



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“LA LIBERTAD CIUDAD ARQUEO-HISTORICA  
PATRIMONIAL: PLAN DE ACCIÓN PARA LA PUESTA EN  
VALOR TURÍSTICO A TRAVES DEL MARKETING MIX”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTOR: SOFÍA ELIZABETH CEVALLOS RÍOS**

**TUTOR: ING. VERÓNICA PONCE CHALEN**

**LA LIBERTAD – ECUADOR  
2012**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“LA LIBERTAD CIUDAD ARQUE-HISTÓRICA  
PATRIMONIAL: PLAN DE ACCIÓN PARA LA PUESTA EN  
VALOR TURÍSTICO A TRAVES DEL MARKETING MIX”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTOR: SOFÍA ELIZABETH CEVALLOS RÍOS**

**TUTOR: ING. VERÓNICA PONCE CHALEN**

LA LIBERTAD – ECUADOR  
2011

**La Libertad, 07 de Diciembre del 2011**

**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “LA LIBERTAD CIUDAD ARQUEO-HISTÓRICA PATRIMONIAL: PLAN DE ACCIÓN PARA LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICO A TRAVÉS DEL MARKETING MIX” elaborado por la Sra. SOFÍA ELIZABETH CEVALLOS RÍOS 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 Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....  
**ING. VERÓNICA PONCE CHALEN**  
**TUTOR**

## DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis padres **Daniel Cevallos** y **Norma Ríos** que han apoyado todas las etapas importantes de mi vida con su amor y comprensión. A mi esposo **Eduardo Naranjo** quien forma parte especial en mi vida.

**Con Amor**

**SOFIA**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que es dueño de nuestras vidas y el universo quien es el pilar fundamental y ocupa el primer lugar en este agradecimiento por ser el que me ha proporcionado los recursos intelectuales y materiales para realizar este trabajo.

A mis padres, y mi esposo que con su amor y comprensión han estado alentándome durante toda mi etapa estudiantil y ahora en esta recta final que es de gran importancia en mi desarrollo profesional.

Al Msc. Enrique Palma Chenche, quienes me han apoyado durante todo el proceso de mi tema de tesis brindándome su apoyo y conocimiento para la culminación de esta etapa estudiantil.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, quien ha sido semillero de grandes profesionales y líderes que han aportado con sus conocimientos al desarrollo de nuestra querida Provincia a la cual recordaré con mucho cariño y llevaré en alto su nombre con el conocimiento adquirido en sus aulas..

Por último a todas aquellas personas que me ayudaron de una manera incondicional en la realización de mi trabajo de Tesis como mi gran amiga Gabriela Bastidas que me apoyo en todo momento.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, Msc  
DECANA DE LA FACULTAD  
C.C. ADMINISTRATIVAS

---

Lcdo. Erick López Reyes  
DIRECTOR DE ESCUELA  
HOTELERÍA Y TURISMO

---

Ing. Verónica Ponce Chalen  
TUTOR

---

Lcdo. Enrique Palma Chenche, Msc  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Milton Zambrano Coronado, Msc  
SECRETARIO - PROCURADOR

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

**“LA LIBERTAD CIUDAD ARQUEO –HISTÓRICA PATRIMONIAL:  
PLAN DE ACCIÓN PARA LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICO A  
TRAVÉS DEL MARKETING MIX”**

**RESUMEN**

**Autor:** Sofía Elizabeth Cevallos Ríos

**Tutor:** Ing. Verónica Ponce Chalen

La Libertad es un cantón que posee muchos recursos culturales y patrimoniales que no han sido difundidos y promocionados de la manera correcta para que constituyan un poderoso atractivo turístico y que lo posicione como un destino de importancia en la Provincia de Santa Elena a ser difundido a nivel local, nacional e internacional. Que a su vez constituiría una fuente de ingresos considerable para los moradores de dicho cantón. Por lo tanto la presente tesis tiene como principal objetivo “posicionar al cantón de la Libertad como un destino arqueo-histórico patrimonial a través de un plan de marketing mix ofertando su principal atractivo que es la riqueza arqueológica e histórica que posee” Para lograr este objetivo se diseñó un Plan de Marketing para el cantón La Libertad, mediante un estudio técnico científico, Como proceso metodológico se aplicaron diversos tipos de investigación de carácter cuali-cuantitativo con soporte bibliográfico y documental. El estudio se inicia con el marco de referencia de definiciones conceptuales acerca del Turismo Arqueológico- Patrimonial, Histórico y Cultural. A continuación se realiza el análisis comparativo con otras ciudades que han realizado un plan de marketing para redireccionar y promover los atractivos culturales e históricos que poseen, así también determinando los aspectos históricos, demográficos, socioeconómicos, culturales y ambientales, aplicándose encuestas, entrevistas, En base a la información procesada y sistematizada finalmente se diseñó un Plan de Marketing Mix aplicando todos sus componentes que contribuirán al desarrollo turístico de este cantón. Como conclusión la propuesta planteada se direcciona a que los habitantes del Cantón La Libertad posean un atractivo lo suficientemente fuerte para que compita con otros destinos populosos que son reconocidos a nivel nacional e internacional con la finalidad de que sea reproducido en otras ciudades para así salvaguardar nuestra historia y cultura.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ÍNDICE DE CUADROS	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	ix
INTRODUCCIÓN	1
<b>Capítulo I</b>	
<b>Patrimonio y Turismo.....</b>	<b>Pág. 3</b>
1.1 Patrimonio.....	3
1.1.1 Tipos de Patrimonio.....	4
1.1.2 Componentes del Patrimonio.....	4
1.1.3 Legislación.....	5
1.1.4 Turismo.....	9
1.1.5 Turismo Cultural.....	12
1.1.5.1 Tipologías de atracciones Culturales.....	15
1.1.6 Importancia del Turismo.....	17
1.1.7 Sinergia Turismo-Patrimonio.....	19
1.2 El perfil del Consumidor del Turismo Cultural.....	22
1.2.1 Requisitos básicos para su desarrollo.....	22
1.3 El Turismo arqueológico e histórico.....	24
1.3.1 Tipos de Productos Patrimoniales - Culturales.....	26
1.4 Las ciudades Histórico-Patrimoniales.....	28
1.4.1. Análisis de casos.....	31
1.5 El Patrimonio Arqueológico.....	35
1.5.1. Ubicación Geográfica.....	38
1.5.1.1 Límites.....	38
1.5.1.2 Hidrografía.....	38
1.5.2 Antecedentes Históricos.....	39
1.5.3 Aspectos Demográficos.....	41
1.5.3.1 Educación.....	41
1.5.3.2 Salud.....	42
1.5.4 Economía y Comercio.....	42



1.5.5 Problemática Patrimonial.....	43
1.5.5.1 Oportunidad Turística y Necesidad de conservación.....	46
1.6 Marketing.....	48
1.7 Turistización y Marketing .....	49

## **Capítulo II**

### **Metodología y Diseño de La Investigación.....56**

2.1 Población y Muestra.....	57
2.2 Tipos de Investigación.....	58
2.3 Recopilación de información.....	58
2.4 Tratamiento de información.....	59
2.5 Población y Muestra.....	59
2.6 Tratamiento y análisis de datos.....	61
2.6.1 Análisis de datos.....	61
2.7 Presentación de los resultados.....	61
2.8 Conclusiones de las Encuestas.....	74
2.9 Encuesta a Habitantes del cantón La Libertad.....	75
2.10 Conclusiones de las encuestas aplicadas a los moradores.	85
2.11 Observación Directa.....	85
2.11.1 Espectro Oportunidad Turística.....	85
2.12 Resultados de las Entrevistas.....	92

## **Capítulo III**

### **Plan de Acción para la Puesta en Valor Turístico de La Libertad, como Ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial, a Través del Marketing Mix**

3.1 Presentación.....	95
3.2 Misión.....	96
3.3 Visión.....	96
3.4 Valores.....	97
3.5 Objetivos.....	98
3.5.1 Objetivo General.....	98
3.5.2 Objetivos Específicos.....	98
3.6 Diagnóstico y Análisis Estratégico.....	99
3.7 Mix Marketing.....	100
3.7.1 Producto Turístico.....	100
3.7.2 Precio.....	102
3.7.3 Plaza.....	103
3.7.4 Promoción.....	105
3.8 Estrategia de Marketing Interno.....	106
3.8.1 Logotipo y Slogan.....	107
3.8.2 Consideraciones de costos.....	107
3.9 Presupuesto.....	108
3.9.1 Publicidad.....	108
3.9.2 Objetivo Publicitario.....	109
3.9.3 Diseño de publicidad.....	109
3.10 Televisión.....	110
3.10.1 Radio.....	111

3.10.2 Folletería.....	.111
3.11 Fuentes de financiamiento.....	.112
3.11.1 Financiamiento.....	.113
3.12 Indicadores de gestión.....	.113
3.12.1 Objetivos.....	.114
3.12.2 Mecanismos de control y evaluación.....	.117
3.13 Seguimiento y Control.....	.119
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>120</b>
Conclusiones.....	120
Recomendaciones.....	122
<b>Bibliografía.....</b>	<b>123</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>125</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Ubicación de La Libertad.....	38
Gráfico # 2 Puerto La Libertad .....	39
Gráfico # 3: Restos Arqueológicos.....	40
Gráfico # 4: Refinería.....	42
Gráfico # 5: Estado Civil.....	62
Gráfico # 6: Edad de hijos.....	63
Gráfico # 7: Pregunta 1.....	64
Gráfico # 8: Pregunta 2.....	65
Gráfico # 8: Pregunta 3.....	66
Gráfico # 10: Pregunta 4.....	67
Gráfico #11:Pregunta 5.....	68
Gráfico # 12: Pregunta 6.....	69
Gráfico # 13: Pregunta 7.....	70
Gráfico # 14: Pregunta 8.....	71
Gráfico # 15: Pregunta 9.....	72
Gráfico # 16: Pregunta 10.....	73
Gráfico # 17: Estado Civil.....	76
Gráfico # 18: Edad de hijos.....	77
Gráfico # 19: Pregunta 1.....	78
Gráfico # 20: Pregunta 2.....	79
Gráfico # 21: Pregunta 3.....	80
Gráfico # 22: Pregunta 4.....	81
Gráfico # 23: Pregunta 5.....	82
Gráfico # 24: Pregunta 6.....	83
Gráfico # 25: Pregunta 7.....	84
Gráfico# 26: La Libertad.....	96
Grafico # 27 Canal de Marketing Directo.....	104
Grafico # 28 Logotipo.....	107

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro # 1: Población del cantón La Libertad.....	41
Cuadro # 2: Universo a Investigar.....	57
Cuadro # 3: Cálculo de la muestra.....	60
Cuadro # 4: Estado Civil.....	62
Cuadro # 5: Edad de hijos.....	63
Cuadro # 6: Pregunta 1.....	64
Cuadro # 7: Pregunta 2.....	65
Cuadro # 8: Pregunta 3.....	66
Cuadro # 9: Pregunta 4.....	67
Cuadro # 10: Pregunta 5.....	68
Cuadro # 11: Pregunta 6.....	69
Cuadro # 12: Pregunta 7.....	70
Cuadro # 13: Pregunta 8.....	71
Cuadro # 14: Pregunta 9.....	72
Cuadro # 15: Pregunta 10.....	73
Cuadro # 16: Cálculo de muestra.....	75
Cuadro # 17: Estado Civil.....	76
Cuadro # 18: Edad de hijos.....	77
Cuadro # 19: Pregunta 1.....	78
Cuadro # 20: Pregunta 2.....	79
Cuadro # 21: Pregunta 3.....	80
Cuadro # 22: Pregunta 4.....	81
Cuadro # 23: Pregunta 5.....	82
Cuadro # 24: Pregunta 6.....	83
Cuadro # 25: Pregunta 7.....	84
Cuadro# 26: Inventario de Bienes Patrimoniales.....	86
Cuadro # 27: Presupuesto de plan de acción.....	108
Cuadro # 28: Cronograma de actividades.....	110
Cuadro # 29: Costo de publicidad por TV.....	111
Cuadro # 30: Costo de publicidad por Radio.....	111
Cuadro # 31: Costo de publicidad por Trípticos.....	112
Cuadro # 32: Costo de Banner.....	112

**ÍNDICE DE ANEXOS**

**Anexo 1.....Pág. 125**

**Anexo 2.....Pág. 126**

## INTRODUCCIÓN

La presente propuesta plantea dos situaciones, la primera la demostrar el carácter urbano arque-histórico-patrimonial de La Libertad, y la definición de un producto turístico cultural-patrimonial de arque-histórico urbano para esta localidad a través del diseño de un plan de acción para la puesta en valor turístico del patrimonio cultural de la urbe, aplicando los criterios del marketing mix y de los modelos de gestión del patrimonio cultural urbano.

De esta forma se estaría devolviendo a la colectividad elementos esenciales de su identidad cultural urbana, a la vez de dotar al sector turístico local, provincial y regional de un nuevo atractivo y producto turístico alternativo. Eso sin mencionar el aporte cultural-educativo que para la comunidad significaría el rescate de su identidad y patrimonio, poniéndolo en valor y dándolo a conocer a nivel nacional e internacional a través del turismo, bajo la concepción general de “La Ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial como destino turístico”

Tal como sucede en otros países, donde se ha aplicado el concepto de turismo cultural, principalmente en Europa, donde basta con abrir cualquier folleto turístico de cualquier zona rural para ver cómo el patrimonio ocupa un lugar preponderante en su oferta turística.

Nuestra propuesta de “Un Plan de Acción Para La Puesta en Valor Turístico a Través del Marketing Mix Para el Cantón La Libertad” se basa en el criterio, concepto y contexto de las ciudades histórico-patrimoniales, considerando que se persigue la integración del turismo en un marco compatible con la sociedad y la economía local, que sea respetuoso con el medio ambiente y el patrimonio cultural de manera que preserve los recursos que integran el patrimonio para generaciones futuras y reparta de forma equitativa los resultados de las actividades económicas generadas en torno a él.

Ya que una ciudad donde el patrimonio constituye el núcleo central de su identidad urbana, donde su casco antiguo alcance la condición de pieza principal y máximo referente simbólico del conjunto edificado y que de la potencia y singularidad de este patrimonio se derive su atractivo como destino turístico. En tanto que la mayor parte de los visitantes que acudan a estos lugares vivan una experiencia de patrimonio, una

experiencia de identidad en sentido que la mayor parte de los visitantes que acudan a estos lugares vivan una experiencia de patrimonio, una experiencia de identidad en sentido amplio como una parte significativa de los flujos de turismo cultural.

En suma La Libertad posee recursos turísticos múltiples y heterogéneos, los efectos inciden sobre el conjunto de la realidad urbana y la totalidad de los componentes de la sociedad local actúan de forma directa o indirecta como agentes turísticos

Es así que se presenta el diseño de una plan de marketing mix para el cantón La Libertad, la cual resulta indispensable ya que permitirá convertir a este sector en un lugar turístico bien posicionado a nivel local, nacional e internacional, a través del turismo arqueo-histórico patrimonial e integrando los demás atractivos potenciales existentes, así como los requerimientos a nivel de servicios y actividades complementarias.

El primer capítulo hace referencia al marco teórico, en el cual se fundamenta el turismo como fuente de desarrollo económico, sus ventajas y desventajas, la sinergia existente entre turismo y patrimonio, la localidad como destino turístico y los aspectos geográficos, históricos y demográficos de la comunidad del cantón La Libertad, así como casos en otros países en los que se desarrolla este tipo de turismo.

En el segundo capítulo se hace referencia al diseño de la investigación que permitió estructurar los instrumentos de recolección de datos como: la aplicación de encuestas a moradores, turistas, entrevistas a servidores turísticos, como a representantes de organizaciones gubernamentales, que de una u otra manera ayudarán al proceso de este proyecto.

En el tercer capítulo se da a conocer sobre la misión, visión, políticas, y valores de la propuesta de un Plan de Marketing Mix para la puesta en valor turístico del cantón La Libertad, en el que ayudarán a la comunidad al desarrollo turístico y aprovechar los recursos históricos y culturales que posee.

# CAPÍTULO 1

## PATRIMONIO Y TURISMO

### 1.1 Patrimonio

Según J TRESSERRAS. (2011), Patrimonio es el conjunto de recursos que un pueblo ha creado a lo largo de la historia para asegurar su sobrevivencia y reproducción. Es la herencia que todos tenemos sin importar lo humilde que seamos.

El término Patrimonio aparece ya desde el siglo XVI, pero es allá por el XVIII cuando comienza adquirir un verdadero rango significativo. Claro que la referencia tenía que ver, sobre todo, con los edificios: Patrimonio eran aquellas construcciones, generalmente vistosas y ampulosas, que daban a entender quiénes eran sus propietarios. La posesión de Patrimonio, así, era un distintivo de las clases sociales altas.

La cosa fue cambiando en el siglo XIX, sobre todo empezó a valorarse lo que conocemos como *patrimonio artístico*, donde lo público se relacionaba con la historia y ya se actúa con un interés de conservar los edificios.

HERNANDEZ, J (2011) Pero es a finales del XIX y principios del XX cuando el asunto da un salto cualitativo. A la par que los movimientos de emancipación de las colonias de América Latina surge lo que conocemos hoy con el nombre de *Etnografía*. Ya el Patrimonio no es sólo lo físico, sino también todo lo inmaterial, lo oral, los antiguos oficios, etc. El concepto, como se explica, se transforma en algo mucho más amplio cuando los pueblos de aquella coordenada, intentaban buscar sus raíces. Así, el Patrimonio también estaba en la *Cultura Popular*. A finales del siglo XX, y en nuestros días, *Patrimonio* es un término en marcha que está en constante revisión. Hablamos del *Patrimonio Material* y del *Inmaterial*; de



que es un recurso social de beneficio; de que es una industria cultural (restaurar, por ejemplo, para sacar beneficio de los turistas); de que se relaciona con la sostenibilidad; o incluso como escenografía cultural (el caso de representaciones teatrales en las calles de cualquier núcleo histórico). PAG 48

### 1.1.1 Tipos de Patrimonio.

**Tangible:** arqueológico, arquitectónico, etnográfico o industrial.

**Intangible:** folclore-música, lengua (historia oral), artesanía, oficios, costumbres, deportes... y todo lo que se relacione con la oralidad (viene aquella visión de finales del XIX y el XX que decíamos). HERNANDEZ, J (2011) PAG 48

### 1.1.2 Componentes del Patrimonio.

1. AGENTES	2. PARADIGMAS	3. VALORES
Público Privado Sociedad Civil	Tradicionalista Monumentalista Mercantilista Participacionista	Estético Simbólico Histórico Científico (Educativo) Económicos

1. Lo que hemos de tener presente ante este esquema es que uno de los grandes problemas del Patrimonio actual es que la Sociedad Civil apenas tiene representación como agente. Y, por supuesto, hay una tendencia a reducir lo público y a ampliar lo privado.

2. Lo que esconde cada uno de los paradigmas es: ¿por qué proteger el Patrimonio? Cada perspectiva tiene una respuesta consciente, es decir, que no son inocentes. Por supuesto que lo ideal, en relación al agente de la Sociedad Civil, es que haya una gestión colectiva participacionista, que el Patrimonio sea un recurso para y por la demanda social. Sólo así puede protegerse y vivirse, verdaderamente, este Patrimonio, porque se siente propio.

3. Los Valores tienen que ver con el *para qué* proteger el Patrimonio. Puede ser por simple estética (visión primera de la historia) o como simbología de un pueblo (pasado simbólico), o como explotación turística, etc.

Es necesario asimilar y comprender de manera correcta este concepto que es de vital importancia al desarrollar este trabajo de tesis para poder posicionar al cantón La Libertad como una ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial, ya que nos ayuda a comprender el significado y el valor histórico que posee este cantón a través de su riqueza arqueológica e histórica, y de qué manera podemos por medio de ella salvaguardar y dar a conocer nuestro patrimonio. En todo el mundo, los sitios que pertenecen al patrimonio cultural y las ciudades de gran riqueza arquitectónica, histórica y cultural están convirtiéndose en destinos de elección para un número creciente de turistas. Cada vez más ciudades y sitios culturales pueden obtener ahora beneficios económicos del turismo y destinarlos a mejorar la conservación de su patrimonio, ofreciendo al mismo tiempo a sus habitantes nuevas oportunidades de empleo y obtención de ingresos.

### **1.1.3 Legislación**

La República del Ecuador cuenta con la Ley de Patrimonio Cultural y su reglamento, constante en el Registro Oficial 865 del 2 de julio de 1979, encargándose al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), velar por su correcto cumplimiento. La Ley hace referencia a la investigación, inventario, conservación, preservación, exhibición y promoción del Patrimonio Cultural del Ecuador, comprometiendo a las personas naturales y jurídicas, fuerzas armadas, policía civil y aduanera a su colaboración para la defensa del Patrimonio Cultural. Establece una declaración de bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación y la obligación de sus tenedores de comunicar al Instituto de Patrimonio Cultural su existencia para su inventario. Se establece también la propiedad del Estado sobre los bienes arqueológicos del suelo, subsuelo y fondo marino.

No priva al propietario, de ejercer derechos de dominio sobre los bienes, con las debidas limitaciones que esta ley contempla, indicándose que cualquier

transferencia de dominio o intervenciones debe ser comunicado al Instituto de Patrimonio Cultural para su autorización, quien se reserva el derecho de objetar dichas acciones de no convenir a los intereses de conservación del bien cultural. Establece multas por infracciones y gratificaciones por denuncias de infracciones de la ley, así como exoneraciones de impuestos a edificios inventariados con buen mantenimiento e incentivos en el mismo sentido para promover la restauración. Y se reserva el derecho de declarar que un bien ha perdido su carácter de Patrimonio Cultural cuando los deterioros hayan eliminado su interés como tal, sin que sea factible su restauración, pudiendo también expropiar o decomisar los bienes ante su Incumplimiento.

Y en el Artículo 7. De esta ley menciona lo siguiente: Declárense bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado los comprendidos en las siguientes categorías:

a) Los monumentos arqueológicos muebles e inmuebles, tales como: objetos de cerámica, metal, piedra o cualquier otro material perteneciente a la época prehispánica y colonial; ruinas de fortificaciones, edificaciones, cementerios y yacimientos arqueológicos en general; así como restos humanos, de la flora y de la fauna relacionados con las mismas épocas.

b) Los templos, conventos, capillas y otros edificios que hubieren sido construidos durante la colonia; las pinturas, esculturas, tallas, objetos de orfebrería, cerámica, etc., pertenecientes a la misma época;

Basándonos en lo que menciona este artículo de la ley del patrimonio podemos asegurar que el cantón La Libertad posee muchos elementos considerados bienes Patrimoniales que serán mencionados y detallados más adelante y que como según el INPC registra y tiene estipulado deben ser objeto de investigación, inventario, conservación, preservación, exhibición y promoción, por lo tanto se hace pertinente el desarrollo de la propuesta de que el cantón La Libertad pueda ser considerada una ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial. Es obligación constitucional del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la nación, principio recogido en la , Ley de Patrimonio Cultural 3501 de 1978 que en su artículo cuarto luego de la definición de cultura, enuncia los

principios que sirven de base para definir cuál es el papel del Estado en relación con la misma. La Ley de Patrimonio Cultural, desarrollando el mandato constitucional estableció los roles de actuación del Estado frente al Patrimonio, a partir de la función social del patrimonio, su reconocimiento, aprovechamiento y protección, en coordinación con las entidades territoriales. Bajo tales parámetros mencionamos a continuación el papel que deben desempeñar los organismos seccionales en este caso el municipio y que están amparados en el COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización) en el Artículo 144.

**Artículo 144.- Ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural.-** Corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines. Para el efecto, el patrimonio en referencia será considerado con todas sus expresiones tangibles e intangibles. La preservación abarcará el conjunto de acciones que permitan su conservación, defensa y protección; el mantenimiento garantizará su sostenimiento integral en el tiempo; y la difusión procurará la propagación permanente en la sociedad de los valores que representa. Cuando el patrimonio a intervenir rebase la circunscripción territorial cantonal, el ejercicio de la competencia será realizada de manera concurrente, y de ser necesario en mancomunidad o consorcio con los gobiernos autónomos descentralizados regionales o provinciales. Además los gobiernos municipales y distritales podrán delegar a los gobiernos parroquiales rurales y a las comunidades, la preservación, mantenimiento y difusión de recursos patrimoniales existentes en las parroquias rurales y urbanas. Los gobiernos autónomos descentralizados municipales podrán, mediante convenios, gestionar concurrentemente con otros niveles de gobierno las competencias de preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio cultural material e inmaterial. Será responsabilidad del gobierno central, emitir las políticas nacionales, salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural y natural, por lo cual le

corresponde declarar y supervisar el patrimonio nacional y los bienes materiales e inmateriales, que correspondan a las categorías de: lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales; las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico; los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos; las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas; entre otras; los cuales serán gestionados de manera concurrente y desconcentrada. Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales podrán hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia de turismo en el marco del fomento productivo. Los bienes declarados como patrimonios naturales y culturales de la humanidad se sujetarán a los instrumentos internacionales. Cuando los gobiernos autónomos descentralizados metropolitanos o municipales declaren patrimonio histórico a edificaciones que requieran ser expropiadas, deberán pagar a los propietarios el valor comercial de dicho bien, conforme lo establecido en este Código, y harán constar en el presupuesto del ejercicio económico del año siguiente, los valores necesarios y suficientes para cumplir con la restauración del bien declarado patrimonio histórico de la ciudad. De no observarse estas disposiciones la resolución quedará sin efecto y él o los propietarios podrán hacer de ese bien, lo que más les convenga, sin afectar su condición patrimonial.

Analizando el contenido de este artículo podemos atribuir que es competencia del municipio del Cantón La Libertad facilitar los elementos y acciones necesarias para promover y fomentar el patrimonio del cantón, y es aquí donde encontramos la problemática que queremos resolver a través de esta tesis, ya que poco o nada se ha hecho hasta ahora por rescatar, restaurar, y promocionar los bienes arqueohistóricos-patrimoniales que el cantón La Libertad posee y que podrían contribuir al posicionamiento turístico al ser reconocido por sus atractivos culturales, y crear fuentes de trabajo que influirían directa e indirectamente en la economía de sus moradores, debido a la falta de interés de autoridades, moradores y población en

general que pertenecen a este cantón, Con el propósito de dar aplicación a las leyes

Y directivas anteriores, y por considerar al turismo cultural como una estrategia para promover la identidad y el desarrollo competitivo del patrimonio cultural Libertense ante el mundo se plantea el siguiente tema La Libertad Ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial: Plan de Acción Para La Puesta En Valor Turístico a Través del Marketing Mix.

#### **1.1.4 Turismo**

A fin de facilitar su comprensión y poder mejorar su administración. Con miras a establecer ciertos consensos teóricos iniciales se analiza en adelante algunos conceptos válidos para el alcance y contenido de esta investigación. La definición de turismo de la Organización Mundial de Turismo (OMT) es, sin duda, la de mayor aceptación oficial y cobertura global, razón por la cual se reproduce a continuación:

*“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante el viaje y la estancia fuera de su lugar habitual de residencia, por un período no mayor a doce meses, por razones de ocio, salud, negocios u otros motivos, siempre que el propósito del viaje no sea ejercer una actividad remunerada en el lugar de destino” (OMT, 2008).*

Ese “otros motivos” nos permite percibir el amplio espacio en el que los límites de la definición oficial se enfrentan con la variada y dinámica realidad de este fenómeno social, que habiéndose desarrollado en el siglo XIX como una actividad elitista y excluyente, se ha convertido en una práctica global.

Ciertas categorías en la teoría del turismo son bastantes claras y de gran precisión conceptual, tal es el caso de los tipos de turismo. La OMT reconoce tres: emisor, receptor e interno. Los procedimientos y herramientas usados para su medición permiten contar, con más o menos veracidad según el caso, con información

aceptable sobre los flujos turísticos de un país y se constituyen en la base de las cuentas satélites de turismo. A continuación analizamos de forma breve varios de los términos principales en relación con este estudio:

**Producto Turístico (PT):** término inadecuado no hay un proceso de “producción” sino una prestación- pero útil para referirse a una oferta con una amplia y diversa gama de posibilidades, ya sea en la forma de servicios sueltos o paquetes turísticos que incluyen opciones tan específicas o amplias como una noche de hotel, un city tour o un crucero productos directamente comercializables, o todo un país o región producto-destino. Para esta investigación entenderemos al PT como un “conjunto de bienes y servicios puestos a disposición de los visitantes BALLARTH J (2001) pag 43. Estos bienes y servicios son de diversa naturaleza y cumplen distintas funciones en el producto, ya sea como atractivos naturales o culturales, como servicios básicos o como los servicios propiamente denominados “turísticos”; todos ellos indispensables para la existencia de lo que se ha llamado el producto turístico. Aclaro en las líneas siguientes la función y diferencias esenciales de estos tres tipos de elementos del PT.

**Atractivos Turísticos:** son sitios o eventos, naturales o culturales, capaces de atraer a los visitantes; tales como playas, presencia de avifauna, paso de las ballenas, centros coloniales, sitios arqueológicos, monumentos funerarios, actividad comercial de un destino, etc. Tienen un valor intrínseco ambiental, histórico o de otro tipo; parte de su función se relacionan con el uso turístico que hacemos de ellos. Menos frecuente, pero en crecimiento, es el caso de atractivos creados para fines específicamente turísticos, para que éste se requiere de los otros dos elementos que a continuación se analizan. BALLARTH J (2001) pag 44

**Servicios Básicos:** son las condiciones mínimas requeridas por residentes y visitantes para subsistir cómoda y seguramente, como vialidad, comunicaciones, energía, salubridad. En nuestro caso, el nivel de cobertura requerido depende del servicio básico del que se trate y de la modalidad a la cual se aplique: congresos y eventos de sol y playa, por ejemplo, usualmente requieren grandes facilidades viales y de comunicaciones, mientras que en operaciones de ecoturismo y turismo

aventura, la razonable dificultad de acceso y comunicaciones mínimas tienden a resaltar el atractivo de la zona. Ciertos servicios como seguridad física, higiene y salubridad requieren permanente y máxima atención, independientemente de la modalidad turística de la que se trate. ROCHA R (2004) pag 36

**Servicios Turísticos:** son la parte más visible del negocio turístico, entre estos, restaurantes, hoteles, agencias de viaje, etc. y, sin embargo, su función esencial e indispensable se limita facilitar el acercamiento y disfrute del visitante con respecto al atractivo turístico. Es comúnmente considerado un producto turístico por sí mismo y, no obstante, lo es función de la vinculación existente entre la ubicación del servicio turístico y el atractivo. Según la conceptualización del Ministerio de Turismo del Ecuador el Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. BALLARTH J (2001) pag 43, como parte de la investigación de este trabajo de tesis el Ministerio de Turismo de La Provincia de Santa Elena nos proporcionó una base de datos que ellos manejan donde están registrados los atractivos turísticos del cantón La Libertad detallados a continuación:

- Colecciones privadas del Museo Casa León.
- Fiesta Patronal de La Libertad.
- Museo de Arte Náutico y Arqueológico.
- Peregrinación religiosa Virgen del Mar.
- Playa Cautivo.
- Plaza Cívica o Parque Central.
- Malecón de La Libertad y Playa del Malecón.
- Museo Paleontológico de la UPSE.
- Capilla señor de la Justicia
- Capilla Jesús del gran Poder
- Barrio La Carioca
- Mirador de La Caleta
- Plazoleta Cívica Adalberto Montenegro



- Iglesia nuestra señora del Carmen y San Benito

Estos atractivos serán incluidos en la propuesta del capítulo 3 para articularnos en un circuito en él se hará el recorrido de estos puntos.

### **1.1.5 Turismo Cultural**

No es fácil definir el concepto de turismo cultural, pues en un algún momento todo turista consume productos culturales, de forma consciente o no, más menos auténticos o mercantilizados (comida local, paseo por el centro histórico). Aunque el interés real hacia la cultura de los demás sea escasa, la experiencia turístico-cultural es más enriquecedora. Intuitivamente, comprende la demanda y oferta de servicios asociados a la visita de museos, monumentos, centros históricos, parques arqueológicos y naturales, fiestas tradicionales, ferias artesanales y de arte, gastronomía tradicional, festivales, espectáculos, exposiciones, etc. Según la European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) es el “movimiento de personas fuera de su lugar de residencia con la intención de obtener nueva información y experiencia para satisfacer sus necesidades culturales”

3 condiciones deben darse para poder hablar de Turismo cultural:

El deseo de conocer (apreciar, comprender) ciertos objetos o vivencias, actuales o del pasado (aunque no siempre se aprecian todas las expresiones de la cultura local) el consumo de un producto que contenga e incluya significado cultural: monumento, obra de arte, espectáculo, tradición, intercambio de ideas, etc. La intervención de un mediador, ya sea persona, documento escrito o material audiovisual, que tenga la función de subrayar el valor del recurso cultural, su presentación y explicación, y lo convierta en un producto turístico-cultural CARBONEL C (2004) pag. 29

La primera definición de Patrimonio de Turismo Cultural data de 1976. Resultó del Seminario Internacional de Turismo y Humanismo, que ocurrió en Bruselas cuyos participantes elaboraron la Carta del Turismo Cultural.

En la cual se dice que “Esta forma de Turismo que tiene por objetivo, entre otras, la descubierta de los monumentos y locales de interés ejerce sobre ellos un efecto muy positivo gracias a la contribución para su preservación y protección.

El turismo cultural se ha convertido en uno de los segmentos económicos con un más claro crecimiento en los últimos años. Como consecuencia de ello, determinadas áreas geográficas que cuentan con un reputado patrimonio histórico está incrementado de forma significativa el número de turistas y excursionistas que llegan cada día a esta área y, por supuesto, aumentando de forma notable su desarrollo económico. (Hernández, J. E Tresseras, J., (2001),

Este tipo de turismo ofrece numerosas ventajas entre las cuales se encuentran:

**Relación Transversal con otras Tipologías:**

Esta práctica no solo se reduce a aquellos viajes cuya razón principal es la puramente cultural. Las motivaciones que llevan a realizar viajes no son únicas, si no que dentro de un mismo viaje se realizan, directa o indirectamente, varias actividades, entre ellas las de tipo cultural por excelencia, tales como el disfrute de la gastronomía local, el conocimiento general de la cultura receptora, las visitas a monumentos y museos, asistencia a actos culturales y folclóricos de trascendencia (eventos, ferias, fiestas, exposiciones, representaciones teatrales) y la adquisición de productos tradicionales.

Este carácter múltiple de las motivaciones es lo que confiere una gran ventaja al turismo cultural ya que éste aparece como producto complementario en las muchas de las tipologías turísticas que existen actualmente en el país. Esto implica que la cultura es un bien de consumo de primer orden, ya sea como motivo principal o secundario del viaje. Por lo tanto al realizar la oferta turística del cantón La Libertad como un destino Arqueo-Histórico-Patrimonial se debe hacer una oferta de calidad.

**Multiterritorialidad:**

Según ESTUDIO DE TURISMO CULTURAL PARA MÉXICO SECTUR 2001 Otra de las ventajas del turismo cultural es su carácter “multiterritorial”, dado que

el tipo de oferta cultural puede hallarse en cualquier territorio. No es un recurso natural o geográfico. Los monumentos, ruinas, restos arqueológicos, museos o tradiciones populares son fruto de la vida y el paso del ser humano, constituyendo su patrimonio. Se produce así una “democratización del turismo” que puede llegar a zonas antiguamente deprimidas aportando los efectos positivos que implica: reactivación y diversificación de la economía, generación de empleo, incremento de la renta de la población local, mantenimiento de la población rural, equilibrio territorial.

El turismo cultural es una herramienta de transformación social, ya que consolida los lazos que le son comunes a un pueblo en pro del progreso y el desarrollo del mismo, garantizando la permanencia de valores, identidad y las tradiciones, que proporcionarán no sólo un beneficio económico para la comunidad, sino también la sostenibilidad del patrimonio. En todo el mundo, los sitios que pertenecen al patrimonio cultural y las ciudades de gran riqueza arquitectónica, histórica y cultural están convirtiéndose en destinos de elección para un número creciente de turistas. Si bien este tipo de turismo no es nuevo, su masificación progresiva se ha producido a finales del siglo XX, y es probable que siga incrementándose a un ritmo aún mayor en el nuevo siglo. Cada vez más ciudades y sitios culturales pueden obtener ahora beneficios económicos del turismo y destinarlos a mejorar la conservación de su patrimonio, ofreciendo al mismo tiempo a sus habitantes nuevas oportunidades de empleo y obtención de ingresos.

#### **1.1.5.1 Tipologías de atracciones culturales**

RICHARDS, G., (2001) pag 37 Los expertos en Turismo Cultural y Patrimonial desarrollaron diversas tipologías de atracciones. Las atracciones determinan la elección del destino turístico por parte de los turistas.

- **Atracciones Históricas y Naturales** incluyendo las reservas naturales, museos de vida acuática, centros de cría de animales raros, parques naturales, locales de interés geomórfico y geológico.
- **Atracciones Científicas**, contiene museos de la ciencia y de la tecnología, centros de tecnologías alternativas.

- **Atracciones relacionadas con el Sector Primario** - abarcando las atracciones agrícolas como las fincas, huertas, eco museos.
- **Atracciones relacionadas con la Industria** incluyendo fábricas de producción en cadena, de la manufactura, de la cerámica, de la porcelana, de producción de cerveza, cidra y museos de historia económica.
- **Atracciones vinculadas a los Transportes** comprendiendo terminales y museos de los transportes, canales, construcción naval, fabricas de aviones y coches.
- **Atracciones Sócio Culturales** como museos de la historia social, museos del traje, de los niños, de las bromas.
- **Atracciones asociadas a las Figuras Públicas** como locales asociados a los escritores, a los pintores, a los políticos, entre otros.
- **Atracciones basadas en las Arte del Espectáculo** comprendiendo teatros, teatro de calle, *workshops* de artes y espectáculo, circos.
- **Jardines** abarcando los jardines históricos y los ornamentales
- **Galerías** especialmente las galerías de arte
- **Festivales y Cortejos Históricos** como mercados históricos, festivales recreando épocas del pasado, representaciones de actividades rurales del pasado
- **Casas Señoriales** en la ciudad o en el medio rural
- **Atracciones Religiosas** como catedrales, iglesias, abadías, monasterios, mezquitas, templos budistas, sinagogas
- **Atracciones Militares** como fuertes, castillos, campos de batalla, campos de prisioneros y museos militares

- **Locales de Genocidio** asociados al exterminio de grupos étnicos o de massacre de la población civil;
- **Ciudades y Conjuntos Urbanos**, principalmente las ciudades históricas y los conjuntos urbanos relevantes, arquitectura vernácula de realce;
- **Estancias Balneares y Paisajes Marítimos**, especialmente las estancias del pasado;
- **Campos Deportivos Tradicionales**

### 1.1.6 Importancia del Turismo

(Smith 2001: 111) El Turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la Naturaleza y de la Cultura. El Turismo puede captar los aspectos económicos del Patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales y puede ser importante un factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente.

Por su propia naturaleza, el turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivos, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales.

El Turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas. Con el compromiso y la cooperación entre los representantes locales y/o de las comunidades indígenas, los conservacionistas, los operadores turísticos, los propietarios, los responsables políticos, los responsables de elaborar planes nacionales de desarrollo y los gestores de los sitios, se puede llegar a una industria sostenible del Turismo y aumentar la protección sobre los recursos del Patrimonio en beneficio de las futuras generaciones. El Turismo es visto desde

esta perspectiva como un factor de recuperación social y cultural, dada su contribución en la conservación y preservación de sitios y áreas de valor histórico y tradicional, pues el patrimonio cultural es la materia prima de la cual se nutre dicha actividad. Lo mismo puede decirse del patrimonio natural, pues el turismo también depende de los atractivos naturales con lo cual puede ayudar a su preservación.

BALLARTH J, (2001) menciona que es evidente que el patrimonio cultural y natural no está aislado del contexto socio-económico y territorial, sino que está absolutamente interrelacionado con el resto de actividades humanas. Al margen de unas estrategias globales de desarrollo. Y la actividad turística se ha convertido, con el tiempo, en el factor dinámico más importante de crecimiento de la economía mundial. Es difícil pensar en una actividad económica que por tantos años, de manera consecutiva, haya registrado una tasa de crecimiento tan elevada, o bien, que tenga tan amplia difusión de los beneficios que de él se derivan. Esto se debe primordialmente a la capacidad demostrada por el turismo para crear empleos para todos los niveles de la población, activar cadenas productivas en otros sectores y promover el desarrollo regional. De allí que turismo y cultura están cada vez más interrelacionados. La identidad y la cultura son el fruto del intercambio viajero, del flujo de ideas, del cruce de experiencias. Se recomienda encontrar una sinergia entre turismo y cultura, una alianza estratégica que responda a los intereses del desarrollo de las comunidades.

Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo de La Provincia de Santa Elena en cuanto al turismo, la Península de Santa Elena recibe en sus balnearios aproximadamente 80 mil turistas por temporada, lo cual indica un ingreso estimado de 12'000,000 dólares. Un gran porcentaje de estos ingresos son recopilados por empresarios de la provincia del Guayas que han invertido en hoteles, restaurantes y centros de diversión, bajo esta perspectiva se plantean ciertos argumentos que como es de conocimiento general el principal atractivo que motiva esta afluencia de turistas es el turismo de sol y playa dejando de lado otros atractivos correspondientes en este caso al turismo arqueo-histórico-

patrimonial que posee el cantón la Libertad y que debiera aprovecharse para ofrecer una alternativa distinta de turismo que a su vez no excluye al turismo tradicional de sol y playa sino que sería articulado con éste. Es importante considerar lo que se desea proponer con este trabajo de tesis a favor del desarrollo turístico del cantón La Libertad que si bien es cierto no puede competir con destinos ya posicionados como Salinas, Montañita, Manglaralto, Punta Blanca, entre otros en cuanto a turismo de sol y playa, puede posicionarse como una ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial promocionando su riqueza histórica y arqueológica que muy pocos conocen. Nace así la necesidad de impulsar al cantón a través de este tema de tesis “La Libertad Ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial: Plan de Acción Para La Puesta en Valor Turístico a Través del Marketing Mix”

#### **1.1.7 Sinergia Turismo -Patrimonio**

HAULOT, A (2001) Los mutuos beneficios que se derivan de la relación turismo - patrimonio provocan que ambos tengan objetivos económicos comunes. La conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en producto turístico son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural a nivel regional, nacional e internacional. El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de nuevos productos. Dichos productos aumentan el valor de la experiencia turística de forma que le interesen a ambos sectores. Patrimonio y turismo, son altamente compatibles, la interdependencia entre ambas áreas es inevitable.

Esta sinergia produce condicionamientos e influencias recíprocas. El sector turístico supone una fuente de riqueza y de beneficios positivos sobre el entorno económico-social, al favorecer la elevación de nivel de vida de la zona así como facilitar los intercambios y contactos culturales. Igualmente favorece la conservación del entorno patrimonial, medioambiental y urbanístico al poder contribuir a este objetivo las rentas que genera. Por otra parte el turismo puede generar efectos no deseados sobre los recursos patrimoniales de carácter patrimonial o socioeconómico.

- Efectos del ciclo de transporte, provocados por la utilización del suelo debido al impacto de sus infraestructuras como los derivados del consumo de combustibles y las emisiones producidas.
- Efectos del ciclo de estancia, que además de la utilización del suelo debido a la construcción de hoteles y restaurantes y otras infraestructuras turísticas se traducen en una presión sobre los recursos patrimoniales, la generación de basuras y los consumos excesivos de locales.

Los efectos negativos que genera el desarrollo de la actividad turística se traducen en el deterioro del patrimonio cultural, el riesgo de generación de efectos no deseables sobre las identidades locales y el desarrollo sociocultural, la pérdida de calidad de vida, una excesiva dependencia del turismo y, por tanto, un aumento de la fragilidad de la estructura económica local ante la crisis del sector.

La sobrecarga de la capacidad turística pone de manifiesto la necesidad de controlar los flujos de visitantes con el objetivo de evitar la degradación de las propias fuentes generadoras de la actividad turística cultural y alcanzar, de este modo, un desarrollo sostenible del turismo cultural evitando el cumplimiento en su totalidad de la teoría del ciclo vital.

MADARIAG, R (2005) Para la búsqueda de la optimización, en clave de sostenibilidad, de la gestión el patrimonio turístico se hace necesaria la observación de las siguientes pautas de actuación:

- Accesibilidad: Fijación de los límites de capacidad de carga de los recursos turísticos, canalizando de manera adecuada el flujo de visitantes y realizando una adecuada gestión de los horarios y de las condiciones de accesibilidad al patrimonio.
- Investigación: Potenciar las investigaciones y estudios de forma que suministren datos e indicadores fiables sobre el flujo de visitantes y la capacidad de carga de los recursos turísticos.
- Formación: Mejorar y especializar la formación de los recursos humanos para adaptarse a las necesidades de las distintas demandas de turismo cultural y favorecer la formación de gestores de museos, monumentos, etc. También es



necesario dar formación a la población local residente sobre su patrimonio, de forma que sean más respetuosos con el mismo y con el medio ambiente, así como dar información sobre las culturas y países de procedencia de los visitantes.

- **Promoción y comercialización:** Orientadas a diversificar la oferta mediante la creación de nuevos productos de modo que se distribuyan mejor los flujos turísticos entre los distintos recursos y a lo largo del año, y de este modo permitir una mayor rentabilización de las infraestructuras existentes. Además, es necesario orientar la promoción hacia la educación cultural de la demanda.
- **Interpretación:** Sobre los recursos patrimoniales, atendiendo a la autenticidad y la identidad local, lo que exige una continua actualización de la información en los distintos formatos de presentación.
- **Presentación:** Reconocimiento de la dialéctica de los grupos turísticos, ya que cada uno de ellos (excursionistas, hombres de negocios, etc.) tiene unas necesidades y motivaciones diferentes en la contemplación de los recursos patrimoniales. Es necesario realizar una delimitación del patrimonio de modo que se creen unas infraestructuras y un diseño urbano que permita mejorar la calidad de vida de los residentes y faciliten el desarrollo de la actividad turística.
- **Financiación:** Establecimiento de una tasa de retorno en la comercialización del patrimonio, es decir, detracer de las rentas turísticas recursos que se destinen a la conservación y mejora del patrimonio y ofrecer incentivos para la realización de inversiones orientadas hacia la mejora del medio ambiente y la preservación del patrimonio.
- **Coordinación:** Dada la complejidad competencial es necesaria la coordinación y cooperación entre las Administraciones Públicas y el sector privado. Dichas pautas de actuación serán debidamente explicadas en el capítulo 3 de este trabajo de tesis.

En el presente trabajo de tesis se dará prioridad al diseño del producto de turismo arqueo-histórico-patrimonial para el cantón La Libertad mediante una estrategia de regionalización turística que marcará la estructuración de la oferta

en corredores, rutas y circuitos, articulando sitios y destinos para dar valor agregado a cada uno de ellos y generar sinergias de aprovechamiento espacial de los recursos.

## **1.2 El Perfil del Consumidor del Turismo Cultural Según Parámetros Internacionales**

El turismo cultural es un sector del turismo especializado que se desarrolla en los últimos años y que son divididos, en otros como el de aventura, el ecológico, el rural y el de salud. Dentro del cultural no debe incluirse el relacionado con la educación o con el idioma. El perfil del turista cultural según parámetros internacionales se sitúa en:

- Jóvenes (35% tienen menos de 35 años y solamente 25% tienen más de 50 años)
- Personas adultas en plena madurez entre 45 y 60 años.
- De nivel educativo muy superior al turista medio.
- De nivel económico muy superior al turista medio.
- Tiene la posibilidad de desplazarse en épocas de temporada baja.
- Tiene interés por desplazamientos geográficos por el interior y no solo por la costa.
- Es muy exigente con las prestaciones que recibe.

Ministerio de Turismo, 2003. *Plan integral de marketing turístico de Ecuador. Marketing Systems*. Quito-Ecuador.

### **1.2.1 Requisitos Básicos Para el Desarrollo del Turismo Cultural**

Para efectos de la orientación para el desarrollo del turismo cultural, a partir de la definición de la potencialidad de los sitios que vincule cada destino, es aconsejable adoptar la metodología desarrollada por la Comisión Europea de Viajes (ETC) y la Organización Mundial del Turismo para tal fin. Entre las actividades culturales más buscadas por los turistas de este segmento, se

encuentran las ferias y fiestas, las expresiones religiosas, la gastronomía, la compra de artesanías y las visitas a monumentos arquitectónicos, arqueológicos, históricos y los museos, que si bien no figuran como los principales motivos para la elección de un destino, se convierten en actividades que contribuyen en gran medida a la satisfacción de los turistas. En este sentido, la diversificación y calidad de actividades culturales de un destino turístico determinará su oferta en un mayor grado de especialización hacia este tipo de turismo. El producto turístico cultural se desarrolla a partir de la integración de bienes y servicios cualificados como valor agregado al patrimonio que sustenta la actividad. Por tal motivo, esta metodología parte del análisis de la oferta y la demanda de la actividad del turismo cultural y sus relaciones frente al destino. De una parte se analiza la presencia y variedad del patrimonio cultural material e inmaterial, entendida como oferta para el turismo cultural, así como con la demanda que tiene en este caso el cantón La Libertad, con lo que se debería trabajar para fomentar este tipo de desarrollo turístico cultural a través de la promoción y difusión de sus atractivos culturales.

BOULLON R, (1999). Se debe buscar estrategias comunes que se dirijan a fomentar el desarrollo del turismo cultural, no sólo como motor económico, sino además como preservador de los valores y del patrimonio cultural y natural del cantón La Libertad, desde una apariencia que garantice el respeto y la conservación de los mismos a través de un mayor conocimiento entre los turistas, extranjeros o nacionales, de reciprocidades interculturales fructíferas entre huéspedes y viajeros que ayuden al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos. Así también el de hacer un trabajo en conjunto y no pretender que cada recurso inmerso en el turismo cultural es aislado el uno del otro, un "elemento clave para un turismo respetuoso", es la de recalcar la importancia de animar la "revitalización de los recursos propios de una región", poniendo un acento particular en el patrimonio cultural (tangibles e intangibles), y expresiones culturales.

Es obligado reconocer el crecimiento notable del turismo cultural en los últimos tiempos, en países como España presenta un importante potencial de crecimiento dada su infraestructura de ciudades patrimonio de la humanidad y su importante patrimonio cultural.

El turismo cultural se encuentra profundamente centrado en la oferta monumental más importante, con un objetivo fundamental de adaptar los recursos turísticos a las demandas del turismo individual, concediendo un papel esencial a la oferta complementaria. Es allí donde pretendemos apuntar con el cantón La Libertad a este tipo de desarrollo turístico cultural.

### **1.3 El Turismo Arqueológico e Histórico**

RODRIGUEZ C, (2007) El Turismo Arqueológico es una forma de turismo especializado que se ha venido desarrollando de mucho tiempo atrás a nivel mundial, en países tales como Italia, Egipto, Grecia, Roma, China, México, Perú, Israel y Jordania, entre muchos otros, lo cual también se refleja en Colombia, principalmente en sitios como San Agustín e Isnos (Huila), Tierradentro (Cauca), Ciudad Perdida o Teyuna (Magdalena), Pueblito (Magdalena), El Infiernito (Boyacá), entre otros

Según LLOUIS B (2011) El patrimonio arqueológico es un recurso social, cultural y también económico, para su utilización tanto educativa como comercial, esta última de la mano del turismo, es imprescindible la puesta en valor, es decir su identificación y estimación social. Esto implica que, en el proceso de construcción sociocultural del pasado deben participar diferentes actores sociales, con mayor o menor grado de responsabilidad, pero todos con el compromiso de velar por los bienes culturales, tanto en el aspecto material como simbólico y significativo. Al hablar de bienes culturales no nos referimos a un inventario de objetos atractivos, factibles de exhibir o yacimientos arqueológicos con arquitectura monumental, sino, al conocimiento e interpretación integral, contextualizado e interrelacionado del patrimonio cultural y su entorno natural, donde los objetos y sitios

arqueológicos son solo una parte de un todo, integrados a un sistema cultural que manifiestan procesos históricos únicos e irrepetibles en el tiempo y el espacio.

La correcta difusión de los bienes culturales es de trascendental importancia para las comunidades que los poseen, ya que sirven para reforzar la identidad y diversidad en un mundo globalizado que tiene como paradigma la homogeneización y el consumo indiscriminado. En este sentido el rol de las autoridades, instituciones, comunidades, pobladores es crucial para lograr una comunicación fluida y transparente; es decir, que en la misma medida que los pueblos se desarrollan en diferentes aspectos, se debe tener en cuenta siempre la importancia de realizar estudios técnicos que prevengan la destrucción o deterioro parcial y/o total de algunos sitios arqueológicos, caminos, casonas, balcones, únicos indicios de nuestros antepasados.

Rusillos Mateo (2007) En los últimos años los proyectos de investigación y puesta en valor del patrimonio arqueológico han permitido la accesibilidad a una buena parte de los recursos arqueológicos, con una proyección social, educativa y cultural, no sólo dentro del mercado interno sino incluso del mercado internacional. El arqueoturismo o turismo arqueológico es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. El Turismo y manejo de un sitio arqueológico, especialmente si éste se ha destinado a operar en un régimen de visita pública; implica una gran responsabilidad, tanto gubernamental, institucional, comunal, profesional y social. Ello se debe a que dicha condición impone una serie de factores y circunstancias que están relacionados con su investigación, conservación, operación, presentación, interpretación y difusión.

KUSS, F (2001) Por una parte, es evidente que la visita pública representa riesgos para el propio patrimonio arqueológico; es claro también que se requiere de una inversión en recursos humanos, materiales y financieros para dar marcha y seguimiento a iniciativas que fundamentan la visita y permiten ofrecer una experiencia educativa y satisfactoria al visitante. Es asimismo importante

reconocer que cuando un sitio arqueológico opera para visita pública conlleva a transformaciones positivas en las comunidades locales y aledañas, como en la sociedad en general.

Manejar un sitio arqueológico para su disfrute público significa contar con grandes oportunidades. La visita representa no sólo el medio más tradicional sino también la forma más inmediata y directa de comunicar, poner en circulación y vigencia los valores del sitio arqueológico en el ámbito social.

Como gestores del patrimonio arqueológico, dicha tarea posee una relevancia insoslayable, ya que no sólo representa el ejercicio público de nuestro quehacer profesional, sino que ello también da fundamento y justifica nuestra labor ante la sociedad. Adicionalmente, la apertura pública de un sitio arqueológico puede conllevar a beneficios educativos, sociales y financieros para una localidad, región o país. Por ello un sitio abierto al público constituye un complejo escenario de confluencia entre el ejercicio de la investigación y conservación arqueológica, del turismo y del desarrollo social.

### **1.3.1 Tipos de Productos Patrimoniales Culturales**

BALLARTH J (2001) Para la comprensión acerca de lo que queremos desarrollar en el cantón La Libertad es necesario analizar este punto acerca de los productos turísticos culturales que se menciona a continuación. La evolución motivacional de una demanda turística saturada del turismo de sol y playa, ha favorecido la aparición de un nuevo modelo turístico basado en la oferta de nuevos alojamientos y actividades mediante el uso y recuperación del patrimonio rural, sus recursos turísticos, la naturaleza y la arquitectura popular.

El reto de este nuevo modelo de oferta es responder a las distintas motivaciones de los diferentes segmentos de mercado que demandan turismo de cultura.

Existen dos tipos de productos turísticos integrados:

- El producto turístico individual o específico, por ejemplo un alojamiento rural.
- El producto turístico integrado, que es la combinación de diversos productos turísticos específicos como por ejemplo una ruta de arqueología.

En general, los productos turísticos integrados se componen de 3 elementos:

1. Núcleo turístico: principal (es) atractivo (s) que genera (n) la motivación del turista para trasladarse desde su lugar de residencia hasta ese producto.
2. Servicios básicos turísticos: alojamiento, alimentación, actividades recreativas y transporte.
3. Servicios complementarios turísticos: aportan un valor agregado al producto como por ejemplo una buena red comercial de objetivos de souvenirs, buenos accesos, infraestructura de telecomunicaciones, seguridad en el lugar, etc.

Asimismo, los productos turísticos culturales necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamiento integrado con el entorno, actividad comercial típica del lugar, gastronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalética.

Con el fin de fortalecer la promoción del turismo cultural para el turista en el cantón La Libertad se identificará espacialmente la información cultural y turística. Para tal fin, se adelantará el mapeo de los hitos urbanos que se vinculan al turismo en el cantón La Libertad. Los hitos se entienden como las obras arquitectónicas, monumentos u obras de arte fácilmente identificables dentro de una ciudad o un territorio, los cuales tienen una importancia sobre las demás obras por su valor, impacto, belleza y calidad arquitectónica. El hito generará la ruta cultural a través de su integración en recorridos. Estos hitos deben corresponder a los procesos de diseño de producto, una vez sean reconocidos e identificados como tal, divulgando su importancia y su ubicación, así como su articulación a la oferta de

servicios turísticos, artesanales y complementarios que requiere el turista que visite el cantón La Libertad.

Por otro lado es necesario que la información cultural, científica e histórica existente en torno al patrimonio del cantón La Libertad debe transmitirse en un lenguaje comprensible para todos los tipos de turistas. El mensaje debe ser adaptado, interesante, preciso, fácil de memorizar y creíble, y debe alentar a los visitantes a explorar, a participar, a hacer descubrimientos por sí mismos, y a aprender al tiempo que se divierten.

#### **1.4 Las Ciudades Histórico-Patrimoniales Como Productos Turísticos**

Vaquero M (2002) en su libro LA CIUDAD HISTÓRICA COMO DESTINO TURÍSTICO menciona: siendo el turismo cultural una actividad básicamente urbana, los espacios que le interesan generalmente no son de su propiedad, sino que forman parte del proyecto de ciudad que cada comunidad realiza.

Entre los numerosos aspectos de desarrollo urbano que escapan al control del turismo, pero que lo afectan de manera definitiva, destacan los siguientes:

- Reglamentos que norman los esfuerzos de conservación, protección y preservación de edificios y monumentos.
- Proyectos y esfuerzos destinados al mejoramiento de la imagen urbana y la fisonomía visual.
- Políticas y reglamentos de uso del suelo
- Proyectos de crecimiento urbano.

Los controles urbanos inciden como ningún otro factor en el desarrollo del turismo. La discrecionalidad con que se suelen manejar en algunos casos, los hacen sumamente flexibles en ocasiones y sumamente rígidos en otros, lo cual ha generado logros espectaculares y fracasos estrepitosos.

No obstante, no existe contradicción o conflicto en el desarrollo de las ciudades y el del turismo. Antes al contrario, en ese proceso predominan las ventajas mutuas.



La posibilidad de reconstruir la actividad turística en las ciudades está ligada a factores de promoción, que a su vez funcionan para generar en la población el deseo de participar en este importante renglón de la economía creando formas de organización, canales de actuación y participación de las distintas comunidades , de acuerdo con sus necesidades.

La posibilidad de concretar un acercamiento real entre turismo y ciudad, que derive en la definición de un gran proyecto y de programas conjuntos en un marco de gestión integrada de los servicios y el patrimonio cultural, tiene un extraordinario potencial como producto turístico de una región para crear beneficios mucho mayores que los que se están obteniendo por separado.

Esta nueva era del turismo requiere una mayor sensibilidad, participación, difusión, compromiso y autenticidad y en esta tarea, la acción de la sociedad en su conjunto, juega un papel fundamental.

BALLARTH J (2001) Las ciudades son museos a cielo abierto por el arte que atesoran, pero sobre todo son centros de convivencia de sus pobladores. Los recursos turísticos de que disponemos están constituidos a la vez por espacio, bienes y valores. Se trata de recursos cuyo empleo no puede dejarse a una utilización incontrolada sin correr el riesgo de su degradación, incluso de su destrucción. La satisfacción de las necesidades turísticas no debe constituir una amenaza para los intereses sociales y económicos de las poblaciones de las regiones turísticas, para el medio ambiente, ni para los lugares históricos y culturales. Por ejemplo, el incremento del número de visitantes que toda operación de turismo cultural implica representa un peligro a exponer las comunidades, monumentos y territorios de una especial sensibilidad paisajística, cultural o ecológica a una presión incompatible con su mantenimiento y conservación. Así, bienes patrimoniales como la Isla de Pascua, La Alhambra de Granada, la Fiesta de la Patum o las pinturas rupestres de Altamira han encontrado estrategias proteccionistas que sin excluir el turismo, y los respectivos recursos económicos asociados, permiten hacer compatible el disfrute y difusión pública de una obra o

manifestación cultural con la conservación de la misma. Así, estrategias como la limitación del número de visitantes anuales, la diferenciación de la fiesta entre semana para la comunidad local y el fin de semana para los turistas, o la construcción de una réplica situada al lado de la original y en su entorno natural, permiten resolver el problema. A pesar de todo eso, cabe no olvidar que el impacto económico asociado a la explotación turística de un bien patrimonial, cultural o natural, tiene como consecuencia una mayor sensibilización social, recursos económicos y esfuerzo ciudadano para conservarlo y mantenerlo.

En este contexto, resulta urgente revalorar el papel del turismo en la conservación del patrimonio.

Los turistas de nuestro segmento buscan experiencias auténticas, y al encontrarse en un sitio de valor histórico, valdría por una de estas experiencias. El potencial turístico ya ha sido reconocido por muchos y existen ejemplos en varias ciudades como: Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza/Eivissa, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona y Toledo (Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España). Muchos de ellos se han reconvertido a partir de edificios históricos, como haciendas, antiguas mansiones y aun plazas de toros. Aún las casas comunes y corrientes, podrían convertirse en pequeños hoteles, cuando pudieran mantener o crear un sentido de autenticidad. A los edificios habrá que darles, siempre que sea posible, una utilidad nueva acorde con el momento. Escuchar un concierto en un monumento arqueológico, en una iglesia o en un antiguo edificio tiene siempre un especial encanto.

La cultura debe reconocerse como un componente clave en la atracción y en las experiencias de viaje. En un escenario en el que se prevé una creciente presión sobre los recursos del patrimonio cultural, tanto por el aumento de la población como por la intensificación de los procesos productivos y el incremento del turismo, el desarrollo del turismo cultural establece requisitos de planeación ordenamiento e integración.

En un contexto de globalización y reestructuración económica, lo que buscamos es que el patrimonio cultural del cantón La Libertad no se contemple exclusivamente como legado y soporte de la identidad colectiva de esta comunidad, sino que se transforme en un recurso fundamental de desarrollo. La valoración del patrimonio urbano mediante su aprovechamiento como recurso turístico ofrece nuevas oportunidades para la recuperación física y socioeconómica del cantón La Libertad.

#### **1.4.1 Análisis de Casos.**

México ocupa el tercer lugar mundial con mayor número de ciudades inscritas en la lista de Patrimonio Mundial, y es la cuarta en el continente americano. El nombramiento de estas ciudades implica la gran responsabilidad de mantenerlas vivas y mostrarlas ante el mundo (Tapia, 2006). Como muestra de la riqueza cultural de México, en el territorio mexicano existen más de sesenta lenguas vivas y grupos étnicos, la oferta cultural es muy significativa y permanente entre los que se encuentran festivales, tradiciones, gastronomía, paisaje y patrimonio; por ello la articulación de políticas y estrategias entre los sectores de cultura y turismo pueden ayudar a desarrollar la vertiente social del turismo, en beneficio al desarrollo comunitario y con respeto al patrimonio cultural (García. E., 2006).

La ciudad de Guanajuato en el contexto nacional es identificada como una ciudad para la cultura (Los últimos datos de la CESTUR, los ubicaron en el 4º lugar como destino turístico a visitar.).

Es, quizá, la tercera ciudad mexicana en mantener una oferta artístico-cultural de gran calidad durante todo el año. A la saga tan sólo de ciudades como la de México y Jalapa, en Veracruz, Guanajuato mantiene como su principal atractivo una actividad basada en tres elementos primordiales:

1. El interés patrimonial
2. La oferta cultural

3. Eventos internacionales de gran calidad [Actualmente, la ciudad de Guanajuato es sede de la Secretaría Regional para América Latina y el Caribe de la OCPM, del FIC, del Festival Internacional de Órgano, del Festival Internacional de Cine en Corto, del Coloquio Internacional Cervantino y, continuamente, de importantes congresos internacionales.]

Es sumamente importante destacar que el turismo en Guanajuato es alentado no sólo por las autoridades federales, estatales y municipales, sino que también es una acción decidida por los propios habitantes, quienes han visto en el turismo no solamente una fuente de empleo, sino una oportunidad para recrear su propia identidad, resguardar su patrimonio monumental y generar nuevas expectativas de desarrollo para ellos mismos y para la ciudad. Este fenómeno, que han decidido llamar ciudadanización del turismo, es un factor de apoyo decididamente, ya que encontramos en él una posibilidad muy importante de empleo remunerado, de desarrollo potencial de la economía local y, sobre todo, de una vocación de la ciudad de Guanajuato hacia la sustentabilidad social.

El interés del turista en el patrimonio cultural es de suma importancia, pues el turismo patrimonial permite generar recursos económicos que pueden ser destinados a proyectos de conservación y mejoramiento social y urbano. Logrando así, colocar a las ciudades patrimonio de México en igualdad de condiciones con otras ciudades patrimonio (Tapia, 2006).

Podemos analizar también el caso de Sevilla, ciudad de tradicional importancia como destino de turismo urbano, participa de dichos procesos de renovación y afronta el futuro con el reconocimiento de sus debilidades y amenazas, pero también de sus fortalezas y oportunidades, Sevilla es en la actualidad un «destino» relativamente importante de turismo cultural en el mercado internacional y nacional y cuenta con importantes y singulares recursos y con potencialidad de la demanda para aumentar el flujo actual del turismo cultural y su estadía. El turismo cultural de Sevilla presenta peculiaridades de una metrópoli del sur de Europa con fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Aunque Sevilla tiene

potencialidad, también existen problemas estructurales que limitan en la actualidad la captación de un mayor flujo y especialmente con estadía más elevada de turismo cultural. Se trata de problemas clave que hay que resolver para una articulación más eficiente del turismo cultural de Sevilla en el mercado nacional e internacional. Vencimiento de poder convertirse en la gran metrópolis turística del Sur de Europa.

Nicolau, G. (2000) En síntesis, Sevilla es un ejemplo representativo del turismo cultural de una metrópolis del sur de Europa que no han realizado todavía una articulación suficiente en el mercado nacional e internacional a pesar de la importancia de este mercado y de los recursos disponibles y, por consiguiente, una situación diferente de las ciudades y metrópolis del centro y norte de Europa. El desarrollo del turismo cultural de Sevilla es interdependiente del desarrollo urbano y metropolitano. Aunque los obstáculos estructurales existentes (como las deficiencias en el transporte aéreo o los retos de la gestión de los recursos culturales y la ordenación del territorio) son en gran medida exógenos a la política turística y han de ser resueltos en el contexto del desarrollo sostenible de la metrópoli andaluza, el turismo cultural y el urbano en general constituyen instrumentos estratégicos para superar estos problemas estructurales. Sevilla es una de las ciudades de la Comunidad Autónoma de Andalucía que, por razones estratégicas, está destinada a jugar cada vez más el papel de metrópoli del sur de Europa. Concretamente, desde el punto de vista de turismo cultural, Sevilla constituye en la actualidad la ciudad con mayor atracción (la más visitada y con mayor estadía) y con mayor capacidad de distribución actual del flujo de este tipo de turismo en el entorno regional o de la Comunidad Autónoma. Tanto por la potencialidad de la demanda y de los atractivos como por los problemas estructurales existentes es necesario definir nuevos objetivos estratégicos que permitan convertir a Sevilla en uno de los principales destinos europeos de turismo cultural en el mercado nacional e internacional.

Los bienes culturales de las ciudades históricas e inscritas en la lista de Patrimonio Mundial se han convertido en un elemento de atracción para los visitantes

potenciales. Por lo que un especial empeño es necesario para lograr una adecuada conservación y protección. Todo esto sin olvidar que los bienes culturales, son al mismo tiempo un valioso atractivo turístico y parte del patrimonio de la humanidad; y por ende deben de ser protegidos y mantenidos en el mejor estado posible para que cualquier persona pueda conocer una de las mayores expresiones del patrimonio cultural mundial. Ya que el principal atractivo para el turismo de ciudades con patrimonio histórico y cultural reside en sus bienes patrimoniales, generalmente concentrados en sus centros históricos, es indispensable que en las ciudades cuenten con una infraestructura turística, lo que contribuye no solo a complementar los atractivos del patrimonio cultural, sino también a su conservación y enaltecimiento (Rodríguez, 2006).

### **1.5 EL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO, HISTÓRICO Y CULTURAL DE LA LIBERTAD**

Según Karen Stother si bien es cierto que en el cantón La Libertad se han realizado estudios sobre la determinación de sus componentes culturales, estos no representan la totalidad de las ocupaciones culturales ancestrales, pues todavía hay áreas que conservan importante información, para resolver problemas de investigación, como por ejemplo la importancia local de las ocupaciones Valdivia y Machalilla, o las características de las ocupaciones del período del contacto (Siglo XV), el cual, con los recientes descubrimientos de muros de piedra en unos lotes de urbanización de la ciudad, abre nuevas perspectivas de entendimiento de la cultura Manteña- Guancavilca.

Los trabajos arqueológicos en la Península comenzaron a ser realizados unos 20 años después de haberse iniciado la explotación petrolera. Jijón y Caamaño fueron uno de los primeros investigadores que se interesaron en ella, luego fue G. Bushnell en la década de los años 30, en los sitios OGSE-46 y OGSE-47, mas adelante excavaron en estos mismos sitios otros personajes. Dentro de la historia arqueológica, histórico y cultural de la Libertad se distinguen algunos períodos culturales:

### **El Precerámico:**

Debido a las favorables condiciones climáticas que favorecían la búsqueda de sitios precerámicos, investigadores de la Universidad de Columbia realizaron trabajos en la Península.

La Península un poco antes de la época precerámica debió tener por un largo tiempo una vegetación capaz de sostener a este tipo de megafauna. Existe un hallazgo de un instrumento lítico (piedras) asociado a huesos de megafauna en el área de la Quebrada Seca del sector de Cautivo realizado por Wunch-Tobar-Piqué, que vendría a ser el sexto hallazgo de instrumental fabricado por los más antiguos especializados cazadores recolectores peninsulares. La información más concreta del desarrollo del hombre Peninsular del Precerámico, ha quedado demostrado fehacientemente con los datos y evidencias de la Cultura Vegas; cuya antigüedad es de 10.800 A.C. dichos trabajos realizados por K. Stother a finales de los años setenta.

### **Periodo Formativo**

ZIDLER menciona que en este periodo se descubre el uso de la cerámica y se da el cultivo intensivo de granos como el maíz, fréjoles y de tubérculos como la yuca; elementos de subsistencia que conformaron la base de su dieta, que se complementaba con proteínas provenientes de la caza y la pesca. Se denomina cultura Valdivia; a quienes colonizan una gran parte del área peninsular con esta nueva forma de explotar y manipular la arcilla, aproximadamente desde el 4200-1300 A.C. Hay dos zonas cercanas a La Libertad donde hay cerámica más temprana de Valdivia; una está a 400 m. al oeste en Punta Concepción, cerca al poblado actual de Santa Rosa; la otra zona está a 2500 m. al este de La Libertad en un sector alto de la Quebrada Seca, donde hay un pequeño asentamiento Valdivia.

### **Periodo de Desarrollo Regional**

La principal ocupación es Guangala, que va desde el 100 A.C. al 750 D.C. E Lanning estimó que la población de La Libertad, quizás debió estar ordenada como "una pequeña ciudad" y que probablemente pudo ser, al menos de la mitad del tamaño de La Libertad. Esto vendría a ser unos 400 x 300 m. (12Ha).

### **Periodo de Integración**

La cerámica de este período está amplia y extensamente representada por la **Manteña –Guancavilca**, cuya primera ocupación se da entre los 750 D.C. y el 1000 D.C. y dura hasta el contacto con los españoles. Los más importantes sitios Guancavilcas que se conocen de la Península, están ubicados aprovechando los distintos recursos naturales que ofrecía esta zona costera. Esta dispersión es interesante, ya que si se asocian los diferentes asentamientos con los recursos que hay en la zona. Los Guancavilcas llamados también Manteños del Sur, se hallan dispersos en toda la extensión de la Gran Península de Santa Elena. ZEIDLER J.

### **Periodo Colonial**

Bushnell halló restos de artículos importados de Europa en un enterramiento Manteño. En la Milina el Sr. Lorenzo Molina a inicios de los 60s halló a 20 cm de profundidad fragmentos de cerámica Guancavilca. El detalle más importante es que se encontró el grabado en ambos lados las imágenes de dos tipos diferentes de naves hispanas.

### **Periodo Republicano**

Sitios arqueológicos en La Libertad con restos Republicanos, fueron hallados por A. Paulsen, quien indicó que en otro sector halló hierro asociado a cerámica Guangala. No se pudo conocer si se trataba de hierro labrado por los hispanos o si es del tipo Republicano. La Libertad, al igual que en otras ciudades del exterior y de nuestro país, está levantada sobre cimientos de culturas ancestrales, donde se



deben realizar actividades de preservación, mitigación y compensación, para su total o parcial recuperación.

### 1.5.1. Ubicación Geográfica

La Libertad se muestra ubicada en la parte más occidental de la Provincia de Santa Elena, entre los cantones de Santa Elena y Salinas, que sin duda alguna es la parte más occidental del Ecuador y aún de la América del Sur, partiendo desde el Canal de Panamá, siendo superado únicamente en longitud geográfica por punta Peña negra en Perú.

#### 1.5.1.1 Limites

La Libertad limita por el Norte con el Océano Pacífico; al Sur y al Oeste con el cantón Salinas, y en la parte Este con el cantón Santa Elena, y se encuentra a 140 Km. de distancia de la ciudad de Guayaquil

**Gráfico # 1: Ubicación de La Libertad**



Elaborado por: Sofia Cevallos  
Fuente: [www.googlemaps.com.ec](http://www.googlemaps.com.ec)

#### 1.5.1.2 Hidrografía

La topografía del cantón La Libertad es bastante irregular debido a que existen dos líneas divisoras de agua que pasan aproximadamente por el eje longitudinal de la ciudad, dividiéndola en dos partes iguales en superficie.

Los mencionados accidentes geográficos se inician en la parte sur de la Ciudadela Puerto Rico y finalizan a la altura del Dispensario de L.E.A. La parte norte que comprende el centro de la ciudad, tiene pendientes hacia el mar. En la parte Sur tiene las siguientes pendientes:

Un sector hacia Esteros que drenan hacia las depresiones -pampas salineras- ubicadas cerca del mar. Otra parte drena hacia la zona de la Parroquia José Luis Tamayo, dando lugar a la formación de las famosas albarradas de esta población.

La caprichosa topografía hizo que sus pobladores la llamaran La Hueca o La Agujereada, denominaciones que llegaron hasta principio de siglo. En general la hidrografía de La Libertad no registra afluentes notables, pero cabe mencionar que los ríos Pinargoti, Honda, Las Vegas, Santa Rosa, Challan, y Río Grande, constituyen afluentes de la zona. BIBLIOTECA DEL ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTÓN LA LIBERTAD

### **1.5.2. Antecedentes Históricos**

Antiguamente La Libertad fue conocida con los nombres de la Agujereada, La Hueca o La Propicia y descubierta el 18 de agosto de 1.527 por Francisco Pizarro. Los restos arqueológicos aquí encontrados pertenecen a la cultura Valdivia y datan de 5.000 años atrás. En tiempos de la colonia existía trabajo abundante, especialmente en la explotación de la sal y la comercialización del hilo de caracol, además de la caza, pesca, agricultura y cría de animales.

Gráfico # 2

## EL PUERTO LA LIBERTAD



Esto fue disminuyendo principalmente por ataques de piratas y es a finales del siglo XIX, cuando nuevamente comienza a poblarse este sector, atraídos por la pesca y su vegetación. Se dice que el nombre de La Libertad se originó en el año 1.918 cuando los ingleses iniciaron los trabajos de perforación en Ancón y los materiales para construir la Refinería en el Puerto de La Libertad, venían en grandes cajones que traían impreso el nombre del lugar de donde se remitían siendo este la ciudad inglesa de Liverpool, al desempacar las tablas eran abandonadas en la playa, las mismas que recogidas por los pobladores servían para la terminación de sus viviendas y es por esta razón se expandió el nombre de Liverpool (Libertad).

Pero además existe otra versión la cual dice que en una reunión de conocidos efectuada en un bar cuyo dueño fue un señor de apellido Infante, estos amigos de apellidos Láinez, Infante, Páez, Vera, Tnte. Montúfar y otros, buscaban el cambio de nombre y al no llegar a un acuerdo surgió el Comandante Severo Villacrés, quien está sepultado en el cementerio de Santa de Elena, en la entrada a la derecha, el mismo que con palabras hirientes les observó por mencionarse nombres de santos, sugiriendo el ideal por el que lucharon Bolívar, Sucre, Alfaro, etc., y dijo llamémosle “La Libertad”, nombre que fue aceptado por todos.

### Gráfico # 3



Fuente: [www.municipiolalibertad.com](http://www.municipiolalibertad.com)

Inmediatamente la solicitud de cambio fue presentada a la Municipalidad de Santa Elena y el 9 de febrero de 1.918 se aprueba el cambio de Recinto La Agujereada a Recinto “La Libertad”, fue recinto de Santa Elena hasta 1.935.

**Estos datos fueron recopilados del “Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal La Libertad 2020” del Municipio del Cantón La Libertad y La Espol.**

#### 1.5.3. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Según el VII Censo de Población realizado por el INEC en el 2010 El Cantón La Libertad cuenta actualmente con una población de 95.942 habitantes. El cantón la Libertad no tiene parroquias rurales toda su población es urbana, tiene un área de 25 km<sup>2</sup> y una densidad poblacional del 3707 hab./km<sup>2</sup>. Un hecho curioso es que según estos datos hay una igualdad de cifras en cuanto al género masculino y femenino.

### **Cuadro No. 1 Población del cantón La Libertad**

	<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
<b>TOTAL</b>	95.942	47.912	48.030
<b>URBANA</b>	95.942	47.912	48.030
<b>RURAL</b>	0	0	0

**Elaborado por:** Sofia Cevallos **Fuente:** [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

#### **1.5.3.1 Educación**

La Libertad consta con instituciones educativas de los niveles Preprimaria, Primario, Medio y Superior con un total de 77 instituciones educativas de este tipo, de las cuales, 17 son de Preprimaria (22%), 44 son de Primaria (57%) y 16 son de enseñanza media (21%). Existe predominancia de establecimientos de enseñanza primaria. De los establecimientos nombrados en estos niveles, 36 son Fiscales (46,75%), 30 son Particulares Laicos (42,86%), 8 son Particulares Religiosos, 1 es institucional y 2 son comunitarios, estos tres últimos financiados por alguna institución o por los padres de familia y para efectos de este análisis serán considerados como particulares laicos.

Con respecto a la oferta educativa en el nivel superior en el Cantón La Libertad, funciona la Universidad Península de Santa Elena (UPSE), establecimiento que empezó a impartir clases en mayo de 1999. Este establecimiento funciona en la modalidad presencial, con sostenimiento estatal, con lo que se logra atender aproximadamente a 8000 estudiantes. La Universidad posee una propiedad de 17,5 Ha.

#### **1.5.3.2 SALUD**

La Libertad, constituye el área N° 20 del esquema de gestión técnica y administrativa de la Dirección Provincial de Salud de Santa Elena, la misma que está conformada por: Los Subcentros de salud urbana: General Enríquez Gallo y Virgen del Carmen.

El Centro de Salud Hospital de La Libertad que constituye el Centro de Planificación y Gestión de todas las actividades técnicas y administrativas del área.

En el Cantón La Libertad, los servicios públicos de salud del M.S.P. se resumen en una atención primaria con dos subcentros y el hospital de primer nivel para atención de emergencias; salud materno-infantil no complicada y hospitalización. Este hospital posee 15 camas para atender a una población de aproximadamente 100.000 habitantes. También se llevan los programas de vacunación con excelente cobertura, sin embargo, otros programas como salud oral, planificación familiar y diagnóstico temprano del cáncer cervicouterino tienen una cobertura muy por debajo de la norma establecida

#### **1.5.4 ECONOMÍA Y COMERCIO**

El comercio se basa en la pesca y turismo que se inicia desde Enero a Abril se recibe turismo de Costa y de Julio a Septiembre turismo de Sierra.

La Libertad, también es el centro de acopio para la industria turística de la Provincia de Santa Elena principalmente de alimentos para (hoteles, almacenes, tiendas, restaurantes). Por estar al pie de la refinería sus playas son pequeñas y alejadas del ruido. Por eso sus actividades turísticas están siendo potencial destinadas hacia el entretenimiento y diversión. El comercio es la actividad principal del cantón su movimiento es muy dinámico brindado trabajo a población todo el año. Otra fuente de trabajo es la refinería de petróleo que aporta con el 30% de sus derivados al país y genera fuentes de trabajos para sus habitantes.

El Cantón La Libertad, posee un mercado de mariscos donde labora la Asociación 10 de Septiembre, constituyéndose en un centro de comercialización con infraestructura eficiente. En La Libertad, existen dos importantes industrias, consideradas así por la magnitud de sus instalaciones: la refinería y la empresa eléctrica Península de Santa Elena C.A.

**Gráfico # 4**



Tanto la actividad comercial, industrial, productiva, pesquera, artesanal, hace que La Libertad sea una verdadera colmena de actividades y de atracción no solo urbana, sino también intercantonal e interprovincial Otro de los aspectos sobresalientes dentro de la Economía Local y Provincial es la construcción del Paseo Shopping La Península, ubicado en la vía La Libertad Salinas.

#### **1.5.5. PROBLEMÁTICA PATRIMONIAL**

Para nadie es desconocida la destrucción, saqueo y comercialización del patrimonio arqueológico nacional – la prensa local recoge varios de estos sucesos – pero en el caso de la costa del Ecuador y en particular de la Península de Santa Elena, eso tiene tintes dramáticos, pues, una grave amenaza de extinción se cierne sobre los últimos vestigios recuperables de la región, con lo cual saldría perdiendo la cultura patrimonial de todo el continente, pero más doloroso sería la pérdida que volverían a sufrir los descendientes directos locales de la población testimonial, quienes luchan por conservar las pocas hilachas de memoria que la tradición oral redime.” (J.Villón: 2006).

La condición de sitio arqueológico del litoral y sector céntrico de la ciudad de La Libertad, Península de Santa Elena, Provincia de Santa Elena, es ampliamente conocida tanto a nivel local, nacional e internacional.

Tanto así que durante las primeras décadas del siglo pasado fue objeto de ocasionales, pero transcendentales investigaciones arqueológicas, que pese a las limitaciones técnicas y científicas de la época, constituyeron y constituyen los primeros referentes básicos de la arqueología ecuatoriana. Estas primeras investigaciones permitieron establecer dos grandes áreas de interés arqueológico, la primera y quizás la más importante dada su composición y complejidad, se sitúa al occidente de la población (Barrios 10 de Agosto, San Francisco y sector Puerto Lucía), constituye la ocupación más larga y antigua de la localidad, en el se encuentran depósitos de las culturas Valdivia, Machalilla, Engoroy, Guangala y Manteño temprano. Es conocido en la literatura arqueológica como el sitio OGSE-46. E. LÓPEZ (2010)

La segunda área representada por la zona “céntrica” y comercial de la población (barrios 25 de Diciembre, Kennedy, Mariscal Sucre, Rocafuerte, Acacias, y Eloy Alfaro), conocida como OGSE-47 o “Zona Manteña”, dado que es esta última cultura la que con mayor densidad se presenta, no obstante se conoce de depósitos Machalilla, Engoroy y Guangala. Arqueólogos como Edwin Ferdón Jr. (1925), G.H.S. Bushnell (1947), Karen Stothert (1977), entre otros, han efectuado en su momento pequeños y limitados estudios en sectores focales de la localidad.

En años recientes son conocidas las intervenciones de rescate y monitoreo en obras de estructura e infraestructura, tales como la construcción de la Galería Museo Casa León, el tendido de redes de alcantarillado pluvial y de aguas servidas, así como la construcción de la Plazoleta Cívica Adalberto Montenegro. Intervenciones coordinadas con la actualmente desaparecida Unidad de Rescate Arqueológico y el INPC, Subdirección litoral.

No obstante tales acciones, es más lo acontecido a nivel de impactos negativos y expoliaciones a estos bienes patrimoniales del Estado, tal es así la enorme



destrucción ocasionada en el sector occidental del sitio OGSE-46 (sector Guangala-Valdivia) al construirse el complejo Puerto Lucía, los daños ocasionados en el sitio OGSE-47 (área Manteña) al construirse el Hotel La Caleta, el edificio Coechir, etc., así como obras complementarias de alcantarillado y arreglo de calles que actualmente ejecuta la dirección de obras públicas de la municipalidad. E, LOPEZ (2010)

Las autoridades locales son conscientes del daño irreparable que se ocasiona en el patrimonio arqueológico de la localidad, ya que existen tres inventarios y evaluaciones a este bien patrimonial de la nación (Castro y López: 1997, Tobar: 2000, Villón: 2005) mismos que constituyen la evidencia de la negligencia y quemimportismo con la que se ha actuado, dando un corolario al proceso de disminución de las áreas arqueológicas de La Libertad.

Dentro de este contexto, cobra vital importancia la existencia en estas áreas de terrenos sin edificaciones o con edificaciones de madera o mixtas que por su forma de construcción no han impactado mayormente en los depósitos arqueológicos del área. La construcción del nuevo malecón ha hecho que los terrenos adyacentes, que conservan en su subsuelo vestigios arqueológicos, hayan cobrado valor actual, a tal punto de motivar a sus propietarios a planear construcciones y remociones de tierra que de otra forma no se hubieren efectuado, para poder extraer y comercializar. E. LOPEZ , (2010)

La situaciones indicadas actualizó una de las problemáticas existentes en el Cantón La Libertad, que en casi toda su extensión posee vestigios arqueológicos, haciéndose necesario para efectos de este trabajo de tesis de posicionar al cantón La Libertad como una ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial: Puesta en Valor Turístico a Través del Marketing Mix recopilar información del inventario de recursos arqueológicos de la localidad, documentos proporcionados por INPC por medio del Arqlgo. Erick López (Anexo #1 ) con el objeto de realizar una base de datos, junto con los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo de la Provincia de Santa Elena de los atractivos turísticos del cantón La Libertad descritos anteriormente a fin de evaluar el potencial turístico de estos recursos

para que a su vez nos permita desarrollar un circuito donde se recorran estos sitios, a través de una estrategia que permita identificar el Producto Turístico Cultural que posee La Libertad ofertando una actividad no convencional para esta localidad, que redunde en beneficios socioeconómicos para éste cantón.

#### **1.5.5.1 Oportunidad Turística y Necesidad de Conservación**

Con lo mencionado anteriormente se crea una oportunidad turística para el cantón La Libertad que al igual que los demás cantones de la Provincia de Santa Elena busca tener una mayor participación del mercado turístico que es visto con buenos ojos por los turistas por estar ubicado en un sector privilegiado que posee además de su belleza natural una riqueza cultural inigualable, y por los moradores que se ven beneficiados económicamente por los réditos que se perciben de este sector. Ya es hora de que se plantee un plan de conservación y habilitación del patrimonio arqueológico del cantón La Libertad donde se mantenga la integridad del sitio, articulando su puesta en valor con los principios del turismo cultural sostenible. Solamente una colaboración estrecha entre las autoridades responsables de la conservación del patrimonio cultural, el Ministerio de Turismo y las organizaciones privadas de manejo del turismo puede llevar a buenos resultados el desarrollo del turismo arqueohistórico-patrimonial-cultural en esta localidad, de lo contrario se corre el riesgo de desdibujar las características culturales propias del país.

Las características propias del turista cultural mencionadas anteriormente en este capítulo permiten desarrollar un modelo diferente que se base en la apropiación consciente del patrimonio, que implique un compromiso del visitante con su pasado, con la conservación de éste y su transmisión a las futuras generaciones. Este encuentro no necesariamente será *idílico*, la historia no lo es, pero ese patrimonio le permitirá al turista tener una relación vivencial con la cultura

El patrimonio arqueológico y cultural es nuestra herencia más valiosa y no es renovable, por ello nuestro el cantón La Libertad puede desarrollar el turismo cultural sin desvirtuar su patrimonio ni su significado. El turismo cultural debe de

ayudarlos a reencontrarse con su herencia cultural además de propiciar la identificación de las nuevas generaciones, nacidas en el extranjero, con el patrimonio cultural del cual también ellos son herederos.

El manejo de producto turístico arqueo-histórico-patrimonial, especialmente si éste va a operar en un régimen de visita pública, implica una gran responsabilidad gubernamental, institucional, profesional y social. Ello se debe a que dicha condición exige un balance armonioso de respuestas articuladas para satisfacer las demandas, necesidades y requerimientos relacionados con su investigación, conservación, operación, presentación, interpretación y difusión.

Sin embargo, destinar un destino arqueo-histórico-patrimonial en este caso al cantón La Libertad al disfrute público significa grandes oportunidades. La visita representa no sólo el medio más tradicional, sino también la forma más inmediata y directa de comunicar, poner en circulación y vigencia los valores del destino visitado en el ámbito social. Como gestores en favor del desarrollo del patrimonio cultural, dicha tarea posee una relevancia insoslayable, ya que no sólo representa el ejercicio público de nuestro quehacer profesional, sino que ello también da fundamento y justifica nuestra labor ante la sociedad. Adicionalmente, la apertura pública de un destino arqueo-histórico-patrimonial implica beneficios educativos, sociales y financieros para este cantón. Ante lo expuesto queda claro que un sitio arqueo-histórico-patrimonial constituye un complejo escenario de confluencia entre el ejercicio de la investigación y conservación arqueo-histórica, del turismo y del desarrollo social. Gursoy, D. y Chen, J. (2000).

## **1.6 Marketing**

Según HERBERT, J. T.; PRENTICE, R.C.; COLIN, J.T. (1989), *Heritage Sites: Marketing and Development*, Aldershot. Marketing es el proceso interno de una sociedad mediante el cual se planea con antelación cómo aumentar y satisfacer la composición de la demanda de productos y servicios de índole mercantil mediante

la creación, promoción, intercambio y distribución física de tales mercancías o servicios.

El marketing mix está enfocado al diseño y ejecución del plan de marketing, que permitirá acercarnos a cada segmento de mercado con una variedad de oferta turística y proponer la solución integrada a las necesidades y deseos de los consumidores en este caso turistas. Desarrollar un marketing mix e invertir dinero en promoción sin basarse en una estrategia detallada será un desperdicio de recursos y puede causar un daño irreparable al destino que se procederá a planificar, basándose en un sistema integral, basado en factores de oferta y demanda. Los factores de demanda son los turistas interprovinciales e internos. Los componentes de la oferta son las atracciones y actividades turísticas que posee el cantón La Libertad.

Si se planifica, desarrolla y gestiona cuidadosamente, el turismo arqueológico-histórico-patrimonial propuesto puede reportar beneficios considerables a los moradores de este cantón. El desarrollo del marketing mix depende de la concepción, mercado objetivo y el entorno que lo rodea. Se considerará principios básicos que se estructura sobre la base de las “4 p”: producto, precio, plaza y promoción. Es a través de estas herramientas que podremos promocionar y poner en valor turístico al cantón La Libertad como una ciudad Arqueológico-Histórico-Patrimonial es por eso que es clave mencionar este concepto que será desarrollado y aplicado en el capítulo 3 de este trabajo de tesis.

### **1.7 Turistización y Marketing Turístico Como Mecanismos Para la Puesta en Valor de Ciudades Patrimoniales: Orientación Metodológica Para un Plan de Acción en La Libertad.**

El proceso de otorgar o asignar el carácter o función turística a algo, sea este un bien, un lugar o un servicio, se conoce como turistificación (Verbeke: 2001). Esto se refiere a la selección y agrupación de una serie de bienes y servicios (tangibles e intangibles) de un lugar específico (destino) que a través de una estrategia de conjunto (planificación) dada su afinidad son susceptibles de ser transformados en oferta turística y que tras ser debidamente promocionados y comercializados alcanzan el estatus de producto turístico para un lugar determinado.

En este caso La Libertad como un sector histórico debe servir a los usos contemporáneos para los cuales el prestigio de su historia constituirá una fuente de atracción. La cuestión está centrada en la permanencia del patrimonio cuando es sometido a un tipo de uso no compatible con sus condiciones materiales y si El turismo es un fenómeno de interdependencias y sus relaciones con el patrimonio son de naturaleza múltiple, positivas unas y negativas otras. En cualquier caso, tiene un destacado protagonismo y ello plantea un importante desafío: superar la fase meramente promocional de la gestión turística y afrontar el reto de ordenar y gestionar el turismo en los destinos patrimoniales, utilizándolo como un importante instrumento de recuperación y renovación funcional (PEDERSEN, 2005). La revalorización y utilización turística del patrimonio cultural requiere integrarlo en un proyecto cultural donde, en alguna medida, se inviertan las reglas del mercado y la oferta prime sobre la demanda (MOSER, 1994). En esta línea de trabajo y reflexión se sitúa la sugerente investigación

Las Ciudades Históricas como Destinos Patrimoniales: Potencialidades y Requisitos (BRITO, 2007), donde se resalta como la gestión de las competencias constituye una cuestión central en el momento de implementar políticas orientadas a la preparación de los destinos patrimoniales en cuanto productos turístico-culturales de primera magnitud. Como claves fundamentales para afrontar ese desafío se resalta:

- Al poder público le corresponde fomentar las iniciativas, tanto institucionales como privadas, que estimulen y orienten los procesos de formulación e implementación de políticas públicas y actuaciones.
- El patrimonio cultural, más allá de bien cultural, tiene posibilidades para convertirse en un producto turístico diferenciado.
- El patrimonio cultural es un activo importante de la sociedad y no puede ser banalizado como mero producto de consumo.
- El turismo en el mundo tiende a diversificar la oferta.
- Constituir destinos patrimoniales implica invertir en conocimiento orientado a la gestión patrimonial y turística.
- El turismo, más allá de ocio y entretenimiento, puede ser también una actividad educativa.
- Los destinos patrimoniales deben ser sostenibles y ello requiere inversión en la producción de conocimiento, en la preservación y salvaguardia, en la provisión y equipamientos y servicios turísticos culturales y en la presentación e interpretación de los productos.
- La constitución y sostenibilidad de los destinos patrimoniales depende de la gobernanza instituida para lograrlo y su desarrollo depende de la existencia de adecuadas infraestructuras de gestión.
- La infraestructura de acogida turística es imprescindible en las ciudades históricas, ya que el patrimonio y el acercamiento al pasado son el motivo principal de la visita, siendo imprescindibles centros de acogida e interpretación.
- El marketing de la ciudad histórico-turística se impone como una estrategia de posicionamiento y promoción, como herramienta inteligente para la comunicación de lo tangible y lo intangible de los lugares.

De allí que la transformación del patrimonio construido en atractivo turístico no requiere sólo de infraestructuras viales y equipamientos hoteleros sino, esencialmente, de estrategias urbanas que incorporen las dimensiones sociales, urbanísticas y económicas de la problemática del patrimonio. A los fines de lograr una más estrecha vinculación entre estas dimensiones, en relación con el carácter dinámico de las realidades urbanas y de los cambios en las coyunturas

urbanísticas con respecto a la actividad turística, se plantea la necesidad de nuevas políticas de recuperación del patrimonio y de planificación estratégica urbano, así como de nuevos mecanismos de cooperación entre actuaciones del sector público y el sector privado.

Uno de los problemas centrales que debe enfrentarse en la cuestión de utilización de los centros históricos es el de garantizar la vitalización de estos centros asegurando su recuperación social y su multifuncionalidad.

Esto significa asumir que la ciudad histórica es un capital de sus habitantes que ellos comparten con los visitantes, por lo cual no es aceptable el planteo de excluir a la población local de las operaciones de refuncionalización del patrimonio. Ello implica asumir al patrimonio como capital estratégico de la ciudad capaz de desempeñar un rol de agente dinamizador de los procesos de desarrollo urbano. El patrimonio construido, en tanto equipamiento cultural y turístico capaz de vertebrar nuevas estrategias de integración social en los procesos de desarrollo urbano, se convierte en tema de nuevas propuestas de estructuración física y funcional de los centros históricos. Pensar sólo en la "turistización" del patrimonio en términos de un incremento continuo del número de visitantes implica una estrategia de riesgo para un recurso valioso, frágil y no renovable. No tener cuenta los límites que indica la capacidad de carga del patrimonio (en términos de carga física, carga social y carga de uso del patrimonio) conduce a la pérdida de valor material del patrimonio y a la desvalorización de la experiencia del patrimonio, además de provocar conflictos entre los residentes y los turistas, que son percibidos por aquellos como la razón del deterioro de su capital simbólico. Hede, A. y Hall, J. (2006)

Es necesario recordar, una vez más, que el patrimonio arquitectónico y urbanístico es el mayor recurso de los centros históricos, por la cual se convierte en el atractivo más valorado por la demanda turística y, consiguientemente, el más ofrecido por los organismos públicos y empresas privadas encargadas de la gestión turística de la ciudad. Aquí es donde intervienen las dos operaciones antes mencionadas: la "ingeniería cultural" y el marketing urbano. La primera produce

"adecuaciones", en muchos casos discutibles, de de las estructuras físicas del patrimonio para adaptarlo a los requerimientos de la demanda turística. Operaciones muchas veces cosméticas. Hernández, R. (2005).

Las actuaciones de modernización para el desarrollo de la actividad comercial, la inserción de nuevos equipamientos e instalaciones para las actividades turísticas (hotelería, restaurantes, servicios complementarios), cuando son planteadas sin tener en cuenta las pre-existencias históricas urbanas, operan negativamente en detrimento de las mismas. El tránsito vehicular y el estacionamiento, completados con los sistemas de señalización, pueden generar barreras físicas y perceptuales que llegan a imposibilitar una adecuada recepción del valor de los bienes patrimoniales por parte de habitantes y visitantes.

Puede concluirse en que es necesario avanzar hacia modelos de gestión urbana más sustentables (en términos espaciales, económicos y sociales) con respecto a los centros históricos con valores patrimoniales. La complementariedad entre patrimonio cultural, turismo centro comercial abierto y trama urbana tradicional, partiendo del reconocimiento de la complejidad multifuncional del centro histórico, han puesto de manifiesto que estas nuevas estrategias urbanas permiten alcanzar resultados positivos para todos los aspectos y actores involucrados en el proceso urbano. Ello significa desarrollar estrategias cualitativas consensuadas entre los diversos actores y sectores de intereses, teniendo presente que el patrimonio, cuya presencia es el motivo desencadenante de estas actuaciones, tiene potencialidades pero también limitaciones para su reutilización.

El tipo de investigación que se propuso realizar desde un principio para este trabajo de tesis fue de carácter cuali- cuantitativo, de campo con soporte documental bibliográfico orientado a la aplicación y solución práctica de un problema, en nuestro caso particular el posicionamiento del cantón La Libertad como una ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial, razón por la cual se consideró enfocarlo desde la perspectiva de los estudios de caso básicamente en la jerarquización del potencial cultural para enfocarnos en la perspectiva de un producto turístico cultural (abstracción); y el deductivo a través de la aplicación y



análisis de las guías correspondientes al ámbito nacional para la definición de producto turístico.

Partiré de la observación que servirá para la recopilación y presentación del conjunto de fichas existentes, tomando como referencia el “Inventario de Atractivos Turísticos” del Ministerio de Turismo de la Provincia de Santa Elena y proceder con el levantamiento del inventario de recursos patrimoniales existentes del INPC. Este Inventario permitirá la aplicación de una Propuesta para el uso de los Recursos identificados.

Se aplicaran las técnicas de las entrevistas a las fuentes principales involucradas en la temática planteada (Turistas, Moradores, Autoridades relacionadas con el sector turístico). Aplicare los instrumentos de apoyo como son: video grabadoras, cámara fotográfica, encuesta y entrevista

A nivel del método particular se decidió aplicar el enfoque hipotético deductivo sustentado en la comprobación y contrastación de variables e indicadores que conforman la siguiente hipótesis de trabajo:

“El Cantón La Libertad posee todos los elementos necesarios y suficientes para ser considerada una ciudad Arqueo-Histórica Patrimonial pero no se ha logrado debido a la falta de un plan de acción para la puesta en valor turístico a través del marketing mix”

A nivel de métodos específicos se aplicaron criterios metodológicos de la investigación de marketing mix, sustentando todo el proceso en técnicas de recolección de la información empírica de campo, tales como la encuesta, entrevistas y la observación. Soportadas en formatos previamente elaborados, validados y aprobados por las instancias pertinentes.

La aplicación de estos instrumentos se sustentaría en aspectos teóricos metodológicos de la investigación acción, de la investigación etnografía y aquellos propios de los procesos de turistización, anteriormente señalados.

El procesamiento y análisis de los datos recuperados del campo se analizarán estadísticamente a través de tablas y cuadros de tabulación de frecuencia, de contingencia, gráficos de barra de pastel, histograma.etc, a fin de articular los datos a nivel cuantitativo y cualitativo en el proceso de análisis. Recurriendo al test de Chí cuadrado a la hora de comprobar o no la hipótesis planteada.

En el siguiente capítulo se analizara la metodología aquí reseñada, así como la información recogida a través de ella, analizándola y procesándola a efectos de tener los elementos necesarios que requiere el diseño del modelo de posicionamiento como ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial que se espera obtener para La Libertad.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

En la presente investigación se aplicaron las siguientes metodologías de la investigación:

- Entrevistas.
- Cuestionarios.
- Observación.

En la siguiente Propuesta de un Plan de Acción para la Puesta en Valor Turístico a través del Marketing Mix del Cantón La Libertad, para su investigación, se aplicó una prueba piloto aplicando los siguientes instrumentos, como son encuestas, dirigido a los moradores locales, y a los turistas que fue aplicada de la siguiente manera:

La encuesta contaba con 22 preguntas, la misma que tuvo algunas observaciones de estructura en la confección de ciertas preguntas, así como en la redacción de otras quedando establecida la nueva encuesta en 13 preguntas, habiendo modificado su redacción y unificando otros de acuerdo a las condiciones.

La encuesta piloto dirigido a los moradores locales:

Contaba con 18 preguntas, la misma que tuvo algunas sugerencias de fondo y contenido, así como en la redacción de otras preguntas quedando estructurada la nueva encuesta en 11 preguntas, habiendo modificado la redacción de acuerdo a sus condiciones

## 2.1 Población y muestra

La población considerada para la investigación de tesis propuesta se conforma de la siguiente manera:

**Cuadro No.2**  
**Universo a investigar**

SEGMENTO	CANTIDAD UNIVERSO	FUENTE
Habitantes	95.942	Censo Poblacional 2010
Visitantes y Turistas	<i>800.000</i>	Ministerio de Turismo
Servidores turísticos	99	Municipio Cantón La Libertad
Autoridades locales	10	Director Escuela Turismo-UPSE
<b>TOTAL</b>	<b>896.051</b>	

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Investigación Propia

El dato poblacional, en el caso del segmento Habitantes, fue obtenido por medio de la página del INEC en internet donde tienen la base de datos del último censo poblacional 2010 , en el cual hace referencia a los 47.912 hombres y 47.912 mujeres adultos dentro la población.

Para el segmento de Visitantes y Turistas, el dato fue obtenido a través del Diario el Universo información proporcionado por el Ministerio de Turismo de La Provincia de Santa Elena, donde se consigna la cantidad de turistas que visitaron la provincia de Santa Elena durante el feriado de carnaval del 2010.

En el caso de los Servidores Turísticos se tomó los datos que poseen en el municipio de La Libertad.

En cuanto a las autoridades locales se han considerado específicamente al Director Provincial de Turismo (Ministerio de Turismo), al Director de Turismo de la Prefectura , a los Directores Cantonales de Turismo (3), al presidentes de la

Cámara Cantonal de Turismo, y de existir, al presidente de la Cámara provincial del ramo.

## **2.2 Tipo de Investigación**

El tipo de investigación que se utiliza en la realización de este estudio es a través de una investigación de campo. La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular.

**Investigación aplicada:** Corresponde a una investigación activa y dinámica, la cual depende de los aportes teóricos para aplicar en la propuesta estratégica para el presente proyecto y su relación con el medio local.

**Investigación de observación directa:** Consistirá en realizar visitas a diferentes ciudades aledañas al cantón, para analizar los factores que hacen que el público asista con frecuencia a estas ciudades.

**Consulta a especialista:** Para obtener información necesaria que permitirá determinar cuáles son los elementos requeridos para lograr que una ciudad sea concurrida por turistas.

## **2.3 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Se recopilaron los datos a través de un cuestionario aplicado en forma directa, mediante el método de comunicación ya que se interrogó personalmente a los encuestados.

El diseño del cuestionario de preguntas se compone de las siguientes secciones (ver anexo):

- Datos de identificación del encuestado.
- Preguntas Dicotómicas.

- Preguntas de opción múltiple.

## 2.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para poder procesar los datos se tabularán las encuestas realizadas en la Provincia de Santa Elena mediante el uso del programa Excel y usando tablas, que permiten interpretar la información de forma adecuada

## 2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.

Para el cálculo de la Muestra se utilizo los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en el Diario el Universo, en donde se indica que en el feriado de carnaval del año 2010, se obtuvo un aproximado de 800.000 turistas que visitaron la PSE, quedando la formula de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \times N}{e^2 (N-1) + Z^2}$$

Donde:

n = Muestra

N= Población

Z= Nivel de confianza 1.96

p= Posibilidad que se cumpla 90% => 0.90

q = Posibilidad que no se cumpla 10% => 0.10

e = Margen de error 5% => 0.05

Entonces:

**Cuadro No. 3**

Datos de turistas en último feriado	800.000
Z (nivel de confianza): 95%	1,96
e (error permitido): 5%	0,05
p (probabilidad o variabilidad positiva):	0,90
q (complemento o variabilidad negativa):	0,10

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

$$n = 34.574 / 250$$

$$n = 138$$

## **2.6 TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS (RESULTADOS)**

### **2.6.1 Análisis de Datos**

Se utiliza la estadística descriptiva para analizar los datos, la cual consiste en proporcionar medidas de resumen de los datos contenidos en todos los elementos de la muestra.

## **2.7 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

A continuación se detallan los gráficos de las encuestas en donde se pueden apreciar las tablas con sus respectivos análisis correspondientes a cada pregunta.

### Encuesta realizada a turistas:

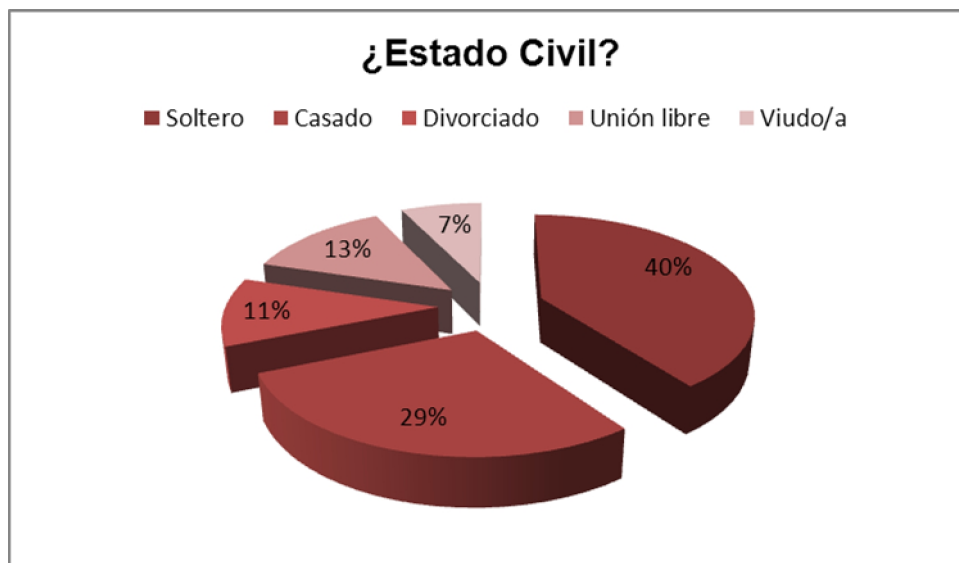
#### Estado Civil

Cuadro # 4: Estado Civil		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Soltero	55	40%
Casado	40	29%
Divorciado	15	11%
Unión libre	18	13%
Viudo/a	10	7%

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

#### Gráfico # 5



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

En base a las encuestas realizadas se puede apreciar que el 40% de las personas encuestadas son solteros, mientras que el 29% están casados, 13% divorciados, el 11% en unión libre y un 7% restante son viudos/as.



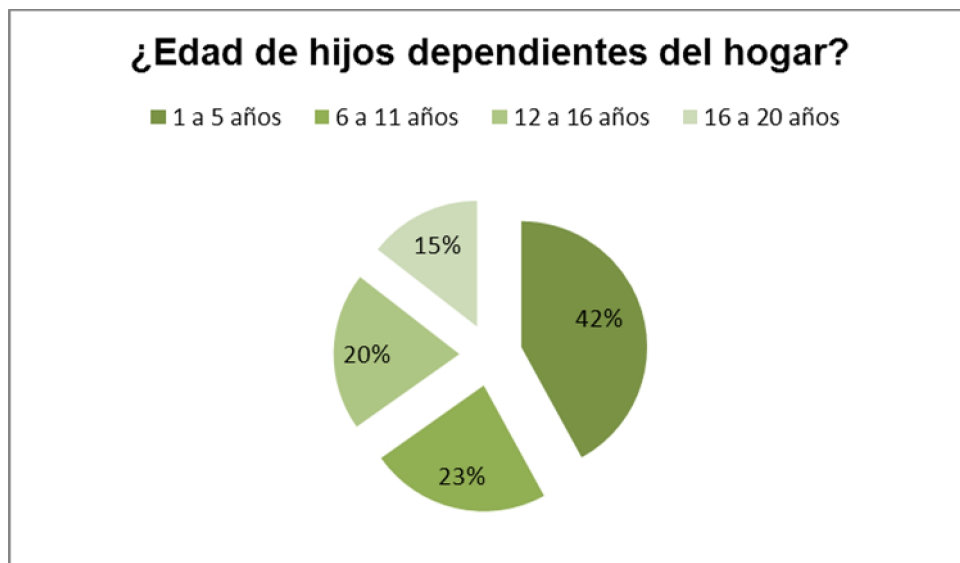
## Edad de hijos

Cuadro # 5: Edad de hijos dependientes del hogar		
Categoría	Frec. Absoluta	%
1 a 5 años	58	42%
6 a 11 años	32	23%
12 a 16 años	28	20%
16 a 20 años	20	15%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

## Gráfico # 6



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

De acuerdo al estudio realizado se logró determinar que la mayor parte de los hijos cuyo rango de edad oscila entre 1 a 5 años depende de los padres con un 42% dichos porcentajes van decreciendo a medida que va aumentando la edad de los hijos, debido a que van independizándose y consiguiendo trabajos para valerse por sí mismos.

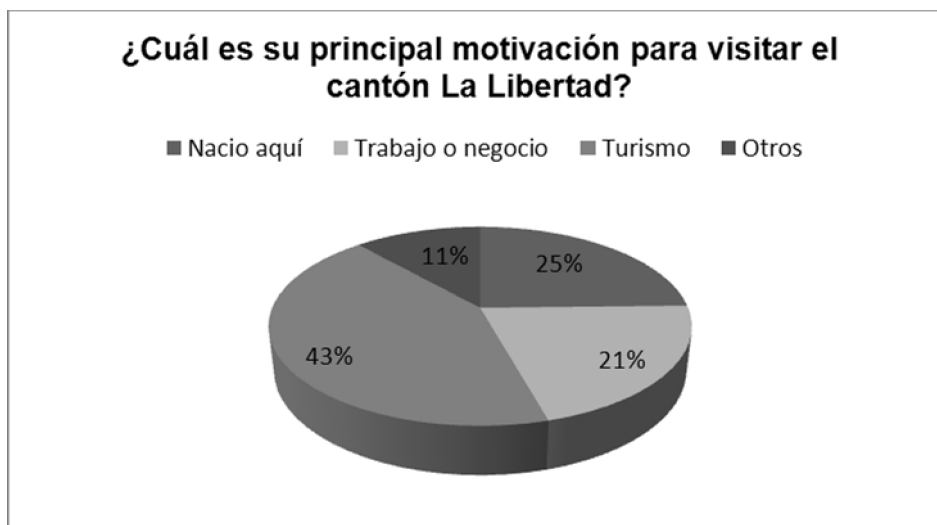
### Motivación para visitar La Libertad

Cuadro # 6: Pregunta 1		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Nació aquí	34	25%
Trabajo o negocio	29	21%
Turismo	59	43%
Otros	16	11%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Sofía Cevallos

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

### Gráfico # 7



Elaborado por: Sofía Cevallos

Mediante las encuestas se puede apreciar que la principal motivación para visitar la provincia de Santa Elena es por Turismo, debido a que es uno de los sectores del país con mayor afluencia turística, siendo un destino a acudir en las distintas épocas del año.

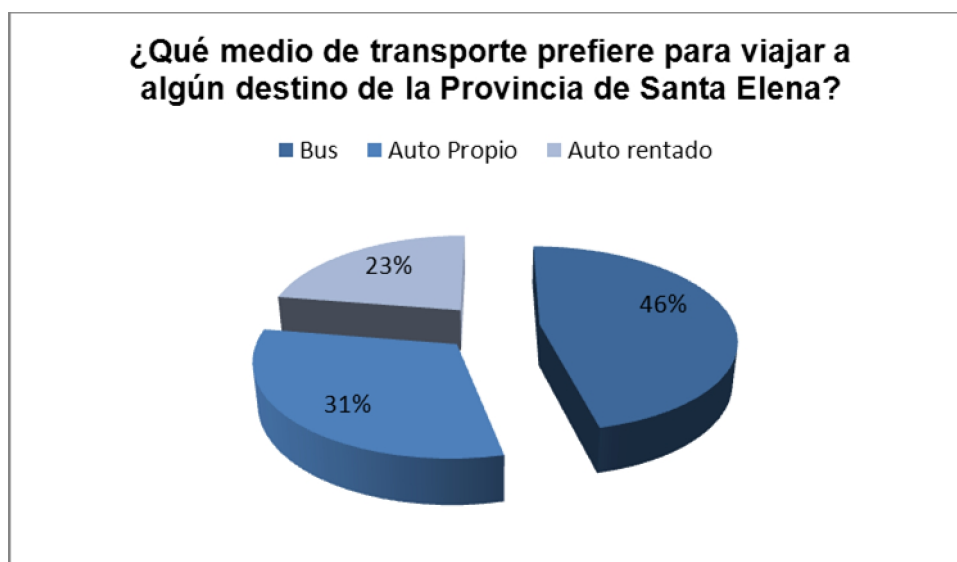
## Medio de Transporte

Cuadro # 7: Pregunta 2		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Bus	64	46%
Auto Propio	43	31%
Auto rentado	31	23%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

**Gráfico # 8**



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

Según la información proporcionada por las encuestas se logró determinar que el medio de transporte de preferencia para viajar son los buses con un porcentaje a su favor del 46%, debido a que el territorio de la provincia no es muy extenso, dando facilidad a los medios de transporte para llegar a los lugares más alejados del sector.

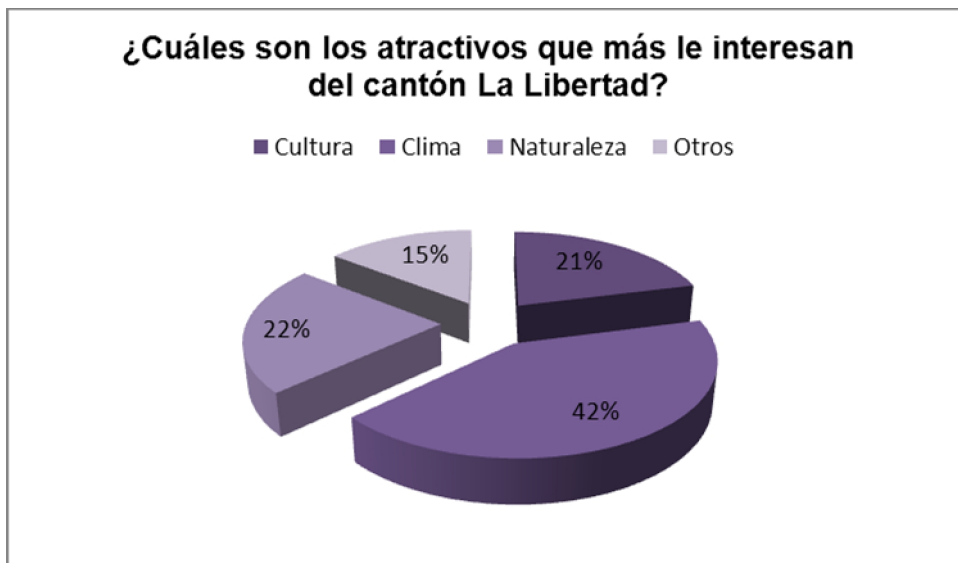
### Atractivos que interesan del cantón La Libertad

Cuadro # 8: Pregunta 3		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Cultura	29	21%
Clima	58	42%
Naturaleza	31	22%
Otros	20	15%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Sofia Cevallos

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

### Gráfico # 9



Elaborado por: Sofia Cevallos

De las opciones a escoger sobre los factores que más interesan a las personas al momento de elegir un sitio para visitar, el clima fue la primera opción que analizan los visitantes con un 42%, seguido de la naturaleza y la cultura, mientras cierto grupo de personas considero que son otros los factores que ayudan a determinar un lugar como destino a visitar.

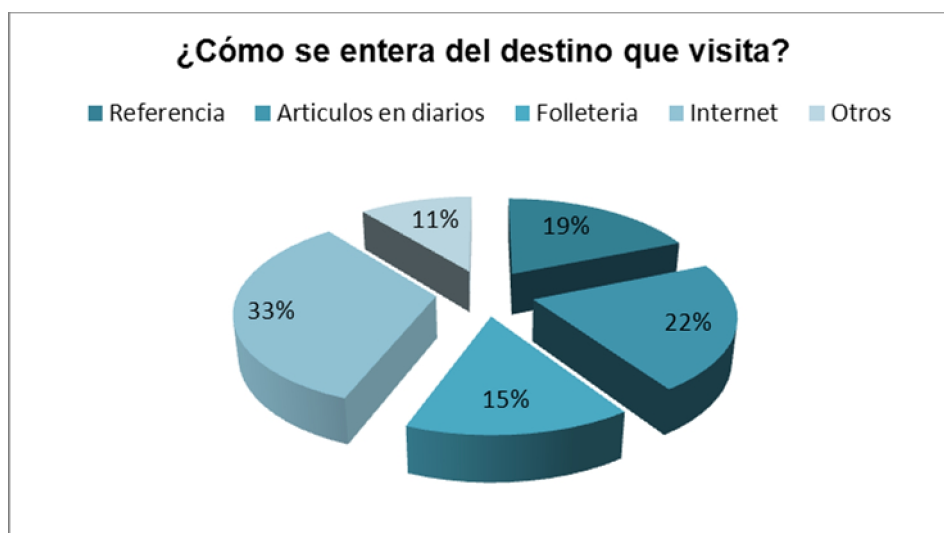
### Destino Que Visita

Cuadro # 9: Pregunta 4		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Referencia	26	19%
Artículos en diarios	30	22%
Folletería	21	15%
Internet	46	33%
Otros	15	11%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Sofia Cevallos

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

### Gráfico # 10



Elaborado por: Sofia Cevallos

La mayoría de los encuestados afirmó que antes de visitar un lugar revisan la información disponible en internet sobre el sitio a acudir, otro grupo señaló que prefieren investigar en artículos o folletos para informarse sobre los lugares más transcurridos para visitar.

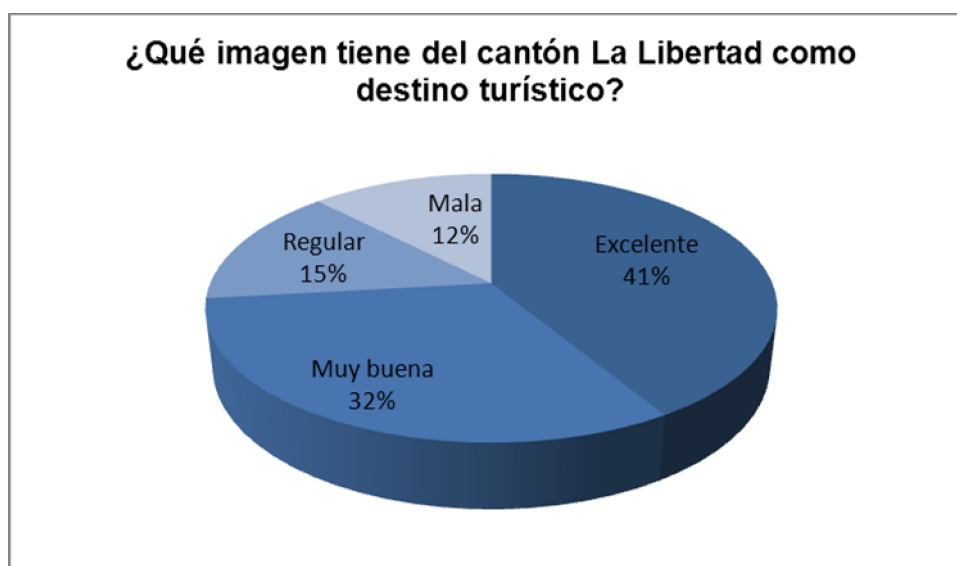
### Imagen del cantón La Libertad

Cuadro # 10: Pregunta 5		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Excelente	57	41%
Muy buena	44	32%
Regular	20	15%
Mala	17	12%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

### Gráfico # 11



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

La imagen que proyecta el cantón La Libertad hacia los turistas es de muy buena a excelente debido a que en los últimos años ha ido creciendo como ciudad tanto en su población como en la infraestructura que la rodea, dando una imagen acorde a una ciudad turística.

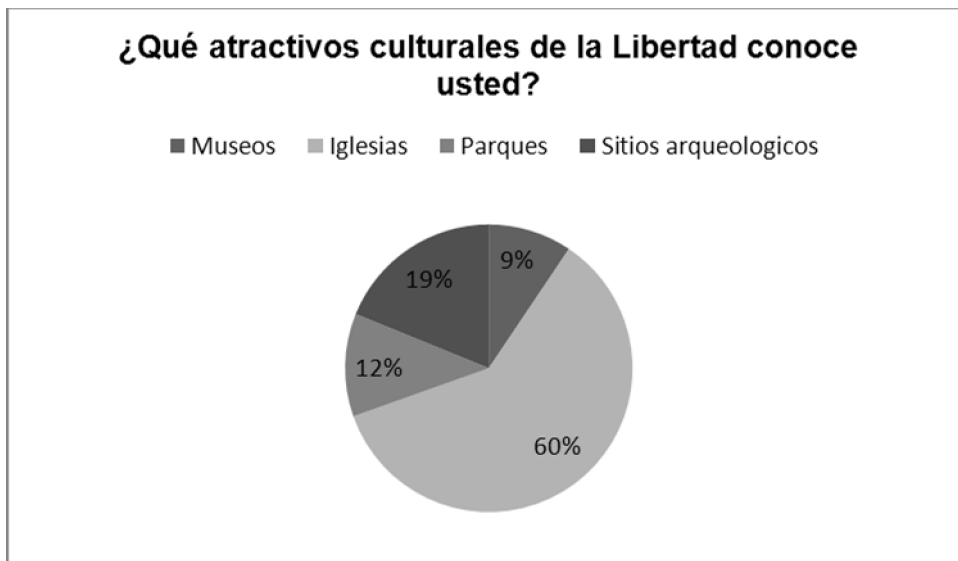
## Atractivos Culturales

Cuadro # 11: Pregunta 6		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Museos	13	9%
Iglesias	83	60%
Parques	16	12%
Sitios arqueológicos	26	19%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Sofía Cevallos

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

Gráfico # 12



Elaborado por: Sofía Cevallos

Las iglesias son los lugares más escogidos por las personas encuestadas con un 60%, seguido por los sitios arqueológicos, parques con un 19% y 12% respectivamente, culminando con los museos con 9%.

## Sitios Arqueológicos y Culturales

Cuadro # 12: Pregunta 7		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Museo Casa León	10	7%
Campus Samarina	9	7%
Museo Valdivia	24	17%
Amantes de Sumpa	29	21%
Museo Naval	19	14%
Museo Ballenita	47	34%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

**Gráfico # 13**



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

El Museo Ballenita es uno de los lugares más concurridos así lo afirmaron los encuestados con un 34%, seguido de los amantes de Sumpa, que es uno de los sitios con mayor difusión de la PSE por sus relatos.



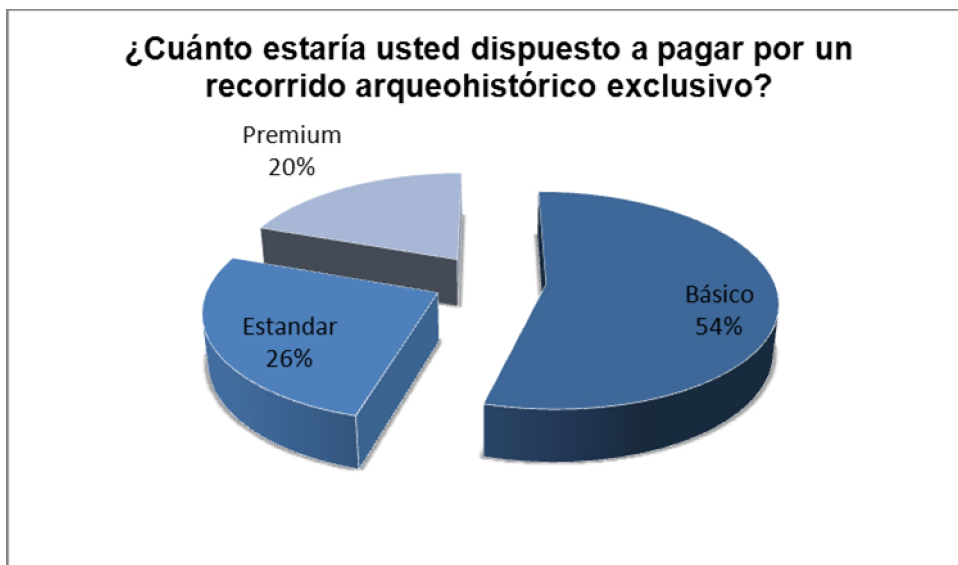
### Recorrido Arqueohistórico Exclusivo

Cuadro # 13: Pregunta 8		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Básico	75	54%
Estándar	36	26%
Premium	27	20%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

### Gráfico # 14



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

Basados en la información que proporciona la encuesta se puede apreciar que el 54% de las personas encuestadas, eligieron el paquete básico con un precio que oscila entre los \$5, en donde se incluye un recorrido por los lugares de mayor trascendencia del cantón incluido un lunch para los usuarios.

## Viaje

Cuadro # 14: Pregunta 9		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Solo	23	16%
En pareja	30	22%
Con parientes	37	27%
Con hijos	15	11%
Con amigos	21	15%
Grupo organizado	12	9%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

### Gráfico # 15



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

Los encuestados concordaron en su gran mayoría que realizan los viajes acompañados de los familiares, también lo hacen junto a su pareja, con amigos, es decir en compañía de sus seres queridos, haciendo más confortante el viaje.

### Frecuencia de viajes a través de una agencia

Cuadro # 15: Pregunta 10		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Siempre	25	18%
A menudo	54	39%
Ocasionalmente	40	29%
Nunca	19	14%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

### Gráfico # 16



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

El 39% de los encuestados a menudo realizan los viajes a distintos sitios para ir conociendo las zonas turísticas del país, mientras que un 29% lo hacen ocasionalmente, existiendo además un 14% que nunca lo hacen.

## **2.8 Conclusiones de las Encuestas**

De las encuestas realizadas a los turistas que visitan la PSE, se obtuvieron resultados que ayudarán a que tener una idea más clara sobre cuáles son los factores que hacen que una ciudad sea concurrida, además de poder realizar mejoras en muchos aspectos los cuales servirán para cambiar la imagen que el cantón de La Libertad proyecta a los turistas.

La información obtenida señala que uno de los sitios de mayor concurrencia es el Museo Ballenita, otro sitio de visita es el museo los Amantes de Sumpa en donde se muestran ruinas y se relatan historias de los antepasados que vivieron dentro de la PSE en épocas pasadas.

Es importante mencionar que los encuestados concordaron en estar dispuestos a realizar recorridos por los lugares más llamativos y arqueológicos del cantón La Libertad, también escogieron la opción básica con respecto a cuanto pagarían por utilizar estos servicios. Muchos de los encuestados afirmaron que a menudo realizan viajes para conocer la PSE, unos con su pareja, pero en la mayoría de los casos lo hacen con sus familiares o en compañía de sus seres más allegados.

Los datos proporcionados por las encuestas sirven para tener una idea más concreta sobre los posibles servicios que se ofrecerían a los usuarios en un proyecto de estas características.

## **2.9 Encuesta a Habitantes del cantón La Libertad**

Además se realizaron encuestas a los moradores del cantón La Libertad para conocer la opinión que tienen los habitantes de dicho cantón sobre la ciudad de residencia. A continuación se presenta el cálculo respectivo en base a la fórmula.

**Cuadro No. 16**

Datos de turistas en último feriado	800.000
Z (nivel de confianza): 95%	1,96
e (error permitido): 5%	0,05
p (probabilidad o variabilidad positiva):	0,90
q (complemento o variabilidad negativa):	0,10

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

$n = 18.560 / 194$

$n = 95$

A continuación se presenta las encuestas realizadas a los habitantes del cantón La Libertad.

**Encuesta realizada a moradores del cantón:**

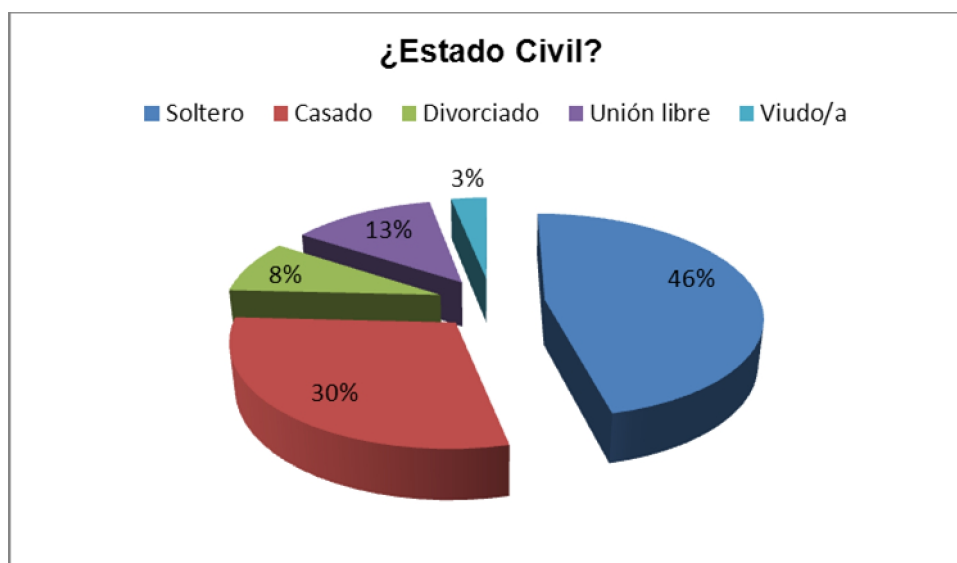
**Estado Civil**

Cuadro # 17: Estado Civil		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Soltero	44	46%
Casado	28	30%
Divorciado	8	8%
Unión libre	12	13%
Viudo/a	3	3%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

**Gráfico # 17**



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

El 46% de los moradores del cantón que fueron encuestados afirmó que poseen un estado civil soltero, mientras que el 30% contestó que se encuentran casados, además de un 3% restante que respondieron ser viudos/as.

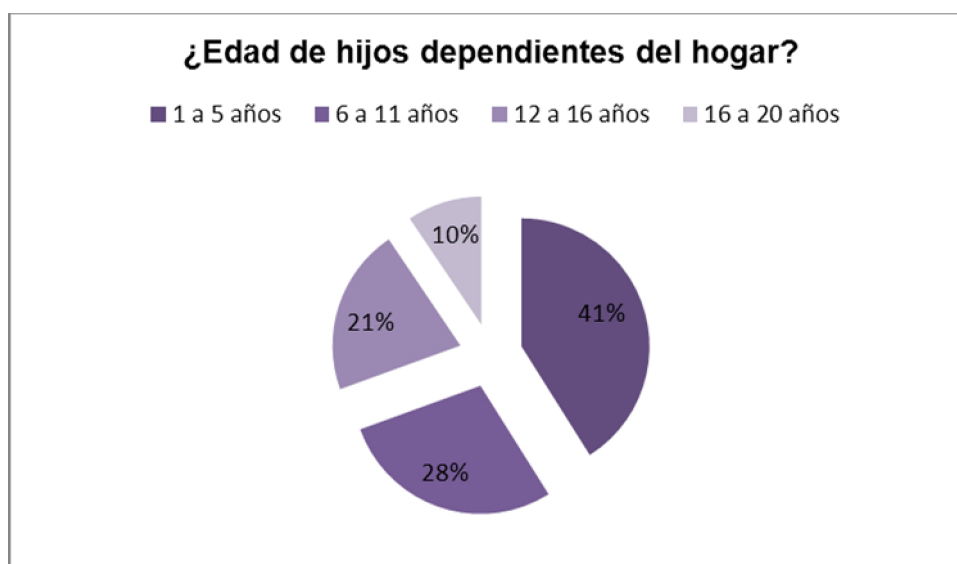
## Edad de hijos

Cuadro # 18: Edad de hijos dependientes del hogar		
Categoría	Frec. Absoluta	%
1 a 5 años	39	41%
6 a 11 años	27	28%
12 a 16 años	20	21%
16 a 20 años	9	10%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

### Gráfico # 18



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

En base al resultado de las encuestas el 41% contestó que tienen hijos de 1 a 5 años que dependen de los padres dentro del hogar, culminando un 10% de 16 a 20 años que indican depender de los padres.

### Motivación para visitar el cantón La Libertad

Cuadro # 19: Pregunta 1		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Nació aquí	14	15%
Trabajo o negocio	25	26%
Turismo	49	52%
Otros	7	7%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

### Gráfico # 19



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

Una de las principales motivaciones para visitar la provincia según los encuestados es el turismo, debido a que es uno de los destinos turísticos con mayor acogida dentro del país, también existe otro grupo que tienen otras razones, como trabajo 26% además de ser oriundo del cantón.



## Elementos pertenecientes al Patrimonio Cultural

Cuadro # 20: Pregunta 2		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Edificios	26	27%
Sitios arqueológicos	38	40%
Monumentos	14	15%
Museos	17	18%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

### Gráfico # 20



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

Los sitios arqueológicos así como las edificaciones tienen el más alto porcentaje de acuerdo al resultado obtenido por las encuestas, siendo los mismos los que tienen mayor presencia dentro de los moradores del cantón.

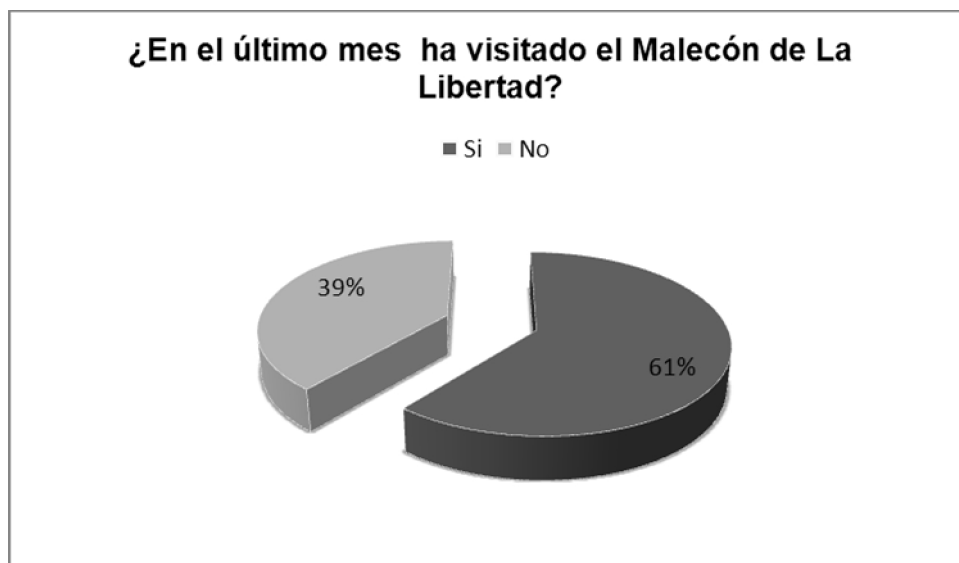
### Visita Malecón de La Libertad

Cuadro # 21: Pregunta 3		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Si	58	61%
No	37	39%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

**Gráfico # 21**



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

El 61% de los encuestados afirmó que durante el último mes si ha visitado el malecón del cantón La Libertad, siendo este uno de los sitios más concurridos por los moradores y turistas que transcurren por las localidades de la ciudad.

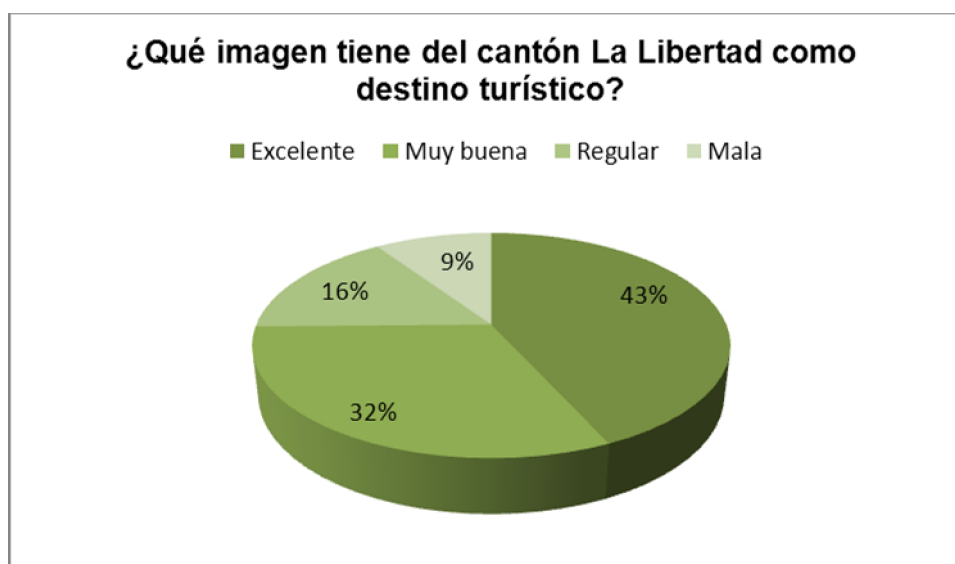
### Imagen del cantón La Libertad

Cuadro # 22: Pregunta 4		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Excelente	41	43%
Muy buena	30	32%
Regular	15	16%
Mala	9	9%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

**Gráfico # 22**



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

El cantón La Libertad y la provincia de Santa Elena en general son destinos que cuentan con mucha acogida como sitio turístico a visitar, viéndose reflejado esto en el resultado de las encuestas, debido a que el 43% de los encuestas opinan que la imagen que proyecta la ciudad es excelente, seguido de un 32% concordando que es muy buena, existiendo un 9% que opina diferente.

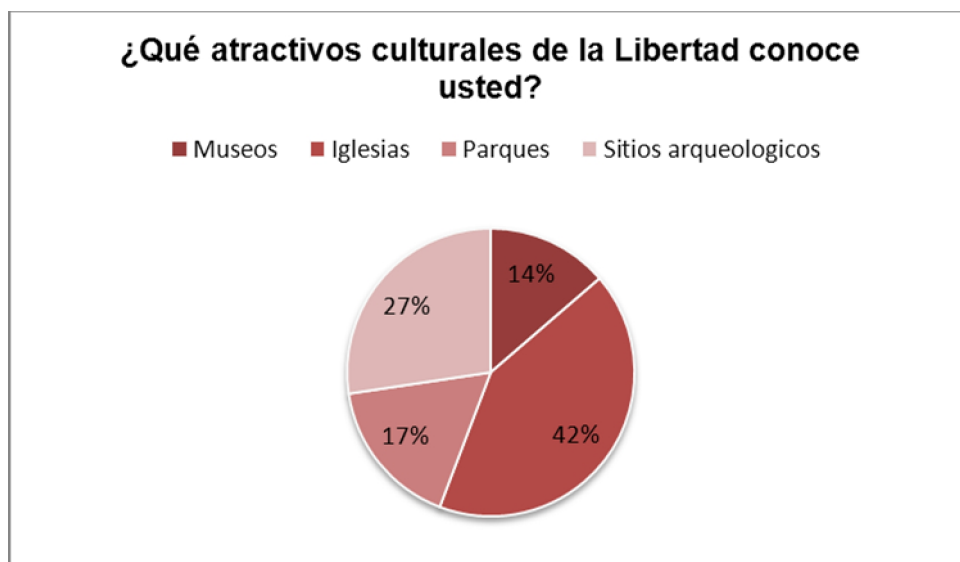
### Atractivos culturales de la Libertad

Cuadro # 23: Pregunta 5		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Museos	13	14%
Iglesias	40	42%
Parques	16	17%
Sitios arqueológicos	26	27%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

**Gráfico # 23**



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

Las iglesias son uno de los principales atractivos culturales que destacan al cantón, según lo afirman los encuestados con 42%, seguido de un 27% a favor de sitios arqueológicos, un 17% resaltan a los parques, mientras que el 14% restante piensa que los museos son de los principales atractivos culturales que posee este cantón.

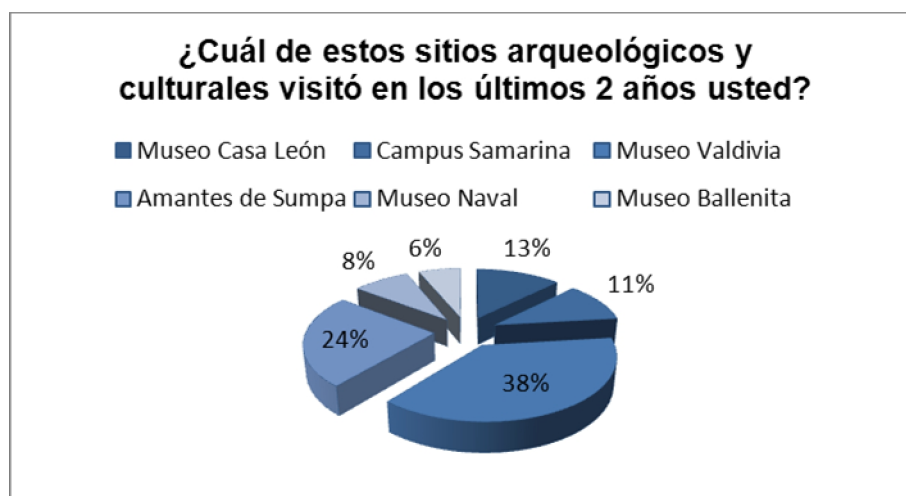
## Sitios Arqueológicos y Culturales

Cuadro # 24: Pregunta 6		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Museo Casa León	12	13%
Campus Samarina	10	11%
Museo Valdivia	36	38%
Amantes de Sumpa	23	24%
Museo Naval	8	8%
Museo Ballenita	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

### Gráfico # 24



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

Según las encuestas el museo Valdivia junto con los amantes de Sumpa son lugares que más visitas han tenido durante los dos últimos años con un 38% y 24% respectivamente, debido a la poca difusión de estos sitios en los medios de comunicación, con el pasar del tiempo sitios como estos han ido perdiendo su importancia cultural dentro de la ciudad.

### Recorrido Arqueohistórico Exclusivo

Cuadro # 25: Pregunta 7		
Categoría	Frec. Absoluta	%
Básico	63	66%
Estándar	19	20%
Premium	13	14%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Sofía Cevallos

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad

### Gráfico # 25



**Elaborado por:** Sofía Cevallos

De acuerdo a las encuestas el 66% estarían dispuestos a pagar una tarifa básica de \$5 por un recorrido por los principales sitios arqueológicos y demás atractivos que posee el cantón La Libertad, un 20% y 14% opinan que estarían dispuesto a cancelar un poco más por el uso de estos servicios.

## **2.10 Conclusiones de las encuestas aplicadas a los moradores del cantón La Libertad**

De acuerdo a los resultados obtenidos en las distintas preguntas de encuesta aplicadas a los moradores del cantón La Libertad, varias concordaron con los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado a los turistas dando como prioridad que la ciudad es un lugar de gran afluencia turística al cual acudir en las distintas épocas del año.

Es importante mencionar que uno de los lugares más visitados por los habitantes del cantón así como de toda la PSE es el malecón, debido a que posee comedores, lugares donde sentarse a relajarse y pasar un rato ameno, además de la playa que es muy concurrida por los residentes y visitantes del cantón.

En cuanto al valor tanto los turistas como los moradores del cantón, estarían dispuestos a cancelar una tarifa básica de \$5 por el uso de estos servicios el cual incluiría un lunch para que degusten los clientes.

## **2.11 Resultado de la observación directa.**

El método de observación proporciono los siguientes resultados.

### **2.11.1. Espectro de la oportunidad turística.**

Existen varias posibilidades de promocionar turísticamente al cantón La Libertad, una de ellas es a través de su riqueza arqueológica. A continuación se detalla un inventario de bienes patrimoniales que posee el cantón La Libertad que fue proporcionada por el INPC por medio del Arqlgo. Erick López en el que se detalla una lista de bienes patrimoniales que muy pocos conocen. Por el momento no es factible incluirlos en el circuito turístico que se menciona más adelante ya que falta incluir información complementaria en cuanto a ubicación que aún no ha sido procesada y divulgada por el INPC.

**Cuadro # 26: REGISTRO DE BIENES CULTURALES Y PATRIMONIALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD**

TEMATICA	PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	FONDO	FICHA
PALEONTOLOGÍA, CAZADORES TEMPRANOS Y MEGA FAUNA EN LA PENÍNSULA DE STA. ELENA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. COLECCIONES ARQUEOLOGICAS
CERRO ENGOROY	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
LA LIBERTAD	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
CERRO ENGOROY	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
ENTERRAMIENTOS GUANGALA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. COLECCIONES ARQUEOLOGICAS
LA LIBERTAD	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
MUEY	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
10 DE AGOSTO(MENDOZA)	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. COLECCIONES ARQUEOLOGICAS
LA LIBERTAD	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
SAN RAYMUNDO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ARQUEOLOGIA	ARQ. YACIMIENTOS
ARCHIVO PASIVO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	DOCUMENTALES	DOC. ARCHIVOS
SECRETARÍA GENERAL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	DOCUMENTALES	DOC. ARCHIVOS
SECRETARÍA PARROQUIAL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	DOCUMENTALES	DOC. ARCHIVOS
SECRETARÍA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	DOCUMENTALES	DOC. ARCHIVOS



FIESTA PATRONAL DE NUESTRA SEÑORA DE LA ESPERANZA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	INMATERIALES	IMT. General
LA LLORONA DE LA CALETA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	INMATERIALES	IMT. General
BARRIO TRADICIONAL LA CARIOCA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	INMATERIALES	IMT. General
FIESTAS DE LA VIRGEN DEL MAR	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	INMATERIALES	IMT. General
LA LEYENDA DEL ANGELITO DEL BARRIO LA CARIOCA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	INMATERIALES	IMT. General
TOPONIMIA DE LA LIBERTAD	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	INMATERIALES	IMT. General
GALAPAGOS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
RETRATO DE HOMBRE	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SANDIA SOBRE ROJO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
MANGLAR	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
GITARRAS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SEÑ'OR DE PESCADOR	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SANDIA SOBRE AZUL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
BODEGON CON CALABAZA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
NIÑ'O DIOS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
VITROLA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
REQUIER PARA SEGORA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
CONCIERTO PARA CHOPIN	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO

RIO GUAYAS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
RELOJ DE PÁNDULO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
S/T	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
HELECHOS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
DIAMANTE ROJO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
ALAS DE GAVIOTA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
RELOJ DE PÁNDULO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SANTA TERESITA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SAN JOSÉ	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
RETRATO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SATELITE	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SAUCE AZUL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
MAGDALENA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
BODEGON GRIS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
CRISTO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
S/T	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
CRISTO EN LA CRUZ	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
VIRGEN DE LA ESPERANZA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO

SIDERAL 3	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
MAQUINA DE COSER	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
MAQUETA PARA UN ALMUERZO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
INMACULADA CONCEPCIÓN	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
VIRGEN AUXILIADORA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
JESÚS DEL GRAN PODER	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
RETRATO DE MUJER	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SAN FRANCISCO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SIDERAL 2	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
LA CRUZ DEL SUR	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
TRAPOS AL SOL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
VIRGEN DEL QUINCHE	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
ÁNGEL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
FLORES SOBRE GRIS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
ARPA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
MAQUINA DE COSER	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
UN ARBOL PARA VAN GOGH	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
COCINA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO

SAN FRANCISCO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
APOSTOL SAN JUAN	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
MANGLAR	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
VIRGEN DEL QUINCHE	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
NIÑO JESÚS	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
RADIO	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
FLOR SILVESTRE	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
S/T	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
ÁNGEL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SANDIA SOBRE AZUL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
PÁJARO DE LA NOCHE	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SAN ANTONIO DE PADUA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
TANQUE	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
VUELO DE GAVIOTA	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
SUBIR AL CERRO DEL CARMEN – GUAYAQUIL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
GIRASOL	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO
TOTEM	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	MUEBLES	MUE. GENERAL DE REGISTRO

## **2.12 Resultado de Entrevista**

Se realizaron entrevistas a las principales autoridades de la PSE con la finalidad de obtener resultados que se puedan aplicar a la realidad del proyecto.

En base a los resultados obtenidos el Lcdo. Douglas Dillon, encargado de la Pre Cámara de Turismo de Santa Elena, teniendo 5 años de experiencia, menciona que tienen como objetivo principal impulsar el desarrollo del turismo y sus servicios en general. Además señala que como medida para proteger el patrimonio de la PSE se pretende crear pequeños centros de interpretación en cada área protegida del cantón con el objetivo que los visitantes tengan una información previa del lugar a conocer.

Por otra parte menciona que se debería de realizar la difusión del patrimonio cultural poniendo a disposición de los visitantes una serie de rutas culturales que permitan un mayor conocimiento del territorio peninsular, así como actividades formativas entre ellas cursos, jornadas, talleres y encuentros organizados sobre destinos turísticos.

En el Departamento de Desarrollo Sustentable de la Prefectura de Santa Elena, el Téc. Ricardo Camacho con 3 años de experiencia en el ámbito turístico, menciona que tienen como principal objetivo crear nuevas oportunidades de mercado y aumentar la competitividad de las micro y pequeñas empresas en los sectores más pobres de la provincia de Santa Elena, por lo cual su departamento está tomando medidas para realizar programas que permitan contar con una gestión de calidad ambiental en los atractivos turísticos para garantizar al turista la utilización de playas libres de contaminación y un manejo sustentable de las mismas.

Como tipos de servicio a implementar dentro de los museos considera que se deberían ofertar actividades variadas e interesantes. Hacer participar a los visitantes de maneras diferentes: en talleres, juegos de pistas, rutas e itinerarios, visitas dinamizadas. Las vacaciones son un momento excelente para descubrir otra

dimensión del museo más lúdica y divertida. Se pueden ofrecer actividades pensadas para todas las edades, de los tres años en adelante, una buena alternativa para el tiempo libre de los turistas y habitantes peninsulares.

El Ing. Alex Berh Jefe de la Dirección de Turismo del Municipio del Cantón Salinas indica que tienen como objetivo promocionar las actividades turísticas y microempresariales del cantón Salinas, señalando que la Dirección se encuentra tomando medidas para ayudar a que los residuos industriales generados por las industrias que usualmente son arrojados directamente al mar contaminando la zonas de playa, tengan una normativa que evite este tipo de contaminación y un monitoreo permanente permitiendo controlar a dichas industrias.

Además considera que se deben de brindar otros servicios como visitas guiadas, impartir clases de pintura, dibujo y organizar actividades paralelas relacionadas con las propias exposiciones.

Por otra parte el Biólogo Santiago Torres Báez de la Dirección Provincial de Turismo por parte del Ministerio del ramo en Santa Elena, indicó que es necesario fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador. Él considera que se deben de realizar Proyectos para la determinación de los diferentes tipos de artesanías que se producen en la Provincia y a partir de ello capacitar a los artesanos para que mejoren la calidad y el diseño de las mismas.

A él le parece que como servicio adicional se pueden impartir talleres para niños en los museos en torno a la muestra que repasa la historia, para motivarlos y aumentar el interés en el conocimiento de la cultura de la Provincia y en específico del cantón La Libertad.

El señor Antonio Lainéz de la Empresa Municipal de Turismo, piensa que en cuanto al desarrollo turístico se debe promover las políticas locales para el desarrollo y promoción turística del cantón en concordancia con las políticas nacionales que existieran al respecto, considera como muy importante brindar seguridad en las playas del cantón.

En cuanto al desarrollo del museo piensa que se deben de brindar servicios como Talleres infantiles y para jóvenes, club de observadores de aves, visitas guiadas, proyección de videos, ciclos de conferencias, ludoteca, biblioteca, hemeroteca especializada en temas de biología, programas Aliados de la Naturaleza, y exposiciones itinerantes.

En resumen las respuestas de los encuestados, así como de los servidores turísticos son favorables al desarrollo del proyecto y sirven para fortalecer la idea propuesta de realizar un Plan de Acción para la puesta en valor turístico de La Libertad.

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN DE ACCIÓN PARA LA PUESTA EN VALOR TURISTICO DE LA LIBERTAD, COMO CIUDAD ARQUEO-HISTÓRICA-PATRIMONIAL, A TRAVÉS DEL MARKETING MÍX.**

#### **3.1 Presentación**

Esta propuesta de tesis presenta de qué manera se puede realizar un posicionamiento del “Turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio libertense para el mundo”, resaltando la potencialidad del turismo para articular procesos de valoración, competitividad y sostenibilidad del patrimonio cultural.

En este sentido, esta propuesta busca fomentar el turismo cultural por el cantón la Libertad a través del Marketing Mix, incentivando a nacionales y a extranjeros a conocer la cultura de esta ciudad, recorrer sus paisajes, disfrutar sus costumbres y a apropiarse del patrimonio material e inmaterial que posee este cantón, lo cual aportará beneficios a la comunidad, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico.

De igual manera esta propuesta va a ayudar a los demás sectores de la provincia para el desarrollo y creación de nuevos productos turísticos considerando que en la provincia existen muchos lugares que han sido subutilizados y esperan ser incluidos dentro del progreso del turismo, mejorando el nivel de vida de la población, así como también incrementando los ingresos a la provincia



## Gráfico # 26



Fuente: [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com)

### 3.2 Misión

Posicionar a La Libertad como una ciudad arqueo-histórica-patrimonial a nivel local, provincial y nacional ofreciendo sitios turísticos, históricos, patrimoniales y culturales de distracción. Ofertando un producto competitivo y de alta calidad, con la participación de la comunidad capacitada, así como también de los actores públicos y privados del sector.

### 3.3 Visión

Desarrollar y fomentar un turismo sostenible y sustentable a través de los recursos arqueo-histórico-patrimoniales que posee el cantón La Libertad dándolos a conocer con conciencia social a través de una planificación turística. Logrando así posicionar en la mente del consumidor a La Libertad como un destino de Turismo cultural ganando un mercado turístico local, nacional e internacional.

### **3.4 Valores**

#### **LIDERAZGO**

Uno de los valores será el LIDERAZGO basado en la confianza, reconocer el valor de cada persona y lo que esta puede generar, estimulando la participación, intercambiando ideas y puntos de vista.

#### **RESPETO Y EXCELENCIA**

Impulsar el respeto y desarrollo integral de la persona, buscando ampliar sus conocimientos, habilidades y visión, orientándose a contar con colaboradores con excelencia y calidad de clase mundial.

#### **INTEGRIDAD**

Tener el compromiso de hacer las cosas correctamente desde el principio, al ser sinceros con los visitantes y transparentes en el manejo de las actividades.

**DINAMISMO** Siendo proactivos y actuando con flexibilidad, anticipando y adaptándose a los cambios, estimulando el trabajo en equipo.

#### **RESPONSABILIDAD**

Asumir las obligaciones contraídas y cumplirlas dentro de las condiciones exigidas pensando siempre en la satisfacción del turista.

#### **INNOVACION Y CREATIVIDAD**

Son elementos imprescindibles ya que representan una importante base de superación, desarrollo y continuidad. Se debe comenzar con una idea innovadora y creativa, acompañada de mucho trabajo lo que se traducirá en resultados excelentes.

## **FORTALEZA**

La fortaleza será una virtud mediante la cual se es capaz de soportar o vencer los obstáculos que se oponen al bien. Se tendrá un equilibrio entre la prudente toma de decisiones y la osadía de la innovación teniendo una verdadera fortaleza, ese será un valor de distinción dentro de la aplicación del MIX de Marketing dentro de este proyecto.

### **3.5. Objetivos**

#### **3.5.1 Objetivo General**

Posicionar al cantón La Libertad, a partir de su diversidad cultural, como un destino de turismo cultural interno y externo, a través del cual se generen dinámicas de desarrollo local sostenible, promoviendo la competitividad del patrimonio y la identidad de esta comunidad.

#### **3.5.2 Objetivos específicos**

1. Diseñar la Marca “LA LIBERTAD, CIUDAD QUE DEJA HUELLAS”, basándose en los últimos acontecimientos y a la historia de este sector que la ha convertido en una CIUDAD ARQUEO-HISTÓRICA-PATRIMONIAL que tiene mucho por ofrecer e ilustrar; marca que este directamente vinculada a una estrategia de creación de valor, que contribuya a fortalecer y difundir en el ámbito local, nacional mediante los medios de comunicación más efectivos disponibles, su puesta en valor para el turismo nacional e internacional y mercados prioritarios interesados en nuevas alternativas de esparcimiento.
2. Proponer la Elaboración de un Portafolio de marketing que incluya la estrategia de comunicación y facilite implementar acciones efectivas

para la difusión, promoción y mercadeo que integra el Cantón La Libertad, “Ciudad que deja huellas”.

3. Crear un Circuito turístico a comercializar bajo la marca “La Libertad, Ciudad Arqueo-histórica Patrimonial” que ofrezca la visita de los diferentes puntos que encierran el concepto a difundir, a fin de responder a las diversas motivaciones de esparcimiento identificadas en la demanda potencial. Asimismo, dicho circuito y recorrido deben potenciar la experiencia turística.
4. Definir y rescatar hitos que hagan parte del patrimonio cultural de La Libertad, para que sean imprescindibles dentro del recorrido del turista.

### **3.6. Diagnóstico y Análisis Estratégico**

Mediante los resultados que se obtuvieron a través de las entrevistas y encuestas se destaca lo siguiente:

- El Cantón La Libertad presenta un gran atractivo turístico
- No se encuentra articulado como un producto comercializable
- No está lo suficientemente promocionado
- Existen carencias evidentes de información sobre los sitios emblemáticos del cantón que son considerados como patrimonio histórico del sector y los servicios que en él se ofrecen.

Por lo tanto, se hace necesario el uso de una serie de Acciones Promocionales que logren acercar el destino turístico a la demanda potencial a fin de incrementar el número de visitantes en la zona. Para esto se ha establecido diversas estrategias que se mostrarán mediante el marketing mix.

### **3.7 MIX MARKETING**

El marketing mix está enfocado al diseño y ejecución del plan de marketing, que permitirá acercarnos a cada segmento de mercado con una variedad de oferta de turismo cultural y patrimonial así como proponer la solución integrada a las necesidades y deseos de los consumidores, como ya fue explicado anteriormente en el capítulo 1

El desarrollo del marketing mix dependerá de la concepción, mercado objetivo y el entorno que lo rodea. Se debe considerar principios básicos que se estructura sobre la base de las “4 p”: producto, precio, plaza y promoción. Que detallaremos a continuación:

#### **3.7.1 PRODUCTO TURISTICO.**

Se entiende como “producto” aquello que se puede ofrecer al mercado para atención, adquisición, uso o consumo, de manera de apelar a las necesidades, valores y estilos de vida del mercado objetivo y ser consecuente con éste. Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas, los cuales en su conjunto se constituyen en un paquete de servicios. MARTÍN, M. (2005)

A través del inventario de atractivos del cantón La Libertad proporcionados por el Ministerio de Turismo de la Provincia de Santa Elena, se identificaron los lugares más emblemáticos, los que se recorrerán como un Circuito representativo de la cultura, antepasados e historia de quienes habitan en esta localidad y sus alrededores. Este es el motivo que atrae a visitantes y permite configurar el producto enmarcado en el Turismo Cultural. Con respecto al inventario de Bienes Culturales y Patrimoniales del cantón La Libertad Provincia de Santa Elena proporcionados por el INPC Anexo # 3 a través del Arqlgo. Erick López, no han sido incluidos en este circuito ya que no están adecuados para la visita de turistas y aun no se ha proporcionado mucha información con respecto a su ubicación, en

un futuro no muy lejano esperamos poder incluirlos dentro de la oferta turística de La Libertad.

El circuito consiste en visitar los siguientes lugares en un recorrido en transporte con un guía. Los lugares descritos abajo se eligieron por ser considerados como Recursos Culturales que no están siendo aprovechados adecuadamente en la localidad.

- Colecciones privadas del Museo Casa León.
- Museo de Arte Náutico y Arqueológico.
- Playa Cautivo.
- Plaza Cívica o Parque Central.
- Museo Paleontológico de la UPSE.
- Capilla señor de la Justicia
- Capilla Jesús del gran Poder
- Barrio La Carioca
- Mirador de La Caleta
- Plazoleta Cívica Adalberto Montenegro
- Iglesia nuestra señora del Carmen y San Benito

**Paquete Turístico: “LA LIBERTAD, PATRIMONIO Y TURISMO”**

Duración: 3 horas

En este paquete turístico lo que se ofrece es un turismo cultural que combina variedad de productos, desde el turismo urbano al ecoturismo, pasando por todas las variedades de turismo gastronómico, etnográfico y artesanías; la calidad de la experiencia cultural radica, sobre todo, en la forma de presentación asociado a un componente de aprendizaje, de información, y de interpretación.

## **PAQUETE INCLUYE:**

### **Transporte durante el recorrido**

-Vehículo

### **Alimentación**

-1 Refrigerio

### **Guianza**

-Guía Especializado

### **Material Informativo**

-Folleto

Nota:

Durante el circuito un Guía Especializado acompañará al grupo.

### **3.7.2 PRECIO**

Debido a que la propuesta de la presente tesis no es un paquete turístico completo, sino el funcionamiento de una ruta para dar a conocer ciertos puntos turísticos como un producto Cultural en el Cantón La Libertad, se procederá a informar muy brevemente el costo que tendría recorrer el circuito propuesto, para poder tener una idea general acerca del precio que tendría que pagar un turista.

Considerando factores internos y externos, la política de precios para los productos y servicios del Cantón La Libertad, debe ser establecida sobre la base del “valor percibido” por los turistas y apoyándose en las encuestas realizadas que se detallan en el capítulo II, el precio estimado para el circuito “La Libertad, Patrimonio Cultural” es de \$5,00 (Cinco dólares).

Asimismo para un futuro proyecto y contemplando que los distintos segmentos de mercado evalúan los productos de distinta manera y demuestran diferentes percepciones de valor, la estrategia de marketing a aplicarse se basará en los siguientes lineamientos:

- Establecer precios acorde a las percepciones y expectativas de los turistas, con un nivel medio, pero con una excelente relación precio – calidad. Considerando un equilibrio entre el valor y el aumento de la demanda.
- Crear programas y ofertas especiales en base de precios promocionales.
- Fijar descuentos para estudiantes y adultos mayores.
- Agregar valor y generar beneficios sobre los precios.

### **3.7.3 PLAZA**

Se refiere al elemento del marketing mix relacionado con el proceso de hacer los productos y servicios turísticos del patrimonio, disponibles para los turistas, actuales y potenciales, a través de actores que componen el canal de distribución.

Se utilizan canales para lograr una mayor eficiencia en la distribución o mayor disponibilidad de los productos y servicios a los distintos mercados objetivos. Por medio de sus respectivos contactos, experiencias, especialización y escala de operación, los canales de distribución, en general, ofrecen y logran mayores resultados que los obtenidos por una empresa u organización por sí sola.

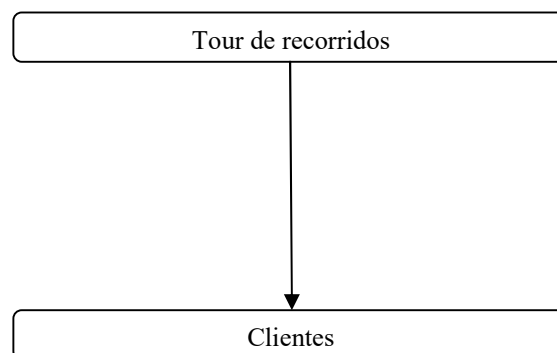
Contemplando que los segmentos de mercado conocen o se informan de la oferta del territorio mediante distintos canales, la estrategia de distribución se basa en los siguientes lineamientos:



- Insertar al “Cantón La Libertad, Patrimonio y Turismo” en la cadena de comercialización turística, local y nacional concentrándose en los tour operadores nacionales y receptivos.
- Fomentar el desarrollo de los canales de distribución virtuales, a través de diferentes sitios web, ya sea de turismo en general, empresas del territorio o la página oficial del Cantón La Libertad.
- Desarrollar relaciones comerciales con colegios, institutos y universidades nacionales, siendo una oferta válida para asociaciones de funcionarios y programas de beneficios de empresas, además de asociaciones de adultos mayores.
- Motivar el desarrollo de empresas de turismo dentro del territorio que comercialicen una variedad de productos, servicios y paquetes turísticos del destino.

Al inicio de la puesta en marcha del plan de acción para la puesta en valor del Patrimonio cultural del Cantón La Libertad, el canal de marketing será directo como se muestra en el gráfico a continuación.

**Grafico # 27**  
**Canal de Marketing Directo**



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Fundamentos de Marketing, KOTLER&ARMSTRONG,

### 3.7.4 PROMOCIÓN

El concepto de Marketing moderno, además del desarrollo de un buen producto o servicio con un precio atractivo y disponibilidad, supone fundamentalmente,

comunicación, transmisión de información del vendedor al potencial comprador, cuyo contenido se referirá en este caso, a la oferta turística de “La Libertad, Ciudad Arqueológica”. Donde su finalidad última es la de estimular la demanda entre los segmentos de mercado a los que va dirigida.

Existe una serie de aspectos específicos de la actividad turística, en comparación con otras actividades económicas que merecen un previo comentario:

- Intangibilidad de los servicios turísticos, por lo que se debe lograr la “tangibilización de lo intangible”.
- Papel que desempeñan las administraciones públicas para la promoción turística del destino, por lo que se deben emprender acciones cooperativas con los actores privados.
- La publicidad tiene un peso relativo mucho menor en el sector turístico en comparación con otros sectores de bienes de consumo.
- La mejor promoción en turismo son las recomendaciones de familiares y amigos.

Considerando aquellos factores relevantes, propios de la actividad turística, a continuación se presentan las estrategias de promoción:

- ❖ Generar una valorización de atributos y aportes del territorio a través de información adecuada y positiva del producto turístico, creación de una comunicación efectiva y continua, basada en mensajes claros y consistentes, seleccionando medios focalizados, que alcancen el máximo número de turistas, actuales y potenciales.
- ❖ Aportar al mejoramiento de la imagen y posicionamiento del Cantón como uno de los sitios que posee elementos tangibles e intangibles que son parte del Patrimonio Cultural de La Libertad.
- ❖ Dirigir la promoción hacia el público final y los intermediarios.
- ❖ Implementar una plataforma informática del destino, actualizado y práctico.

- ❖ Desarrollar actividades promocionales en conjunto con los distintos destinos de la región y del país.
- ❖ Fomentar las recomendaciones personales de turistas actuales del Cantón La Libertad.

### **3.8 ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNO**

El marketing interno tiene relación con difundir información en la comunidad local y los actores relacionados con la actividad turística del territorio, con respecto a planificaciones sobre acciones futuras y sus avances, y por supuesto interiorizarlos sobre los elementos y características de la oferta que se está promocionando. Por lo tanto, la estrategia de marketing interno contempla los siguientes lineamientos:

- ◆ Comunicar los objetivos, acciones y beneficios del Plan de Marketing para crear adhesión, mostrando posteriormente de manera permanente y clara los resultados obtenidos al corto plazo, destacando el impacto positivo.
- ◆ Crear mecanismos de participación de empresas públicas y privadas relacionadas con la actividad turística del territorio.
- ◆ Revelar el impacto de la actividad turística en la economía y la calidad de vida de los habitantes.
- ◆ Facilitar la obtención de información sobre la propia oferta turística del territorio.
- ◆ Generar marketing directo para grandes empresas turísticas del territorio que actual o potencialmente podrían ampliar su oferta respecto a la asociatividad con establecimientos complementarios y desarrollo de otras actividades turísticas que ofrece el destino.

### 3.8.1 LOGOTIPO Y SLOGAN

El Logo y el slogan que se promocionará dentro de los folletos, flyer es el que se puede apreciar a continuación:

**Grafico # 28: Logotipo**



**Elaborado por:** Sofia Cevallos

### 3.8.2 CONSIDERACIONES DE COSTOS

En la perspectiva de puntualizar y describir con mayor detalle las actividades planteadas en el presente Plan de Marketing “La Libertad, una ciudad que deja huellas”, se ha incorporado consideraciones sobre los costos que supone la ejecución de las mismas. Dichos costos, referentes al presupuesto y a las fuentes de financiamiento, son pormenorizados en las secciones que prosiguen.

### 3.9 PRESUPUESTO

Con el fin de puntualizar y describir en mayor detalle las actividades planteadas en el Plan, se incorporaron consideraciones sobre los costos sobre la ejecución de las mismas, en tal sentido, para la implementación del Plan de Marketing “La Libertad una ciudad que deja huellas” se estima un presupuesto total de \$27.500,00 para el primer año, valor que se divide en tres ítems

complementarios; \$1.200 destinado a la infraestructura, \$12.080,00 al desarrollo de herramientas de marketing y \$14.220,00 (53%) para la realización de acciones de marketing. Tal como se detalla en la siguiente tabla proyectada para 5 años:

**Cuadro # 27: RESUMEN PRESUPUESTO PLAN DE ACCION**

ITEM	2011	2012	2013	2014	2015
INFRAESTRUCTURA	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
HERRAMIENTAS	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00
ACCIONES	\$ 14.220,00	\$ 10.000,00	\$ 7.880,00	\$ 7.880,00	\$ 7.880,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.500,00</b>	<b>\$ 23.280,00</b>	<b>\$ 21.160,00</b>	<b>\$ 21.160,00</b>	<b>\$ 21.160,00</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Investigación Propia

### 3.9.1 PUBLICIDAD

Para difundir al cantón La Libertad como una ciudad que deja huellas se utilizarán los siguientes Medios de Publicitarios

➤ **Televisión**

Se aplicará el medio publicitario de la televisión, porque tiene mayor cobertura de mercados masivos. En este caso se publicitará con spots los mismos que serán transmitidos en el Noticiero matutino, medio día y nocturno, por los canales de televisión locales: Brisa Tv y Espol Tv.

➤ **Radio.**

La publicidad por la radio se desarrollará pagando pequeñas cuñas que informen los servicios que se ofrecerán, logrando buena aceptación local, elevada selectividad geográfica y demográfica, en los programas más sintonizados de la provincia como son: los Noticieros en Radio Amor y el programa de entretenimiento “Somos Amigos” en Antena 3 en el horario de las 18h00.

Se utilizará la publicidad en la vía pública, con la colocación de afiches, una vez diseñados, serán colocados en lugares estratégicos y revisados cada cierto tiempo, como en el Centro del Cantón La Libertad, y frente al Centro Comercial “Paseo Shopping”

### **3.9.2 OBJETIVO PUBLICITARIO**

Lograr captar la atención de los moradores de la Provincia de Santa Elena y del turismo en general que busque nuevas alternativas de distracción y culturización para utilizar los servicios de recorridos turísticos por los lugares más destacados del cantón La Libertad, como una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.

### **3.9.3 DISEÑO DE PUBLICIDAD**

En el cuadro que se presenta a continuación se puede apreciar el cronograma de actividades promocionales para un año base: Una buena planificación de la publicidad lleva a seleccionar los medios más adecuados para comunicar a los clientes, lo que se desea que ellos perciban.

Los medios de comunicación a utilizar en la estrategia publicitaria serán:

**Cuadro # 28: Cronograma de Actividades Promocionales**

Descripción	2011											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Colocación de recursos												
Sovenirs												
Televisión												
Radio												
Evaluación de Resultados												

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Investigación Propia

### 3.10 Televisión

Es el medio de comunicación que mayor efecto causa en la audiencia. Para promocionar y dar a conocer los servicios, se utilizará los medios televisivos en función al raiting de audiencia en la Provincia de Santa Elena, en este caso se ha elegido a la cadena televisiva “BRISA TV Canal 23”

Se dará a conocer mediante un spot de 30 segundos, con una duración de un mes de campaña las ventajas del servicio y porque un cliente debe decidirse por realizar este recorrido turístico, asistiendo a este mensaje estarán los testimonios de personas con mensajes sobre los sitios más emblemáticos del cantón. Se utilizará el siguiente cronograma: pautear 2 pases en las mañanas, los días lunes, miércoles, viernes y sábado.

**Cuadro # 29: Costo De Publicidad Por Televisión**

<b>Programas</b>	<b>Lunes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Total Pases</b>	<b>Segundos de SPOT</b>	<b>Costo de Pase</b>	<b>Total USD \$</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				
Noticiero Diurno	2	2	2	2	5	30	6,50	750.00

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Investigación Propia

### 3.10.1 Radio

Se utilizará la radio en frecuencia modulada FM RADIO NAUTICA. Se colocarán con una duración de 30" (treinta segundos), esto saldrá al aire durante cuatro meses.

**Cuadro # 30: Costo De Publicidad Por Radio Náutica**

<b>Cuñas diarias</b>	<b>Total de spot mensual</b>	<b>Bonificación Spot mensual</b>	<b>Global de Spot x mes</b>	<b>Costo por Spot</b>	<b>Costo Mensual</b>
<b>LUN A VIER</b>					
4	80	20	100	3,00	240,00

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Investigación Propia

### 3.10.2 Folletería

Se elaborará alrededor de 300 trípticos a color los cuales tendrán como función principal de ser la carta de presentación para los moradores de los servicios que preste la agencia.



**Cuadro # 31: Costo De Publicidad Por Trípticos**

Detalle	Especificaciones	Cantidad	Costo Total
trípticos	Full color papel	300	200,00
<b>Total</b>		<b>300</b>	<b>200.00</b>

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Investigación Propia

**Publicidad en el punto de venta.-** Diseño y producción de banner, que sirva para la promoción de los servicios turísticos.

**Tabla # 32: Costo de Banner**

UNIDAD	DESCRIPCION	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
1	Roll UPS medidas de 2*0.80	76.00	9.00	85.00

**Elaborado por:** Sofia Cevallos

**Fuente:** Investigación Propia

### **3.11 FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

Para la determinación del potencial financiamiento de las acciones planteadas, se consideraron dos ámbitos relevantes:

1. Existencia de acciones de impacto genérico sobre el destino, que se presentan como un bien público para la actividad turística en general.
2. Existencia de acciones que tienen como beneficio prioritario la comercialización de productos y servicios de proveedores turísticos.

Además, se toma en cuenta el momento en que el aporte de proveedores de productos y servicios sea factible, lo cual ocurriría una vez que se verifiquen los logros en la implementación de las acciones iniciales.

A partir de dichas consideraciones se plantea el financiamiento individual o compartido de determinadas acciones donde confluya la búsqueda de beneficios para el destino en general y las empresas en particular. En este contexto, surge como principal sugerencia el desarrollar esquemas de financiamiento compartido entre aportes públicos y privados, con el propósito de disponer de recursos económicos suficientes para llevar a cabo la implementación del Plan.

### **3.11.1 Financiamiento**

En la siguiente tabla se plantea un financiamiento público total de \$142.410.000 (67%) y financiamiento privado de \$51.760.000 (27%). Complementariamente, al finalizar la sección se entregan alternativas de posibles fuentes de financiamiento.

Con respecto al aporte privado solo se considera en aquellas actividades en las cuales los empresarios turísticos o complementarios a la actividad puedan entregar financiamiento a través, por ejemplo, del canje por publicidad y/o reconocimiento de sus propios establecimientos.

## **3.12 INDICADORES DE GESTIÓN**

A continuación se presentan los procesos e indicadores que permitirán evaluar y medir los resultados de la ejecución del Plan de Marketing Turístico del Valle de Aconcagua y el cumplimiento de los objetivos, herramientas y acciones planteados, como también detectar y definir los ajustes necesarios para mantener el Plan actualizado, reflejando las condiciones cambiantes del mercado.

Este proceso de monitoreo y evaluación, también conocido como el Control de Marketing, está compuesto por varios elementos que se detallan a continuación:

- Objetivos
- Planteamiento Estratégico
- Plan Operacional

Corresponde destacar que los resultados de los estudios de mercado contemplados entre las acciones de marketing antes propuestas, pueden ser utilizados para mostrar a su vez los efectos del presente Plan de Marketing.

### **3.12.1 Objetivos**

De acuerdo a lo establecido en el Plan se definió como objetivo final:

“Posicionar a La Libertad como una ciudad prestigiosa a nivel regional, provincial, ofreciendo sitios turísticos, históricos, de distracción, caracterizando al cantón como una ciudad, moderna y vanguardista, acorde a las grandes ciudades del país.”

Para evaluar el cumplimiento de este objetivo, es necesario medir los resultados de los objetivos específicos utilizando los siguientes indicadores:

#### **1. Promover el Cantón La Libertad como destino turístico**

- ✓ Mantener una identidad turística. (mediano plazo)
- ✓ Elaboración de herramientas promocionales. Realización de acciones promocionales mediante redes sociales u organización de eventos. (corto plazo)

#### **2. Desarrollar una oferta turística integrada para el cantón La Libertad que satisfagan las necesidades del mercado, con énfasis en la variedad y calidad de los productos, servicios y circuitos.**

- ✓ Mejoramiento de la calidad y variedad de la oferta actual. (Largo Plazo)
- ✓ Estructuración de nuevos circuitos que incluyan atractivos débilmente explotados: por ejemplo: “Ruta de la Iglesias”. (Largo Plazo)

**3. Insertar al destino en los canales de comercialización nacional e internacional.**

- ✓ La oferta turística del destino incluido en programas comercializados por operadores nacionales y agencias de viajes.
- ✓ Promoción activa del destino de parte de los operadores y agencias así como los departamentos turísticos como ITUR.

**4. Aumentar la demanda del cantón La Libertad en temporada media y baja con el fin de reducir la estacionalidad de algunas de las actividades turísticas del Cantón.**

- ✓ Ampliación de la oferta de productos y servicios turísticos fuera de la temporada alta, visitando otras regiones para dar a conocerlos.
- ✓ Incremento en llegadas de turistas y consumo durante las temporadas medias y bajas.

**5. Generar una conciencia turística dentro del territorio del cantón La Libertad.**

- ✓ Habitantes del territorio conscientes de la importancia de la actividad turística en la zona, inculcando valores éticos en el sector.
- ✓ Un mayor cuidado y protección del entorno natural, con mingas y cuidado ambiental.
- ✓ Compromiso y participación en el desarrollo de la actividad turística tanto por parte del sector público como privado, sugiriendo programas de cuidado ambiental.

- **Planteamiento Estratégico**

En esta fase se evalúan los aspectos estratégicos del Plan, la focalización, el posicionamiento, la estrategia de marketing mix y el portafolio de productos y servicios.

Se deberá definir el grado de desarrollo o de éxito de cada una de las estrategias planteadas en el presente plan.

- **Plan Operacional**

Se considera relevante que el Plan Operacional, compuesto por las herramientas, acciones y programas complementarios se cumpla, respondiendo a tiempo y en un orden específico. Para este fin se presenta el cronograma de actividades, el cual garantiza una coordinación adecuada.

El ministerio de Turismo deberá elaborar informes semestrales, que contengan una evaluación cualitativa y cuantitativa del cumplimiento de la ejecución del Plan Operacional, comprendiendo lo siguiente:

- ✓ Resumen de las actividades realizadas.
- ✓ Seguimiento del cronograma, indicando el grado de cumplimiento a la fecha del informe.
- ✓ Información de cambios en la programación de las actividades.
- ✓ Análisis de los factores endógenos y exógenos, que han influido en el cumplimiento del programa anual.
- ✓ Encuesta a turistas: éstas deberán ser administradas por las empresas de turismo de la zona.

**\_ Herramientas:**

Nº de elementos presupuestados v/s Nº de elementos efectivamente producidos.

**\_ Acciones:**

Nº de acciones planificadas v/s Nº de acciones realizadas.

Nº de campañas promocionales realizadas.

Nº de reportajes de prensa y su valorización comercial equivalente.

### **3.12.2 MECANISMOS DE CONTROL Y EVALUACIÓN**

#### **Fase de control**

Cada estrategia será controlada por la secuencia de acciones ordenadas en el tiempo con la prioridad necesaria para alcanzar el objetivo marcado.

Se pueden aducir una serie de ventajas en su elaboración:

- ⇒ Obliga a pensar en la coordinación de las acciones.
- ⇒ Proporciona una base para el control en función de los tiempos empleados.

Se propone la siguiente metodología para elaborar el conjunto de acciones para cada estrategia, en el seno de los acuerdos ya mencionados entre la iniciativa privada y la pública:

- ⇒ Analizar cada acción a tomar.
- ⇒ Asignar en el tiempo los objetivos y las estrategias propuestas.
- ⇒ Desarrollo de las acciones específicas de cada orientación estratégica de acuerdo a la siguiente secuencia:

- Identificar acciones importantes por fases para la obtención del objetivo.
- Ordenar estas fases, enumerándolas y especificando su contenido.
- Estimar el tiempo de ejecución razonable para ellas.
- Asignar responsables a la ejecución.
- Arbitrar soluciones si los plazos de ejecución no corresponden con los recursos disponibles.

Ajustar el calendario en función del impacto o resultado de la aplicación de estas estrategias

En concreto, cada acción debe apuntar a:

Identificar el responsable de la acción (¿Quién debe realizarlas?)

Definir la acción (¿Qué se va a desarrollar?)

Datar la acción (¿Cuándo se va a desarrollar la acción?)

Se establecerá un control de los objetivos, estrategias y presupuestos de cada actuación.

El seguimiento y control de los proyectos, y de las acciones que los componen, son dos etapas importantes del proceso de implantación. El seguimiento debe ser continuo a lo largo de todo el proceso y el control debe realizarse al final de cada actuación.

### **3.13 Seguimiento y Control**

La implantación de los programas debe verificarse a lo largo del tiempo, debiendo evaluarse antes, durante y después de cada ejecución.

## CONCLUSIONES

1. De acuerdo al objetivo general trazado se pudo demostrar que el cantón La Libertad cuenta con un gran potencial turístico, se han identificado y elegido varios sitios dentro de la categoría Patrimonio Cultural, los museos y el Malecón de La Libertad, que cuentan con un grado de importancia y jerarquía significativa.
2. La puesta en valor turístico del cantón la Libertad contribuirá en el mayor de los casos a una reutilización y conservación del patrimonio. La apertura de monumentos y las diferentes actividades que se puedan realizar en ellos favorecerá el uso público del patrimonio.
3. De acuerdo a la investigación de mercado se determinó que la afluencia de turistas llegan a la provincia de Santa Elena en un promedio de 100.000 turistas al mes. La cuota objetivo de mercado es captar el 10 % por año, estimando 12.000 visitante cada año.
4. El Presupuesto de marketing es operativo y factible, considera las prioridades y lo necesario para cumplir los objetivos, siendo el Municipio de La Libertad y empresas privadas gestores del financiamiento.
5. El marketing mix permitirá acercarse al segmento de mercado con la oferta de servicio turístico para satisfacer las necesidades y deseos de lo futuros consumidores.



6. Para la promoción del servicio se estructura en función a las necesidades del Plan de Publicidad que consta de: difusión en radio, televisión e Internet, diseño de marca turística, afiches y folletos.
  
7. La Marca turística que se propone hace referencia a los componentes de la ruta propuesta.
  
8. El mecanismo de evaluación y control es un proceso que permite el cumplimiento de los objetivos, la corrección de errores y el cambio adecuado de estrategias en función de las dinámicas condiciones sociales.
  
9. Terminado el Plan de Marketing para la puesta en valor del Patrimonio cultural y arqueológico del Cantón La Libertad se optimiza el patrimonio histórico y cultural de la localidad y contribuye significativamente a la planificación de desarrollo turístico integral del Cantón.
  
10. De acuerdo a los resultados de las encuestas a turistas hay una apertura hacia el turismo cultural en su mayor porcentaje de encuestados lo que refuerza nuestra tesis propuesta de posicionar al cantón la Libertad como una ciudad Arqueo-Histórica-Patrimonial.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda ejecutar el Plan de Marketing Turístico conforme a lo previsto en la presente investigación para obtener resultados óptimos.
2. Socializar el plan entre los actores de la actividad con la finalidad de involucrar en la ejecución del mismo.
3. Capacitar y formar recurso humano joven en temas turísticos en el proceso de operación del Plan, para que sean los gestores del desarrollo de las poblaciones locales.
4. Gestionar ante instituciones públicas, privadas y educativas de la región financiamiento, asistencia técnica y recursos necesarios para cumplir con todas las acciones propuestas en el Plan.
5. Evaluar constantemente los principales medios de difusión, los canales de distribución y estrategias publicitarias propuestas.
6. Implementar los mecanismos de evaluación y control propuestos para cumplir los objetivos, corregir errores y cambiar oportunamente las estrategias.
7. Lograr que la presente investigación impulse la elaboración de múltiples estudios y acciones que aporten a la planificación de la actividad en la localidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- CARDENAS TABARES, F.(2007) Producto Turístico. Reimpresión, Editorial.
- PROYECTOS TURÍSTICOS: (2004) Editorial Trillas,
- HÉCTOR DANIEL LERMA (2001) Metodología de la Investigación: Propuesta,
- BORG, J. VAN DER (1995): “ Turismo y ciudades con arte: el caso de Venecia”,
- KUSS, F. R., GRAEFFE, 1990): *Visitor Impact Management: the planning framework,*
- MATHIESON, A. Y G. WALL (1982): Tourism: economic, physical and social impacts,Essex: Longman.
- PIRES, MARIO JORGE.-(2001) Lazer e turismo cultural, S.P., Manole,
- MATEO RUSILLOS (2007) Turismo Arqueológico: Diagnóstico y análisis del producto arqueoturístico.
- MANUEL DE LA CALLE VAQUERO, (2003) La ciudad histórica como destino turístico.
- RICHARDS, G., 2001, “El Desarrollo del turismo Cultural en Europa”, Estudios Turísticos
- HERBERT, J. (1989), Heritage Sites: Marketing and Development, Aldhershot.
- HERNÁNDEZ, TRESSERAS, J., (2001), Gestión del patrimonio cultural, Ariel Patrimonio, Barcelona
- CASTANE Y JOSEPH F (2001) Análisis de casos, editorial Ariel Practium.

DAHADA JORGE: (2009)	Publicidad Turística, Jorge Editorial Trillas
JOSEPH BALLART H.: (2004)	Gestión de Patrimonio Culturales, editorial Ariel p
LLOUIS BONET, XAVIER (2004)	Gestión de Proyectos Culturales
ROGELIO ROCHA C.:(2001)	Metodología de la Investigación aplicada al Turismo
ROBERTO C BOULLON: (2001)	Planificación del Estudio Turístico, editorial trillas

,

# ANEXOS

## Anexo No. 1

### PRESUPUESTO DETALLADO DEL PLAN DE MARKETING

ACTIVIDADES DE MARKETING	2011	2012	2013	2014	2015
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Oficina Promocional	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>HERRAMIENTAS</b>	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00	\$ 12.080,00
Guía Turística	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00
Refrigerio	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Vehículo	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Folletos Temáticos	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Sitio Web	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>ACCIONES</b>	\$ 14.220,00	\$ 10.000,00	\$ 7.880,00	\$ 7.880,00	\$ 7.880,00
Campañas Publicitarias	\$ 9.000,00	\$ 6.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Campaña de Prensa	\$ 720,00	\$ 600,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Campaña de Marketing Directo	\$ 1.000,00	\$ 900,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Actividades de Promoción	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Programa de Marketing Interno	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>	\$ 27.500,00	\$ 3.280,00	\$ 21.160,00	\$ 21.160,00	\$ 21.160,00



## Anexo No. 2

**Facultad  
de Ciencias Administrativas.  
Escuela de Hotelería y Turismo.  
Encuestas a Turistas**

**Objetivo:** Determinar el grado de aceptabilidad de los turistas que visitan el cantón La libertad para realizar un turismo arqueo-histórico-patrimonial y de qué manera les gustaría que se presentase este destino.

Fecha:

Encuestadores:

### 1. - Estado civil:

- a) Soltero     b) Casado     c) Divorciado     d) Unión Libre   
Viudo

### 2. – Edad de hijos dependientes del hogar: (escoja el grupo en el que tengan mayoría)

- 1 a 5     6 a 11     12 a 16     16 a 20

### Destino Turístico

### 3.- ¿Cuál es su principal motivación para visitar la provincia de Santa Elena?

Nació aquí     Trabajo o Negocio     Turismo

Otros \_\_\_\_\_

### 4.- ¿Qué medio de transporte prefiere para viajar a algún destino de la Provincia de Santa Elena?

Bus     Auto propio     Auto Rentado

**5.- ¿Cuáles son los atractivos que más le interesan de un destino?**

Cultura           Clima           Naturaleza   
Otros

**6.- ¿Cómo se entera del destino que visita?**

Referencia (amigos, parientes, conocidos, etc.)           Artículos en el Diario   
Folletería           Internet           Otros ¿cuáles?

**7.- ¿Qué imagen tiene del cantón La Libertad como destino turístico?**

Excelente           Muy Buena           Regular           Mala

Porque?

---

**8.- ¿Qué atractivos culturales de la Libertad conoce usted?**

Museos           Iglesias           Parques           Sitios Arqueológicos   
Ninguno

**9.- ¿Cuál de estos sitios arqueológicos y culturales visitó en los últimos 2 años usted?**

Museo Casa León           Campus Samarina           Museo Megatéreo   
Museo Amantes de Sumpa           Museo Naval y Arqueológico Siglo XXI   
Museo Ballenita           Museo Valdivia           Museo Real Alto

**10.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un recorrido arqueohistórico exclusivo?**

**Básico \$**

**Estándar \$**

**Premium \$**

Recorrido 3 puntos

Recorrido 4 puntos

Recorrido 6 puntos

Refrigerio (sanduche/queso + cola) Refrigerio (sanduche/pollo)+ cola Refrigerio (submarino+ jugo o cola)

Guianza

Guianza

Guianza

**11 ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes?**

Solo

En Pareja

Con Parientes

Con Hijos

Con Amigos

Grupo Organizado

**12 ¿Con que frecuencia organiza sus viajes a través de una agencia u operadora turística?**

Siempre

A menudo

Ocasionalmente

Nunca

**;;;GRACIAS POR SU COLABORACIÓN ;;;**





**Anexo No3**

**Universidad Estatal Península de Santa Elena.  
Facultad de Ciencias Administrativas.  
Escuela de Hotelería y Turismo.  
Encuestas a Moradores**

**Objetivo: Determinar** Cual - cuantitativamente el grado de conocimiento e interés que los habitantes del Cantón La Libertad tienen por conservar el Patrimonio Cultural del cantón La Libertad.

Fecha:

Encuestadores:

**1. - Estado civil:**

a) Soltero       b) Casado       c) Divorciado       d) Unión   
Libre       Viudo

**2. – Edad de hijos dependientes del hogar: (escoja el grupo en el que tengan mayoría)**

1 a 5       6 a 11       12 a 16       16 a 20

**Destino Turístico**

**3-Cuál es su principal motivación para residir en la provincia de Santa Elena?**

             
Nació aquí      Trabajo o Negocio      Familiares  
Otros      ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**4. ¿Conoce UD si el Cantón La Libertad posee elementos pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación tales como:**

Edificios      Monumentos      Sitios Arqueológicos      Museos

¿Cuales conoce UD?

---

**5.- En el último mes ha visitado el Malecón de La Libertad?**

Si  No

**6.- ¿Qué imagen tiene del cantón La Libertad como destino turístico?**

Excelente  Muy Buena  Buena  Regular  Mala

Porque? \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué atractivos culturales de la Libertad conoce usted?**

Museos  Iglesias  Parques  Sitios Arqueológicos    
Ninguno

**8.- ¿Cuál de estos sitios arqueológicos y culturales visitó en los últimos 2 años usted?**

Museo Casa León  Campus Samarina  Museo Megatéreo   
Museo Amantes de Sumpa  Museo Naval y Arqueológico Siglo XXI   
Museo Ballenita  Museo Valdivia  Museo Real Alto

**9.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un recorrido arqueohistórico exclusivo?**

Básico \$	Estándar \$	Premium \$
Recorrido 3 puntos	Recorrido 4 puntos	Recorrido 6 puntos
Refrigerio (sanduche/queso + cola)	Refrigerio (sanduche/pollo)+ cola	Refrigerio (submarino+ jugo o cola)
Guianza	Guianza	Guianza



## Anexo No 4

**Universidad Estatal Península de Santa Elena.  
Facultad de Ciencias Administrativas.  
Escuela de Hotelería y Turismo.  
Entrevista.**

### **PUESTA EN VALOR TURISTICO DE BIENES PATRIMONIALES**

#### **Objetivo:**

Obtener la opinión y criterio ejecutivo de las principales autoridades turísticas y políticas tanto públicas como privadas, referente a la importancia -de la preservación del patrimonio cultural y de su uso turístico así como de la predisposición y compromiso institucional para avalar y apoyar la iniciativa.

**1.- Nombre de la Institución**

**2.- Nombre de la persona encuestada**

**3.-¿ Experiencia que tiene en el Sector Turístico.**

**4.- Cuales son los objetivos, finalidades y funciones de la Institución a la que UD representa.**

**5.- Según su experiencia cuales cree UD que sean las motivaciones de viaje de los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena y en particular el Cantón La Libertad a más de las vacaciones?**

Negocio  Turismo  Estudios  Vacaciones   
Salud  Visitas a Familiares o amigos

Otros (Especifique)

---

—

**6.- ¿Cuál es la inversión del año 2011 para promocionar proyectos Culturales e históricos de la Provincia y en particular del Cantón La Libertad?**

**7.- En su planificación anual del 2011 está considerada la Protección del Patrimonio de la Provincia en especial el Cantón L**

**Especifique los pasos?**

**8.- ¿Que ha hecho la Institución a la que UD representa respecto a ello en los 2 últimos años?**

**Especifique**

---

**9. Conoce UD la legislación pertinente (ley de patrimonio, ley de patrimonio cultural, reglamento, ley de descentralización y participación social.)**

**10.- La organización que UD. representa ha tomado alguna medida referente en el 2010 para Proteger del Patrimonio de la Provincia en especial el Cantón La Libertad, Cuales?**

**11.- Cual cree UD que es el rol de la comunidad en este tema**

**Limpieza  
Especulación**

**Seguridad**

**Amabilidad**

**Evitar**

**12.- ¿Sabía Ud. que la Libertad posee elementos pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación tales como:**

**Sitios Arqueológicos, Históricos, Arquitectónicos y Museos entre otros. .**

**Si**

**No**

**13.- ¿Qué tipo de servicios cree que se pueden implementar en este Cantón y n sus alrededores para atraer y motivar el interés de visita tanto en turistas como en moradores?**

**14.- ¿Considera UD. q este tipo de iniciativas contribuyen a la conservación de la Patrimonio y al fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo Libertence y Ecuatoriano?**

**Si**

**No**

**Por qué** \_\_\_\_\_