



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA DE ENSAYO:  
“REACTIVACIÓN TURÍSTICA EN TIEMPOS DE COVID-19 EN EL  
COMPLEJO REAL ALTO DE LA COMUNA PECHICHE, PROVINCIA DE  
SANTA ELENA 2023”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTORA:  
JESSICA PAOLA DE LA A MUÑOZ.**

**LA LIBERTAD- ECUADOR**

**Agosto-2023**

### **Aprobación de profesor tutor**

En mi calidad de profesor tutor del trabajo de titulación, **“Reactivación turística en tiempo de covid-19 en el Complejo Real Alto de la comuna Pechiche, Provincia de Santa Elena 2023”**, elaborado por la Srta. **Jessica Paola De La A Muñoz**, egresada de la Carrera **Gestión y Desarrollo Turístico** de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico**, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**



---

**Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga; MSc.**

**PROFESOR TUTOR**

### **Autoría del trabajo**

El presente trabajo de Titulación denominado “**Reactivación turística en tiempo de covid-19 en el Complejo Real Alto de la comuna Pechiche, Provincia de Santa Elena 2023**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Jessica Paola De La A Muñoz**, con cédula de identidad número **2400215030** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Atentamente,**



---

**Jessica Paola De La A Muñoz**

**C.I. 2400215030**

## **Agradecimiento**

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena agradezco por haberme dado la oportunidad de formarme académicamente con el fin de obtener un conocimiento amplio sobre las diferentes directrices que se lleguen a presentar en mi campo profesional.*

*A mis maestros de cátedra que, con su gran dedicación y aportes de conocimiento en cada una de las asignaturas, me han generado una sensatez en dar soluciones a posibles problemas que se puedan ostentar en mi vida profesional.*

*A mi profesor guía quien ha sido un apoyo, debido a su dedicación y predisposición de tiempo que me ha permitido encaminar esta investigación de acuerdo a los lineamientos establecidos para la elaboración del mismo.*

*A mis padres y hermanos por ser los pilares fundamentales en este arduo y largo camino donde me han brindado el apoyo incondicional para que pueda continuar con mi proceso académico, por sus palabras, confianza y ánimos que me han demostrado todo este tiempo estoy culminado con éxito esta nueva etapa de mi vida, por eso estoy eternamente agradecida y este logro también es de ustedes.*

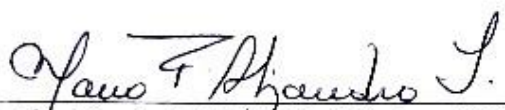
*Jessica Paola De La A Muñoz.*

## **Dedicatoria**

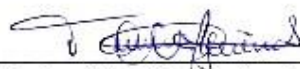
*El presente trabajo se lo dedico a Dios por haberme permitido seguir adelante con mi propósito y además darme sabiduría para no desfallecer en los obstáculos que se hayan presentado en el transcurso de mi carrera con el fin de seguir adelante con este proceso y culminarlo con éxito.*

*Asimismo, a mis padres y hermanos que han sido un soporte fundamental, me han generado confianza y apoyo para crecer profesionalmente dándome la oportunidad de continuar con mis estudios.*

*Jessica Paola De La A Muñoz.*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

Leda. María F. Alejandro Lindao, MBA  
**DECANA DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



Leda. Tannia K. Aguirre Suárez MSc.  
**DIRECTORA DE LA CARRERA  
DE GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO**



Ing. Jhony E. Yumisaca Tuquíngua MSc.  
**PROFESOR TUTOR**



Ing. Joel A. Fortis Suárez, MSc.  
**PROFESOR ESPECIALISTA**



Abg. María M. Rivera González, MSc  
**SECRETARIA GENERAL**

**ÍNDICE DE CONTENIDO**

APROBACIÓN DE PROFESOR TUTOR .....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VII
Resumen .....	VIII
Abstract.....	IX
Introducción.....	1
Desarrollo .....	2
Conclusiones.....	14
Referencias .....	15



**REACTIVACIÓN TURÍSTICA EN TIEMPOS DE COVID-19 EN EL  
COMPLEJO REAL ALTO DE LA COMUNA PECHICHE, PROVINCIA DE  
SANTA ELENA 2023.**

**AUTORA:**

**Jessica Paola De La A Muñoz**

**TUTOR:**

**Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.**

**Resumen**

La pandemia ha generado una serie de aspectos negativos como consecuencia la baja producción económica por el cierre de empresas turísticas, al igual que, esto provocó la disminución de visitas en el Complejo Real Alto e incluso la disminución de actividades turísticas dentro de la localidad, por lo tanto, la presente Investigación tiene como objetivo principal analizar la importancia que tiene la reactivación turística en tiempos de COVID-19 en el Complejo Real Alto. Por ello, se realizó una revisión bibliográfica de fuentes secundarias. Entre los resultados obtenidos, se ha concluido que existen acciones que se adaptan con la situación del sitio arqueológico del Real, por lo que, al aplicar la participación de las comunidades éste contribuirá a que la población se interese en los eventos culturales, asimismo, el manejo de información en las redes será de mayor beneficio en la reactivación de este sitio cultural.

**Palabras claves:** Reactivación turística, Complejo Real Alto, acciones, resiliencia.





**TOURISM REACTIVATION IN TIMES OF COVID-19 IN THE REAL ALTO  
COMPLEX OF THE PECHICHE COMMUNE, PROVINCE OF SANTA  
ELENA 2023.**

**AUTHOR:**

**Jessica Paola De La A Muñoz**

**TUTOR:**

**Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.**

**Abstract**

The pandemic has generated a series of negative aspects such as triggering the low economic production due to the closure of tourism companies, just as this caused the decrease in visits in the Real Alto Complex and therefore the decrease in tourist activities within the town, therefore, the main objective of this research is to analyze the importance of reactivation. tourist in time of COVID-19 in the Real Alto Complex. Therefore, a bibliographic review of secondary sources was carried out. Among the results obtained, it has been concluded that there are actions that adapt to the situation of the archaeological site of the Real, so that by applying the participation of the communities this will contribute to the population being interested in cultural events, also the management of information in the networks will be of greater benefit in the reactivation of this cultural site.

**Keywords:** Tourism reactivation, Real Alto Complex, actions, resilience

**Título: Reactivación turística en tiempos de covid-19 en el Complejo Real Alto de la comuna Pechiche, Provincia de Santa Elena 2023.**

**Introducción**

En los últimos años, debido a la pandemia, la industria turística mundial ha experimentado algunos impactos que han ocasionados los cierres de las empresas del sector turístico tales como: alojamientos, alimentos y bebidas, de ocio y recreación entre otras, no cabe duda que, en Ecuador, en la provincia de Santa Elena también, se ha visto afectada por esta situación, un claro ejemplo es el Complejo Real Alto, el cual cerró sus instalaciones, trayendo como consecuencia una baja productividad de sus actividades, por lo que, hoy es importante organizar ciertos lineamientos que permitan la reactivación de sus actividades.

Por tal motivo, el presente Trabajo se enfoca en la reactivación turística en tiempos de Covid-19 en el Complejo Real Alto, en la comuna de Pechiche, provincia de Santa Elena, en el año 2023, por lo que, este estudio plantea la interrogante ¿Qué importancia tiene la reactivación turística del Complejo Real Alto? Para ello, se tiene como objetivo principal analizar la importancia de la reactivación del sitio arqueológico Real Alto en tiempos de Covid-19 y destacar con ello, el valor que tienen las acciones para cumplir el propósito de este trabajo.

En consecuencia, se considera que la revisión bibliográfica de varios autores como Armas y Zumbana (2021); Brizzi y Frunniz (2020); Chicaiza (2021); Coronel (2021); Encarnación (2020), entre otros han brindado algunas pautas para desarrollar posibles soluciones, cómo identificar qué acciones son importantes para reactivar el complejo Real Alto, también, argumentar qué estrategias serán efectivas para reactivar este sitio cultural y del mismo modo seleccionar qué medidas son fundamentales para la reanudación del statu del sitio arqueológico.

No hay duda que, al inducir estas acciones en el Complejo va a permitir que la población local se interese en desarrollar habilidades para que el sitio se forje en un espacio cultural y resiliente, además que, el desarrollo de habilidades y técnicas en el manejo de información en las plataformas, ayudarán a que los visitantes accedan y disfruten de estos espacios, mejorando así la productividad económica de la localidad.

Por último, este Trabajo se ha dividido en las siguientes partes: *Introducción* con datos específicos del tema, luego el *Desarrollo* de la investigación realizada por los Autores mencionados anteriormente, y finalmente las *Conclusiones* y *Referencias* pertinentes que permiten comprender el análisis de esta investigación.

## **Desarrollo**

El Turismo es uno de los principales iconos que contribuye a la producción económica del país, ya que los sitios turísticos ofrecen una variedad de atractivos para las personas, creando así, una gestión económica local de los servicios, sin embargo, el turismo, siempre, ha sido influenciado por diferentes aspectos, ya sean medioambientales, sociales o políticos entre otros y tal es el caso, que fue el Covid-19 que, entre otras cosas ha paralizado diversas actividades, debido al alto índice de contagios ocurridos en los últimos años, provocando el cierre de todos los establecimientos turísticos e instalaciones.

En todo caso, en la provincia de Santa Elena, también, se vio afectado el turismo por esta situación y un claro ejemplo es el Complejo Real Alto, un sitio que prevalece la identidad cultural de la Comuna Pechiche, por lo que, es indispensable reactivar sus actividades para que así, el valor cultural de la zona siga proyectándose como uno de los sitios más significativos que tiene esta localidad.

Es considerable agregar que, la reactivación del Complejo es fundamental debido a que este sitio atrae, mayormente, visitantes nacionales como internacionales y esto sea para investigaciones arqueológicas o simplemente, la visita de turistas para conocer los hechos más predominantes de la historia que recae en esta comunidad.

Además, Proaño et al. (2021) mencionan que la reactivación turística es fundamental ya que el turismo se ha mantenido, en los últimos años, como actividad productiva para diversificar la economía. Por lo tanto, es necesario estructurar ciertas ideas para que la reactivación aumente y así se explique que el turismo puede salir de esta situación.

En este sentido, la Organización Mundial del Turismo (2020) se ha enfocado en el desarrollo de diferentes lineamientos para la intensificación de las actividades turísticas a fin de que, se pueda reactivar el turismo en cada uno de los lugares, por lo que esta organización destaca tres acciones prevalecientes que estimularán el pensamiento después de la pandemia.

Una de las principales acciones, es la participación comunitaria en los museos, de manera que, Narváez et al (2017) enfatizan que la participación comunitaria se basa en un proceso social que incluye intervenciones en los aspectos políticos, sociales, culturales y económicos del lugar y posibles soluciones a los mismos. En el mismo sentido Montesinos y Contreras (2019) señalan que la planificación de la comunidad

es para tomar decisiones sobre aspectos esenciales que sean beneficiosos para el desarrollo de su comunidad.

Esta acción es, sin duda, uno de los ejes que puede conducir a una reactivación vertiginosa de las actividades regionales, de modo que, Hurtado y Ocaña (2021) identifican que la gestión de los Museos debe considerar la adaptación digital, pero, también, señalan que las personas de la comunidad deben saber cómo usar estos medios para que la información proporcionada en estas plataformas sea apto al público a los que quieren llegar, al mismo tiempo que, crean una visión del amplio escenario en la promoción de sitios culturales, además, una tranquilidad para que los visitantes puedan estar seguros de que su estadía será placentera.

Otras acciones, además de los mencionados anteriormente fueron que las comunidades participaran en actividades culturales en su lugar de residencia, es decir, se establecieron vínculos de cooperación en cuanto a conocimientos y valores, de acuerdo a su vivencia de las tradiciones y costumbres que tiene su ciudad, estableciendo así que los visitantes que vienen a residir en el destino turístico están más interesados en este aspecto cultural.

Al mismo tiempo, Chicaiza (2021) indica que los museos estén más interesados en establecer diversos vínculos, es decir, relacionarse con la tecnología y las tendencias turísticas para que, el turismo se desarrolle, de manera más efectiva, después de la pandemia, aunque señaló que el turismo comunitario y los museos combinarán cultura y experiencia con las actividades de la comunidad, creando así, nuevos espacios turísticos, es decir, los individuos son capaces de vivir sus vidas y tener nuevas experiencias, lo que permite una reevaluación de la identidad cultural de esta comunidad.

También, señala Chicaiza que, para reactivar las actividades de estos sitios, se debe dar alguna orientación con estos dos componentes, es decir, capacitar a los miembros de la comunidad en aspectos de preservación de bienes físicos e intangibles con el objetivo de que puedan crear conciencia sobre los aspectos culturales, mientras que, la incorporación de técnicas de marketing en función del pueblo ha sido factible en el desarrollo turístico de la comunidad de Yunguilla.

De acuerdo a lo que revelan los autores, se puede destacar que la reactivación del complejo Real Alto, relativo a estos parámetros, evidencia que el turismo en esta localidad tiene diferentes perspectivas, seguro de continuar con sus actividades, de manera adecuada, por lo que la comunidad de Pechiche necesita conocer las nuevas

tendencias para poder innovar sus productos, de acuerdo a los gustos y preferencias de los visitantes con el fin de que éstos aprecien los servicios prestados.

Al alentar a las Comunidades aledañas de la parroquia de Chanduy a participar en el turismo, la reactivación del Complejo será posible ya que, mediante capacitaciones la gente puede desarrollar ideas sobre el valor de los aspectos culturales. Para ello, es necesario abordar ciertos temas como: capacitar a la comunidad para que tenga conocimientos en el área de gestión de tecnología, vincular las estrategias a las tendencias para que la comunidad y los empleados del sitio participen de las innovaciones en las actividades en curso con el objetivo de abrir nuevas perspectivas para la comunidad de Chanduy.

También, se indican la siguiente acción sobre los espacios culturales sostenibles y resiliente, que se definen como áreas importantes de la identidad cultural de la ciudad, de modo que esta contribuya a la intensificación de las actividades turísticas. En tanto, Velasco y Sama (2017) indican que son zonas de: creencias, tradiciones, que han generado un mayor interés en la comunidad, entre otros, para promover el valor cultural e histórico de una ciudad que se puede adquirir. Por su parte, Dosso (2000) menciona que es un sitio donde las manifestaciones culturales de un lugar son más prominentes, es decir que, al sobresalir la existencia de los valores culturales de una localidad, influye en el interés de los visitantes por comprender de los hechos históricos que se ofrecen en el destino.

Si bien hay que destacar que la resiliencia, también, ha ganado mayor énfasis en el sector turístico es así como Casa (2020) analiza que la resiliencia está aportando a que los espacios turísticos se planifiquen con la adaptación de modelos de destinos inteligentes sostenibles, es decir, que las autoridades se proyectan en potenciar los escenarios culturales y ambientales de la zona, además que, esto permite concientización a la población sobre los valores culturales y naturales existentes de un lugar.

Gracias a lo que se expone como los conceptos más resilientes de los espacios culturales se tienen en cuenta ciertas estimaciones. Brizzi y Fruniz (2020) manifiestan que los museos se han visto afectados por la pandemia, debido a que la alta tasa de contagios aumenta, día a día, lo que lleva al cierre de sus actividades, razón por la cual, se han estructurado nuevas estrategias para solucionar este problema para reabrir estos espacios con más eficiencia. Sin embargo, la investigación se enfoca en crear

espacios resilientes con la ayuda de las comunidades, es decir, que sus actividades tomen nuevas perspectivas para que los visitantes puedan disfrutar de su estadía.

Por ello, analizan que los espacios turísticos son una fuente de actividades más sustentables y sostenibles, ya que el estar en zonas remotas ayuda a una persona a estar en contacto con la naturaleza, lo que crea espacio para la distracción emocional. Señalan que, al adaptar nuevos eventos en los Museos, como espectáculos folclóricos, bailes o exposiciones de nuevos hallazgos arqueológicos, han creado un nuevo entorno en el que el visitante tiene grandes expectativas de bienes culturales. Además, al incorporar el conocimiento de los profesionales y las comunidades, harán un aporte útil para que estas medidas sean razonables al momento de abrir los sitios, ya que, al brindar información, también, buscan humanizar a los empleados y visitantes, siendo más conscientes y cautelosos con lo que se tiene hoy.

En el mismo sentido, Arocha (2020) se refiere a que los museos deben adaptarse a la situación de la pandemia, ya que se deben tomar ciertas medidas para que se puedan retomar las actividades, tal como hacer un preámbulo sobre los espacios culturales con la adaptación de nuevas tecnologías como las TIC que han ayudado a superar esta situación. Incluso, destaca que después de la pandemia los sitios deben ser más seguros, debido a que la sociedad tiene una perspicacia, en cuanto a las vivencias que ha generado la pandemia como las inseguridades de poder contagiarse, por lo tanto, el conocimiento del profesional, la comunidad y los administradores de los establecimientos turísticos deben tener ciertas perspectivas en cuanto a la creación de espacios más resilientes de forma que este llame la atención al público. Sin embargo, para que su realización sea efectiva, también, conlleva a que las autoridades de las localidades tengan ciertos protocolos o normativas que permitan que la situación de la pandemia sea controlada, de manera que, así el visitante pueda disfrutar de estos espacios, coadyuvando a que la reactivación sea efectiva.

Al comparar las propuestas de los autores, respecto a la reactivación del Complejo Real Alto, se puede evidenciar que las medidas de bioseguridad, la tecnología, estrategias entre otros, ayuda a que el sitio pueda sobresalir en el mercado, claro está que, se debe manejar con una planificación precisa, para que así su reactivación sea favorable. Si bien, el Complejo Real Alto al incluir la resiliencia en sus instalaciones va a permitir que el visitante tenga un ambiente agradable durante la permanencia del recorrido, se integrarán productos que resalten los valores culturales que ofrece el sitio arqueológico.

Por ello, los gestores de la comunidad del Complejo Real Alto que están inmersos en la activación del turismo deben generar puntos favorables para que así el destino sea más sostenible y resiliente, del mismo modo se sugiere contar con la participación de los profesionales del área turística, puesto que, serán más efectivos las estrategias que se lleguen a incorporar para el desarrollo turístico de esta localidad.

Cabe mencionar que, el Complejo Real Alto al estar ubicado en una zona rural, permite recrear espacios de tranquilidad ligado con la naturaleza que proporciona el mismo, es algo que necesita el turista: estar apartado de la ciudad donde se promueva la seguridad; ahora para que esto se forje se debe capacitar al personal que labora en el Complejo para así proveer una mejor atención al público con la finalidad de que el visitante sienta satisfacción durante su recorrido en las instalaciones del Museo Mogote.

Por ello, es necesario que el turista sea consciente del mayor disfrute de los aspectos culturales que ofrece el Complejo Real Alto, por lo que, se debe contar con otras actividades o acciones como: reestablecer la estancia de artesanías, asimismo, otras de las experiencias que puede generar el sitio es que luego del recorrido en las instalaciones, se realice una representación artística con las tradiciones y costumbres del lugar, de manera que, esto motive a los visitantes a valorizar la identidad cultural del sitio, además, será algo novedoso que estas actividades se forjen, por lo tanto, sería factible indagar con el personal administrativo del complejo para que se incorporen este tipo de ideas, debido a que esto tendría gran aceptación con el público.

Otras de las acciones a identificar son las alianzas estratégicas en los Museos, acerca de este tema, Castellano, et al. (2020) indican que las alianzas se caracterizan en generar ciertos aspectos positivos cuya finalidad es tratar de cumplir con todos los objetivos planteados, de manera que, esto permita tener nexos y beneficie a ambas partes. Por otro lado, Rosales, et al. (2018) resaltan que son tácticas que se han caracterizado en los establecimientos para captar la atención del público, es decir que, al implementar nuevas ideas con otros productos obtienen mayores beneficios.

En este mismo sentido, García, et. al (2021) analizan ciertos parámetros que contribuyen a las alianzas estratégicas un soporte para que los museos puedan sobresalir de esta crisis, es decir que, al planificar ciertas directrices junto con otros sitios de esta índole genere el interés del público en conocer o informarse de los sucesos históricos que proporciona un sitio, generando así, que los museos se expandan a nivel nacional e internacional. Otras de las ideologías que analiza es la

adaptación de los museos digitales, debido a que, en los últimos años, ha tenido mayor aceptación con el público y esto se da al interactuar en las plataformas digitales, lo cual ha implicado que se interesen en conocer las costumbres y tradiciones que contiene una localidad.

Desde otra perspectiva Salazar (2021) manifiesta que los museos deben adaptarse a estas tendencias tecnológicas para que así, las actividades de estos sitios sigan generando interés en el público, si bien el museo de Antioquia adaptó estas medidas digitales para promocionar y llegar hacia su público objetivo cuya finalidad es que el público tenga conciencia del valor cultural que tiene este sitio, además que, esto evita no perder el desinterés de las manifestaciones culturales. Otras de las acciones que beneficia la reactivación del museo de Antioquia fue integrar alianzas con los productos turísticos de la zona con la finalidad de incrementar las visitas en la comunidad donde se encuentra ubicado el museo.

De acuerdo con las ideas expuestas, ahora, se profundiza respecto al caso de estudio del Complejo Real Alto como son las alianzas estratégicas en los museos uno de los campos que se deben incursionar para que así los productos turísticos puedan sobresalir en el mercado, es decir que, el complejo al inducir estos métodos serán necesarios adaptarlos, pero así mismo, debe incorporar profesionales de la rama para que así, al manejar los sitios web puedan ser favorables.

Asimismo, al organizar nuevas alianzas con las Empresas Turísticas que existen en la provincia de Santa Elena, sería un factor importante forjar vínculos de esta índole, porque al promocionar los productos de las empresas será viable incorporar las actividades que ofrece el Complejo Real Alto, de forma que, el visitante al adquirir los servicios de la oferta turística, también, tenga información de los sucesos históricos que puede encontrar si visita la comuna Pechiche.

Por lo tanto, se deben planificar estas acciones para que así el Complejo Real Alto pueda sobresalir en sus actividades, además, se necesita que el personal del Complejo esté comprometido para que pueda adaptar estas medidas con mayor facilidad, debido a que, esto va a generar nuevas perspectivas para el sitio arqueológico con su público.

En concordancia a lo expuesto es importante, indicar que al reactivar los museos se detallan que las estrategias han sido un punto específico para generar componentes de solución a ciertos problemas que se van presentando dentro de las empresas o de cualquier situación, por ello, Rivera y Malaver (2011) establecen que



las estrategias son un conjunto de ideas que conlleva a un trabajo cooperativo con estándares de organización, es decir que, se tiene un control de todos los recursos que serán inmersos en la toma de decisiones, de manera que, esto permita mejorar las ventajas competitivas a corto, mediano o largo plazo dentro del negocio. Asimismo, Tarziján (2018) identifican que las estrategias son un medio por el cual se pueden establecer ciertas directrices de acuerdo al objetivo planteado de la empresa con el fin de obtener nuevos ingresos, pero esto, depende de una planificación para que así, todos los recursos sean rentables y se puedan alcanzar las metas.

En definitiva, el marketing digital es un icono en la implementación de la tecnología debido a que, genera ciertas pautas para coadyuvar en los negocios, es decir, teniendo nuevas ideas en promocionar sus servicios. Es así como Armas y Zumbana (2021) enfatizan que se desarrolló un Plan de Marketing digital en el que éste permitió gestionar ciertos puntos para reactivar el turismo cultural de la ciudad de Ambato, debido a que la pandemia dejó afectada a gran parte de todas las actividades del campo turístico, económico y en el sector social, por ello, se evidencia que los medios digitales han permitido promocionar los sitios de esta localidad, lo cual provocó el interés en los visitantes a ingresar a esta localidad. No obstante, en los resultados se evidencia que el turismo cultural tardará en recuperarse al 100%, pero con las herramientas y los medios digitales ayudan a que este ámbito surja con gran efectividad para promocionar sus actividades.

En este sentido, en Ambato, están incursionando en el marketing de contenido, es decir que, al postear información sobre fotos y videos de los sitios culturales, debajo de la descripción agregan un enlace que les permite direccionar al sitio web del lugar, por tal motivo, esto permite que los visitantes se interesen en obtener información para visitar estos sitios, generando así una efectividad en la reactivación turística de esta zona, de igual forma, ha sido fructífero porque los visitantes disfrutan de la experiencia que brinda esta ciudad.

Otro autor Reaño (2021) deduce que el marketing digital tiene como propósito generar nuevas perspectivas para incentivar a la demanda turística, debido que, al estructurar estrategias como el marketing de contenido, también, se enfoca en la publicidad de aliados que permite realizar nexos con otras plataformas para que el público conozca más sobre el Museo Arqueológico Nacional Brüning esto ayudó, a que los usuarios que están inmersos a la tecnología puedan involucrarse en el tema de las actividades del ámbito cultural, es decir que, esta plataforma genera una

segmentación sobre los gustos y preferencias que tienen los internautas, de manera que, esto permitió que la información del museo llegue a los posibles usuarios, con la finalidad de que ellos puedan conocer sobre los hechos históricos que contiene el museo, además, que proporciona en los individuos nuevas perspectivas para sus posibles viajes de forma presencial, por lo que, fue viable para la reactivación de actividades en el Museo Arqueológico Brüning.

En todo caso, también, es conveniente recalcar lo que, Coronel (2021) enfatiza sobre las estrategias que han sido favorables para las actividades del Centro Cultural Metropolitano de Quito, debido que, al efectuar estas tácticas generan el propósito de resaltar y promover el turismo, mediante, el uso de las redes sociales, es decir que, los datos obtenidos, mediante, su investigación fue que, en su gran mayoría, la pandemia afectó las visitas en este lugar, de modo que, aún se ve reflejada cierta incertidumbre: si después de la pandemia este sitio será concurrido por los visitantes. No obstante, se constató que las herramientas tecnológicas son un punto específico que deben ser utilizados, de manera correcta para captar la atención del público.

Para tal efecto, se deducen ciertos puntos, entre ellas: mejorar el contenido que se origina en su página web del sitio para sus redes sociales, es decir, mostrar pequeños videos en 3D, de manera que, permita visualizar el contenido del Centro cultural Metropolitano con la finalidad de captar la atención hacia el público objetivo; otra de las tareas es el trabajo en equipo, es decir, conocer la organización del lugar, para así establecer nuevos puntos que ayuden a que el Centro Cultural pueda ser más accesible y además, permitirá una mejor atención al público, debido a que el personal está capacitado.

En cuanto a Vargas, et al. (2021) indicaron que los medios tecnológicos ayudan a reforzar que las actividades en los establecimientos se puedan generar, de una manera proactiva, debido a que, las redes sociales son tendencias en los que el individuo está inmerso para captar informaciones relevantes, por eso, hoy en día, los sitios adaptan esta modalidad debido a la situación de la pandemia, por ello, el museo Casa Batlló implementó este método para generar nuevas expectativas en los individuos que tienen preferencias sobre las manifestaciones culturales.

De allí que, se planificó el tipo de información a colocar en las redes sociales, para que así el público se pueda ir involucrando de las actividades que realizaba el Museo, de forma que los resultados obtenidos gracias a las técnicas implementadas, permitió identificar que, al aplicar las visitas digitales en 3D los usuarios pudieron

conocer más sobre las instalaciones de este sitio cultural, generando así nuevas perspectivas para el espectador, asimismo, realizaron nuevas alianzas como un circuito cultural con los museos de la zona, genera un plus para que los sitios de este lugar se reactiven, además que, el turista pueda disfrutar de la diversidad cultural que se está ofreciendo esta localidad

En definitiva, al involucrar el marketing digital en el Complejo Real Alto sería un aporte positivo para que la reactivación sea viable, puesto que el público, hoy en día, está a la expectativa de las nuevas aplicaciones que contienen las plataformas digitales, por lo tanto, se recomienda adoptar estas medidas para que así las visitas a este sitio sean concurridas, generando así que, el Complejo Real Alto se dé a conocer tanto a nivel nacional como internacional.

Ahora bien, el Complejo Real Alto posee gran riqueza cultural que contiene la comuna Pechiche, debido a que en él se pueden evidenciar las costumbres y tradiciones de sus ancestros, además de los objetos que, ellos utilizaban en esa época, también, como las culturas que estuvieron asentadas en un determinado tiempo, todo este tipo de información se planificará para que esté en su página web y a la vez en las redes sociales con la finalidad de que el público conozca de este sitio cultural.

Para lograr audiencia con el público se adopta esta medida de postear información sobre el Complejo, por lo que, se adjunta en su descripción el enlace que lleve a la página web del sitio, con la finalidad de generar interés en los espectadores, claro está que, también, se publicara que el complejo cuenta con todas las medidas de bioseguridad y con el personal, altamente capacitado, debido a que, el público, hoy en día, necesita despejarse y tener nuevas experiencias, puesto que, la pandemia ha dejado secuelas en la sociedad, por lo que, las actividades turísticas serán un soporte para que los individuos puedan sentirse cómodos durante su visita.

Es importante reiterar que, el Complejo Real Alto al aplicar estas técnicas, éstas serán favorables para su reactivación, puesto que, la sociedad está inmersa con el Internet, debido a que, cada individuo posee un teléfono inteligente, de manera que, ayuda a que el público pueda conocer aún más sobre los vestigios arqueológicos que tiene el Museo Mogote. Si bien, el Complejo cuenta con una página web se tendría que mejorar y darle un adecuado manejo en cuanto a la información que se llegue a postear, de igual forma, se deben incluir las redes sociales como soporte de promoción para que así, los usuarios al ingresar al sitio web observen sobre las actividades que realiza el Complejo.

Por eso, es conveniente postear información, mediante, videos en 3D, esto resaltará las instalaciones que contiene el Museo Mogote, del mismo modo, también, reflejara el paisaje que brinda este lugar, lo cual, permitirá que el visitante pueda observar la tranquilidad y comodidad que ofrece el sitio.

Por lo tanto, es considerable organizar estas tácticas con el personal del Complejo Real Alto, cuyo fin es establecer pautas sobre manejo de grupo para que así el visitante se sienta satisfecho durante su visita y motive a que recomienden el lugar con sus amistades.

Sobre las bases de las ideas expuestas, es relevante acotar que las medidas de bioseguridad para este ámbito son fundamentales, es así como Tykhonova y Widman (2021) aluden que la pandemia ha dejado varias consecuencias en todos los campos del sector productivo, tanto comercial como turístico, en todo caso, al analizar los efectos de la pandemia han señalado que la seguridad es un icono indispensable para restablecer las actividades en todos los sitios.

En este sentido, se comprende que la seguridad es uno de los campos que genera confianza en los sitios para ser visitados por los individuos, de manera que, permita la tranquilidad de las personas. Zubiaur (2016) menciona que la seguridad en los museos se basa en algunos componentes, entre ellos: la seguridad de los objetos, medidas de seguridad contra incendios, medidas de bioseguridad, control de inventarios, entre otros, por ello, se debe realizar una planificación para que estos sitios se encuentren en buen estado, para que así las personas puedan llevarse una de las mejores experiencias del lugar. Mientras que, Marín (2018) especifica que los museos son instalaciones donde se permite que los objetos más apreciados por la sociedad estén en un lugar de conservación, de modo que, éstos deben tener una planificación para cualquier situación que se forje en un determinado tiempo, con la finalidad de precautelar la seguridad e integridad de los objetos de las instalaciones.

Por ello, se demuestra que la seguridad es uno de los componentes que deben tener los sitios para que así, los visitantes tengan tranquilidad en los destinos, de modo que, en los últimos años, la seguridad es una prioridad, debido a que la pandemia ha dejado aspectos negativos en todos los lugares, por eso, Encarnación, (2020) expresa sobre los efectos que ha ocasionado la pandemia en los museos, de modo que se refleja, el deterioro de los establecimientos, escasas visitas en el lugar, poca productividad económica, despidos del personal, inseguridad por el alto índice de contagios, entre otros. Sin embargo, enfatiza posibles soluciones como ha sido la transformación

digital como un ícono para llamar la atención del público, al mismo tiempo con la aplicación del marketing digital.

A todo ello, lo que más enfatiza son las medidas de bioseguridad que se están incursionando como un ícono para que las actividades puedan retornar, de manera efectiva, por lo que, los museos han adoptado un Plan de Contingencia para el manejo y reapertura de sus actividades, lo cual ha sido fructífero, porque en los últimos años las visitas de forma presencial se han normalizado con este accionar, lo cual ha permitido en el visitante, disfrutar de los sitios sin ningún temor y llevarse una experiencia única del lugar.

Asimismo, la Comisión de la Unión Europea (2021), estructuró diversas directrices para restringir los efectos de la pandemia en la reanudación de las actividades en los sectores culturales y creativos, de forma que, se detalló que los Centros Culturales deben contar con un plan de preparación que establezca las medidas de prevención del virus SARS-COV-2, de modo que, esto ayude a controlar los contagios, además que, las actividades de estos sitios sea efectivas en su reactivación, también, se pudo constatar que el Plan de Vacunación que se ha generado en todo el mundo es de mayor relevancia, puesto que, ayuda a que la población esté más segura para visitar cualquier espacio de entretenimiento con la finalidad de que, las actividades de los sitios culturales se tornen más seguras precautelando así la integridad y el bienestar de los visitantes que llegan a estos lugares de esparcimiento.

Como se ha venido expresando, al identificar estas acciones que son preponderantes para restringir los efectos de la pandemia ha permitido que la reactivación turística sea viable para el Complejo, por lo que, se puede considerar que el tema de protocolos de bioseguridad es fundamental, debido a que la sociedad necesita precautelar su seguridad, de manera que, incite el ingreso de los visitantes al Complejo Real Alto de esta comunidad.

Por lo tanto, al comparar estas evidencias con el Complejo Real Alto, la pandemia ha dejado secuelas como: el bajo ingreso de turistas a las instalaciones, el deterioro de las instalaciones, poca productividad económica, despido del personal, entre otras, ahora bien, para contrarrestar estos efectos, el Complejo debe tener un control que especifique sobre las aplicaciones que va a incidir en el manejo de la tecnología, las medidas de bioseguridad que va a implementar en su reactivación, de manera que, permita que el personal tenga un conocimiento amplio para retornar sus actividades.

Evidentemente el sitio arqueológico para reactivarse debe adaptar las medidas que ha estructurado el Instituto de Cultura y Patrimonio (2020) de igual manera, han generado una planificación de todas las acciones que se podrán llevar a efecto en los sitios culturales como son: el distanciamiento de 2m, uso de mascarillas, uso de alcohol y el 50% de ocupación en los establecimientos, el personal que cuente con todas las medidas de bioseguridad, entre otros. Sin duda alguna, hoy en día, estas disposiciones son elementales, debido a que han forjado mayor efectividad dentro de la provincia de Santa Elena, puesto que, el índice de contagios es bajo y esto conlleva a que los visitantes ingresen a esta localidad sin ningún inconveniente.

En todo caso, al tener estos aspectos positivos dentro de la provincia de Santa Elena ayuda a que los sitios culturales puedan reactivarse, de una forma vertiginosa, por lo tanto, al aplicar estos puntos como: colocar un stand de desinfección con los implementos de alcohol, señaléticas de las medidas de bioseguridad con indicaciones de desinfección, entre otros, esto va a permitir que el Complejo Real Alto pueda reactivar sus actividades, puesto que, los visitantes van a tener una perspectiva positiva del establecimiento, debido a que utilizan las medidas de bioseguridad como requisito principal para la apertura de sus actividades, provocando así que, ellos puedan apreciar aún más sobre el Museo Mogote y las otras instalaciones que contiene el mismo, con la finalidad de que las actividades puedan reactivarse y que los visitantes se lleven una experiencia única e inigualable del sitio arqueológico.

Además, se evidencia que el Complejo deberá planificar un Plan de contingencia para ir adaptando ciertos puntos que ayuden a contrarrestar los problemas que se vayan a ir suscitando con el pasar del tiempo como fue el caso de la pandemia, por lo que, estos parámetros van a permitir que el personal esté preparado y organizado para responder en un caso de emergencia y así el sitio arqueológico no cierre sus instalaciones en su totalidad.

## **Conclusiones**

Se concluye que, para la reactivación del sitio arqueológico se deben efectuar las siguientes acciones: promover los procesos participativos donde se involucren las comunas aledañas de la Comuna Pechiche, ya que, esto permite que la población se integre en los eventos culturales, al igual que se intensificara el valor cultural de la zona accediendo a que el sitio arqueológico sea un escenario resiliente y sostenible para el ingreso de visitantes en la localidad.

Por otro lado, al implementar la promoción y comercialización de información del Complejo en las redes sociales va a permitir que esta estrategia sea más relevante en los aspectos informativos del lugar, por lo que, es importante rediseñar la página web del sitio con la finalidad de que los espectadores observen los sucesos históricos que contiene el Museo Mogote, también, es preferible que se efectúe un Plan de Medios con la finalidad de que la imagen del Complejo sea más atractivo para el público.

Finalmente, se puede evidenciar que al aplicar las habilidades y técnicas de los profesionales será factible para el Complejo, puesto que, este accionar antes mencionado va a permitir planificar pautas que ayuden a valorizar los aspectos culturales del Museo Mogote, por lo tanto, esto contribuye a que las autoridades competentes de turismo, administración personal del Complejo y la población local trabajen, conjuntamente, para obtener los beneficios hacia la comunidad. Otro de los aspectos que se debe incorporar son los planes de contingencia para que así el Complejo pueda sobrellevar situaciones que se puedan generen con el pasar del tiempo y así enfrenten los problemas sin ningún inconveniente.

## Referencias

- Armas, S., y Zumbana, J. (2021). *El marketing digital para la reactivación del turismo cultural durante el covid-19*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32681/1/ZUMBANA%20SANTAMARIA%20JESSICA%20%20AZUCENA.pdf>
- Arocha, F. (2020) *Museos participativos en cuarentena: los retos de los nuevos modelos museológicos de Tenerife en los escenarios covid y poscovid*. [Tesis de pregrado, Universidad La Laguna]  
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/21911/Francisco%20Nauzet%200Arocha%20Alonso%20TFG%20Museos%20Participativos%20en%20Cuarentena%20Los%20Retos%20de%20los%20Nuevos%20Modelos%20Museol%C3%B3gicos%20de%20Tenerife%20en%20los%20Escenarios%20COVID%20>
- Brizzi, A., y Fruniz, J. (2020). Museo en cuarentena: repensando nuestras prácticas. *Revista de investigaciones y propuestas educativas*.  
[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/116860/CONICET\\_Digital\\_Nro.dade7c01-3194-4829-b852-8b69ab10d0ab\\_B.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/116860/CONICET_Digital_Nro.dade7c01-3194-4829-b852-8b69ab10d0ab_B.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Casa, E. (2020). Resiliencia cultural y reconversión del espacio colectivo. Un paso hacia la sostenibilidad. En C. M. Yory. *Editorial Universidad Católica de Colombia*, 59-87.  
<https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/669bb168-f5a4-48e2-910c-1ce338786ea1/content>
- Castellano, C., Cano, P., Martínez, J., y Sánchez, D. (2020). De lo tradicional a un nuevo enfoque de microempresas: Modelo conceptual de alianzas estratégicas. *Revista Scielo*, 29, 1-30.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-62662019000100204](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-62662019000100204)
- Chicaiza, M. (2021). *El museo como complemento para el desarrollo del turismo comunitario: caso de estudio Yunguilla, Pichincha – Ecuador*. [Tesis de gardo, Universidad Central del Ecuador]  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/25734/1/UCE-FACSO-SUB-CHICAIZA%20MERY.pdf>



- Comisión Unión Europea. (2021). *Directrices de la UE para la reanudación segura de las actividades en los sectores culturales y creativos. COVID-19*. <http://travesia.mecd.es/portaln/jspui/bitstream/10421/9166/1/directrices-UE-reanuacion-covid19.pdf>
- Coronel, I. (2021). *Estrategias para el fomento de actividades culturales y turísticas en el centro cultural Metropolitano de Quito durante el covid-19*. [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Israel] <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2829/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADMP-378.242-2021-028.pdf>
- Dosso, R. (2000). Los espacios culturales: hacia una red integrada e incluyente de núcleos potenciales en ciudades intermedias. *Centro de Investigaciones Turísticas*, 1-37. <http://nulan.mdp.edu.ar/836/1/00541.pdf>
- Encarnación, C. (2020). El museo de América en tiempos del covid-19: crónica de un cierre y de una reapertura. *Anales del Museo de América* , 180-185 . <https://www.culturaydeporte.gob.es/museodeamerica/dam/jcr:c223b71c-0262-491e-a434-ce0ea836c23c/13-anales-del-museo-de-america-xxviii-2020-hidalgo-180-185.pdf>
- García, M., Ascencio, K., Ponce, A., y Cuya, J. (2021). Transformación digital en los museos públicos de Perú. *ENAP*. <http://revista.enap.edu.pe/article/view/4641/5212>
- Hurtado, I., y Ocaña, E. (2021). *Análisis de los factores que inciden en la co-creación de valor público entre una entidad estatal y la comunidad. El caso de los proyectos de gestión del patrimonio cultural del Museo de Sitio de Pachacamac*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú] [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/21147/HURTADO\\_MANRIQUE\\_OCA%c3%91A\\_LOPEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/21147/HURTADO_MANRIQUE_OCA%c3%91A_LOPEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural . (2020). *Protocolo general de bioseguridad para la prevención de contagios del covid-19 en museos de sitios de áreas arqueológicas y paleontológicas* . <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/Protocolo-1-cultura-sitios-arqueologicos.pdf>
- Marin, M. (2018). Conservación preventiva en museos. *Educación y Museos-Universidad de Murcia* , 1-129.

<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/61100/1/TFM%20Laura%20Leal.pdf>

- Montesino, E., y Cronteras, P. (2019). Participación ciudadana en la gestión pública: Una revisión sobre el estado actual. *Revista Venezolana de Gerencia* , 1-17. <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356004/29059356004.pdf>
- Narváez, M., Fernández, G., y Gutierrez, C. (2017). Participación de las Comunidades Organizadas en el desarrollo turístico local (Paraguaná – Venezuela). *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 106-120. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767007/html/>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo cultural y covid-19*. <https://www.unwto.org/es/turismo-cultural-covid-19>
- Proaño, G., López, C., y Chérrez, R. (2021). La situación turística actual del Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *FIPCAEC*, 6(1), 29-39. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/426/748>
- Reaño, L. (2021). *Marketing digital para incrementar la demanda turística en el museo arqueológico nacional brüning* . [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán] [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9391/Rea%  
b1o%20Miranda%2c%20Laleshka%20Jazm%  
adn.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9391/Rea%c3%b1o%20Miranda%2c%20Laleshka%20Jazm%c3%adn.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rivera, H., y Malaver, M. (2011). *¿Qué estudia la estrategia?* Universidad del Rosario. [https://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/a0/a0235d32-301a-4066-9027-789035821cb3.pdf](https://www.urosario.edu.co/urosario_files/a0/a0235d32-301a-4066-9027-789035821cb3.pdf)
- Rosales, A., Arechavala, R., y Vargas, J. (2018). Alianzas estratégicas, sus propósitos, duración y evolución hacia la internacionalización. *VinculaTégica EFAM*, 1-7. [http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vincultagieca\\_4/4%20GZZ\\_ARECHAVALA\\_VARGAS.pdf](http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vincultagieca_4/4%20GZZ_ARECHAVALA_VARGAS.pdf)
- Salazar, B. (2021). La transformación de los museos en tiempos de pandemia. *Extensión Cultural* , 128. [https://medellin.unal.edu.co/revista-extension-cultural/images/documentos/Revista\\_Extension\\_Cultural\\_66.pdf#page=128](https://medellin.unal.edu.co/revista-extension-cultural/images/documentos/Revista_Extension_Cultural_66.pdf#page=128)
- Tarziján, J. (2018). *Fundamentos de estrategias empresarial*. Ediciones Universidad Católica de Chile . <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=HIV8DwAAQBAJ&oi=fnd&p>

g=PT17&dq=conceptos+de+estrategias+empresariales&ots=\_ZxkcUD118&sig=1dHu1vIwbXAJ3EaqpneXyBiItgI#v=onepage&q=conceptos%20de%20estrategias%20empresariales&f=false

Tykhonova, O., y Widman, S. (2021). *Consecuencias de la pandemia para los museos del mundo 2020-2021.*

<https://evemuseografia.com/2021/10/14/consecuencias-de-la-pandemia-para-los-museos-del-mundo-2020-2021/>

Vargas, A., Mínguez, E., y Yusim, R. (2021). La adaptación digital de los museos post covid-19: oportunidades y retos para su transformación tecnológica. El caso de Casa Batlló en Barcelona. *HERMUS*, 81-103.

<https://raco.cat/index.php/Hermus/article/view/394974/488433>

Velasco, H., y Sama, S. (2017). *Cuerpo y espacio símbolos y metáforas, representación y expresividad en las culturas.* Editorial Universitaria Ramón Areces.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NJiHDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=conceptos+de+espacios+culturales+&ots=n0CGV19HTi&sig=uQ8wKV9123X5bDVWYab7cpH4CyI#v=onepage&q=conceptos%20de%20espacios%20culturales&f=false>

Zubiaur, J. (2016). *La seguridad en los museos.*

<https://www.zubiaurcarreno.com/curso-de-museologia/capitulo-7-la-seguridad-en-el-museo-medidas-de-seguridad-contra-robo-agresion-e-incendio/>