sirve de estructura a todas las ciencias experimentales se basan en el principio de la observación de un fenómeno o problemáticas, para posteriormente realizar investigaciones y experimentos que conduzcan del científico a la generalización.

2.4.4. Método Sintético.

Una vez revisada y analizada la información se procedió a seleccionar el contenido del Plan Estratégico turístico que posibilite los planes en acción para establecer las estrategias que serán aplicadas para solucionar la problemática del Museo Cacique Baltacho.

2.4.5. Método Histórico-lógico.

Evalúan e interpretan los hechos del pasado para comprender el presente. Mediante este método se dio a conocer cómo se va a planificar y a desarrollar las

estrategias que conduzcan a un mejor futuro, ya que permitirá a los encargados a indagar los antecedentes históricos que sirven, que sustentan el proyecto investigativo de tesis para mejorar las problemáticas presentes

2.5. Técnicas para obtener datos.

Es necesario que en el proceso de la investigación del tema para la ejecución del proyecto se solucione la problemática planteada en la propuesta y lograr cumplir con los objetivos proyectados, por eso se utilizaron técnicas para la recolección de información para la realización del trabajo investigativo y poder obtener información real con la finalidad de cumplir con el propósito del trabajo investigativo.

2.5.1. Observación.

Con esta técnica de investigación se procedió a especificar la situación actual, problemáticas y los antecedentes del lugar en el que se realizó la investigación; el Museo Cacique Baltacho y la representación de los fenómenos, relacionados con el tema de la propuesta, para esto se realizó una ficha de observación donde se especificaron las acciones durante el proceso de investigación como se presenta en el anexo de ficha N°3, 4, 5 pág. 180.

2.5.2. Encuestas.

Esta técnica se la aplicó a turistas que visitan la provincia de Santa Elena y a los visitantes que acuden al museo ubicados en la comuna de San Marcos, con la finalidad de recaudar criterios distintos tanto cualitativos como cuantitativos a través de las preguntas realizadas para que faciliten el proceso de investigación.

2.5.3. Entrevista

Se les realizó a las autoridades locales, provinciales y a otros involucrados en el ámbito turístico que estén dentro de la comuna San Marcos y de la provincia, que

a través de un cuestionario de preguntas se determinaron con exactitud sus criterios, pensamientos y su vinculación directa o indirecta en el lugar de la investigación, datos que ayudaron a la búsqueda de los objetivos, la validez y confiabilidad para el desarrollo del Plan Estratégico turístico que se pretende realizar con la tesis.

2.6. Población y muestra.

FÓRMULA:

$$X = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) (e/z)^2 + (p \cdot q)}$$

N= Población a investigar (3500 hab.)

e= Índice de error de muestreo (0.05)

z= margen de confiabilidad $(1.96)^2$

p= probabilidad de ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia ambos suman siempre 1, por tanto $p+q = 1$

La fórmula utilizada para la investigación es la observada por CANAVOS.

Turistas que visitan la provincia

$$X = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) (e/z)^2 + (p \cdot q)}$$

$$X = \frac{(3500)(0,5*0,5)}{(3500 - 1) (0,05/1,96)^2 + (0,5*0,5)}$$

$$X = \frac{875}{(3499)(0,000676) + (0,25)}$$

$$X = \frac{875}{2,615}$$

$$X = 334,60$$

Turistas que visitan el museo

$$X = \frac{(50)(0,5*0,5)}{(50 - 1) (0,05/1,96)^2 + (0,5*0,5)}$$

$$X = \frac{12,5}{(49)(0,000676) + (0,25)}$$

$$X = \frac{12,5}{0,283}$$

$$X = 44,16$$

2.6.1 población

CUADRO N° 3 Población

DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN O UNIVERSO	INSTRUMENTO	PORCENTAJE
Turistas del museo	50	ENCUESTAS	1,41%
Turistas potenciales	3500	ENCUESTAS	98,40%
Autoridades de turismo	2	ENTREVISTAS	0,05%
Cabildo Comunal	5	ENTREVISTAS	0,145%
TOTAL	3557	-	100%

Fuente: San Marcos, Inocencio Magallanes (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

2.6.2 muestra

CUADRO N° 4 Muestra

DESCRIPCIÓN	MUESTRA	PORCENTAJE
Turistas del museo	44	10,47%
Turistas potenciales	345	87,90%
Autoridades de turismo	2	0,47%
Cabildo comunal	5	1,16%
TOTAL	396	100%

Fuente: San Marcos, Inocencio Magallanes (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Luego de definir el Diseño Metodológico que se aplicó para la realización del trabajo investigativo, a continuación se procederá al diseño de las tablas, gráficos y al análisis de cada una de las encuestas, entrevistas y ficha de observación realizada a los diferentes grupos de personas.

3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.

Las entrevistas que se realizaron como técnicas de recolección de datos para el desarrollo de la investigación, sirvieron como base para identificar las problemáticas que se presentan en el museo y que no se ve a través de la observación

Dentro del formato que se utilizó para la aplicación de la entrevista a la directiva de la comuna San Marcos, en total 5 personas que están al frente de la organización y son los responsables de la conservación del Patrimonio Cultural que la población posee, para esto se utilizaron preguntas como:

Información general:

- * Nombre de la persona a quien se le hace la entrevista.
- * Ocupación actual dentro de su distrito.
- * Años de experiencia que se encuentra ejerciendo la actividad que realiza
- * Que es turismo cultural, entre otras.

Dentro de las indagaciones que se aplicaron a los directivos de la comunidad fueron las siguientes:

¿Qué es turismo cultural para usted?

Mencionaron que es una actividad para el desarrollo de los pueblos, y la base del factor socio-económico; además es la actividad donde se reconoce la historia de nuestros ancestros.

¿Cree usted que es necesario mejorar la actividad cultural en la comuna de San Marcos para que los turistas conozcan el Museo Cacique Baltacho?

La mayoría de los entrevistados consideran que es necesario mejorar la actividad cultural debido a que es el único recurso turístico que se encuentra en la comunidad, y pese a que la anterior directiva no se preocupó por el museo, la actual anhela recuperar su bien patrimonial que les servirá para dejar un legado a sus generaciones.

¿Cree usted que en la actualidad el museo está en las condiciones para recibir a los turistas?

Según con la información recolectada en la actualidad las instalaciones del museo no se encuentran en la situación de recibir a turistas debido a la mala y deteriorada infraestructura que posee, además del estado de las piezas que no están en un lugar determinado para la presentación al público.

¿Está usted de acuerdo con la implementación de un Plan Estratégico turístico de conservación y valoración del Patrimonio Cultural en el centro de interpretación Museo Cacique Baltacho?

Indicaron que están de acuerdo en que se cree un proyecto que permita analizar y crear estrategias que ayuden a salir del estado en el se encuentra el museo.

¿Cuál sería el aporte de la institución que preside para la ejecución del Plan Estratégico turístico del museo?

Ellos manifiestan que están prestos a brindar y recibir el apoyo de las autoridades de la provincia para que mejoren la situación que presenta el museo y darle un realce turístico a este sitio y recuperar el valor patrimonial.

3.1.1. Análisis de resultados de las encuestas a turistas.

1.- Sexo

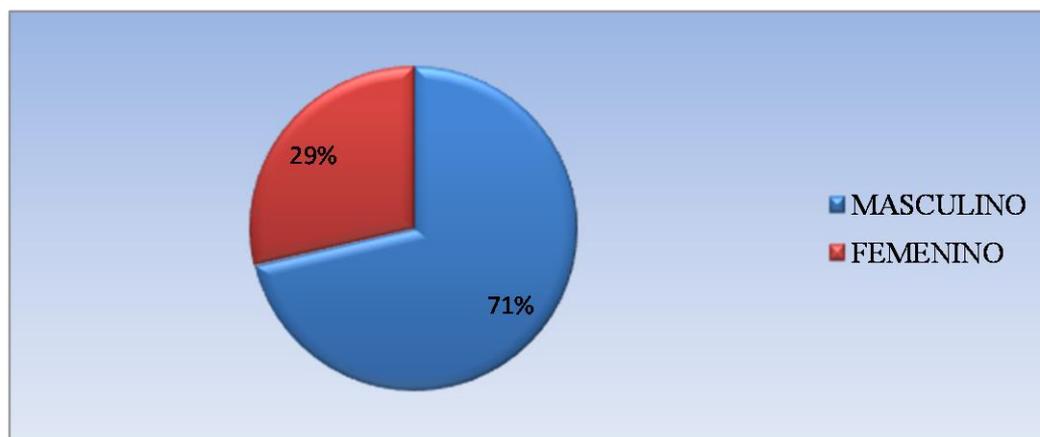
TABLA N° 1 Sexo

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	239	71%
Femenino	96	29%
TOTAL	335	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 1 Sexo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: El género con mayor relevancia de encuestados es de sexo masculino con un porcentaje de 71% mientras que el sexo femenino solo logró el 29%.

Análisis: Pese a que los resultados de las encuestas realizadas como se muestra en la gráfica la mayoría de los turistas son de sexo masculino, eso no delimita crear estrategias donde se involucre a todos los turistas de ambos sexos a realizar actividades que sean de su agrado como: talleres de pintura, canto, danza, obras de teatros, manualidades, entre otras.

2.- Edad.

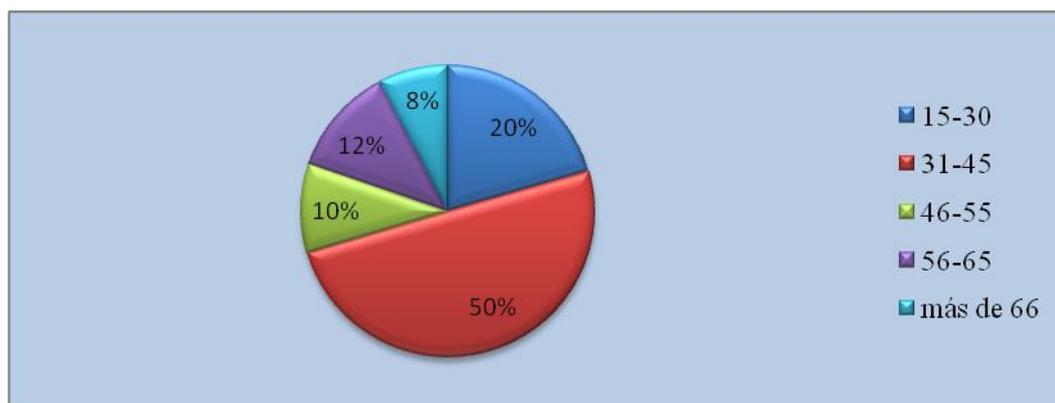
TABLA N° 2 Edad de encuestados.

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
15-30	73	20%
31-45	177	50%
46-55	35	10%
56-55	43	12%
más de 66	27	8%
TOTAL	355	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 2 Edad



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Con relación a la edad de las personas encuestadas, se aprecia que las edades comprendidas entre 31-45 años poseen un 50%, donde se concentra la mayor cantidad de personas, por cuantos varios motivos las personas recién comienzan a visitar estos lugares. En segundo lugar, se ubica con un 20% un grupo de personas que oscilan entre 15-.30años. Con un 12%, de 56 – 65 años de edad con un 12%, de 46-55 años de edad con un 10% y de más de 66 años de edad con un 8%. **Análisis:** Los programas que se efectuarán de acuerdo a la aplicación de las estrategias permitirán que poco a poco los turistas de diferentes edades formen parte activa del museo en actividades como folclore, gastronomía, manualidades, etc.

3.- Nivel de instrucción.

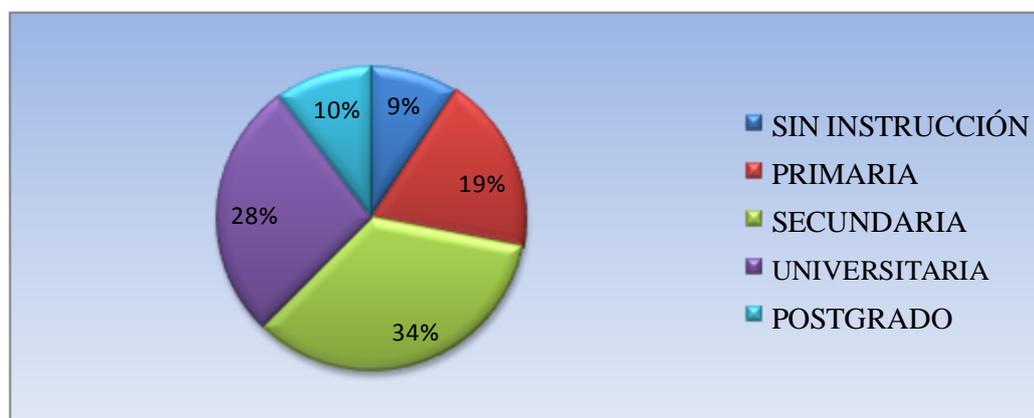
TABLA N° 3 Nivel de instrucción.

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sin instrucción	31	9%
Primaria	63	19%
Secundaria	115	34%
Universitaria	92	28%
Postgrado	34	10%
TOTAL	335	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 3 Nivel de instrucción.



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: El 34% de los turistas encuestados han finalizado la secundaria, en cambio el 28% han terminado el nivel superior y el 19% está en el grupo de los que han terminado la primaria.

Análisis: En los resultados obtenidos se muestra que la mayoría de los encuestados posee una educación de nivel secundaria, pero es necesario que el museo programe espacios donde los diferentes grupos de turistas se sientan cómodos; es decir que en la guianza la persona responsable debe fomentar a los turistas su participación dando información clara y precisa, y dispuesto a contestar las inquietudes que estos poseen

4.- Lugar de residencia.

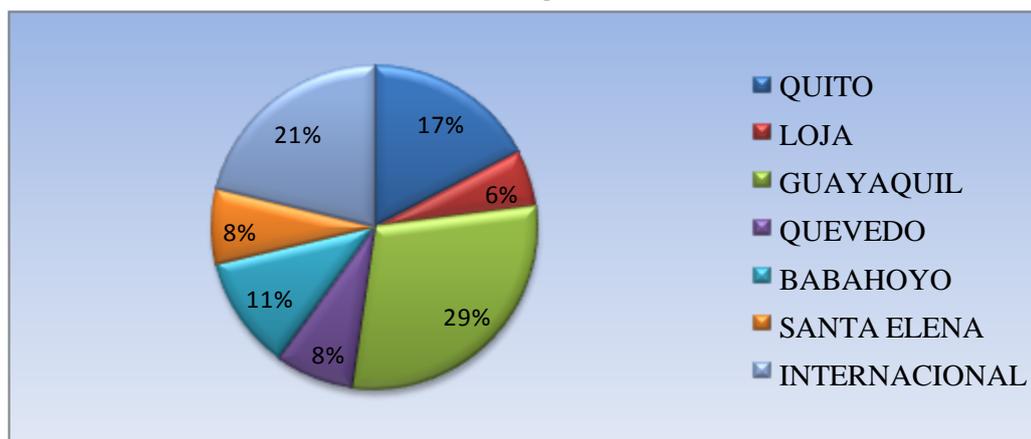
TABLA N° 4 Lugar de residencia

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Quito	58	17%
Loja	19	6%
Guayaquil	98	29%
Quevedo	26	8%
Babahoyo	38	11%
Santa Elena	25	8%
Internacional	71	21%
TOTAL	335	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 4 Lugar de residencia.



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Según los datos recopilados a través de las encuestas realizadas a los turistas el 29% proviene de la ciudad de Guayaquil, otro grupo de turistas llegó desde el extranjero representada con un porcentaje de 21% y de la ciudad de Quito 17%, otro grupo minoritario pero no menos importante provienen desde la ciudad de Babahoyo, Quevedo, Loja.

Análisis: Gracias a las encuestas se determinó la procedencia de los turistas que visitan la provincia, esta servirá para la publicidad del museo, sin dejar de lado las otras ciudades del país, ni el extranjero, dichas promoción deberá ser general para que todos sepan de él.

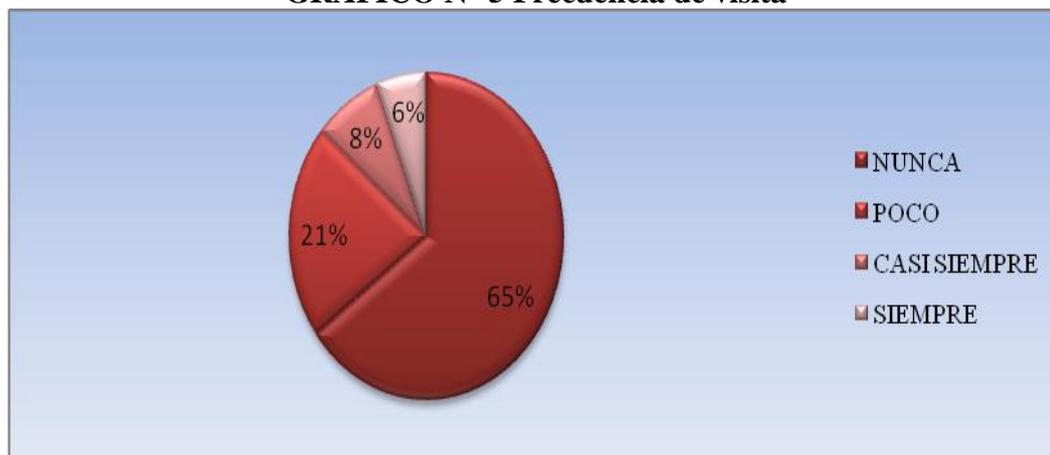
5.- ¿Con qué frecuencia suele visitar museos durante su visita a sitio turístico?

TABLA N° 5 Frecuencia de visita.

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	230	65%
Poco	76	21%
Casi siempre	28	8%
Siempre	21	6%
TOTAL	355	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)
 Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 5 Frecuencia de visita



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)
 Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Como el 65% de los turistas lo reflejan que nunca visitan museos, mientras que el 21% de los encuestados menciona que pocas veces acuden a estas instalaciones debido a que realizan investigaciones y tareas de sus colegios.

Análisis: Esto demuestra la poca promoción del atractivo Museo Cacique Baltacho, muchos de los encuestados indicaron que han visitado este lugar por casualidad porque no sabían de su existencia. Para que los turistas visiten este atractivo se hará publicidad para su mayor conocimiento y lleguen al atractivo.

6.- ¿Ha visitado usted el Museo Cacique Baltacho?

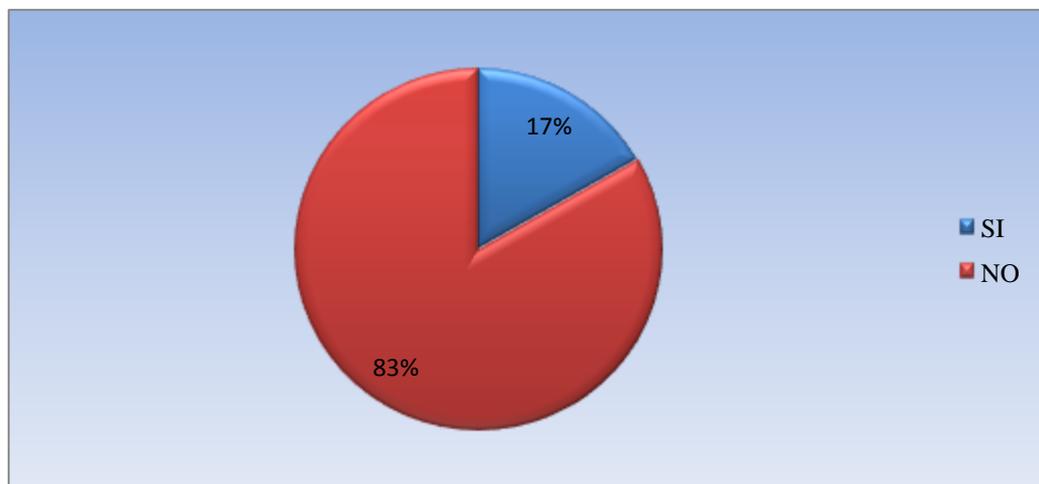
TABLA N° 6 ¿Ha visitado usted el Museo Cacique Baltacho?

ÍTEMS	Cantidad	Porcentaje
SI	56	17%
NO	279	83%
TOTAL	335	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 6 Visita al museo.



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Los resultados obtenidos después de la aplicación de las encuestas indican que el 83% de los turistas no había visitado el museo, mientras que el 17% sí había visitado el lugar por diversos motivos, investigación, deberes escolares etc.

Análisis: En este caso se puede apreciar la inexistencia de promoción turística del Museo Cacique Baltacho, debido a que muchos de los encuestados manifestaron que no conocían el lugar pese a que concurrentemente visitan la provincia, por ende es indispensable que se apliquen estrategias de marketing para mejorar las actividades turísticas en el museo.

7.- ¿Sabe usted dónde se encuentra ubicado el Museo Cacique Baltacho?

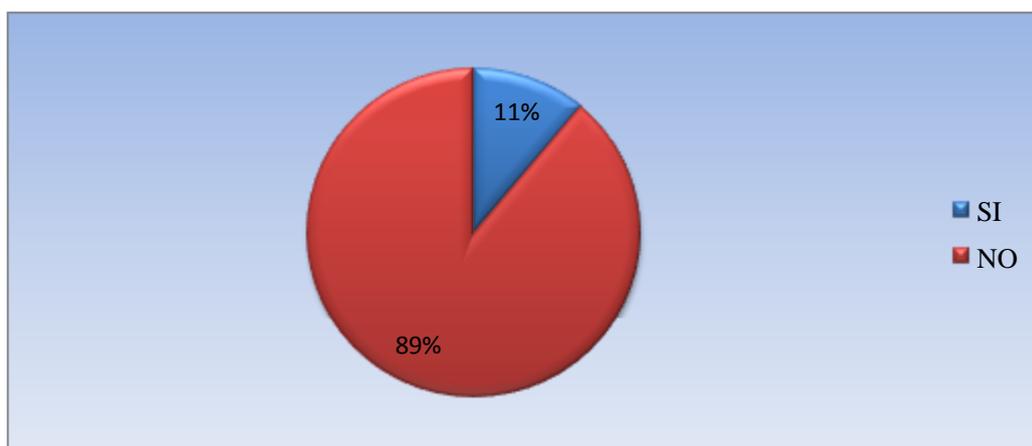
TABLA N° 7 ¿Sabe dónde se encuentra ubicado el Museo Cacique Baltacho?

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	37	11%
No	298	89%
TOTAL	335	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 7 Ubicación del Museo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Muchos de los encuestados indicaron que no saben dónde queda ubicado el Museo Cacique Baltacho representado por el 89%, por otro lado el 11% si conocen y han visitado el museo.

Análisis: Esto da a entender que la promoción de este destino es muy escasa por lo que se debe crear planes estratégicos de carácter turístico que permitan desarrollar las actividades del museo y pueda tener una promoción amplia para darse a conocer a los diferentes tipos de turistas.

8.- Seleccione los servicios que considera importante en un museo

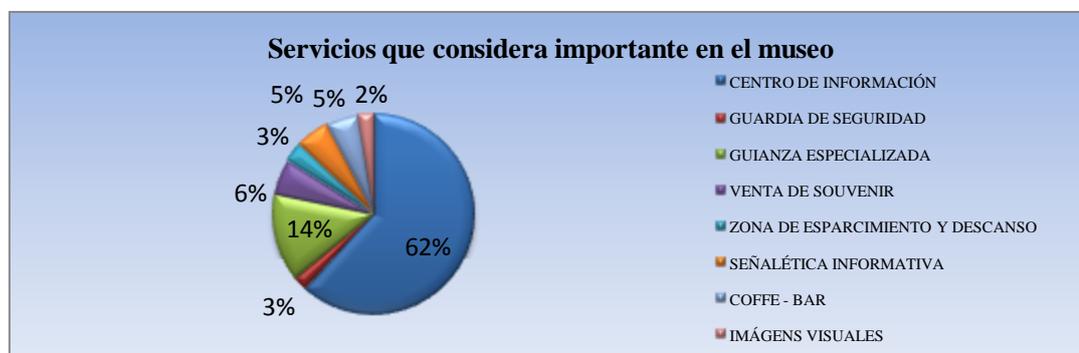
TABLA N° 8 Servicio importante en el museo.

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Centro de información	207	62%
Guardia de seguridad	8	2%
Guianza especializada	47	14%
Venta de souvenir	19	6%
Zona de esparcimiento y descanso	11	3%
Señalética informativa	18	5%
Coffe – bar	17	5%
Imágenes visuales	8	2%
TOTAL	335	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 8 Servicio en el museo.



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: El 62% de los turistas encuestados a través de las encuestas realizadas resalta que uno de los servicios que es necesario en un museo es un centro de información; mientras que el 14% considera que tener una guianza especializada.

Análisis: Se considera que se deben crear varios centros de esparcimiento para que los turistas se lleven una buena impresión, además de souvenirs del atractivo. Para una mejor visita más placentera se puede ofertar la venta de artículos, llaveros con imágenes del Cacique Baltacho, entre otros.

9.- ¿Cuál de los medios de comunicación es indispensable para la promoción de un museo?

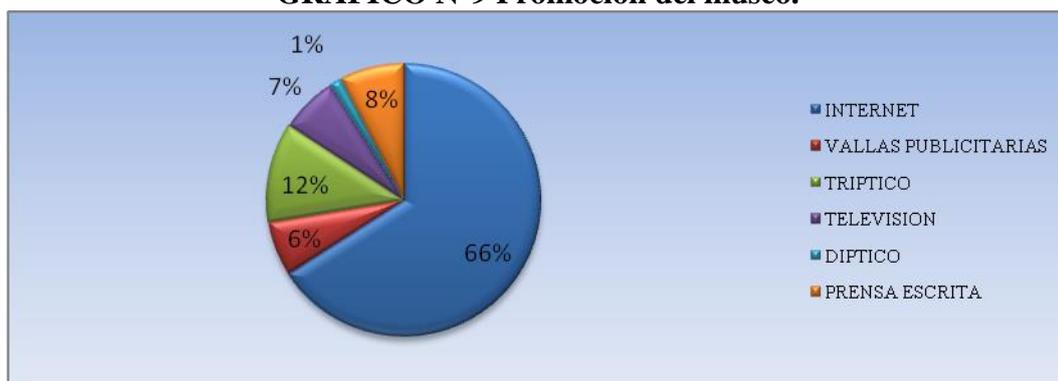
TABLA N° 9 Medios para promocionar el museo.

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Internet	234	66%
Vallas publicitarias	23	6%
Tríptico	42	12%
Televisión	24	7%
Díptico	5	1%
Prensa escrita	27	8%
TOTAL	355	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N°9 Promoción del museo.



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Según los datos de las encuestas un 66% de los turistas consideran que el medio más idóneo para la promoción turística de un destino en especial del museo es el internet, ya que es una herramienta que está al alcance de todos y es capaz de cubrir mucha distancia; mientras que un 12% se inclina por la imagen visual como las publicidades a través de trípticos.

Análisis: Al saber cuáles son las características necesarias que los encuestados manifestaron, se hace necesario que se ubique un centro de información, en el que se repartan trípticos, además de la publicidad televisiva y radial para una mayor acogida al turista.

10.- ¿Cuál de los siguientes ítems es primordial dentro de un museo?

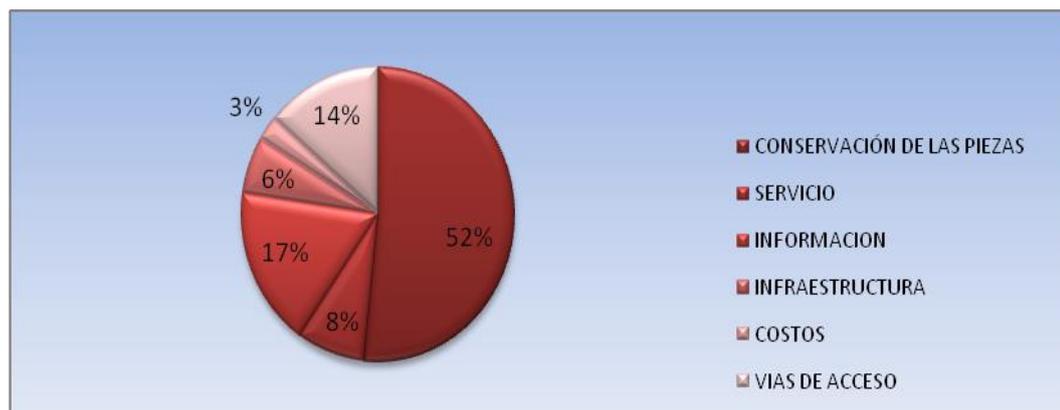
TABLA N°10 Estado del museo.

ÍTEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Conservación de las piezas	173	52%
Servicio	27	8%
Información	59	17%
Infraestructura	21	6%
Costos	9	3%
Vías de acceso	46	14%
TOTAL	335	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 10 Estado del museo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Los turistas quienes respondieron estas encuestas mencionan que lo primordial en el museo es el estado y la conservación de las piezas representada con un 52%, mientras que el 17% resalta que la información que se ofrece en el museo es lo más indicado.

Análisis: Se cree necesario la implementación de un cronograma de actividades para un control y mantenimiento de las piezas arqueológicas para que las personas tengan una mejor visualización de cada uno de los vestigios arqueológicos que se encuentren en el museo.

11.- ¿De las dinámicas de guianza en cuál de ellas le gustaría participar?

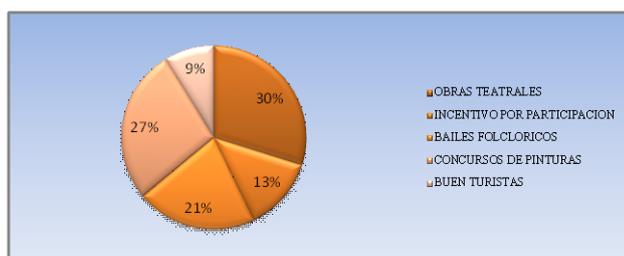
TABLA N° 11 Guianza en la que participaría.

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Obras teatrales	106	30%
Incentivo por participación	46	13%
Bailes folclóricos	75	21%
Concursos de pinturas	97	27%
Buen turistas	31	9%
TOTAL	355	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 11 Guianza en la que le gustaría participar.



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Un porcentaje mayoritario representado por el 30% señala que Realizar como las dinámicas, los grupos obras teatrales; el 27% les interesa realizar concursos de pinturas, y el 21% les gustaría participar con bailes folclóricos.

Análisis: en esta pregunta se pudo analizar que los turistas le gustaría participar en este tipo de actividades ya que permitirá dejar una imagen que será excusa para que los turistas vuelvan a visitar las instalaciones del museo y de esta manera puedan ser partícipes y así tener una experiencia inolvidable.

3.2 ¿Encuestas dirigida a turistas que visitan el museo?

1.- Sexo

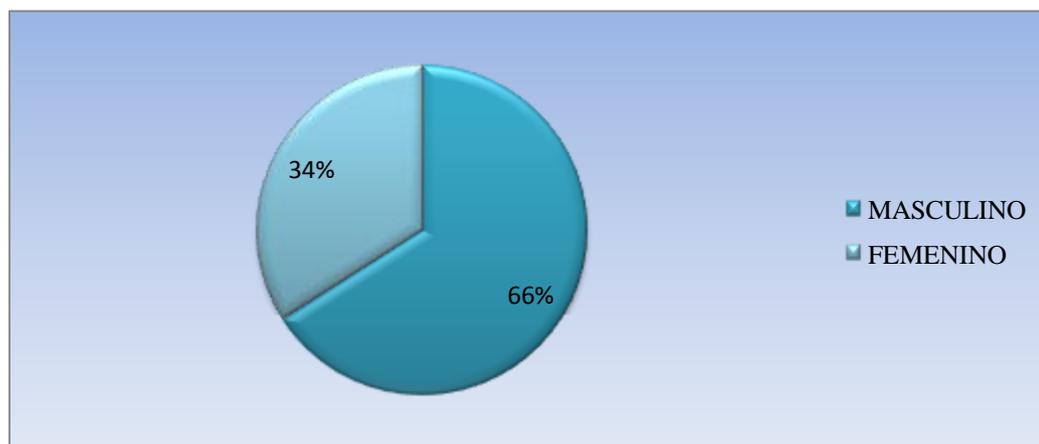
TABLA N° 12 Sexo

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	29	66%
Femenino	15	34%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 12 Sexo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: El género con mayor relevancia de encuestados es de sexo masculino con un porcentaje de 66% mientras que el sexo femenino solo logró el 34%.

Análisis: Este gráfico permite segmentar por género a los diferentes turistas del museo para integrarlos en diferentes actividades del museo ya que son una mayor cantidad que si tienen interés en el atractivo.

2.- Edad

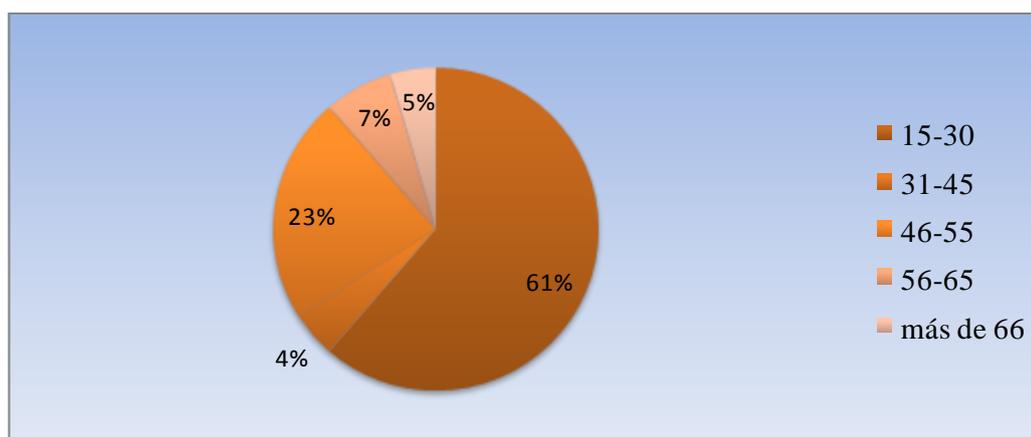
TABLA N°13 Edad de turistas

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
15-30	27	61%
31-45	2	5%
46-55	10	23%
56-55	3	7%
más de 66	2	5%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 13 Edad de turistas



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: El rango de edades de los encuestados está representada de la siguiente manera de 15– 30 años de edad en un 61%, esto se debe porque estudiantes de escuelas, colegios y universidades de la provincia realizan investigaciones o tareas, de 31 – 45 años de edad con un 23%, de 46– 55 años de edad con un 4%, de 56-65 años de edad con un 7% y de más de 66 años de edad con un 5%.

Análisis: Este gráfico permite establecer estrategias y actividades acorde a sus edades como obras teatrales, músicas, dinámicas grupales, entre otras.

3.- Nivel de instrucción.

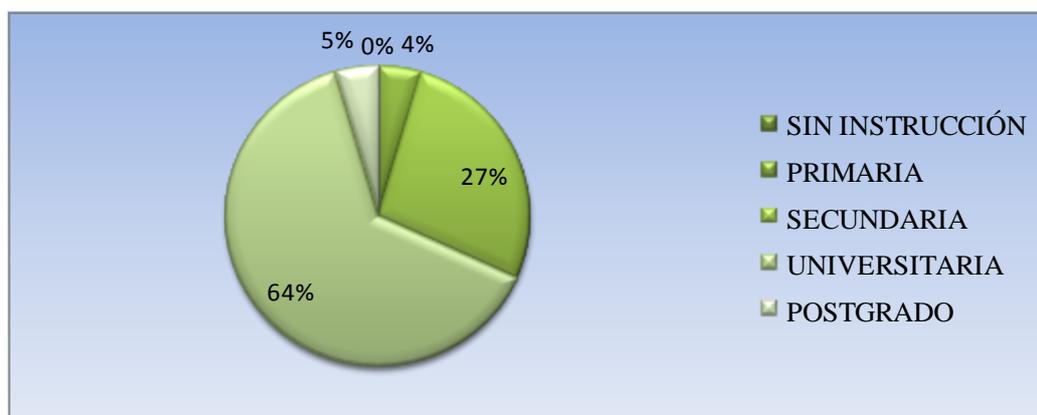
TABLA N° 14 Nivel de instrucción

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sin instrucción	0	0%
Primaria	2	5%
Secundaria	12	27%
Universitaria	28	64%
Postgrado	2	4%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 14 Nivel de instrucción de turistas



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: El 64% de los turistas encuestados han finalizado o se encuentran estudiando un nivel superior, en cambio el 27% han terminado la secundaria, el 5% está en el grupo que se encuentran en un postgrado mientras que otro grupo minoritario solo han terminado la primaria.

Análisis: El rango de los turistas encuestados son universitarios la cual si tienen conocimiento que tipo de actividades se realizan en este atractivo por tal razón se debe implementar actividades para estas personas.

4.- Lugar de residencia

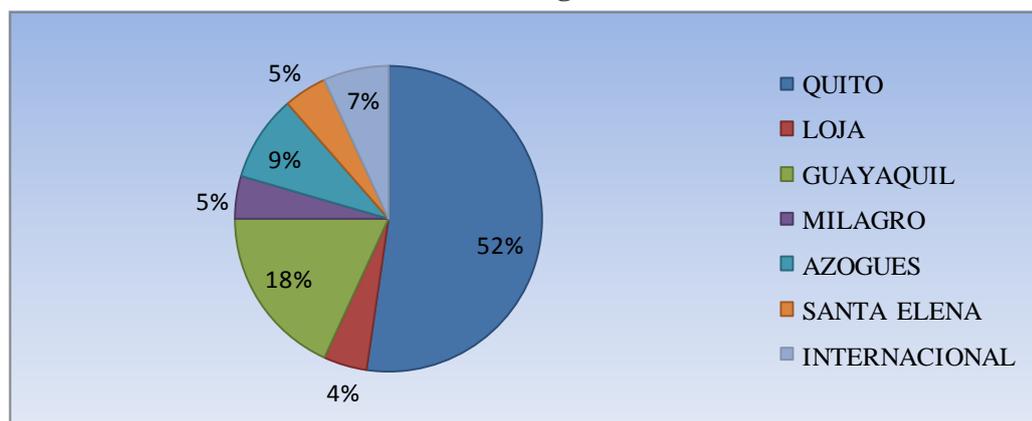
TABLA N° 15 Lugar de residencia

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Quito	23	52%
Loja	2	5%
Guayaquil	8	18%
Milagro	2	5%
Azogues	4	9%
Santa Elena	2	5%
Internacional	3	7%
Total	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 15 Lugar de residencia



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Según datos de las encuestas realizadas a los turistas el 52% proviene de la ciudad de Quito; otro grupo de turistas llegó desde la ciudad de Guayaquil representado por el 18%, el grupo de extranjeros con una minoría del 7% mientras que los otros grupos de turistas provienen de ciudades como Azogues, Loja y Milagro.

Análisis: Las encuestas fueron realizadas a los turistas y estudiantes de diferentes ciudades que se encontraban realizando investigaciones del sector o visitando, pero se debe buscar otros mercados.

5.- ¿Ha visitado recientemente el Museo Cacique Baltacho?

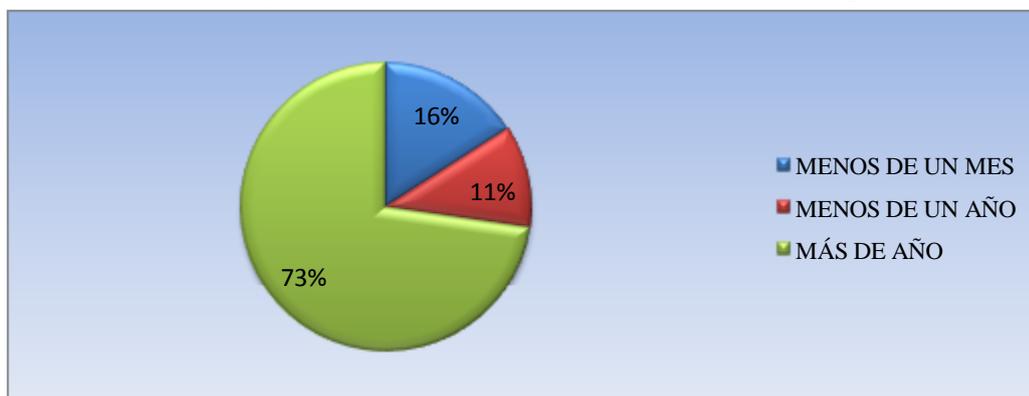
TABLA N° 16 ¿Ha visitado recientemente el Museo Cacique Baltacho?

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de un mes	7	16%
Menos de un año	5	11%
Más de año	32	73%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 16 ¿Ha visitado recientemente el Museo Cacique Baltacho?



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: De los turistas que visitan el museo el 73% menciona que no lo han hecho hace más de un año y manifestaron que en la actualidad el museo está perdiendo importancia pese al gran valor patrimonial que en el existen; su deteriorada infraestructura y la mala administración han provocado esta problemática; mientras que el 16% y el 11% han visitado el museo menos de un mes y menos de un año respectivamente.

Análisis: Muchos de los turistas manifestaron que ya tienen varios años que no visitan un museo o un lugar que tenga relación con las culturas ya que desconocen el valor patrimonial que existe en cada uno de estos lugares. Por tal razón se creará un plan de promoción turística de centros de interpretación y valoración al patrimonio cultural.

6.- ¿Desde su punto de vista las vías de acceso en qué estado se encuentran?

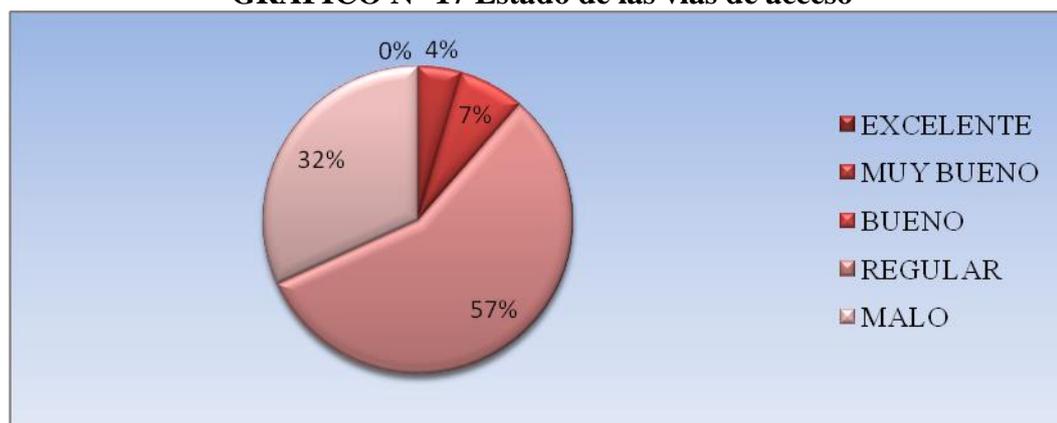
TABLA N° 17 Estado de las vías de acceso

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy bueno	2	4%
Bueno	3	7%
Regular	25	57%
Malo	14	32%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 17 Estado de las vías de acceso



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: De los turistas que visitan la comuna San Marcos y el Museo Cacique Baltacho el 57% señala que las vías de acceso hacia la comunidad donde se encuentra el museo está en un estado regular; mientras que el 32% expone que está en malas condiciones.

Análisis: Según las encuestas los turistas que visitan a la Comuna San Marcos y llegan al Museo Cacique Baltacho emitieron que las vías de acceso están en viables para llegar a este destino turístico y disfrutar de las actividades.

7.- ¿En qué estado usted considera que se encuentra el museo?

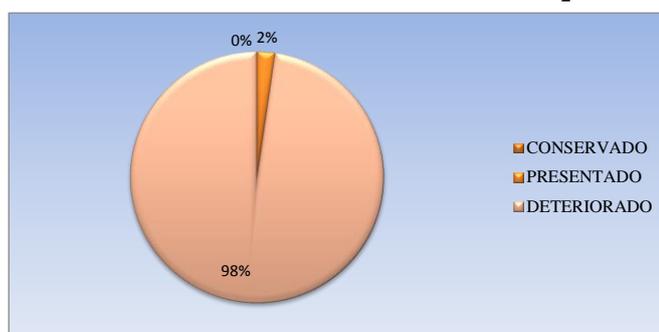
TABLA N° 18 Estado que se encuentra el museo

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Conservado	0	0%
Preservado	1	2%
Deteriorado	43	98%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 18 Estado en que se encuentra el museo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Con un porcentaje del 98% indicaron que el estado actual del museo es deteriorado, mientras que una minoría del 2% indicaron que está preservado.

Análisis: Se puede apreciar que ésta es una de las problemáticas más visibles y de rápida solución por parte de sus representantes con la participación de las autoridades y la población deben ser entes participativos para el cambio de imagen del museo. Para esto se implementará este plan donde la comunidad está inmersa en la promoción turística que se desarrollará en el atractivo.

8.- ¿Qué valor pondría usted según considere importante las piezas que se encuentran dentro del museo?

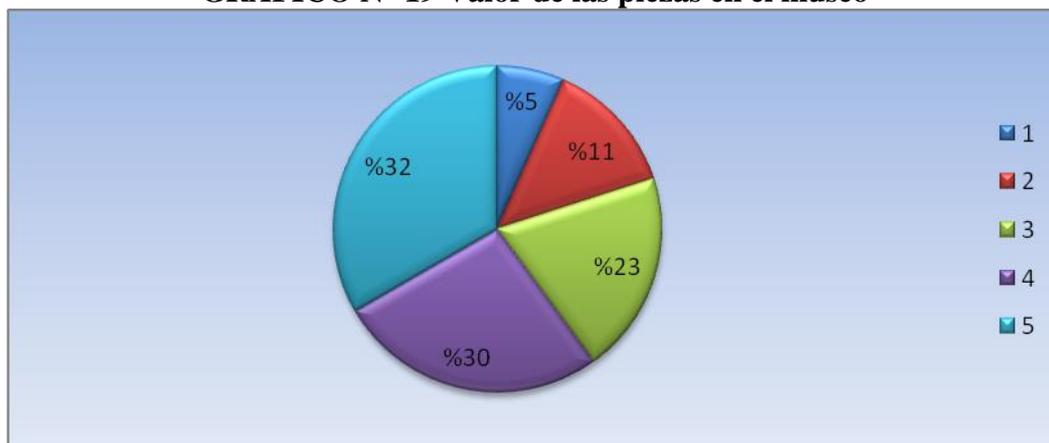
TABLA N° 19 Valor de las piezas en el museo

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	5	11%
2	2	5%
3	10	23%
4	14	32%
5	13	30%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 19 Valor de las piezas en el museo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Con porcentajes divididos los turistas dan su criterio al valor patrimonial y al estado de conservación de las piezas que en el museo se encuentran como se representa, que un 32% mencionan en un estado conservado mientras que el 30% le dan un valor de 4 que es medianamente conservado, el 23% da una puntuación de 3 y el 11% y el 5% dan una calificación de 2 y 1 respectivamente.

Análisis: Dentro de los ítems se llega a la conclusión que los turistas no consideran a las piezas de valor importante en el museo. Pero para esto se dará una formación del valor que tiene cada una de estas piezas dentro del museo.

9.- Califique al personal de guianza que labora en el centro de interpretación museo Cacique Baltacho.

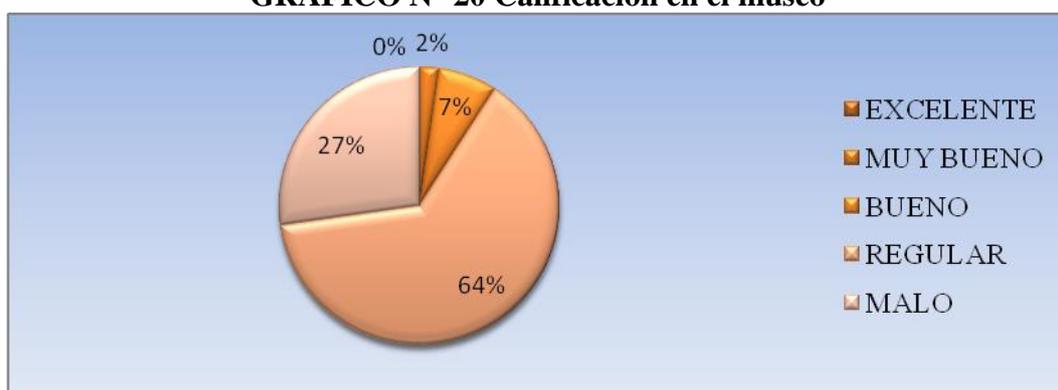
TABLA N° 20 Personal de guianza

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy bueno	1	2%
Bueno	3	7%
Regular	28	64%
Malo	12	27%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 20 Calificación en el museo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: En la gráfica se puede apreciar que los turistas con un 64% califican al personal del museo como regular debido a que deberían estar más preparados para la información que debe ser otorgada a los turistas; el 27% da una calificación de mala; el 7% de bueno; pero nadie de los encuestados da una calificación de excelente, problemática que debe ser mejorada dentro de este plan estratégico turístico.

Análisis: En el pastel se puede apreciar que el mayor porcentaje que le dieron los turistas es regular ya que no cuentan con una guía especializada para que los turistas que lo visiten vayan satisfechos, y para esto se implementarán capacitaciones para los instructores nativos que trabajen en el museo y así tener una mejor atención.

10.- De las siguientes opciones seleccione 3 de los servicios que considere importante que le hace falta al museo.

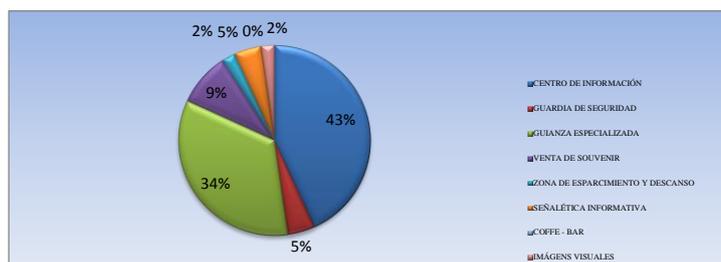
TABLA N° 21 Servicios que le falten al museo

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Centro de información	19	43%
Guardia de seguridad	2	5%
Guianza especializada	15	34%
Venta de souvenirs	4	9%
Zona de esparcimiento y descanso	1	2%
Señalética informativa	2	5%
Coffe- bar	0	0%
Imágenes visuales	1	2%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 21 Servicios importantes en el museo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: De los turistas que fueron encuestados el 43% indica que es necesario que exista un centro de información, mientras que el 34% indica que es de vital importancia tener a un guía capacitado para brindar una correcta información del museo.

Análisis: Los turistas manifestaron que es necesario un centro de información y mejorar la guianza del museo, aspectos que se deben de cubrir sin menospreciar las otras opciones que en conjunto mejorarán el servicio.

11.- Marque según su criterio cuáles de los ítems hay que brindar mayor importancia en el museo

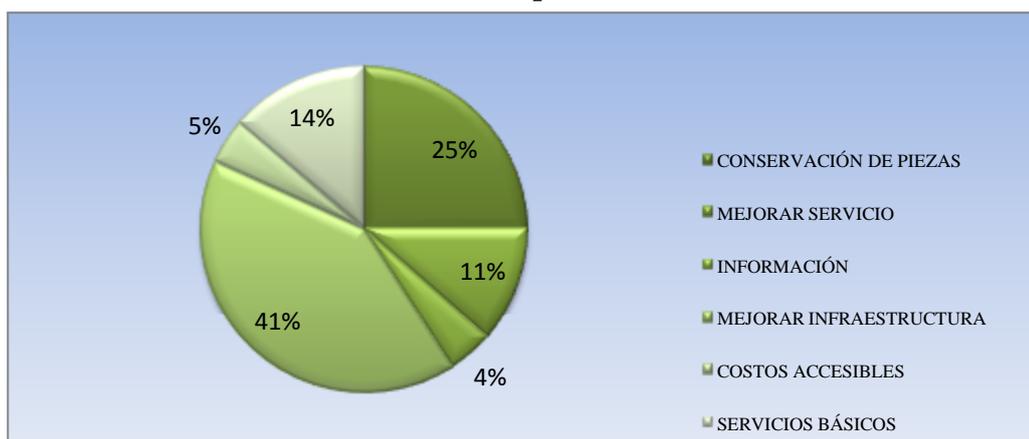
TABLA N° 22 Ítems de mayor importancia

ÍTEMS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Conservación de piezas	11	25%
Mejorar servicio	5	11%
Información	2	5%
Mejorar infraestructura	18	41%
Costos accesibles	2	4%
Servicios básicos	6	14%
TOTAL	44	100%

Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

GRÁFICO N° 22 Servicios que hacen falta en el museo



Fuente: Aplicación de las encuestas a turistas. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretación: Según los resultados obtenidos el 41% de los turistas indican que es indispensable que se mejore la infraestructura del museo, mientras que el 25% de los turistas dicen que es necesario que se le dé más importancia a las piezas arqueológicas.

Análisis: En la gráfica se aprecia el resultado en el que se puede conservar de mejor manera, otro porcentaje dicen que les falta mejorar el servicio básico, mejorar el servicio que ofrecen, etc., y para esto se creará el Plan de Desarrollo para el museo que tendrá toda la promoción necesaria para un mejor desarrollo.

3.1.2. Análisis de la ficha de observación directa.

Dentro del proceso de investigación que se realizó en el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos, fue necesario realizar una ficha de observación donde queda en constancia el trabajo realizado por el investigador para llevar un control de las visitas y actividades que se desarrollaban junto con las autoridades que gentilmente apoyaron en el proceso de recolección de información.

La ficha permitió determinar las problemáticas existentes en el museo conociendo cada una de sus debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que posteriormente se elaborará a través de una matriz **FODA**.

Dentro del proceso de investigación se determinaron, gracias a la ficha de observación parámetros en la que permitieron establecer lineamientos que ayuden a alcanzar los objetivos deseados para el mejoramiento, recuperación y puesta en valor de cada una de las piezas y por ende del museo, participando activamente en las actividades turísticas que se desarrollen en la provincia siendo el museo uno de los destinos frecuentemente concurridos por turistas y visitantes en temporada bajas y altas.

Además esta ficha permitió valorizar y evaluar cada una de las características como: estado actual en la parte interna y externa del museo, estado de las piezas arqueológicas, conservación de las piezas (tejidos, osamentas, vasijas, prendas tejidas, fichas de control de visitantes, fichas de inventario de las piezas, réplica del Cacique Baltacho, herramientas de trabajo y caza, entre otras.), calificando en parámetros de conservado, deteriorado, bueno, malo y regular.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- * En base a la observación, información recolectada, las entrevistas y encuestas realizadas y sus respectivos análisis, es posible llegar a la conclusión del plan.

- * Los datos obtenidos con esta investigación son muy relevantes y dan paso para la ejecución de esta propuesta que servirá para mejorar las actividades turísticas dentro del Museo Cacique Baltacho.

- * El Plan Estratégico turístico resulta útil para el museo porque permite evaluar, diagnosticar y sirve para mejorar las actividades y el desarrollo turístico enfocado a la conservación de las piezas que se encuentran en el museo.

CAPÍTULO IV

PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE CONSERVACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL EN EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN MUSEO CACIQUE BALTACHO DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA COLONCHE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

4.1. PRESENTACIÓN.

A continuación se propone el Plan Estratégico turístico para mejorar las actividades de desarrollo en el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos con el propósito de dar un realce a la conservación del estado actual de las instalaciones del museo, aplicando estrategias que permitan lograr los objetivos que se definen gracias a los análisis y aplicación de las encuestas, donde se lograron plantear la Misión, Visión, Objetivos, el análisis de la demanda, entre otros factores que permitirán el proceso de desarrollo del museo.

El museo en la actualidad, como se indicó en páginas anteriores, no posee una acogida del público aceptable ocasionada por diversos factores, como la falta de publicidad en distintos medios y también se puede enfocar en el hecho de que las personas prefieren otras actividades como: el teatro, cine, centros comerciales, discotecas y otros centros de diversión que no tiene nada que ver con las tendencias culturales. Pero es en este punto donde las estrategias juegan un papel importante para mejorar las actividades turísticas dentro del museo.

Otra de las situaciones es la carencia de valores artísticos y culturales de la población y el destino que no es promocionado constantemente debido a la falta

de trabajo de parte de los representantes y de la comunidad; si bien su infraestructura poco convencional es en forma de vasija de barro, que posee:

Osamenta réplica para ambientar los ritos funerarios, vasijas encontradas en el sector, accesorios e indumentarias de piedra, y una escultura tallada del Cacique Baltacho.

Con lo anteriormente manifestado el museo no posee dichas estrategias que logren alcanzar los objetivos que permitan implantar en el museo, por lo que el objetivo de este trabajo de tesis es fomentar un espíritu de pertenencia para que la comunidad se involucre en mejorar las actividades turísticas en el museo.

4.1.1. Diagnóstico situacional turístico.

Para la realización de este diagnóstico hacia el museo se tomará en cuenta el estudio de la oferta y demanda turística que se presenta en la comunidad de San Marcos y en especial en el Museo Cacique Baltacho; así como se consideran los análisis PEST, FODA, MEFI, MEFE, donde se analizarán las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene el museo para conocer su entorno interno y externo; poder diagnosticar las diferentes problemáticas e identificar las posibles soluciones y estrategias que permitan mejorar en las actividades turísticas, la conservación del patrimonio cultural y mejorar la calidad de vida de la población enfocándose en el desarrollo sustentable y que este patrimonio del Ecuador deje un legado para las posibles generaciones del sector. Información que se recopiló a través de los diagnósticos, de la recolección de datos como las encuestas, entrevistas, observación e investigaciones que permitieron encontrar las diversas problemáticas que en este documento se plasma.

4.2. Justificación.

La propuesta de tesis que en este documento se presenta se justifica por la inexistencia de estrategias de desarrollo turístico en el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos, que desde años anteriores ha sufrido cambios en su entorno físico debido al poco mantenimiento que este debería tener para presentar una buena imagen a los turistas; otro de los delimitantes de su desarrollo es la falta de mantenimiento y conservación de las piezas arqueológicas de las culturas **Manteña** y **Huancavilcas** que fueron halladas en la comunidad, que no presentan una imagen agradable para su exposición.

Por tal motivo se considera de vital importancia que las autoridades en conjunto con la comunidad trabajen para fortalecer las estrategias que en este documento se presentan para que mejore la afluencia de visitantes y el museo logre tener un desarrollo que sea visible y pueda competir con los demás atractivos turísticos que la provincia posee

Estudio de oferta.

Mediante la recopilación de fuentes de información primaria y secundaria se procedió al análisis de la oferta que se realizó al sitio turístico en base a los siguientes componentes: atractivos turísticos y actividades que se pueden desarrollar, la infraestructura que el museo posee, planta turística, y otros servicios que complementen la actividad.

El atractivo turístico Cacique Baltacho, es un museo original en su parte física ya que tiene forma de jarra, también guarda osamentas y reliquias de la historia piezas como: vasijas, figurillas en forma de réplicas, además objetos de barro; es Patrimonio de la provincia de Santa Elena y del Ecuador.

Estudio de la demanda.

Perfil de los turistas, según los datos que arrojaron las encuestas.

- **Sexo:** Gracias a la aplicación de las encuestas el 71% de los turistas son de género masculino, mientras que el 29% es de sexo femenino.
- **Edad:** El 50% de los turistas tienen edades entre 31 a 45 años, y el 21% edades entre 15 a 30 años, esta variable ayuda a determinar las edades de los turistas para crear e involucrarlos en actividades acordes a sus preferencias como obras teatrales, cursos de pintura, manualidades, entre otros.
- **Nivel de instrucción:** Del grupo encuestado manifestaron que el 34% ha estudiado el nivel secundario y el 27% universitario; es indispensable conocer el grado de educación para brindar una información que sea básica, entendible y clara.
- **Lugar de residencia:** De los turistas encuestados durante el periodo de investigación el 29% provienen de la ciudad de Guayaquil, el 21% son turistas extranjeros, y permitirá conocer hacia donde deben ir enfocada la promoción turística del museo para que exista mayor afluencia de visitantes durante todo el año.
- **Con que frecuencia visita museos:** El 69% casi nunca visita museos, mientras que el 23% muy pocas veces va a estos lugares. Determina la falta de publicidad que el museo debe de poseer para los turistas que visitan la provincia conozcan acerca del museo.
- **Han visitado el Museo Cacique Baltacho:** De los turistas encuestados el 83% no conocen el museo, por la falta de publicidad que es muy escasa y esto produce que los turistas no visiten el centro de interpretación.

- **Ubicación del museo:** El 11% no saben dónde queda el museo, ya que durante su estadía en la provincia de Santa Elena no se encuentra información turística acerca de este destino.
- **Servicio en el museo:** El 62% considera importante la creación de un centro de información donde se encontrará información del museo, y donde también existirán los destinos turísticos que se encuentran alrededor para sus visitas, mientras que el 14%, consideran indispensable un guía especializado para que estos brinden una mayor exploración y presentación del mismo.
- **Promoción del museo:** El 66% de los turistas creen que es necesario el internet debido a que es un medio de promoción adecuado ya que está al alcance de todas las personas que utilizan esta herramienta para informarse o conocer algo, mientras que el 12% consideran que el uso de tríptico es un medio de publicidad que permite brindar imágenes visuales con información del sitio.
- **Estado y conservación del museo:** El 52 % cree que es indispensable que el museo tenga sus piezas arqueológicas en un estado de conservación que permita a los turistas brindar una excelente imagen visual y en un lugar adecuado, mientras que el 18% menciona que es primordial la información que el guía brinda a los turista para que la gente vaya satisfecho.
- **Participación en el atractivo:** El 30% de los turistas manifestaron que es una buena estrategia que el museo incluya actividades como: realizar obras teatrales donde se vincule a la colectividad y a los turistas y se lleven una excelente imagen del centro de interpretación cultural Museo Cacique Baltacho.

4.1.1.1. Análisis Pest.

Es un instrumento de medición de mucha utilidad para entender el crecimiento, declive de un mercado o la dirección de un negocio; en este caso de un atractivo como lo es el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos. El PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PETS), a continuación se presenta en el siguiente cuadro N° 3, esta permite determinar de qué manera estará influenciando los factores en el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos y en la comunidad.

CUADRO N° 5 Análisis Pest.

POLÍTICO-LEGAL	ECONÓMICOS
<ul style="list-style-type: none">• el art. 380, # 1 de la Constitución de la República del Ecuador indica que es responsabilidad del Estado: “velar mediante políticas permanentes por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible de la riqueza histórica del Ecuador.• Como se menciona en el artículo el estado debe velar por el patrimonio que poseen todos los pueblos Ecuatoriano debido a que forman parte del Patrimonio Histórico y Cultural pero en el caso del Museo Cacique Baltacho no se cumple este mandato debido a que en la actualidad está perdiendo su gran valor histórico gracias a la mala administración y a la falta de presupuesto para poder mantener las piezas en buen estado y para la conservación de su infraestructura y de los otros servicios.	<ul style="list-style-type: none">• El Museo Cacique Baltacho en los actuales momentos está perdiendo su valor patrimonial por los bajos ingresos a causa de la poca afluencia de los visitantes.• El déficit de turistas ha disminuido considerablemente desde sus inicios.• No poseen recursos propios para mejorar la infraestructura y mantener las piezas.• No hay capital para pagos de seguridad ni guianza.• Las denominadas temporadas bajas no permiten tener afluencia de turistas, es aún más lenta que en épocas de afluencia de turistas.

SOCIO-CULTURAL	TECNOLÓGICOS
<ul style="list-style-type: none"> • La tendencia de estilo de vida dentro de San Marcos está marcada por los procesos de cambio de moda y la globalización. • La imagen del museo ha perdido impacto e importancia en el ámbito turístico por la mala infraestructura y la falta de capacitación en la gente que realiza la guianza. • La promoción de otros destinos similares es más amplia, y logra captar la atención de los turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente el museo no ha planificado un presupuesto destinado a la investigación científica debido a que aún existen osamentas y piezas aun enterradas de suma importancia para el valor patrimonial del museo. • No tienen acceso a internet el 80% de pobladores. • Actualmente el museo no cuenta con una página Web.

Fuente: Inocencio Pozo Magallanes (2013)
Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Este paso permitirá dirigir y concentrar el análisis para estimar los indicadores críticos, desechando los menos relevantes, ya que los críticos, serán aquellos a tener en cuenta cuando se defina los objetivos del Plan Estratégico turístico del museo y lograr la aplicación de las estrategias de manera correcta.

Aunque en el cuadro se interpreta una lenta recuperación económica y turística para el Museo Cacique Baltacho en las estrategias se debe plantear un estilo de participación y de promoción para mejorar la actividad turística. Consecuencia de la escasa afluencia de visitantes en el destino se ha provocado que el Patrimonio Cultural existente, poco a poco vaya disminuyendo, afectando la economía del museo y el desinterés de quienes lo representan.

4.1.1.2. Análisis Foda.

A continuación se aplica una de las técnicas para la planeación; la importancia en la realización de este análisis consiste en poder determinar de forma objetiva, en

que aspectos se encuentra el museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos, respecto de su competencia y en qué aspectos necesita cambiar y mejorar para poder tener un mejor desarrollo turístico como se lo detallará en el cuadro N.6.

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: Son factores que resultan positivos, favorables, explotables y utilizables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa.

Debilidades: Provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece.

Amenazas: En esta variable se exponen las situaciones y problemáticas que provienen del entorno.

CUADRO N°6 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Personal. • Compromiso con el patrimonio cultural. • Infraestructura poco tradicional. • Posee reliquias arqueológicas representativas de la comuna. • Apoyo de la comunidad. • Ubicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • El personal no está capacitado para brindar un buen servicio al cliente. • Falta de publicidad. • Señalización interna y externa. • Falta de espacios (área científica, talleres, cursos, etc.). • Infraestructura deteriorada. • Las piezas arqueológicas no están debidamente conservados. • Falta de planes estratégicos hacia el museo.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de identidad ante otros museos. • Inundaciones, lluvias fenómenos naturales. • Deterioro del patrimonio. • Desconocimiento del atractivo por parte de los turistas. • Museos más llamativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas habilidades (cursos, capacitaciones). • Formación continua y actualizada. • Preservación del patrimonio. • Comunidad participativa. • Alternativas de ventas e ingresos económicos.

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

El propósito fundamental del análisis es conocer la situación actual del Museo Cacique Baltacho, potenciar las fortalezas para aprovechar las oportunidades, contrarrestar las amenazas y corregir las debilidades aplicando las diferentes estrategias que más adelante se las detallará.

4.1.1.3 FODA estratégico

CUADRO N° 7 FODA Estratégico

			FORTALEZAS	DEBILIDADES	
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Personal. 2. Compromiso con el patrimonio cultural. 3. Infraestructura poco tradicional. 4. Posee reliquias arqueológicas representativas de la comuna. 5. Apoyo de la comunidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El personal no está capacitado para brindar un buen servicio al cliente. 2. Falta de publicidad y promoción. 3. Carencia de Señalización interna. 4. Infraestructura deteriorada por falta de capital. 5. Las piezas arqueológicas no están debidamente conservados. 	
AMENAZAS	FA	DA			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pérdida de identidad ante otros museos. 2. Inundaciones, lluvias fenómenos naturales. 3. Desorientación en la guianza. 4. Desconocimiento del atractivo por parte de los turistas. 5. Museos más llamativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento del entorno y ambiente paisajístico del museo (F2-A1). • Mejorar la apariencia de las piezas exhibiéndolas en un lugar adecuado como vitrinas (F4-A3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de señalética informativa dentro del museo (D3-A3) • Crear un plan de promoción del museo (D2-A4) 			
OPORTUNIDADES	FO	DO			
<ol style="list-style-type: none"> 4. Nuevas habilidades (capacitaciones). 5. Formación continua y actualizada 6. Preservación del patrimonio. 7. Comunidad participativa 8. Alternativas de ventas e ingresos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones al personal del museo (F1-O1). • Involucrar a la comunidad en danza, teatro, canto , pintura, manualidades, etc. (F5-O4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un local de venta de recuerdos, llaveros, camisetas (D4-O5) • Implementar un centro de información turística (D2-O3) 			

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

4.1.1.4. Ambiente interno (MEFI)

A continuación se presenta el análisis interno conocido como el análisis MEFI, que consiste en utilizar la información del FODA estratégico para dar una valoración que sumados entre sí dé como resultado 1.00 a las fortalezas y debilidades; luego se las clasifica según su prioridad, 4 mayor y 1 menor, dando como resultados de la multiplicación entre la fila de clasificación y las ponderaciones del Museo Cacique Baltacho como se lo puede apreciar en el cuadro N°8.

CUADRO N° 8 Análisis MEFI

Factor Interno	Variable	Ponderaciones	Clasificación	Resultado
Compromiso con el patrimonio cultural.	Fortaleza	0.9	4	0.36
Infraestructura poco tradicional.	Fortaleza	0.7	3	0.21
Piezas arqueológicas de la zona.	Fortaleza	0.10	4	0.40
Falta de promoción y publicidad.	Debilidad	0.20	1	0.20
Falta de capacitaciones para el personal de guianza.	Debilidad	0.25	1	0.25
Infraestructura y piezas en mal estado.	Debilidad	0.29	2	0.58
		1.0		2.00

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Interpretando el cuadro del análisis MEFI se puede determinar que el museo en la actualidad posee una debilidad interna que no permite crecer debido a las

diferentes problemáticas que se presentan. Estas permitirán plantear estrategias de desarrollo, sea esta de tipo organizativo y turístico en periodos de tiempo a corto, mediano y largo plazo permitiendo disminuir sus debilidades que son obstáculos de progreso y lograr fortalecer su ambiente interno del museo Cacique Baltacho.

4.1.1.5. Ambiente externo (MEFE).

También es indispensable para la búsqueda de soluciones a un problema determinado de un destino analizar la parte externa que no permiten que el museo logre progresar de manera óptima. Como se realizó en el cuadro anterior el ejercicio proceda hacer las mismas indicaciones, a continuación se presenta en el cuadro N° 9 el análisis del factor externo.

CUADRO N° 9 Análisis MEFE

Factor Externo	Variable	Ponderaciones	Clasificación	Resultado
Pérdida de identidad ante otros museos.	Amenaza	0.15	1	0.15
Desastres naturales: inundaciones, inseguridad.	Amenaza	0.10	2	0.20
Deterioro del patrimonio cultural.	Amenaza	0.5	1	0.10
Nuevas habilidades (capacitaciones, cursos, etc.)	Oportunidad	0.20	4	0.80
Optimizar la economía (venta de recuerdos, fotos, souvenirs, mini bar, etc.)	Oportunidad	0.35	3	1.40
Preservar el patrimonio.	Oportunidad	0.15	4	0.58
		1.0		3.23

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Los resultados que se obtuvieron a través del análisis del factor externo arrojó un valor de 3.23, interpretando esta cantidad el Museo Cacique Baltacho compite en un ramo atractivo en el medio pero está oculto por las diversas situaciones que presenta y que dispone de abundantes oportunidades externas que permitirán aportar al desarrollo efectivo de cada una de las estrategias que se aplicarán para fortalecer el desarrollo turístico visualizándose a la conservación del Patrimonio Cultural de la comunidad de San Marcos.

4.1.1.1.1. Análisis de la demanda turística.

A continuación se procederá a realizar el análisis de la demanda turística Museo Cacique Baltacho para conocer a qué tipo de perfiles se va a dirigir y que estrategias se aplicarán para atraer a los turistas, involucrándolos en actividades adicionales que fortalezcan la visita en el museo.

4.1.1.1.2. Observación directa.

El Museo Cacique Baltacho actualmente no cuenta con una demanda turística aceptable, ya que el atractivo se encuentra con una infraestructura deteriorada que por el descuido de las administraciones anteriores no le han dado el mantenimiento que debería tener la fachada y con más razón las piezas arqueológicas que en el centro de interpretación se encuentran.

Cabe mencionar que existen varias piezas que están a los alrededores del sitio en el piso de las instalaciones, sin el más mínimo cuidado que no permite que las actividades turísticas funcionen correctamente para recibir y dar la información necesaria a los turistas. Pero este sitio es visitado por estudiantes de colegios de las zonas y de universidades de la carrera de arqueología, turismo y otras a fines al museo que realizan sus investigaciones estudiantiles.

4.1.1.1. 3. Demanda aproximada.

Dentro de la demanda aproximada que visitan el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos, según los datos obtenidos a través de las encuestas que se realizaron a los diferentes grupos de turistas para definir los posibles clientes potenciales, arrojaron que provienen de diversas partes a nivel nacional e internacional, ciudades como Guayaquil y de la capital de la República la ciudad de Quito; además de turistas extranjeros, los promedios de edades de los diferentes turistas son de 31-45 y de 15-30; definido el segmento de turistas se aplicarán las estrategias que servirán de apoyo para la fidelización de los turistas, de modo que se creen actividades como: dinámicas grupales, danza folclórica, entre otras que complementen la guía.

4.1.1.1.4. Posicionamiento del segmento.

Se trata de priorizar los distintos segmentos de mercado de acuerdo a la realidad del destino turístico Museo Cacique Baltacho, para lo cual se utiliza la matriz de segmentos que permite identificar los diferentes atractivos turísticos del museo lugares donde la afluencia de turistas puede ser mayor.

El posicionamiento en el mercado del Museo Cacique Baltacho, es la manera cómo va a aplicar sus diferentes estrategias para ocupar un lugar en la mente de cada uno de los turistas para lograr la aceptación del valor patrimonial del sitio y el grado de participación que tendrá su visita.

A continuación se presenta en el siguiente cuadro N° 10 el lugar que ocupa el destino turístico Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos, el posicionamiento del mercado en la que se encuentra junto a los destinos turísticos que se encuentran a sus alrededores.

CUADRO N° 10 Posicionamiento del mercado

SEGMENTO	ATRACTIVO DE MERCADO	POSICIÓN COMPETITIVO
Escolar	2	2
Cultural	3	2
Rural	2	1
Turismo comunitario	1	1

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Con las diferentes estrategias que se aplicarán en el Plan Estratégico turístico que se presenta en el trabajo de investigación, previo a la averiguación de campo que se realizó aplicando diferentes métodos que permitieron determinarlas; se pretende mejorar las actividades turísticas con la finalidad de dar un impulso al desarrollo económico, humano y social de la comunidad de San Marcos. Como en el cuadro anterior se puede apreciar los diferentes tipos de actividades turísticas que se podrían realizar dentro de la comunidad de San Marcos como turismo alterno y complementario, que aportarán a que los turistas tengan más

oportunidades de disfrutar otras alternativas de ocio durante su visita a este destino.

4.1.1.1.5. Segmento de destino.

A continuación se presenta el cuadro de la posición competitiva donde se determinará los posibles tipos de turismo que se pueden desarrollar dentro de la comunidad enfocándose en el principal atractivo como es el museo Cacique Baltacho y de las otras actividades que se pueden desarrollar. El cuadro N° 11 está compuesto por posición competitiva y atractivos del mercado con parámetros de alto, medio y bajo.

CUADRO N° 11 Posición competitiva

	Alto			Turismo cultural
Posición competitiva	Medio		Escolar	
	Bajo	Turismo comunitario.	Turismo rural	
		Bajo	Medio	Alto
	Atractivos del mercado			

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 12 Orientación estratégica para cada segmento

Mercados a priorizar	Mercado a invertir	Mercado a desarrollar	Mercado a cosechar o desechar
Turismo cultural	Escolar	Turismo rural	Turismo comunitario

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

El destino turístico Museo Cacique Baltacho es un lugar que no posee muchos recursos turísticos que permitan tener una mayor afluencia de visitantes, pero que con la aplicación de estrategias se pueden implementar varias actividades que pueden ser desarrolladas para crear actividades donde se involucren a los distintos tipos de grupos de visitantes.

Como se puede apreciar en el cuadro la actividad de turismo cultural es de un nivel alto a medio por lo que se le puede dar importancia a abrir nuevos espacios a otros atractivos como el rural, escolar y el comunitario. En el cuadro de orientación estratégica se puede definir que el mercado a priorizar es el turismo cultural.

4.1.1.1.6. Posicionamiento en el mercado.

CUADRO N° 13 Estrategia competitiva

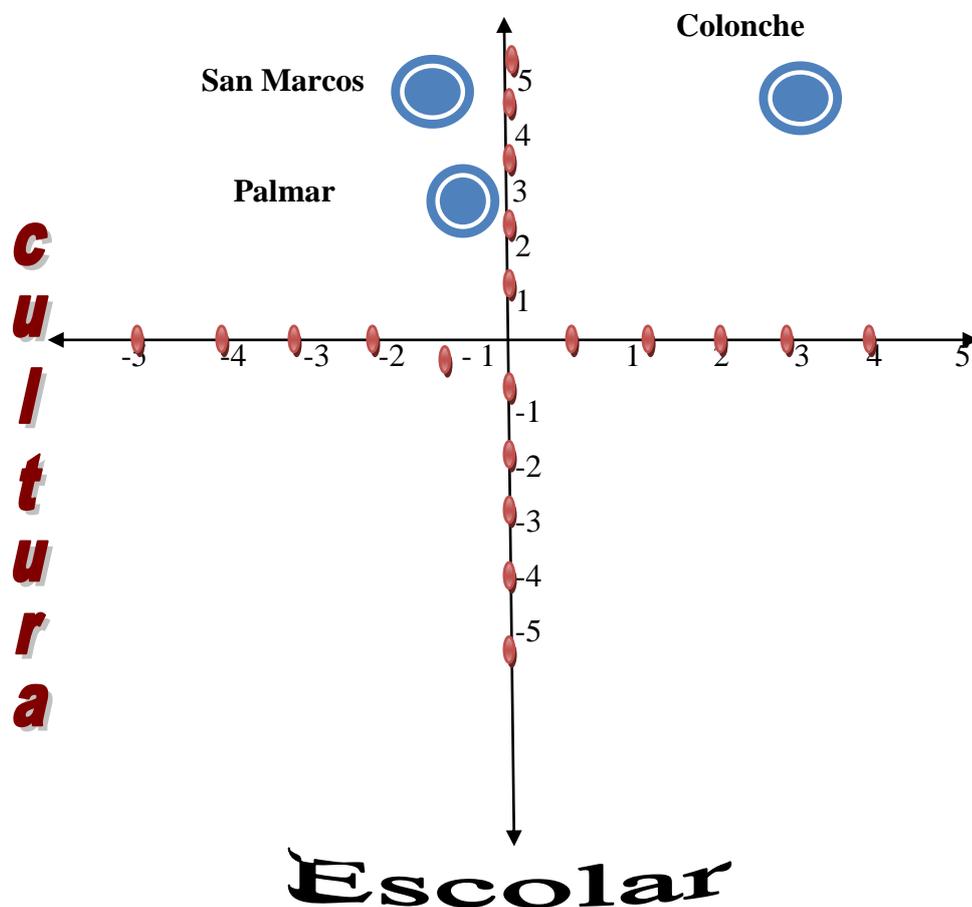
DESTINO	MERCADO	
	CULTURA	ESCOLAR
✓ San Marcos	-2	+4
✓ Colonche	+4	+5
✓ Palmar	-1	+3

Fuente: Ballenita destino (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Entre los destinos de mayor relevancia y que son parte de la competencia directa del museo, están la parroquia Colonche, y la comunidad de Palmar, sitios que debido a la promoción y a una infraestructura permiten brindar un mejor servicio a los visitantes.

ESQUEMA N° 2 Estrategia competitiva



Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)
Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

En la gráfica se muestra que las actividades turísticas se localizan más en la parroquia Colonche debido a que es un destino que posee más información turística y está constantemente buscando alternativas para promocionar su lugar.

Por lo tanto el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos parroquia Colonche debe aplicar tácticas competitivas capaces de acaparar nuevos segmentos de mercado a través de estrategias de marketing y atraerlos para que se involucren en las diversas actividades que se organicen dentro del museo o en la comunidad.

4.1.2. Direccionamiento estratégico.

Este punto se basará en definir hacia dónde se va a enfocar el museo y de esta manera conocer el grado de desarrollo y expansión, como la concepción de utilidades que les permitirán su subsistencia y estabilidad en el mercado turístico a través del tiempo.

Para lograr esto fue necesario conocer el entorno en que el museo se encuentra y se desarrolla con la finalidad de identificar las oportunidades y amenazas, elaborando así las condiciones y estrategias para obtener el desarrollo turístico del sitio. Estas determinarán las metas a corto, mediano y largo plazo logrando impulsar las direcciones que se aplicarán para llegar al posicionamiento deseado.

4.1.2.1. Definición del modelo de desarrollo turístico.

La realización del Plan Estratégico de Turismo para la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural del centro de interpretación Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos, pretende otorgar a este destino una ventaja competitiva respecto al resto de destinos de características similares, al facilitar la consolidación de estrategias, basado en los objetivos que lo sustentan y en la adaptación a un entorno cambiante.

Sin embargo, debido a la situación actual de la actividad turística en el Museo Cacique Baltacho, se considera primordial que se presenten estrategias que

permitan desarrollar las actividades e incluir acciones concretas que permitan la búsqueda de recursos económicos para afrontar al mercado del destino y relanzar su ciclo de vida.

El Plan Estratégico tiene como propósito entablar estrategias orientadas a satisfacer las necesidades de los turistas y del factor económico, social y cultural a través del mejoramiento de las actividades de desarrollo turístico dentro del museo.

Las estrategias que se plantearán serán detalladas más adelante esperando que sean útiles para la ejecución de los planes sustentado en los objetivos del centro de interpretación cultural.

4.1.2.2. Misión del plan.

Dirigir el desarrollo sustentable competitivo del museo y de la Comuna San Marcos, mediante el Plan Estratégico Turístico de conservación y la valoración del Patrimonio Cultural del Museo Cacique Baltacho, para una experiencia integral y satisfactoria al visitante y para el goce de las futuras generaciones.

4.1.2.3. Visión del plan.

Convertir al Museo Cacique Baltacho como un referente del turismo cultural para promocionar la diversidad de conocimiento en patrimonio cultural de la Provincia de Santa Elena.

4.1.2.4. Políticas rectoras.

Las políticas para el Plan Estratégico del Museo Cacique Baltacho de la Comuna San Marcos, deben aplicar acciones y fraccionarla como una línea para su desarrollo para lo cual proponen las siguientes políticas:

- Modelo de desarrollo turístico basado en la sustentabilidad ambiental para la preservación de los recursos culturales.
- La planificación será la herramienta básica e indispensable para el desarrollo de proyectos encaminados a la mejora del museo.
- Capacitación para el personal del museo con un proceso dinámico y continuo, encaminado a desarrollar y potencializar sus actividades, de manera que tribute constituya a la Misión, Visión y Objetivos.
- Proteger y conservar el museo como Patrimonio Cultural, sustentado en el desarrollo turístico de la localidad.
- Utilizar los recursos que dispone el museo para el desarrollo de las actividades y a mejorar la calidad del servicio a los turistas.
- Implementar señalización turística.
- Crear servicios complementarios alrededor del atractivo.
- Impulsar el turismo cultural a nivel local como un derecho agregado al desarrollo.

4.1.2.5. Objetivos organizacionales.

4.1.2.5.1. Objetivo general.

Incrementar el desarrollo de turismo sostenible y competitivo del Museo Cacique Baltacho, aplicando el Plan Estratégico Turístico que permita enfocarse en la conservación del Patrimonio Cultural y al mejoramiento las actividades turísticas dentro del museo y en la comunidad.

4.1.2.5.1. Objetivos específicos.

- Incentivar al desarrollo mediante el mejoramiento de las infraestructuras básicas, equipamiento y servicios públicos.
- Gozar del personal capacitado para el cuidado y conservación del Patrimonio Cultural.
- Establecer alianzas y convenios para aplicar estrategias involucrando a la población, instituciones académicas, gobiernos seccionales para que estos aporten al desarrollo de la comunidad y del museo.

4.1.3. Formulación estratégica.

El proceso de formulación de las estrategias no finaliza con el planteamiento de las metas, sino que debe determinar cómo alcanzarlas a partir de la posición actual en la que se encuentra el museo. Para la ejecución de las estrategias se recopiló sobre el entorno del museo, información sobre la situación interna y externa del centro de interpretación y sus resultados.

Es también fundamental contar con información sobre el entorno social, económico, datos demográficos, problemas sociales, cuestiones medioambientales y de las actividades que se desarrollan dentro del museo.

Según los datos que se obtuvieron con la aplicación de las encuestas se pudo conocer que la poca afluencia de visitantes hacia el museo se presenta a escuelas, colegios y universidades y estos no lo realizan con fines turísticos, si no por realizar trabajos e investigaciones, determinando que en la actualidad está en un punto de declive, de tal modo que si no se aplican estrategias que produzcan un cambio positivo no permitirán que las actividades turísticas se desarrollen de mejor manera.

4.1.3.1 Acciones estratégicas.

Identificación de factores críticos.- En el cuadro de identificación de factores críticos se realizará una lista de problemáticas, y un detalle de soluciones que pretenden mejorar la actividad turística del museo fortaleciendo su entorno inmediato.

4.1.3.2 Cuadros de programas.

CUADRO N° 14 Cuadro de programas

1	Mejoramiento del ambiente paisajístico en el entorno del museo
2	Mejoramiento y conservación de las piezas arqueológicas
3	Marketing del destino
4	Implementación de nuevos servicios en los exteriores
5	Formación de los recursos humanos
6	Señalización turística
7	Revitalización cultural

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

4.1.3.2.1 Planificación estratégica del turismo

CUADRO N° 15 Planificación estratégica del turismo

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
<p>1. Mejoramiento del ambiente paisajístico del museo y su entorno.</p>	<p>✓ Reparación y remodelación de la fachada.</p> <p>✓ Adecuación paisajística del entorno.</p>	<p>❖ Reparar y pintar los exteriores de la infraestructura del museo.</p> <p>❖ Regenerar el entorno donde se encuentra el atractivo.</p> <p>❖ Mejorar la imagen visual colocando plantas en el exterior del museo.</p> <p>❖ Diseñar y colocar botes de basura fuera y dentro del lugar.</p>

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
<p>2. Mejoramiento y conservación de las piezas arqueológicas del museo</p>	<p>✓ Restaurar e Inventariar las piezas arqueológicas.</p> <p>✓ Implementar vitrinas, pedestales, bases para ponerlos en valor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Determinar la ubicación de acuerdo a su cultura, antigüedad uso y valor patrimonial ubicar las piezas en un orden. ❖ Valorizar las piezas de acuerdo a su antigüedad. ❖ Crear espacios estratégicos y propicios para la colocación de las vitrinas de las piezas arqueológicas de acuerdo a sus códigos y tamaños. ❖ Adjuntar los datos importantes de las piezas arqueológicas según la cultura y antigüedad

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
<p>3. Marketing del destino</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de la marca del museo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diseñar una imagen que represente al museo. ❖ Crear un slogan.
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño de publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diseño y elaboración de materiales de promoción turística. ❖ Vallas publicitarias. ❖ Página web.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
<p align="center">4. Implementación de nuevos servicios en los exteriores.</p>	<p align="center">✓ Diseño de Locales de venta de souvenirs.</p>	<p>Compra de camisetas con imagen del Cacique Baltacho.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Adquisición de llaveros con la imagen del Cacique Baltacho. ❖ Elaboración de imitaciones de la estatuilla del Cacique Baltacho. ❖ Diseño y elaboración de cuadros pintados a manos del Cacique Baltacho. ❖ Compra de bisuterías al por mayor para la venta.
	<p align="center">✓ Recuerdos y fotos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Adquisición de una cámara fotográfica profesional. ❖ Compra de una impresora para las impresiones de las fotos. ❖ Compras de materiales de impresión. ❖ Se venderán fotos de los turistas como recuerdo en su visita al museo.

PROGRAMAS	PROYECTO	ACTIVIDADES
<p>5 Formación de los recursos humanos.</p>	<p>✓ Capacitación del personal de guianza y animadores turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar talleres de capacitación para una mejor atención al cliente. ❖ Diseñar programa de capacitación de guianza e interpretación. ❖ Charlas de hospitalidad, y motivación personal.
	<p>✓ Fomentar el conocimiento en cultura e información turística en los estudiantes de la localidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Talleres de Reconocimiento de la cultura del atractivo en el destino. ❖ Informar de la relevancia patrimonial que tiene el museo a los estudiantes de los colegios de la localidad. ❖ Organizar eventos con los colegios sobre cultura de la localidad.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
6	Señalización turística. ✓ Implementación de señalética.	❖ Estudios para señalética. ❖ Estudio técnico de ubicación de la señalética. ❖ Diseño de señalética. ❖ Colocación de señalética.
7	Revitalización cultural. ❖ Rescate y recopilación de información de elementos tangibles e intangibles de la cultura.	❖ Talleres de rescate de elementos culturales ❖ Cursos de danza folclórico. ❖ Realizar exposiciones sobre la cultura del atractivo.

Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)
Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

PROGRAMA 1

CUADRO N° 16 Mejoramiento de infraestructura

PROGRAMA	1.MEJORAMIENTO DEL AMBIENTE PAISAJÍSTICO DEL DESTINO
	La infraestructura de un destino es la carta de presentación, primera imagen que los turistas toman en cuenta a la llegada del sitio y es importante para toda actividad productiva que se desarrolle en él.
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar la imagen visual del museo, para fortalecer su entorno paisajístico.
PROYECTO: ✓ Reparación y remodelación de la fachada. ✓ Adecuación paisajística del entorno.	<p>La directiva se encargará de organizar y realizar eventos con fines lucrativos para la obtención de los ingresos que servirán para los gastos de remodelación de la fachada externa y readecuar la parte interna. Para la ejecución de este Plan la directiva enviará oficios y realizará conversaciones con delegados de los diferentes organismos que se vean involucrados en la actividad turística para que aporten con la conservación del Patrimonio Cultural.</p> <p>Para esta actividad se reparará las partiduras de la pared ocasionadas por la falta de mantenimiento y por los cambios climáticos del entorno, se dará doble capa de pintura y se fortalecerá la infraestructura con impermeabilizante que ayudará a proteger las instalaciones en épocas de lluvias.</p> <p>En ésta actividad se comprará césped, para colocar alrededor del museo para embellecer su entorno. Además plantas con colores llamativos.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Programa #1: Mejoramiento del ambiente paisajístico del destino

Objetivo: Mejorar la imagen visual del museo, para fortalecer su entorno paisajístico.

Proyecto# 1: Reparación y remodelación de la fachada

La directiva de la comunidad de San Marcos se encargará de auto financiarse, organizar y realizar eventos con fines lucrativos como: bingos, rifas, aportaciones de los socios para la obtención de los ingresos económicos, además se realizará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional de \$10.000,00 para la reconstrucción y remodelación del museo, que servirán para los gastos de adecuar la fachada externa y mejorar la parte interna. Este crédito cabe mencionar que aún no ha sido aprobado.

Para la ejecución de este Plan la directiva también buscará otros medios enviando oficios y realizará conversaciones con delegados de los diferentes organismos que se vean involucrados en la actividad turística para que aporten con la conservación del Patrimonio Cultural, entidades como: La Municipalidad de Santa Elena, Prefectura de la Provincia de Santa Elena, Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura, entre otras entidades de carácter privado, que se preocupan por aportar en proyectos donde se vincule a la comunidad.

Pero se considera que el Estado debe prestar mayor atención a estas necesidades como se expone en el artículo 380, numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador que indica que es responsabilidad del Estado: “Velar mediante políticas permanentes por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible de la riqueza histórica del Ecuador.

Sin embargo esta ley que se encuentra vigente no se cumple, de manera que la comunidad ha buscado soluciones que ayuden a recuperar la riqueza patrimonial que poseen. A continuación se presenta el presupuesto por la actividad de la reparación y remodelación de la fachada.

CUADRO N° 17 Reparación y remodelación de la fachada

Reparación y remodelación de la fachada		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Mano de obra	Directiva	\$400,00
Pinturas	Directiva	\$250,00
Materiales de construcción	Directiva	\$3350,00
Ventanales	Directiva	\$1000,00
Total		\$5000,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Proyecto N.2: Mejoramiento del ambiente paisajístico del destino.

Dentro del programa de mejoramiento de la infraestructura del museo se creó otro proyecto, que consiste en mejorar la parte externa del museo implementando plantas naturales y piedras que embellezcan el entorno del museo.

En la fotografía N° 3 se puede apreciar el mejoramiento de la infraestructura en la parte externa donde se repararán las partes afectadas por las lluvias, el sol y la falta de mantenimiento, se pintará toda la instalación interna y externa con 2 capas de pintura; además de impermeabilizantes que ayuden a proteger la infraestructura de las lluvias.

FOTOGRAFÍA N° 3 Mejoramiento de infraestructura

Antes



Después



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Como se observó en el grafico anterior se pretende realzar la imagen del museo implementando elementos de la naturaleza como piedras, rocas, plantas, flores de diferentes colores, tulipanes, palmeras, rosas, entre otras plantas ornamentales.

Como es de conocimiento para muchos de los profesionales o quienes se vean involucrados en la actividad turística dentro de la provincia y del país los turistas que visitan los distintos destinos turísticos son muy exigentes en la calidad de servicio y de la diversidad de actividades que se pueden desarrollar dentro de él, y en los lugares aledaños. La presentación visual debe cautivar y motivar a los turistas a que acudan hacia estos destinos y que su visita sea más frecuente en particular este tipo de establecimientos como los museos que no siempre son visitados por los viajeros.

CUADRO N° 18 Mejoramiento del ambiente paisajístico del destino

Mejoramiento del ambiente paisajístico del destino		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Compras de palmeras africanas.	Directiva	\$150,00
Adquisición de Césped rústico.	Directiva	\$350,00
Materiales de jardinería.	Directiva	\$120,00
Equipos de riego.	Directiva	\$380,00
Total		\$1000,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 19 Cronograma del programa 1

1.- MEJORAMIENTO DEL AMBIENTE PAISAJÍSTICO DEL DESTINO		2014				2015				2016				2017			RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO		PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
MEJORAMIENTO DEL AMBIENTE PAISAJÍSTICO DEL DESTINO	Actividades de Gestión																	Cabildo	\$250,00	Propia	Alta	Mediano
	Actividades para generar ingresos económicos.																	Cabildo	\$ 300,00	Propia	Alta	Mediano
	Gestión de Préstamos a la Corporación Financiera Nacional.																	Cabildo	\$ 10000,00	Bancaria	Media	Mediano
	Reparaciones y mejoramiento de la fachada externa e interna.																	Cabildo	\$5000,00	Propia	Alta	Mediano
	Adquisición de césped, plantas y materiales de sembrío.																	Cabildo	\$800,00	Propia	Media	Mediano
	Compra de equipo de riego.																	Cabildo	\$300,00	Propia	Media	Mediano

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

PROGRAMA 2

CUADRO N° 20 Mejoramiento y conservación de las piezas

PROGRAMA	2.MEJORAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE LAS PIEZAS
<p>El estado y conservación de las piezas arqueológicas dentro de un museo es indispensable para que las actividades turísticas se desarrollen de una mejor manera.</p>	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar la ubicación de las piezas arqueológicas del museo, para la conservación del mismo como parte del Patrimonio.
PROYECTO	<p>✓ Implementar vitrinas, pedestales, bases para ponerlos en valor.</p> <p>✓ Restaurar e Inventariar las piezas arqueológicas.</p> <p>Adecuar las piezas arqueológicas existentes en el museo en lugares específicos donde pueden conservarse de una mejor manera ubicándolas en las vitrinas que se adquirirán a través de financiamientos propios que a continuación se detallará.</p> <p>Crear un cronograma de actividades donde se especifiquen los días para la limpieza y mantenimiento de las piezas arqueológicas dentro del museo para que el patrimonio cultural de la localidad se conserve para las futuras generaciones.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Programa N° 2. Mejoramiento y conservación de las piezas.

Objetivo: Mejorar la ubicación de las piezas arqueológicas del museo, para la conservación del mismo como parte del patrimonio.

Proyecto N°.1: Implementar vitrinas, pedestales, bases para ponerlos en valor.

Otra de las actividades que se desarrollarán para mejorar la atención a los turistas y que se lleven una buena impresión del destino turístico de San Marcos es la reubicación de las piezas arqueológicas, que por falta de presupuesto y de mantenimiento de las mismas están perdiendo su valor patrimonial, debido a que se encuentran en el piso y no reciben el cuidado que estas deben de tener, el propósito de este Plan es equipar al museo adquiriendo vitrinas donde se exhibirán de mejor manera las distintas piezas arqueológicas que en el centro de interpretación cultural existen.

Dicho trabajo se lo realizará con financiamiento propio de la comunidad debido a que los habitantes consideran que es fundamental mejorar y dar prioridad al Patrimonio Cultural de la comuna y de uno de los atractivos turísticos que los representa en el medio.

El estado actual en la parte interna es deprimente, porque las piezas que son parte principal del sitio y patrimonio de la comunidad no están correctamente ubicadas, por ende se adquirirán varias vitrinas y bases de diferentes tamaños donde se exhibirán las piezas para su mayor conservación como se muestran en la fotografía N° 4 el cambio de las vitrinas donde estarán las piezas arqueológicas del museo.

FOTOGRAFÍA N° 4 Mejoramiento de infraestructura (estado actual)

Antes



FOTOGRAFÍA N° 5 Mejoramiento de infraestructura (estado de las piezas con el proyecto)

Después



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Además que resaltará la imagen del centro de interpretación y los turistas que visitan el lugar se marchen satisfechos con la información, guianza, su excelente infraestructura, que les servirá para que promocionen a sus conocidos de este destino cultural dentro de la provincia de Santa Elena.

FOTOGRAFÍA N° 6 Ubicación de las piezas

Antes



Después



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 21 Implementar vitrinas, pedestales, bases para ponerlos en valor

Implementar vitrinas, pedestales, bases para ponerlos en valor		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Vitrinas de varios tamaños.	Directiva	\$1500,00
Podios y bases de madera.	Directiva	\$400,00
Materiales de limpieza.	Directiva	\$100,00
Total		\$2000,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Proyecto N°.2: Restaurar el inventario de las piezas arqueológicas.

Otra de las actividades que se realizarán dentro del museo es la recuperación de inventario de cada una de las piezas existentes, donde la finalidad es llevar un control de las piezas y de esta manera llevar un orden cronológico, la cultura a la cual representa cada una de las piezas, el estado de conservación de las piezas, el nombre, imagen de la pieza y la asignación de un código, que permitirá a los guías ordenar de manera correcta las piezas y dar una excelente información a los turistas que visitan el atractivo. También se recuperó varia información que sirve como la historia de varias de las culturas y piezas encontradas en él.

ESQUEMA N° 3 La joya que brilla como espejo

LA JOYA QUE BRILLA COMO ESPEJO

El artefacto cuadrado trata de un espejo perforado para amarrar en la muñeca de la mano izquierda del esqueleto 5 (véase el modelo de la tumba 1) muchos figurines de la Cultura Manteña demuestran el uso de estos espejos personales véase réplica) el Cacique Colonchi también llevará un espejo cerca de su mano izquierda el cual servirá para “conservar la vista”, que se refiere seguramente a la clarividencia o visión shamanica.

El espejo permite ver los seres malos, ya que la función del shamán es guiar a la comunidad en sus relaciones con los espíritus. Conviene aprovechar el espejo para averiguar de la fuente de algún malestar y para adivinar el futuro.

La gente aborígen americana fabricó espejos de distintos materiales brillosos. El presente está conformado por un cristal de pirita, pegado dentro de un marco de cobre con un material resinoso o arcilloso.



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

ESQUEMA N° 4 Personaje manteño

PERSONAJE MANTEÑO

Tiene en la mano izquierda un adorno redondo, y está sentado en la silla al espejo, invita encontrado en las excavaciones arqueológicas en San Marcos y al cual hace referencia G. Benzoni (547-155), cuando conoció al Cacique Colonchi, quien, “En el brazo izquierdo cerca de la mano. Traía para conservar la vista, una piedra brillante como si fuera un espejo”.

Así ellas en “U” han sido interpretadas como “asientos de poder”, máximo símbolo de estatus de la sociedad manteña, que nos remite a los señores o Caciques poseedores de jerarquía y poder en los territorios del litoral Ecuatoriano.



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

ESQUEMA N° 6 Tumba 17

En la tumba 17 se encontraron tres esqueletos y el de arriba no tenía cráneo. Es posible que perdiera la cabeza en un conflicto bélico, porque los Huancavilcas pelearon con sus vecinos, quizás la vasija especial que se encontró al lado evocaba algún espíritu tutelar poderoso para proteger al difunto descabezado y para conducirlo al otro mundo.

Por otra parte, también pudo pasar que los parientes del muerto recuperaron el cráneo como reliquia. Hoy en día algunas personas tienen como guardianes en sus casas, cráneos humanos. En la filosofía aborigen americana los restos de los muertos tienen no solo significado simbólico, sino poderes, ya que las almas de los antepasados se mantienen vinculadas con sus huesos. Estos restos sirven para evocarlos a ellos, y por eso en la antigüedad tenían la costumbre de recogerlos, envolverlos y pintarlos de rojo.

El esqueleto 5 tenía el mayor número de ofrendas asociadas a su persona, este hombre llevaba un espejo en la mano izquierda, en la manera del Cacique Colonchi, y colgado en uno de sus collares, un cuchillo conocido como “tumi” que en Perú fue utilizado para sacrificar llamas, cuyes durante los rituales de propiciar a los espíritus y fomentar relaciones recíprocas con ellos, ya que el uso del espejo “para conservar la vista” sugiere una función Shamanica y puesto que el papel de sacrificador sugiere el del sacerdote podemos imaginar que este hombre desempeñó una función religiosa en su familia o en su comunidad



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

ESQUEMA N° 7 Pájaros guardianes

PÁJAROS GUARDIANES

En la tierra que relleno la parte superior de la tumba 15 se encontró una figura de madre-perla en forma de pájaro que antes formaban parte de una arma denominada “lanza – dardos” “tiradera”, o “estólaca”. Solo queda la figura porque el resto del artefacto fue hecho de madera. No es sorpresa que los ganchitos o contrapesos del arma se fabricaran en forma de pájaros, ya que estos tienen visión trascendental y la habilidad de volar.

No solo los guerreros huancavilcas utilizaban lanza-dardos, sino también los shamanes que luchaban con seres malignos en las batallas espirituales. Se supone que estos artefactos se enterraban en las tumbas para proteger a los difuntos en sus viajes al más allá. Las figuras de concha se recuperan frecuentemente arriba de los huesos en las tumbas.



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

ESQUEMA N° 8 Joyeros

EXCELENTES JOYEROS

En la tumba 14 se recuperaron 4 esqueletos articulados y una gran cantidad de huesos rodados, todos estos restos en mal estado de conservación.

En la foto se aprecia un collar de cuentas de metal (una aleación de plata y cobre que por su deterioro quedó color verde), según la descripción de Benzoni, el Cacique Colonche, llevaba “un collar de seis vueltas, finísimo, trabajado en forma de gruesos corales”.

Los manteños y huancavilcas en general, y especialmente las joyeras mujeres de Puná, eran famosas por la confección de diminutas cuentas de plata y oro. Estos “coralitos” llamaron mucho la atención de los primeros exploradores españoles.

- 1) los huaqueros dejaron huecos por todo el barrio. El Paraíso y su trabajo tiene poco valor para la comunidad.
- 2) las excavaciones científicas son el primer paso para conocer el pasado y desarrollar recursos educativos y turísticos en la Comuna.



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FICHA N° 1 Inventario patrimonial de arqueología

	MUSEO CACIQUE BALTACHO INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES Y PATRIMONIALES FICHA DE INVENTARIO ARQUEOLOGÍA	CÓDIGO: P001-00052	MATERIAL: ESCULTURA
1.- INFORMACION TÉCNICA			
Colección:	Escultura de barro		
Propietario:	Museo Cacique Baltacho		
Tipo de bien:	Escultura		
Periodo histórico:	Colonche- Huancavilca	Fase:	1
2.- DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Santa Elena	Cantón: Santa Elena	Parroquia: Colonche	País: Ecuador
3.- RÉGIMEN DE PROPIEDAD			
Público	<input checked="" type="checkbox"/> Privado		
4.- ESTADO GENERAL DEL BIEN			
Estado de conservación:	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	Malo	
Estado de integridad	Completo	incompleto	<input checked="" type="checkbox"/> Fragmentado
Conservación preventiva	(Detección de problemas del lugar de exposición/ conservación		
Naturales	<input checked="" type="checkbox"/>		
Ambientales	<input checked="" type="checkbox"/>		
Físicas	<input checked="" type="checkbox"/>		
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>		
5.- OBSERVACIÓN			

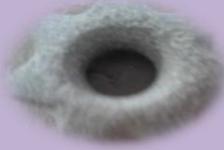
Fuente: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FICHA N° 2 Inventario de piezas arqueológicas

<i>INVENTARIO DE LAS PIEZAS ARQUEOLÓGICA DEL MUSEO CACIQUE BALTACHO</i>				
Nombre	Cultura	Código	Estado	Imagen
Conchas	Huancavilca	P001-000052	Deteriorado	
Conchillas	Huancavilca	P001-000061	Regular	
Conchas	Huancavilca	P001-000068	Regular	
Piedra	Huancavilca	P001-000071	Deteriorado	
Piedra	Manteña	P001-000072	Regular	
Esqueleto	Huancavilca - manteña	P001-000073	Regular	

Nombre	Cultura	Código	Estado	Imagen
Piedra	Huancavilcas	P001-000074	Regular	
Piedrilla	Huancavilcas . manteña	P001-000075	Regular	
Olleros de barro	Huancavilcas	P001-000076	Conser vado	
Collar de piedrilla	Huancavilca	P001-000077	Regular	
Estatuas de piedras	Huancavilca – manteña	P001-000078	Deterio rada	
Argollas	Huancavilca	P001-000079	Regular	

Nombre	Cultura	Código	Estado	Imagen
Vasijas	Huancavilca - manteña	P001- 000080	Mal estado	
Vasijas	Huancavilca	P001- 000081	Mal estado	
Piedra	Huancavilca	P001- 000082	Deterio rado	
Piedra estrella	Huancavilca	P001- 000083	Deterio rado	
Collar	Huancavilca	P001- 000084	Destruí do	
Vasijas	Huancavilca	P001- 000085	Mal estado	

Nombre	Cultura	Código	Estado	Imagen
Pomitos de barro	Huancavilca -.manteña	P001- 000087	Mal estado	
Vasija de barro	Huancavilca	P001- 000088	Mal estado	
Pomitos de barro	Huancavilca -.manteña	P001- 000089	Mal estado	
Ollo de barro	Huancavilca -.manteña	P001- 000090	Mal estado	

Nombre	Cultura	Código	Estado	Imagen
Acha de metal	Huancavilca -.manteña	P001- 000091	Mal estado	 A small, greenish metal object, possibly a ceremonial staff or tool, with a flat, fan-like top and a short handle.
Limas de piedra	Huancavilca -.manteña	P001- 000092	Mal estado	 Three rectangular stone objects, likely lime stones, showing signs of wear and discoloration.
Moedor de piedra	Huancavilca -.manteña	P001- 000093	Mal estado	 A circular stone object, possibly a grinding stone, resting on a flat surface.
Piedra	Huancavilca -.manteña	P001- 000094	Mal estado	 A rectangular stone object with a rough, textured surface, possibly a ceremonial object or tool.
Estatua de barro	Huancavilca -.manteña	P001- 000095	Deteriorado	 A small, colorful clay figurine depicting two figures, possibly a deity and a child, in a seated or kneeling position.

Nombre	Cultura	Código	Estado	Imagen
Jarrón de barro	Huancavilca -.manteña	P001- 000096	Mal estado	
Jarrones de tierra	Huancavilca -.manteña	P001- 000097	Mal estado	
Vasija	Huancavilca -.manteña	P001- 000098	Mal estado	
Jarrón de barro	Huancavilca -.manteña	P001- 000099	Destruído	
Collares de piedrillas	Huancavilca -.manteña	P001- 0000100	Mal estado	
Horno de barro	Huancavilca -.manteña	P001- 0000101	Mal estado	
Prendas Tejidas	Huancavilca -.manteña	P001- 0000102	Mal estado	

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 22 Restaurar el inventario de las piezas

Restaurar el inventario de las piezas		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Materiales de oficina	Directiva	\$80,00
Suministros de oficina (hojas A4, esferográficos, cuadernos, etc)	Directiva	\$70,00
Total		\$150,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 23 Cronograma de programa 2

2MEJORAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE LAS PIEZAS		2014				2015				2016				2017				RESPON SABLE	PRESUPUES TO	FINANCIA MIENTO	PRIORI DAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
MEJORAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE LAS PIEZAS	Adquisición de vitrinas																	Cabildo	\$800.00	Propia	Alta	Mediano
	Compra de materiales de limpieza para las piezas arqueológicas																	Cabildo	\$100.00	Propia	Alta	Mediano
	Podios y bases de madera																	Cabildo	\$400,00	Propia	Alta	Corto
	Suministros de oficinas																	Cabildo	\$150,00	Propia	Alta	Corto

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 24 Marketing del destino

PROGRAMA	3.MARKETING DEL DESTINO
<p>El marketing es una herramienta útil para cualquier empresa u organización, para dar a conocer los servicios o productos que ofrecen al mercado meta, estas son herramientas creativas donde se trata de captar la atención de los consumidores.</p>	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la actividad turística a través de la promoción del Museo Cacique Baltacho.
PROYECTO	<p>Esta actividad pretende que el museo tenga una imagen visual que sea reconocida a nivel local, nacional e internacional.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de la marca del museo 	<p>Se diseñará material promocional para difundir a través de dípticos la información del museo Cacique Baltacho de la comuna de San Marcos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño de publicidad 	<p>Se realizarán 3 vallas publicitarias que serán ubicadas en lugares donde el turista las pueda apreciar.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Programa N. 3 Marketing de destino

Objetivo: Mejorar la actividad turística a través de la promoción del Museo Cacique Baltacho.

Proyecto: Creación de la marca del museo.

Se diseñará un logo que represente y distinga al Museo Cacique Baltacho el logo estará representado con la imagen del Cacique Baltacho, también contiene el nombre “Museo Cacique Baltacho” en la parte superior con letras Time New Román, de color naranja.

FIGURA N° 1 Imagen visual del museo



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Slogan: el slogan está compuesto con tipo de letra Time New Román de color rojo con un fondo de color celeste que contiene la frase “La cultura de Cacique Baltacho”, la creación de la nueva imagen permitirá a que el museo tenga su propia identidad y esta sea reconocida por los turistas.

FIGURA N° 2 Slogan

La cultura de Cacique Baltacho

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 25 Creación de la marca del museo

Creación de la marca del museo.		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Diseño del logo y slogan	Directiva	\$800,00
Total		\$800,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Para la promoción del museo Cacique Baltacho se diseñarán y elaborarán dípticos con la finalidad de difundir las instalaciones del museo, además cuenta con información, su ubicación, imágenes ilustrativas de las piezas que se encuentran en el lugar, como a continuación se muestran en las imágenes siguientes.

FIGURA N° 3 Díptico (parte externa del museo)



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FIGURA N° 4 Díptico (parte interna)

Conoce el museo de jarra y acerca de la cultura Mantena y Huancavilca.

Horarios de atención:
Lunes a Sábado de
08H:00 a 17H00

En el encontramos una serie de piezas arqueológicas tales como: vasijas de barro, figuras de barro, joyas, herramientas de caza, entre otros

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Valla publicitaria: se diseñarán 3 vallas publicitarias que serán ubicadas en zonas estratégicas de la provincia, el contenido de esta herramienta es la siguiente: el nombre del museo, dirección del museo e imágenes representativas de las piezas que se encuentran en el lugar, las medidas que se designaron para esta valla son de 2.23 de manera horizontal y 1.80 vertical, con la base de acero su medida es de 3 metros.

FIGURA N° 5 Valla publicitaria



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 26 Diseño de publicidad

Diseño de publicidad		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Dípticos	Directiva	\$100,00
Vallas publicitarias	Directiva	\$500,00
Total		\$600,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 27 Cronograma de programa 3

3.MARKETING DEL DESTINO		2014				2015				2016				2017				RESPON SABLE	PRESUPU ESTO	FINANCIA MIENTO	PRIORI DAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
MARKETING DEL DESTINO	Diseño de logo y slogan																	Cabildo	\$800,00	Propia	Alta	Mediano
	Creación de dúpticos profesionales																	Cabildo	\$100,00	Propia	Media	Mediano
	Vallas publicitarias																	Cabildo	\$500,00	Propia	Media	Mediano

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

PROGRAMA 4

CUADRO N° 28 Implementación de nuevos servicios

PROGRAMA	4.- IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS EN LOS EXTERIORES
Las diferentes actividades complementarias son alternativas de ingresos económicos para que una entidad como el museo pueda financiarse de manera autónoma.	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Aplicar los servicios alternos para obtener ingresos económicos que permitan la sustentación del museo.
PROYECTO ✓ Espacio para venta de souvenir.	<p>Este espacio se lo destinará para dar información del lugar y de otros atractivos que complementen su estadía en la provincia.</p> <p>Este servicio estará a cargo de la administración del museo para obtener ingresos económicos extras y poder mantener su patrimonio.</p> <p>Actividad que también formará parte de los ingresos del museo, cada vez que ingrese un turista se le ofrecerá una foto instantánea que tendrá como recuerdo de su visita al museo.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Programa N.4: Implementación de nuevos servicios en los exteriores

Objetivo: Aplicar los servicios alternos para obtener ingresos económicos que permitan la sustentación del museo.

Proyecto N.1: Espacio para venta de souvenir.

Para la realización de este proyecto se utilizarán recursos económicos propios gracias a la aportación voluntaria de la comunidad y de las actividades que se desarrollarán para obtener dinero y emprender este plan, uno de los propósitos de esta estrategia es solucionar los asuntos monetarios que el centro de interpretación presenta ya que no existen otras alternativas para generar ingresos y poder mantener la infraestructura pese a que se mencionó anteriormente, el estado es el que debe garantizar y velar por este patrimonio sin embargo no cuenta con esta ayuda, para el mantenimiento del sitio y de las piezas que en él se encuentran.

Esta área contará con una computadora y una impresora que serán utilizadas para las impresiones de las fotografías que se tomarán durante su recorrido y lleven de recuerdo del museo. Estas fotografías tendrán un costo que se lo determinará en su debido tiempo, el personal del museo será los encargados de vender estos recuerdos.

El espacio que se pretende otorgar para esta actividad es de una medida de 2 metros de ancho por 2 de largo, su estructura está elaborado de madera y estará ubicado en la parte exterior del museo al ingreso del mismo como se aprecia en la figura N°6.

FIGURA N° 6 Espacio para local



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Otra de las actividades que se desarrollará será la de brindar información turística a los distintos visitantes que acuden el centro de interpretación cultural Museo Cacique Baltacho ,de los distintos atractivos que posean las mismas características o diferentes del museo que se encuentren dentro de la Provincia de Santa Elena.

También se ofrecerán a los visitantes accesorios, cuadros, camisetas, esferográficos, recuerdos, imitaciones de estatuilla original del Cacique Baltacho, entre otros artículos que se venderán para generar ingresos económicos y que este sea un capital que les permita subsistir por sus propios medios como se muestra en la figura N° 7.

FIGURA N° 7 Artículos de venta



CUADRO N° 29 Espacio para venta de souvenir

Espacio para venta de souvenir.		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Implementación del local	Directiva	\$800,00
Compra de cámara digital y equipo de computación.	Directiva	\$600,00
Adquisición de mercadería (gorras, camisetas, llaveros, pulseras, replicas, etc.) para la venta en el local.	Directiva	\$1000,00
Total		\$2300,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N°30 Cronograma de programa 4

4.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS EN LOS EXTERIORES		2014				2015				2016				2017				RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS EN LOS EXTERIORES	Diseño del Local para la venta de accesorios y centro de información turística.																	Cabildo	\$ 800,00	Propia	Alta	Mediano
	Compra de cámara digital profesional Cannon, computadora e impresora.																	Cabildo	\$ 600,00	Propia	Alta	Mediano
	Adquisición de materia prima y elementos para los accesorios, camisetas, estatuillas, material para impresión, etc.																	Cabildo	\$1000,00	Propia	Alta	Mediano

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

PROGRAMA 5

CUADRO N° 31 Formación de los recursos humanos

PROGRAMA	5.FORMASION DE RECURSO HUMANO
Es indispensable tener a todo el personal del museo capacitado capaz de desarrollar y brindar una información clara y precisa en su exposición	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Tener personal capacitado para la atención al cliente.
PROYECTO ✓ Capacitaciones al Recurso Humano ✓ Fomentar el conocimiento en cultura	Duración de la capacitación 40 horas con un costo que pagará el cabildo comunal para preparar a los guías. Con la finalidad de conocer términos que frecuentemente se utilicen en la información del museo, duración 50 horas. Duración de la capacitación 40 horas donde el guía aprenderá a cómo debe solucionar los conflictos que se puedan presentar por los diversos turista. Se enfocara más a los estudiantes de la localidad y de los habitantes que valoren el patrimonio existente en la población.

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Programa N.5 Formación de recursos humanos

Objetivo: Tener personal capacitado para la atención al cliente.

Proyecto N°- 1: Capacitaciones del recurso humano

Una de las actividades que se desarrollarán como estrategias para mejorar la atención al cliente y que los turistas que visitan el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos se sientan satisfechos con la atención y la información brindada por el guía encargado, serán las capacitaciones para quienes se consideren capaces de este cargo que en el medio turístico es indispensable porque es una carta de presentación de la imagen y la calidad del centro de interpretación.

Los encargados del centro de interpretación elegirán a la o las personas idóneas para el cargo de guía turístico que posean las características que a continuación se presentan con el propósito de mejorar la información que en el museo se brinda:

- Edad promedio entre 19-35 años.
- Preferencia nativo
- Educación secundaria o superior
- Conocimiento del idioma inglés
- Facilidad de palabra.
- Disponibilidad de tiempo.
- Compromiso con el patrimonio cultural.

Dentro de las capacitaciones que se creyeron convenientes aplicar para el mejor desarrollo y funcionalidad del personal del Museo Cacique Baltacho constan las siguientes:

- Capacitación en atención al cliente
- Capacitación en guianza turística.
- Capacitación en motivación personal, hospitalidad, solución de conflictos.

Capacitación en atención al cliente

Objetivo: brindar información necesaria a los postulantes a guías del museo para perfeccionar la atención al cliente hacia los turistas que visitan las instalaciones del centro de interpretación.

El servicio y la atención al cliente es de mucha importancia para el desarrollo de una actividad en cualquier medio donde se tenga contacto visual con las personas ya que es el momento donde la persona informante debe demostrar su seguridad, facilidad de palabra, conocimiento del tema y su dinamismo.

Esta determinará el grado de aceptabilidad de los turistas hacia el Museo Cacique Baltacho y no dudarán en recomendar el destino como un lugar obligatorio de visita.

Brindada por: MSc. Carlos Rodríguez

Duración de la capacitación: 40 horas

Lugar: instalaciones del museo

Costo de la capacitación: \$900,00

Beneficios de la capacitación:

- Proyección de una buena imagen.
- Mejor calidad y atención del servicio que se brinda a los turistas.
- Personal interno motivado
- Disminución de quejas y reclamos.

- Visitas frecuentes a las instalaciones del museo.
- Reconocimiento y recuperación de la identidad.

Capacitación en guianza turística- cultural:

Objetivo: brindar información necesaria a los postulantes a guías del museo de términos y la manera de exponer sobre las piezas e historia de cada una de ellas para brindar la información idónea a los turistas del museo.

Conocer sobre la cultura del lugar y del país a la cual representa es una clave indispensable en la vida de un museo ya que esta permite tener los conocimientos básicos para brindar a los visitantes información que sea básica y capaz de que se les quede grabado en su mente aplicando dinámicas de participación, en el recorrido de las instalaciones, además que el guía conocerá los términos que frecuentemente se utilicen en la guianza al momento de brindar la información del museo.

Brindada por: Arqueólogo Flavio Pazmiño.

Duración de la capacitación: 50 horas

Lugar: instalaciones del museo

Costo de la capacitación: \$700,00

Beneficios de la capacitación:

- Conocimientos de términos museológicos
- Conocimientos de guianza.
- Conocimientos de capacidad de carga en el sitio
- Personal capacitado
- Mejor calidad del trabajo del guía
- Guía capaz de realizar dinámicas y participación de los turistas.

- Mejor imagen institucional.

Capacitación en motivación personal, hospitalidad, solución de conflictos.

Objetivo: Motivar al personal del museo, inculcar valores morales y lograr crear un ambiente agradable entre el personal del museo Cacique Baltacho y los visitantes.

Tener al personal motivado y hacerlo sentir de que es parte indispensable para el desarrollo de las actividades que se realicen en las instalaciones del museo es clave para tener a un personal leal con valores de honestidad, respeto, puntualidad, liderazgo, hospitalidad y capaz de tener paciencia y poder de convencimiento para solucionar cualquier problemática que se puede presentar durante su guianza en el museo.

Brindada por: Luisa Constante.

Duración de la capacitación: 40 horas

Lugar: instalaciones del museo

Costo de la capacitación: \$600,00

Beneficios de la capacitación:

- Personal con valores morales, honestidad, responsabilidad, liderazgo, puntualidad y respeto.
- Personal capaz de solucionar conflictos
- Excelente clima laboral
- Disminución de conflictos durante la guianza.
- Personal motivado
- Mejor ambiente de trabajo
- Turistas conformes.

Capacitación de relevancia patrimonial de museo y reconocimiento de la cultura en el destino.

Objetivo: Motivar a las instituciones para que conozcan acerca del patrimonio cultural que el museo Cacique Baltacho posee.

Tener al personal idóneo, preparado, capacitado y con los conocimientos acerca del valor patrimonial y su relevancia en la actividad turística, además del reconocimiento de la cultura existente dentro de la comunidad de San Marcos, para que sea transmitida a quienes les interese sean visitantes o de la comunidad. Involucrar a los estudiantes de los organismos que existen en la comuna y en las patronatos interesadas de poblaciones aledañas para que también formen parte del desarrollo y reconocimiento del patrimonio cultural que en el centro de interpretación existen y no se le está prestando la debida atención.

Brindada por: Arqueólogo Flavio Pazmiño.

Duración de la capacitación: 40 horas

Lugar: instalaciones del museo

Costo de la capacitación: \$800,00

Beneficios de la capacitación:

- Participación activa de la comunidad y de instituciones educativas para realizar eventos culturales.
- Personal con conocimientos de patrimonio cultural y de la conservación de la misma.
- Tener apoyo de las instituciones educativas y de la comunidad.
- Valorizar el patrimonio existente en la población para su conservación

CUADRO N° 32 Formación de los recursos humanos

Formación de recurso Humano		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Capacitación en atención al cliente	Directiva	\$900,00
Capacitación en guianza turística.	Directiva	\$700,00
Capacitación en motivación personal, hospitalidad, solución de conflictos.	Directiva	\$600,00
Capacitación de relevancia patrimonial del museo y reconocimiento de la cultura en el destino		\$800,00
Total		\$2000,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 33 Cronograma de programa 5

5.FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO		2014				2015				2016				2017				RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO	Capacitación en atención al cliente																	Cabildo	\$ 900,00	Propia	Alta	Mediano
	Capacitación en guianza turística.																	Cabildo	\$ 700,00	Propia	Alta	Mediano
	Capacitación en motivación personal, hospitalidad, solución de conflictos.																	Cabildo	\$600,00	Propia	Alta	Mediano
	Capacitación de relevancia patrimonial de museo y reconocimiento de la cultura en el destino.																	Cabildo	\$ 800,00	Propia	medio	mediano

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 34 Señalización turística

PROGRAMA	6.-SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA
<p>Instituir los factores necesarios para la implementación de señalética turística interna del museo con el propósito de brindar a los turistas, la posibilidad de conocer más a fondo y de manera ordenada los diferentes sectores del museo y de los servicios con las que cuenta el destino.</p>	
<p align="center">OBJETIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar una correcta señalética turística para el recorrido dentro del museo.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Señalética turística ✓ Realizar el diseño de señalética turística interna ✓ Determinar los lugares en los que se deba colocar la señalética orientativa 	<p>Se identificará y se ubicará cada una de las piezas para tener un orden ya sea por su historia, años, cultura, etc.</p> <p>Esta se realizará través de herramientas que faciliten la circulación y orden de la guianza en el museo.</p> <p>Con el propósito de que ofrezca al turista una noción general de la ubicación de las distintas piezas y por su cultura.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Programa N. 6: Señalización turística

Objetivo: Diseñar una correcta señalética turística para el recorrido dentro del museo.

Proyecto N. 1: señalética turística

Es indispensable que un museo cuente con señalética interna y externa, por lo tanto se colocarán símbolos, palabras o demarcación es horizontales y verticales, que sirven de información gráfica dirigida a orientar a los turistas visitantes que se encuentren en el centro de interpretación, por eso la directiva pese a que el museo es un espacio no muy amplio consideran que es necesario implementar estos pictogramas.

La señalética es una herramienta de comunicación y de acogida al turista, la función que persigue la señalización es la de permitir a las personas su desplazamiento dentro del lugar requerido y en el recorrido del museo de la manera más rápida y con mayor seguridad. También se determinará cada uno de los lugares en los que se deba colocar la señalética orientativa con el propósito de que ofrezca al turista una noción general de la ubicación de las distintas piezas, tamaño, condición, antigüedad y por su cultura.

Los pictogramas tendrán varias medidas y diferentes formas utilizando como ejemplo lo que brinda el;(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007)en el manual corporativo de señalización turística. A continuación se presentarán de manera gráfica cada uno de los pictogramas que se utilizarán en la parte externa como interna del museo para facilitar la guianza a los turistas que visitarán el centro de interpretación cultural Museo Cacique Baltacho.

ESQUEMA N° 9 Pictograma para el museo

PICTOGRAMA	INFORMACIÓN
	<p>Estará ubicada en la isla donde se venderán los recuerdos, camisetas, souvenirs.</p>
	<p>Se ubicará a lado del recipiente de basura para que los turistas puedan apreciarla y colocar sus desechos y el museo esté en las condiciones adecuadas.</p>
	<p>La imagen se localizará en la puerta del servicio higiénico del museo.</p>
	<p>Estará dentro del museo como indicación de que está prohibido botar basura u otros desechos para no perjudicar la imagen.</p>
	<p>El pictograma estará fuera del museo como indicación hacia los turistas de que es prohibido el ingreso de mascotas al museo.</p>
	<p>Estará dentro del museo como indicación de que está prohibido fumar.</p>
	<p>Se la colocará cerca del extintor en casos de incendios se debe utilizar inmediatamente.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

PICTOGRAMA/LETREROS	INFORMACIÓN
	<p>Estará ubicada fuera del museo preferiblemente en las vías de acceso para que los turistas puedan apreciar la cercanía del museo.</p>
	<p>Se ubicará al ingreso del museo anterior a esto se debe dar un orden al recorrido dentro del museo.</p>
	<p>La imagen se localizará en una parte donde la exposición del guía culmina y sea el final del recorrido.</p>
<div style="border: 1px solid green; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Museo Cacique Baltacho</p>  <p>La cultura de Cacique Baltacho</p> </div>	<p>El letrero estará fuera y dentro del museo además se harán otros similares con información relevante a la historia del museo o del cacique Baltacho, imágenes de las excavaciones cuando encontraron las piezas que están en el centro de interpretación cultural museo Cacique Baltacho.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 35 Cronograma del programa 6

6.- SEÑALETICA TURÍSTICA		2014				2015				2016				2017				RESPON SABLE	PRESUP UESTO	FINANCIA MIENTO	PRIORI DAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
SEÑALETICA TURÍSTICA	Diseño de los pictogramas																	Cabildo	\$ 300,00	Propia	Alta	Mediano
	Bannercon la imagen de cacique Baltacho																	Cabildo	\$ 200,00	Propia	Alta	Mediano
	Mano de obra para la colocación de los pictogramas.																	Cabildo	\$150,00	Propia	Alta	Mediano

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 36 Revitalización cultural

PROGRAMA	7.-REVITALIZACIÓN CULTURAL
<p>Involucrar a los elementos claves para que se efectuara la actividad turística dentro de un determinado lugar es primordial de modo que se organicen eventos donde ellos puedan ser partícipes al desarrollo cultural.</p>	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar e involucrar a los pobladores y visitantes a las actividades culturales.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cursos de danza folclórica 	<p>Esta es una actividad que se la desarrollará en el futuro como aporte a la comunidad.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Talleres de canto y pintura 	<p>Con la finalidad de que se cree un grupo juvenil que se encargue de representar a la comunidad y al museo en eventos de tipo folclóricos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Obras teatrales 	<p>Se contará con la participación de la comunidad y de los estudiantes de instituciones educativas cercanas para fomentar las actividades culturales.</p>

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Programa N. 7: Revitalización Cultural.

Objetivo: Estimular e involucrar a los pobladores y visitantes a actividades culturales.

Proyecto N.1 Talleres de Danza Folclórica

Los representantes de la comunidad consideran indispensable que se involucre de una u otra manera a la comunidad para que también aporten al desarrollo cultural y turístico del atractivo. Se realizarán actividades donde los jóvenes y adultos de la comunidad puedan distraerse y experimentar otras habilidades que les permitan aflorar su creatividad e involucrarse entre personas de la comunidad; dichas actividades se detallan a continuación:

- **Danza folclórica y teatro:** Con la intención que conforme un grupo juvenil que represente al museo y por ende a la comunidad en los diversos eventos de este tipo que se realicen en la provincia de Santa Elena.

FOTOGRAFÍA N° 7 Danza folclórica



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 37 Talleres de danza folclórica

Talleres de danza folclórica		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Cursos de danza folclórica	Directiva	\$500,00
Total		\$2000,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

Proyecto N. 2: Talleres de canto y pintura

- **Talleres de canto y pintura:** actividad con la finalidad de involucrar a la población y a los turistas para conocer sus destrezas y habilidades en el ámbito artístico, e incentivar su capacidad de aprendizaje.

En el caso de canto se instruirán por medio del instrumento musical como es el piano y guitarra donde los jóvenes y adultos se preparen, conozcan técnicas para tocar dichos instrumentos con el propósito de que en este lugar se vayan formando talentos en este ambiente artístico para que puedan representar al museo y a la comunidad. Además de técnicas de pinturas en lienzo donde los estudiantes pondrán en juego su creatividad y plasmarán sus obras, también podrán ser exhibidas en el museo. Este proyecto se espera realizar en un periodo a largo plazo hasta que el museo cuente con los recursos necesarios para emprender este

tipo de actividades de vinculación con la colectividad, aportando en la educación y cultura de la población.

FOTOGRAFÍA N° 8 Talleres de canto y pintura



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 38 Talleres de canto y pintura

Talleres de canto y pintura		
Actividad	Responsables	Presupuesto
Talleres de canto y pintura	Directiva	\$1600,00
Total		\$1600,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CUADRO N° 39 Cronograma de programa 7

7.- REVITALIZACIÓN CULTURAL		2014				2015				2016				2017				RESPON SABLE	PRESUPU ESTO	FINANCIA MIENTO	PRIORI DAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
REVITALIZACIÓN CULTURAL	Danza folclórica																	Cabildo	\$ 900,00	Propia	Media	Mediano
	Talleres de canto																	Cabildo	\$ 900,00	Propia	Media	Mediano
	Talleres pintura																	Cabildo	\$900,00	Propia	Media	Mediano
	Talleres de teatro																	Cabildo	\$900,00	Propia	Media	Largo

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

4.1.3.3 Ejecuciones programas

CUADRO N° 40 Total de presupuesto de los proyectos

TOTAL PRESUPUESTARIA DE LOS PROYECTOS		
PROGRAMAS	ESTRATEGIAS	PRESUPUESTO
Mejoramiento del ambiente paisajístico del destino	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reparación y remodelación de la fachada ✓ Adecuación paisajística del entorno 	\$ 16.650,00
Mejoramiento y conservación de las piezas arqueológicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Restaurar e Inventariar las piezas arqueológicas. ✓ Implementar vitrinas, pedestales, bases para ponerlos en valor. 	\$ 2.000,00
Marketing del destino	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de la marca del museo ✓ Diseño de publicidad 	\$ 1.400,00
Implementación de nuevos servicios en los exteriores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño de Locales de venta de souvenir. ✓ Recuerdos y fotos 	\$2.400,00
Formación del recurso humano	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación del personal de guianza y animadores turísticos. ✓ Fomentar el conocimiento en cultura e información turística en los estudiantes de la localidad. 	\$ 3.000,00
Señalética turística	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementación de señalética 	\$ 650,00
Revitalización cultural	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rescate y recopilación de información de elementos tangibles e intangibles de la cultura 	\$ 3.600,00
TOTAL		\$ 29.150,00

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

CONCLUSIONES

El Plan de Desarrollo Turístico para la conservación y puesta en valor del Museo Cacique Baltacho contiene estrategias que permitirán darle solución a las problemáticas que se presentaron en este trabajo de investigación. La declaración de los principios rectores como la Filosofía, Misión, Visión, Políticas y Objetivos permitirá a que el museo logre mejorar y fortalecer su entorno.

Mediante este documento se comprobó que la situación actual del museo no permite estar en las condiciones necesarias para habilitar y brindar servicio de calidad al cliente, además de analizar las partes internas y externas del museo realizando un análisis F.O.D.A. donde se detallan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con el cual determinó la situación actual y se plantearon las soluciones logrando un desarrollo óptimo.

El Museo Cacique Baltacho, como se detectó en el planteamiento del problema, no se encuentra turísticamente activo, debido a la falta de promoción, planes estratégicos, implementación de la infraestructura, conservación del patrimonio cultural y aplicación de servicios complementarios, que son puntos primordiales para que el servicio que el museo preste sea capaz de satisfacer las necesidades de los turistas.

Estas son las estrategias que se presentan para que el museo mejore su actividad turística involucrando a la población a ser partícipes en este desarrollo económico, social y cultural.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la ejecución inmediata de la propuesta presentada del Plan de Desarrollo Turístico para el Museo Cacique Baltacho de la comunidad de San Marcos. Se deben aplicar las estrategias planteadas en el Plan Estratégico Turístico para que de esta manera se cumpla con los objetivos planteados en esta propuesta.

Establecer un sistema de capacitaciones para que los integrantes del museo se adapten al proceso del desarrollo turístico, entre ellas: servicio al cliente, hospitalidad, solución de problemas, dinámicas grupales, entre otras.

A la asociación, aceptar la ayuda brindada por las autoridades, o plantearle nuevas estrategias de ayuda para no tener inconvenientes al laborar.

Utilizar la información brindada en este trabajo con el propósito de que sea utilizado con fines turísticos y que aporten al desarrollo económico, social y cultural de la localidad.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Alonso Luis. (2007). *Museología introducción a la práctica del museo*. Madrid: Istmo.
- Ander Egg, Ezequiel. (2006). *Introducción a la planificación*. Caracas: El Cid.
- Andrew, K., & Bravo, I. (2006). *La organización y gestión de museos*. España: boletin
- Ansoff, Igor. (1965). *El paradigma emergente del comportamiento estratégico*. Caracas: Revista investigación y gerencia vol.5 .
- Ansoff, Igor; Evas, Kras. (2008). *desarrollo sustentable*. (dykinson, Ed.) Madrid-España: urbanos editorial.
- Beatriz Chacón. (2009). *Economía y desarrollo*. México.
- Benhamon. (1997).
- Bernal César. (2005). *Metodología de la investigación*. España: Praticce Hall.
- Bernales Jorge. (2004). *Historia del arte Hispanoamericano*. Barcelona: Alambra.
- Bigné. (2000).
- Blanco Manuel. (2009). *Deontología turística y conciencia turística*. España: Diana.
- Bolaños. (1997).
- Bote Gómez. (2006). *Turismo en espacio rural*. Madrid: Popular.
- Boullón Roberto. (2007). *ILa actividad turística y recreacional*. Madrid: Trillas.
- Camargo. (1989).
- Capace . (2002).
- Chandler, Alfred; Asuaga, Carolina. (2008). *Portal Iberoamericana de gestión Cultural*. Canadá.
- Collerette, Pierre & Gilles. (2006). *La planificación del cambio. Estrategias de adaptación para las organizaciones*. Mexico: Trillas.
- Egg, A., & Ames, P. (2006). *La Gestión de los Museos*. México: Ediciones Trea.
- Giordani. (2004). *Planificación*. España.
- Giordani; Asuaga, Carolina. (1982-2008). *planificación- gestión de museos*. (Asunción, Ed.)

- Giovio, Paolo. (2009). Humanista italiano. Italia.
- Henry Mintzberg. (2008). Planeación Estraégica. México.
- Hernandez Sevilla. (2007). Estudios de las muestras sub grupo de la población.
España: Versache.
- Hernandez Roberto. (2007). Metodología de la investiación.México: Mc Graw Hill.
- ICOM. (1946). ConsejoInternacional de museos. Haya: UNESCO.
- ICOM. (2006). Consejo Internacional de Museos "estatutos de museos".Madrid: Voluntad.
- Igor Andrews. (s.f.).
- Jong; Skougaard. (1985).
- Kenneth Andrews. (1965).
- Kotler Philip. (2001). Estrategias y Marketing de Museos.España: Ariel.
- Krugman Paul. (2010). La era de la productividad. España: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Lee Colin. (2005). Modelo de Planificación. Madrid: Pirámide.
- Lugo, Raúl A. Méndez. (2008). Método y vinculación de la Museología Ccomunitaria. Colombia.
- Matus, Carlos. (2006). Política, Planificación y Gobierno. Caracas: Altadir.
- Mcintosh, Goeldner y Ritchie. (1995).
- Méndez Lugo. (2005). La importancia de la sociedad civil en la conservación del patrimonio cultural. México: Tepic.
- Middleton, Victor. (2001).
- Miriam Arroyo. (2008). Fundadora del Programa de Museos Comunitarios. INAH.
- Molina Sergio. (2004). Planificación Territorial. México.
- Molina, G., & Alonso, L. (2006). Museología: Introducción a la Práctica del museo. España-Madrid: Ediciones Istmo.
- Mollins Pera. (2007). Teoría de Planificación.Caracas: CEP-FHE-UCV.
- Morgan, Pritchard. (1999).
- Morgan, Pritchard. (2008). Imágenes de la organización. México: de ac.v.

- Rafael Muñiz Gonzalez. (1987).
- Riviére Georges. (2005). La Museología. Madrid: Akal.
- Russel Thomas. (2007). Publicidad. México: Prentice.
- Sabino, & Curiel, E. (2005-2008). Turismo Cultural y Medio Ambiente. Madrid-España: dykinson.
- Savia. (2004). Economía y gestión de viaje N.9. España.
- Varine Hugues. (2008). Los museos en el mundo. España: Salvat.
- Widner Serge. (2002). Gestión Estretégica. Suiza.
- Xulio Pardellas, Carmen Pardin. (2010). Economía y desarrollo. México: revista°19.

PAGINAS WEB

Consejo internacional de museografía: institución (ICOM)

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm>

http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo5/Pages/5.5/555ps_Estrategia.htm

<http://www.uv.es/~ten/p61.html>

<http://www.monografias.com/trabajos52/museologia-museo/museologia-museo2.shtml#ixzz2hvkvg3fD>

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

ENCUESTAS DIRIGIDA A TURISTAS

Tema: Plan estratégico turístico de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural en el centro de interpretación museo Cacique Baltacho de la Comuna San Marcos, Parroquia Colonche de la Provincia de Santa Elena, año 2014.

Objetivo: Obtener información real de los turistas y de los visitantes del museo Cacique Baltacho en la comuna San Marcos, parroquia de Colonche cantón y provincia Santa Elena mediante la aplicación de encuestas que permitirán determinar su calidad de conformidad e intervención con la propuesta del plan estratégico turístico que se presentara.

Encuestador: :.....

1. Sexo

Masculino Femenino

2. Edad

15-30 31-45 46-55 56-65 más de 65

3. Educación: Nivel De Instrucción

Sin instrucción Primaria Secundaria Universitaria Postgrado

4. Lugar de residencia _____

5. ¿Con que frecuencia suele visitar museo durante su visita a un sitio turístico?

Nunca Poco Casi siempre Siempre

6. ¿Ha visitado usted el museo Cacique Baltacho?

SI NO

8. ¿Sabe usted donde se encuentra ubicado el Museo Cacique Baltacho?

SI NO

9. De las siguientes opciones seleccione 3 de los servicios que considere importante dentro de un museo

Centro de información	<input type="checkbox"/>	Zona de esparcimiento y descanso	<input type="checkbox"/>
Guardia de seguridad	<input type="checkbox"/>	Señalética informativa	<input type="checkbox"/>
Guianza especializada	<input type="checkbox"/>	Coffee-bar	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	Imágenes visuales	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación es el indispensable para la promoción de un museo?

Internet	<input type="checkbox"/>	Televisión	<input type="checkbox"/>
Vallas publicitarias	<input type="checkbox"/>	Dípticos	<input type="checkbox"/>
Trípticos	<input type="checkbox"/>	Prensa escrita	<input type="checkbox"/>

11. Marque según su criterio cuál de los siguientes ítems es primordial dentro de un museo

Conservación de las piezas	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>
Servicio	<input type="checkbox"/>	Costos	<input type="checkbox"/>
Información	<input type="checkbox"/>	vías de acceso	<input type="checkbox"/>

12. Dentro de las dinámicas de guianza mencione en cuál de ellas le gustaría participar

Obras teatrales	<input type="checkbox"/>	Concursos de pinturas	<input type="checkbox"/>
Incentivos por participación	<input type="checkbox"/>	Buen turista	<input type="checkbox"/>
Bailes folclóricos	<input type="checkbox"/>		

Gracias por su colaboración



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

ENCUESTAS DIRIGIDA A TURISTAS DEL MUSEO

Tema: Plan estratégico turístico de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural en el centro de interpretación museo Cacique Baltacho de la Comuna San Marcos, Parroquia Colonche de la Provincia de Santa Elena, año 2014.

Objetivo: Obtener información real de los turistas y de los visitantes al museo Cacique Baltacho en la comuna San Marcos, parroquia de Colonche cantón y provincia Santa Elena mediante la aplicación de encuestas que permitirán determinar su calidad de conformidad prevención con la propuesta del plan estratégico turístico que se presentara.

Encuestador:

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. Edad

15-30

31-45

46-55

56-65 más de 65

3. Educación: Nivel De Instrucción

Sin instrucción

Primaria

Secundaria

Universitaria

Postgrado

4. Lugar de residencia

5. ¿Ha visitado recientemente el museo?

Menos de un mes

menos de un año

más de un año

6. Desde su punto de vista las vías de acceso en qué estado se encuentran

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

7. ¿En qué estado usted considera que se encuentra el museo?

Conservado

presentado

deteriorado

8. ¿Qué valor pondría Ud. Según considere importante las piezas que se encuentran dentro del museo?

1

2

3

4

5

9. Califique al personal de guianza que labora en el centro e interpretación museo Cacique Baltacho.

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

10. De las siguientes opciones seleccione 3 de los servicios que considere importante dentro y que le hace falta al museo

Centro de información

Zona de esparcimiento y descanso

Guardia de seguridad

Señalética informativa

Guianza especializada

Coffee-bar

Venta de souvenir

Imágenes visuales

11. Marque según su criterio cuales de los ítems que hace falta en el museo Cacique Baltacho

12.

Conservación de las piezas

Mejorar Infraestructura

Mejorar Servicio

Costos accesibles

Información

Servicios básicos

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

Tema: Plan estratégico turístico de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural en el centro de interpretación museo Cacique Baltacho de la Comuna San Marcos, Parroquia Colonche de la Provincia de Santa Elena, año 2014.

Objetivo: Obtener información real de los turistas y de los visitantes al museo Cacique Baltacho en la comuna San Marcos, parroquia de Colonche cantón y provincia Santa Elena mediante la aplicación de encuestas que permitirán determinar su calidad de conformidad e intervención con la propuesta del plan estratégico turístico que se presentara.

Entrevistador: :.....

DATOS PERSONALES:

Nombre: _____

Ocupación: _____

Años de experiencias: _____

PREGUNTAS

1. ¿Qué es turismo cultural para usted?

2. ¿Cree usted que es necesario mejorar la actividad cultural en la comuna de San Marcos para que los turistas conozcan el museo Cacique Baltacho?

3. ¿Cree usted que en la actualidad el museo está en las condiciones para recibir a los turistas?

4. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de un plan estratégico turístico de conservación y valoración del patrimonio cultural en el centro de interpretación museo Cacique Baltacho?

5. ¿Cuál sería el aporte de la institución que usted preside para la ejecución del plan estratégico turístico al museo?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FOTOGRAFÍA N° 9 Museo Cacique Baltacho



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 10 Ingreso principal al Museo Cacique Baltacho



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 11 Parte interna del museo



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 12 Imagen de Cacique Baltacho



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 13 Piezas de barro



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 14 Piezas en mal estado



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 15 Utensilios y joyas



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 16 Tejidos y agujones



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 17 Guía del museo



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FOTOGRAFÍA N° 18 Autoridades del cabildo de San Marcos



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FICHA N° 3 Ficha de observación directa

➤ *Visita dirigidas al Museo Cacique Baltacho en reconocimiento de su territorio.*

Durante la visita se recorrió las instalaciones del museo Cacique Baltacho para observar el estado actual en el que se encuentra dicho patrimonio, se observó el lugar en la parte interna y externa donde se pudo determinar el estado de conservación de las piezas arqueológicas que en el existen, sus formas, decoraciones, usos y la evolución histórica de la cerámica que se encuentran en el museo, además de su infraestructura. Se entablaron conversaciones con las autoridades competentes de la localidad para conocer acerca de las problemática y necesidades que ellos poseen.

Objetivo

- ✚ Identificar las problemáticas existentes dentro del museo.
- ✚ Realizar el inventario de las piezas arqueológicas.
- ✚ Coordinar trabajos y reuniones para la búsqueda de soluciones.

Presentación del museo parte interna y externa

Durante el periodo de investigación hay que mencionar que los directivos prestaron toda la información para la realización de este trabajo de tesis. El presidente de la Comuna San Marcos Sr. Inocencio Pozo Magallanes, manifestó que las falencias que existieron en el museo se debe a que las administraciones anteriores no le prestaron la debida atención a este patrimonio cultural, por tal razón se encuentra el museo en estado deteriorado. Al mostrarnos la parte interna del museo se observó el estado de las piezas, estas no se encuentran en las condiciones para la presentación hacia los turistas.

➤ **Puesta en común y cierre**

Una vez finalizada el recorrido en el museo, el guía nos manifestó que si llegaban visitas por partes de extranjeros y se llevaban una mala imagen del mismo. Pero la visita más frecuente que tiene el museo es la de los estudiantes de la zona y de universidades que realizan investigación de campo.

El horario de atención: 08H00 a 17H00 pm

Participantes: Máximo 15 estudiantes.

Recurso: Museo Cacique Baltacho

Nota: no tiene ningún valor la entrada. Pero si se cuenta con una ayuda voluntaria.

 Ficha de observación y estado del Museo Cacique Baltacho 					
Características	Conservado	Deteriorado	Bueno	Malo	Regular
Estado de Museo Cacique Baltacho		√			
Parte externa del Museo		√			
Parte interna del museo		√			
Estado de las piezas arqueológicas					√
Estado de las conchas existentes en el Museo				√	
Estado de los tejidos				√	
Estado de las joyas en el Museo			√		
Estado de la réplica Baltacho	√				
Ficha de control de visitas en el Museo			√		
Reunión del cabildo comuna					√

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FICHA N°4 Observación



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FICHA N° 5 Observación 2

SEGUNDA VISITA AL MUSEO



FICHA DEL
CONTROL DE
VISITAS EN EL
MUSEO.



ESTADO DE LAS
JOYAS QUE
EXISTEN EN EL
MUSEO



TOMA DE FOTOS
DE CACIQUE
BALTACHO



REUNIÓN DEL
CAVILDO
COMUNAL

Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)

FICHA N°6 Observación 3
TERCERA VISITA AL MUSEO



Elaborado por: Balón Mirabá Yomaira. (2013)



- JOYAS
- RÉPLICAS



- TEJIDOS



- PIEZAS EN MAL ESTADO

FICHA N°7 Atractivo 1 Museo Cacique Baltacho

Museo Cacique
Baltacho



CATEGORÍA:
**MANIFESTACIONES
CULTURALES**
TIPO:
MUSEO



NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo Cacique B

PROPIETARIO: Comuna San Marcos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Histórico

SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

JERARQUÍA: II

✓ **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

LATITUD: -2.03333

LONGITUD: -80.63333

PROVINCIA: Santa Elena

CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Colonche

SECTOR: San Marcos

✓ **CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS**

- Palmar
- Colonche
- Guangala

FICHA N° 8 Tradiciones y costumbres



✓ DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo Cacique Baltacho

PROPIETARIO: Comuna San Marcos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Histórico

SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

JERARQUÍA: II

FICHA N° 9 Gastronomía



✓ DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo Cacique Baltacho

PROPIETARIO: Comuna San Marcos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Histórico

SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

JERARQUÍA: II

FICHA N° 10 Costumbre



✓ DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo Cacique Baltacho

PROPIETARIO: Comuna San Marcos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Histórico

SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

JERARQUÍA: II

FICHA N° 11 Tradición



✓ DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo Cacique Baltacho

PROPIETARIO: Comuna San Marcos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Histórico

SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

JERARQUÍA: II