



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TÍTULO:

**Plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial de
la ciudad de La Libertad, Provincia de Santa Elena**

AUTOR (A):

Soriano Vargas Bettsy María

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

TUTOR:

Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Betsy María Soriano Vargas**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR

Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Betsy María Soriano Vargas**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial de la ciudad de La Libertad, Provincia de Santa Elena** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014

LA AUTORA

Betsy María Soriano Vargas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Betsy María Soriano Vargas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial de la ciudad de La Libertad, Provincia de Santa Elena**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014

LA AUTORA

Soriano Vargas Betsy María

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre porque gracias a su esfuerzo y su infinito amor logró sacarnos adelante en los momentos más difíciles de su vida, por brindarme siempre su apoyo incondicional y su amor de madre.

A Dios por haberme guiado por el camino del bien y por darme las fuerzas y la sabiduría para salir adelante.

A mi amado esposo por su continuo apoyo y amor incondicional que ayudaron a la culminación de mi carrera.

A la prestigiosa Universidad, la cual abre sus puertas a jóvenes como yo, preparándolos para un futuro mejor, agradezco a mi tutor de tesis al Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, por su esfuerzo y dedicación, gracias a su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito, y finalmente agradezco al Ing. José Alberto Medina, Coordinador de la Carrera, quien siempre estuvo dispuesto ayudarnos y a orientarnos en este proceso tan importante de nuestras vidas, muchas gracias a todos y que dios los bendiga.

Bettsy María Soriano Vargas

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi esposo, por su amor y apoyo, por ser el pilar más importante de mi hogar y mi vida. A mi madre por ser mi inspiración y mi ejemplo quien con sus consejos ha sabido guiarme, a mis hijos que son la luz de mi vida y el motivo de seguir adelante, y vencer cualquier obstáculo, a ellos les dedico este trabajo.

Bettsy María Soriano Vargas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

CALIFICACIÓN

Apellidos y Nombres	Nota final del Tutor
SORIANO VARGAS BETTSY MARIA	

Lcdo. Alfonzo Sánchez Macías, Mgs.
TUTOR

ÍNDICE GENERAL
CAPÍTULO I
EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

	Pág.
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Variable independiente	4
1.2.2 Variable dependiente	4
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 Justificación	5
1.4.1 Contribución potencial de estudio	7
1.5 Hipótesis	7
1.5.1 Variable independiente	7
1.5.2 Variable dependiente	7

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1 Marco Conceptual	8
2.1.1 Antecedentes del cantón La Libertad	8
2.1.1.1 Aspectos demográficos	9
2.1.1.2 Economía y comercial	9
2.2 El turismo arqueológico e histórico	15
2.2.1 El patrimonio arqueológico, Histórico y cultural de La Libertad	12
2.2.1.1 El Precerámico	13
2.2.1.2 Periodo Formativo	13
2.2.1.3 Periodo de Desarrollo Regional	14
2.2.1.4 Periodo de Integración	14
2.2.1.5 Periodo Colonial	15

2.2.1.6	Periodo Republicano	15
2.3	Marco legal	15
2.3.1	Marco jurídico para la gestión del patrimonio cultural	15
2.3.2	Proteger el Patrimonio Natural y Cultural del País.	16
2.3.3	Legislación	
2.3.4	El marco legal vigente como facilitador del desarrollo Turístico	20

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1	Diseño de la investigación	22
3.1.1	Modalidad de la investigación	22
3.1.2	Tipos de investigación	22
3.1.3	Métodos y técnicas	24
3.2	Población y muestra	25
3.2.1	Población	25
3.2.2	Muestra	26
3.3	Conclusiones de las encuestas aplicadas a los moradores del cantón La Libertad	37
3.4	Resultado de Entrevista	38

CAPÍTULO IV PROPUESTA DE REALCE TURISTICO PATRIMONIAL

4.1	Filosofía	42
4.2	Misión	42
4.3	Visión	42
4.4	Valores	43
4.5.	Objetivos	44
4.5.1	Objetivo General	44
4.5.2	Objetivos específicos	44

4.6.	Diagnóstico y Análisis Estratégico	45
4.7	Mix marketing	45
4.7.1	Producto turístico	46
4.7.2	Precio	50
4.7.3	Plaza	51
4.7.4	Promoción	53
4.8	Estrategia de marketing interno	54
4.8.1	Logotipo y slogan	55
4.8.2	Consideraciones de costos	56
4.9	Presupuesto	56
4.9.1	Publicidad	57
4.9.2	Objetivo publicitario	58
4.9.3	Diseño de publicidad	58
4.10	Televisión	59
4.10.1	Radio	60
4.10.2	Folletería	61
4.11	Fuentes de financiamiento	61
4.11.1	Financiamiento	62
4.12	Indicadores de gestión	63
4.12.1	Mecanismos de control y evaluación	65
4.13	Seguimiento y Control	67
4.14	Turistización y marketing turístico como mecanismos para la puesta en valor de ciudades patrimoniales: Orientación metodológica para un plan de acción en La Libertad	67
	CONCLUSIONES	72
	RECOMENDACIONES	73
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 3.1: Población del cantón La Libertad	26
Tabla 3.2: Cálculo del tamaño de la muestra	27
Tabla 3.3: Ciudades patrimonios culturales	28
Tabla 3.4: Capital económica de la provincia	29
Tabla 3.5: Atractivos turísticos del cantón La Libertad	30
Tabla 3.6: Elementos pertenecientes al Patrimonio Cultural	31
Tabla 3.7: Ha visitado el Malecón de La Libertad el último mes	32
Tabla 3.8: Qué imagen tiene del cantón La Libertad	33
Tabla 3.9: Atractivos culturales de la Libertad	34
Tabla 3.10: Sitios arqueológicos que visitó	35
Tabla 3.11: Pago por un recorrido	36
Cuadro 4.1: Resumen presupuesto plan de acción	57
Cuadro 4.2: Cronograma de Actividades Promocionales	59
Cuadro 4.3: Costo De Publicidad por Televisión	60
Cuadro 4.4: Costo De Publicidad por Radio Náutica	60
Cuadro 4.5: Costo De Publicidad por Trípticos	61
Tabla 4.6: Costo de Banner	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Figura 3.1: Ciudades patrimonios culturales	28
Figura 3.2: Capital económica de la provincia	29
Figura 3.3: Atractivos turísticos del cantón La Libertad	30
Figura 3.4: Elementos pertenecientes al Patrimonio Cultural	31
Figura 3.5: Ha visitado el Malecón de La Libertad el último mes	32
Figura 3.6: Qué imagen tiene del cantón La Libertad	33
Figura 3.7: Atractivos culturales de la Libertad	34
Figura 3.8: Sitios arqueológicos que visitó	35
Figura 3.9: Pago por un recorrido	36
Grafico 4.1 Canal de marketing directo	52
Grafico 3.2: Logotipo	56

RESUMEN

Durante el desarrollo del presente trabajo de investigación se fueron analizando diferentes aspectos, que permitieron tener una idea más clara y concreta de la problemática existente, los cuales sirvieron de ayuda al momento de obtener conclusiones sobre los aspectos que debe de mejorar el cantón para convertirse en una ciudad patrimonio cultural.

Se realizaron entrevistas a principales autoridades del medio local, con la finalidad de conocer cuáles son las opiniones que tienen sobre la problemática existente dentro del desarrollo del presente trabajo de investigación, así como la obtención de información considerada relevante para el planteamiento de una propuesta.

También se efectuaron encuestas a los habitantes del cantón con la finalidad de establecer cuáles son las ideas, sugerencias, inquietudes que tienen sobre el tema planteado, con esta información obtenida se procedió a efectuar una campaña publicitaria en la cual se destacarán los mejores aspectos del cantón con la finalidad de hacerla atractiva hacia el turista, resaltando lugares considerados como patrimoniales que realcen la cultura del cantón.

ABSTRACT

This research focuses on the study of the tourist cultural activity, the ways in which this relationship is reflected in the territory besides studying, resulting TOURIST spaces, and the problem that entails. In La Libertad there are places that need renovation and new strategies for structuring as TOURIST cultural destinations, is in this point that a conflict between administrations and managers occurs, since there is a lack of active touristic policy. The choice of the subject as an object of study for several reasons: in the first place because they want to retrieve the value of the archaeological and cultural heritage. In second place, because of the importance the tourist activity on development of these sites as they are believed to be very interesting to see how evolution has been its touristic thirdly, due to the limited attention paid to the study of the tourism dimension of the archaeological heritage in La Libertad.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo muestra un interés por fomentar el cantón La Libertad como un sitio turístico al cual ser visitado, actualmente los habitantes del cantón La Libertad no tienen un incentivo por conservar su cultura, provocando la pérdida de su identidad, lo que ha llevado esta situación a un progresivo deterioro de esta forma de vida. Actualmente ha surgido una importante tendencia a considerar la importancia de la cultura, como uno de los principales factores dignos de desarrollo a través de la actividad turística y en especial el "TURISMO ETNO-CULTURAL". Considerar este aspecto constituye una verdadera garantía para la supervivencia de la cultura autóctona. Con la realización de un plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial del cantón La Libertad se pretende recuperar la actividad cultural en el cantón y esto se llevara a cabo mediante el diseño de un proyecto centro cultural, vinculado a la realización de eventos tradicionales, mediante la actualización del inventario del patrimonio cultural.

El Ecuador es dueño de innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por la majestuosidad de sus paisajes únicos y misteriosos destacando su impresionante forma de vida, el cantón La Libertad específicamente cuenta con variedad de lugares que hacen de este un destino con identidad apreciado por propios y extraños, por consiguiente, la actividad turística es un componente importante en el país y en la provincia de Santa Elena por ser una nueva alternativa generadora de oportunidades económicas dirigidas a las poblaciones locales y a la generación de recursos económicos para los procesos de conservación; en la actualidad la provincia de Santa Elena considera al turismo cultural como la importante fuente de empleo, lo cual logra generar divisas económicas dentro de la comunidad y a la vez estos se reinvierten en la necesidad de conservar las manifestaciones culturales que posee toda la provincia y el cantón.

Por tal razón el desarrollo del presente trabajo dará a conocer en forma clara los diferentes conceptos, definiciones, consecuencias y demás actividades que se deben tomar en cuenta para el rescate de la cultura del cantón La Libertad.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

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, provincia de Santa Elena, es ampliamente conocida a nivel local, nacional e internacional, tanto así que durante las primeras décadas del siglo pasado fue objeto de ocasionales, pero trascendentales 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 él se encuentran depósitos de las culturas

Valdivia, Machalilla, Engoroy, Guangala y Manteño temprano. Es conocido en la literatura arqueológica como el sitio OGSE-46.

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 ésta 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 se realizaron obras que ayudaron a dar un impulso al patrimonio cultural, tales como la construcción de la Galería Museo Casa León, el alcantarillado pluvial, así como la construcción de la Plazoleta Cívica Adalberto Montenegro.

A pesar de tales acciones, existen más impactos negativos que positivos, como 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.

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) los 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 éstas 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.

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 acometer de manera urgente dos tipos de acciones:

1.- La actualización del inventario de recursos arqueológicos de la localidad, a fin de establecer en base a criterios catastrales, zonas de alta vulnerabilidad y riesgo, así como para determinar el porcentaje de pérdida del área arqueológica, desde 1997 (López y Castro) en que se realizó el primer inventario, pasando por el de Tobar del 2000, y el de Villón en el 2006, hasta la fecha actual. Documentos que fueron oportunamente entregados al Municipio local como al INPC.

2.- La inmediata intervención con fines de investigación, remediación y conservación del sitio impactado. Considerando además el derecho de prelación que la carta magna le otorga al Estado, así como el Decreto de Emergencia Patrimonial vigente.

Para ambas situaciones se justifica, la utilización de fondos de emergencia, caso contrario la expoliación del patrimonio arqueológico en el Cantón La Libertad continuará tal como ha venido suscitándose hasta ahora, con la agravante de que jamás existieron para esta localidad fondos FONSA.

1.2 Formulación del problema

¿La falta de un Plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial del cantón La Libertad ocasiona que exista una baja en el sector turístico del cantón?

1.2.1 Variable Independiente

Falta de un Plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial del cantón La Libertad.

1.2.2 Variable dependiente

Ocasiona que exista una baja en el sector turístico del cantón.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

“Diseñar el proyecto centro cultural, vinculado a la realización de eventos tradicionales, mediante la actualización del inventario del patrimonio cultural con la finalidad de recuperar y revitalizar la actividad turística en el cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer cuáles son las principales opiniones, inquietudes, sugerencias que tienen los encuestados acerca del tema de investigación.

- Efectuar entrevistas a las principales autoridades locales, y gerentes de sitios turísticos, autóctonos del cantón, con la finalidad de obtener información sobre la investigación a realizar

- Realizar una campaña publicitaria que contenga paquetes turísticos con los lugares de mayor valor patrimonial dentro del cantón La Libertad.

1.4 Justificación

Este proyecto tiene como fin llevar un plan de acción donde se dé a conocer en su totalidad el patrimonio arqueológico y cultural, permitiendo la accesibilidad a una buena parte de los recursos arqueológicos, con una proyección no sólo dentro del mercado interno, sino incluso del mercado internacional. Las inversiones realizadas en nuevos equipamientos museísticos o en la renovación de los existentes, ayudarán a que la comunidad pueda ser capaz de solucionar sus problemas coyunturales, teniendo un papel protagónico en el manejo del patrimonio cultural, impulsando su desarrollo. Es así, que ésta tesis adquiere importancia y aporte social para el medio porque favorece la revaloración del patrimonio material e inmaterial dado su valor simbólico y económico.

El cantón La Libertad es conocida por ser considerada como la capital comercial de la provincia, por ende este tipo de investigaciones ayudará a resaltar a la ciudad no solo por ser la capital monetaria, sino por valores como la arqueología, la cultura, los cuales servirán para fomentar el turismo en la región.

Por otra parte, una investigación de este tipo, con resultados positivos, sería un claro ejemplo a seguir para otras provincias,

con ciudades que puedan ser consideradas como patrimonios culturales. En el cantón La Libertad se han elaborado estudios que le dan un aporte científico de diferente naturaleza sobre la actividad turística, pero en la mayoría de los casos el estudio hace referencia al turismo como un todo.

A diferencia de esos casos, ésta investigación se realiza con la finalidad de lograr un mejor aprovechamiento del mercado y producto turístico con que cuenta esta ciudad, para captar otros tipos de turismo y prolongar la estancia del turismo actual.

La riqueza natural, sus zonas arqueológicas, sus monumentos coloniales, la gran variedad de su gastronomía, la diversidad y originalidad de sus artesanías, su extensa gama de fiestas, tradiciones, pintura, cultura, la belleza de sus playas y maravillas naturales, hacen que La Libertad cuente con un privilegiado perfil turístico.

Tomando en cuenta las ventajas anteriores, se puede considerar que resaltar los valores culturales y patrimoniales de la ciudad, como una alternativa sólida, que ayude a elevar los niveles de bienestar social, al mismo tiempo rescatar y proteger el patrimonio natural y cultural, que constituyen la mejor herencia para las generaciones futuras.

Es muy importante aprovechar la capacidad turística de La Libertad como base del crecimiento económico e impulsora del proceso de desarrollo, sirviendo de apoyo a las actividades productivas, y como fuente generadora de empleos, de mejores ingresos y de bienestar general para los libertenses.

1.4.1 Contribución potencial de estudio

Con la realización del tema planteado se contribuirá al desarrollo turístico del cantón La Libertad, al promover a esta ciudad como un sitio a ser visitado, tanto por el turismo local como por el extranjero, resaltando lugares propios, patrimoniales, así como la cultura de los habitantes del cantón, promoviendo los sitios llamativos y propensos a visitar, pudiendo preparar paquetes turísticos con recorridos que presenten estos lugares a los turistas nacionales o extranjeros que visitan el país y por ende la provincia.

Por lo que el presente tema de investigación contribuirá al realce de los valores patrimoniales y culturales del cantón La Libertad, promocionándola como un sitio turístico, además de arqueológico, el cual posee atractivos propios que hacen que sea una ciudad por visitar.

1.5 Hipótesis

La implementación de un Plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial del cantón La Libertad fomentará el turismo y el desarrollo económico del cantón.

1.5.1 Variable Independiente

Implementación de un Plan de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial del cantón La Libertad.

1.5.2 Variable dependiente

Fomentará el turismo y el desarrollo económico del cantón.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Antecedentes del cantón La Libertad

La historia sobre del nombre del cantón La Libertad tiene su origen alrededor del año 1918 en donde era conocida como la Agujereada, dicha denominación consta en la documentación, así como los libros de las sesiones del G.A.D. Municipal de Santa Elena, donde La Libertad aparece con el nombre de recinto Agujereada del citado Cantón.

Para el año 1918, los habitantes del recinto Agujereada entregaron una solicitud a la municipalidad de Santa Elena, en donde se hacía constancia su deseo del cambio de nombre por el de La Libertad.

El concejal Domingo Tumbaco, con la ayuda del concejal Faustino Tómalá, presentó el proyecto de Ordenanza Municipal para que se cambie de nombre.

La región La Libertad, fue descubierto el 18 de agosto de 1527 por el español Francisco Pizarro, en aquellos días los nativos se dedicaban a la explotación de sal, la pesca artesanal, caza, así como a la crianza de animales doméstico, en especial del ganado vacuno y la agricultura, estos productos eran comercializados dentro y fuera del cantón, debido a la demanda que tenían.

Los habitantes de aquella época recibieron constantes ataques de piratas por lo que optaron por dirigirse a otros lugares, pero a fines del siglo XIX tomaron la decisión de retornar, atraídos por la abundante pesca que existía en el sector La Carolina.

2.1.1.1 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 km² y una densidad poblacional del 3.08 hab./km², se caracteriza por ser una población joven, es decir menores de 20 años.

Tabla2.1: Población del cantón La Libertad

	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	95.942	47.912	48.030
URBANA	95.942	47.912	48.030
RURAL	0	0	0

Fuente: www.inec.gov.ec
Elaborado por: La Autora

2.1.1.2 Economía y comercial

Al cantón La Libertad se lo considera como el centro de actividades comerciales, debido a que en él se concentra la mayor actividad comercial de la provincia de Santa Elena, considerando a éste cantón como proveedora de los demás cantones. La PEA de la provincia de Santa Elena asciende a 99.927 habitantes. En el censo del año 2010 la actividad económica de la población está dividida en las siguientes ramas que se detallan a continuación:

Tabla2.2: Población económicamente activa de la PSE

Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	21.539	6.386
Cuenta propia	21.433	7.588
Jornalero o peón	13.047	553
Empleado u obrero del Estado	8.379	4.259
No declarado	3.475	2.043
Empleada doméstica	737	3.439
Patrono	2.023	948
Trabajador no remunerado	2.219	650
Socio	817	362
Total	73.699	26.228

Fuente: www.inec.gov.ec
Elaborado por: La Autora

Gran parte de la población trabaja en empresas privadas. Muchos se dedican a efectuar trabajos por su propia cuenta. También existen centros comerciales, mueblerías y demás sitios, donde se venden hermosos muebles, sombreros, hamacas, así como artesanías en conchas.

2.2 El turismo arqueológico e histórico

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 (Mateo R: 2007).

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. Ciertamente es que en

el imaginario cuando se habla de turismo arqueológico vienen a la mente imágenes de Egipto, Grecia, Italia, Túnez, Turquía, México o Perú. Curiosamente pocos son los turistas que asocian ECUADOR como destino de turismo arqueológico.

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 (Pires, M: 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.

2.2.1 El patrimonio arqueológico, histórico y cultural de La Libertad

Si bien es cierto que en esta ciudad se han realizado estudios sobre la determinación de sus componentes culturales, éstos 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).

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, más adelante excavaron en estos mismos sitios otros personajes.

Dentro de la historia arqueológica, histórico y cultural de la Libertad se distinguen algunos períodos culturales:

2.2.1.1 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.

2.2.1.2 Período Formativo

En este período 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. (Richards, G: 2001)

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.

2.2.1.3 Período 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).

2.2.1.4 Período 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 ésta 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.

2.2.1.5 Período 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 (Mathieson, A. y G. Wall: 2003).

2.2.1.6 Período 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.

2.3 Marco legal

2.3.1 Marco jurídico para la gestión del patrimonio cultural

La preservación del patrimonio cultural tiene entre sus pilares medidas legislativas de protección. Estas se extienden desde los mandatos constitucionales, pasando por las convenciones internacionales, hasta las ordenanzas y regulaciones municipales.

Existe alta producción de ordenanzas y regulaciones relacionadas principalmente con la protección, conservación y uso del patrimonio edificado urbano-arquitectónico; no obstante, no se

presta la misma importancia a la protección de los patrimonios arqueológicos, inmateriales y edificados rurales, los cuales quedan generalmente sin protección dentro de la jurisdicción cantonal.

Por otro lado, en la mayoría de los casos, las ordenanzas municipales estructuran un sistema limitado de sanciones e incentivos, usualmente alejado de las necesidades reales de los propietarios de los bienes patrimoniales. Este factor, sumado al carácter coercitivo y proteccionista presente en muchas ordenanzas, limita las actuaciones en áreas patrimoniales y no estimula la conservación y rehabilitación por parte de los propietarios privados y públicos.

2.3.2 Proteger el Patrimonio Natural y Cultural del País.

Art. 21. Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética, a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su Patrimonio Cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y a tener acceso a difusiones culturales diversas.¹

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la constitución.

Art. 57. Se reconocerá garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la constitución y con los pactos y convenios, declaraciones y demás

¹ Hernández J, Gestión del patrimonio cultural, Barcelona, Ariel Editorial, pag 34-50

instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

2. Conservar y promover prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

3. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.

4. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos de la fauna y la flora. Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

5. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

Art. 276. El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 377. El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379. Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. 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.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

Art. 380. Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

Art. 385. El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al medio ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.

Art. 400. Se declara de interés público la conservación de la biodiversidad y todos sus componentes, en particular la biodiversidad agrícola y silvestre y el patrimonio genético del país.

2.3.3 Legislación

El país cuenta con una amplia legislación relativa a cuestiones culturales y patrimoniales en general, pero también extensa y variada es la legislación relativa al fomento y desarrollo turístico.

En muchos casos, esa amplia legislación ha dado lugar a la superposición de normas y creación de conflictos de competencias, mientras que hay otros casos en los que la ausencia de normativa realista y oportuna ha creado vacíos legales que estimulan la marginalidad y a veces coartan incluso el derecho al trabajo.

2.3.4 El marco legal vigente como facilitador del desarrollo turístico

Entre los elementos que han facilitado el desarrollo turístico en la Provincia de Santa Elena se encuentra:

1. La adecuada aplicación de la legislación ha facilitado el desarrollo de procesos asociados al turismo (ej. otorgamiento de permisos de funcionamiento).
2. La descentralización de competencias ha dinamizado los procesos a nivel local.
3. La existencia de ordenanzas locales ha estimulado la inversión en los cantones que las han desarrollado.
4. La existencia de leyes y regulaciones para el control ambiental ha permitido un mejor control de los impactos del turismo sobre el ambiente.

El marco legal vigente como limitante del desarrollo turístico

1. Poca claridad en las leyes y regulaciones y en las competencias de las autoridades.
2. Poca capacidad de las autoridades para controlar y hacer cumplir las leyes y regulaciones.
3. Las regulaciones provocan mayor burocracia y retardan el desarrollo de los procesos.
4. Falta de regulaciones apropiadas para una óptima gestión turística –incluyendo regulaciones que incentiven la inversión.
5. Falta de conocimiento de las leyes por parte de la sociedad en general. Entre otros aspectos, estos comentarios permiten destacar el importante papel que está jugando el proceso de descentralización turística como estímulo al desarrollo local, así como las molestias y perjuicios que generan la abundancia, oscuridad y superposición de normas y competencias.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

La realización del presente diseño, se hará en referencia a la investigación exploratoria “pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian”, (Hernández, Fernández, Baptista 2010).

Se observará los factores que hacen que los turistas y habitantes del cantón La Libertad, consideran como llamativos a ciertos lugares, con la finalidad de concurrir a estos sitios como un lugar de distracción y entretenimiento.

3.1.1 Modalidad de la investigación

3.1.2 Tipos de investigación

a. Investigación Aplicada: Este tipo de investigación 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, ésta información es considerada indispensable al momento de la realización de la propuesta.

b. Investigación Bibliográfica: Como su nombre lo indica éste tipo de investigación, consiste en analizar libros u otras tesis con temas referentes a planes de acción para el rescate del valor cultural y patrimonial, debido a que servirán como ejemplo para

aplicarlos a la realidad del proyecto dentro del capítulo de la propuesta.

Investigación de observación directa: Para la aplicación de este método se procedió a visitar ciudades aledañas al cantón La Libertad como son Salinas, Santa Elena, así como Guayaquil, las cuales poseen atractivos turísticos que hacen que sean concurridas, con la finalidad de aplicarlas dentro del cantón La Libertad.

Consulta a especialista: Se procederá a consultar a especialistas sobre el tema, visitando lugares como el Farallón Dillon, Museos, sitios representativos, que destaquen la historia, la cultura, así como los valores autóctonos del cantón, con la finalidad de lograr que la ciudad tenga una mayor concurrencia de turistas.

d. Investigación exploratoria

Como su nombre lo indica, el objetivo de la investigación exploratoria es explorar o examinar un problema o situación para brindar conocimientos y comprensión. La investigación exploratoria puede usarse para cualquiera de los propósitos:²

- Formular un problema o definirlo con mayor precisión.
- Identificar cursos alternativos de acción.
- Desarrollar hipótesis.

²Baca G: Evaluación de Proyectos (6ta. Ed.)(pág. 98)

- Aislar variables y relaciones clave para un examen más minucioso.
- Obtener ideas para desarrollar un enfoque del problema.
- Establecer prioridades para la investigación posterior.

3.1.3 Métodos y técnicas

Los métodos y técnicas utilizadas para la obtención de la información, fueron observación y encuesta a los habitantes y turistas del cantón La Libertad, con la finalidad de obtener datos confiables para aplicarlos a la realidad de la investigación, los mismos que servirán para ser utilizados en las encuestas a realizar.

a. Empíricos:

Observación: Se procederá a realizar visitas a diferentes ciudades que cuenten con patrimonios culturales y que sean consideradas como representativas, tales como: Quito, Guayaquil, Cuenca, las cuales son visitadas en distintas épocas del año, tanto por turistas nacionales como internacionales.

Muestreo: Se debe seleccionar parte de la población para obtener información real que permita el desarrollo del proyecto para conocer las características de la muestra representativa transmitiéndolas al universo de estudio, éste muestreo servirá para obtener la población al momento de aplicar el cálculo de la muestra para poder efectuar la encuesta respectiva.

b. Teóricos:

Analítico – Sintético.

En base a los resultados obtenidos del método empírico se obtuvo información que sirvió para efectuar conclusiones y recomendaciones, examinado cada uno de los elementos que intervienen y luego sintetizarlos a la realidad concreta de la investigación, éste tipo de análisis se lo efectuará en el capítulo 3 del proyecto una vez obtenido los resultados de la encuesta.

c. Técnicas de Investigación:

Encuestas: Se las ejecuta para la obtención de información sobre la aceptación que los habitantes del cantón La Libertad sobre el tema planteado, es decir se efectuarán encuestas aplicadas a los habitantes del cantón y entrevistas a las principales autoridades del sector turístico de la provincia.

3.2 Población y muestra

A continuación se detallan los puntos que fueron necesarios para poder determinar cuál es la población y muestra del tema de investigación:

3.2.1 Población

Como tamaño del mercado se tomó como referencia el número de habitantes del cantón La Libertad, cuyos rangos de edad oscilan entre los 18 a 64 años.

Tabla 3.1: Población del cantón La Libertad

Cantón La Libertad	
Edad	Población
18 a 24	12069
25 a 29	8280
30 a 34	7107
35 a 39	6334
40 a 44	5477
45 a 49	4880
50 a 54	3764
55 a 59	2982
60 a 64	2181
TOTAL	53074

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

3.2.2 Muestra

Para el cálculo de la Muestra se utilizó los datos proporcionados por la página del INEC de los habitantes del cantón La Libertad, cuyos rangos de edad oscilan entre los 18 a 64 años de edad, debido a que son personas que se pueden interesar en un proyecto de estas características, quedando la fórmula de la siguiente manera:

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

En donde:

Tabla 3.2: Cálculo del tamaño de la muestra

Población del cantón La Libertad	53.074
Z (nivel de confianza): 95%	1,96
e (error permitido): 5%	0,05
p (probabilidad o variabilidad positiva):	0,5
q (complemento o variabilidad negativa):	0,5

Fuente: Diario el Universo
Elaborado por: La Autora

50.972/134

381 encuestas a aplicar

1. Conoce usted ciudades que han sido establecidas como patrimonios culturales

Tabla 3.3: Ciudades patrimonios culturales

Categoría	Frec. Absoluta	%
Si	217	57%
No	164	43%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

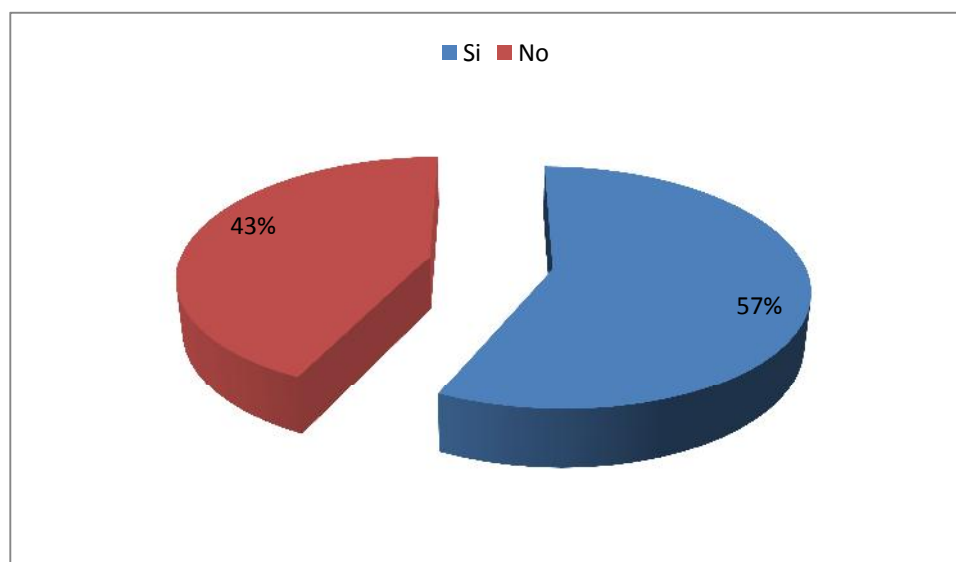


Figura 3.1: Ciudades patrimonios culturales

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

El 57% de los moradores del cantón que fueron encuestados afirmó que si tienen conocimiento de ciudades que han sido establecidas como patrimonios culturales, las cuales proyectan una imagen más sólida a la comunidad, basados en sus características y atractivos propios del cantón, esto ayuda al momento de poner en práctica el plan ya que los moradores tendrán una idea de lo que se debe hacer.

2. Considera que el cantón La Libertad es la capital económica de la provincia

Tabla 3.4: Capital económica de la provincia

Categoría	Frec. Absoluta	%
Probablemente si	203	53%
Poco probable	108	28%
No lo considera	70	18%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

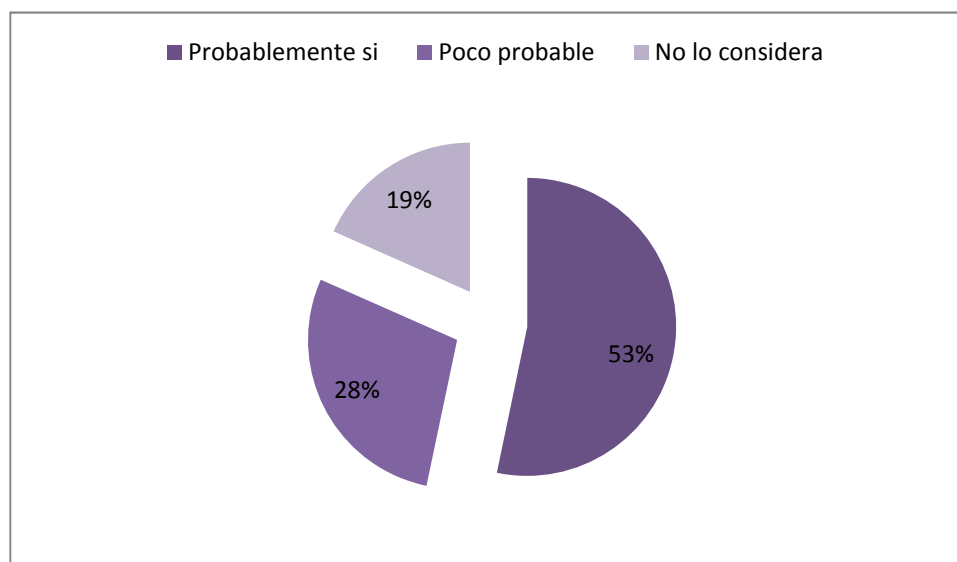


Figura 3.2: Capital económica de la provincia

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

De acuerdo al resultado obtenido se pudo determinar que el 53% considera que el cantón La Libertad es la capital económica de la provincia de Santa Elena, debido a su actividad comercial, los ingresos que percibe por los diferentes negocios que en ella se efectúan, y al promocionar el cantón además como sitio cultural aumentarán los ingresos debido a la afluencia de turistas.

3¿Piensa usted que el cantón La Libertad posee atractivos turísticos que la hacen ser considerada como un sitio turístico?

Tabla 3.5: Atractivos turísticos del cantón La Libertad

Categoría	Frec. Absoluta	%
Si	217	57%
No	164	43%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

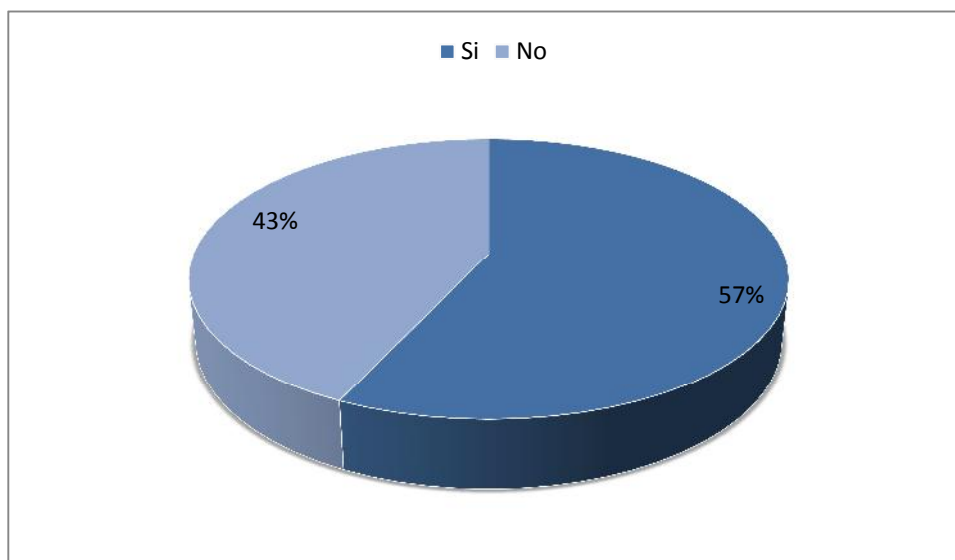


Figura 3.3: Atractivos turísticos del cantón La Libertad

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

El 57% de los encuestados considera que el cantón La Libertad posee los atractivos necesarios para ser considerada como un sitio turístico al cual visitar, es decir, tienes lugares autóctonos los cuales pueden ser visitados, pero les falta un plan mediante el cual se den a conocer a los turistas de distintas partes del país.

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

Tabla 3.6: Elementos pertenecientes al Patrimonio Cultural

Categoría	Frec. Absoluta	%
Edificios	198	52%
Sitios arqueológicos	79	21%
Monumentos	44	12%
Museos	60	16%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

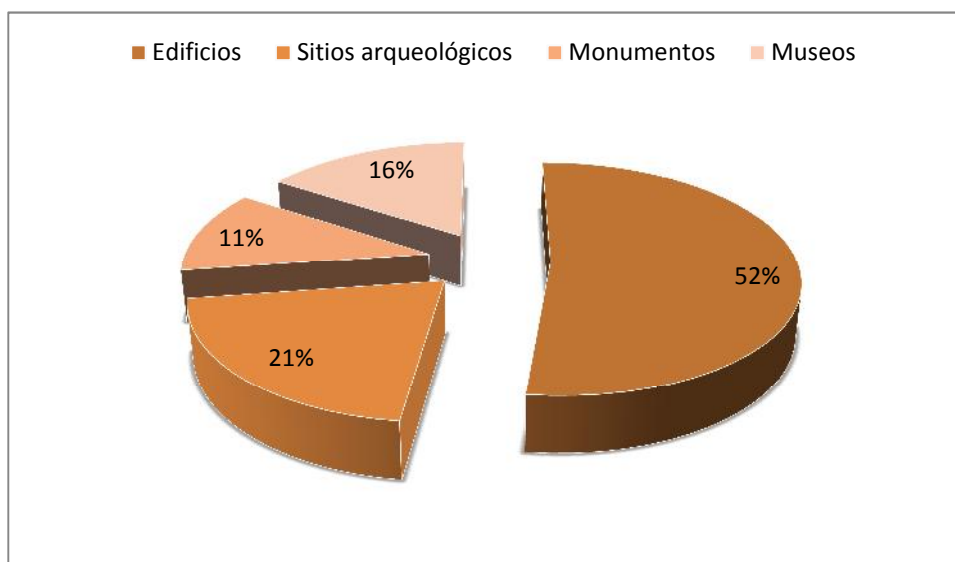


Figura 3.4: Elementos pertenecientes al Patrimonio Cultural

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

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, la diversidad cultural del cantón será promocionada de tal manera que los habitantes empiecen a apreciar más lo que poseen.

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

Tabla 3.7: Ha visitado el Malecón de La Libertad el último mes

Categoría	Frec. Absoluta	%
Si	280	73%
No	101	27%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

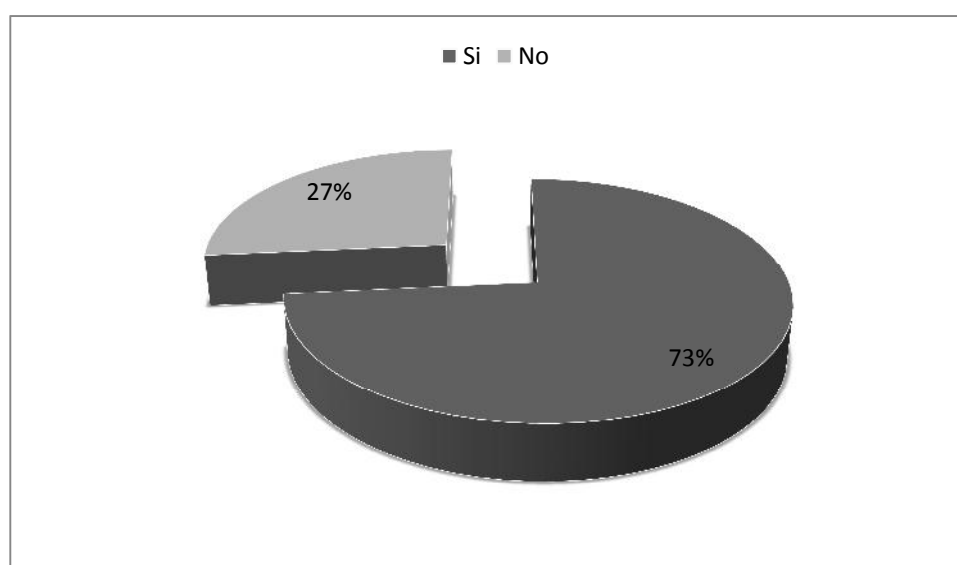


Figura 3.5: Ha visitado el Malecón de La Libertad el último mes

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

El 73% de los encuestados afirmó que durante el último mes si ha visitado el malecón del cantón La Libertad, siendo éste uno de los sitios más concurridos por los moradores y turistas que transcurren por las localidades de la ciudad.

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

Tabla 3.8: Qué imagen tiene del cantón La Libertad

Categoría	Frec. Absoluta	%
Excelente	48	13%
Muy buena	158	41%
Regular	139	36%
Mala	36	9%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

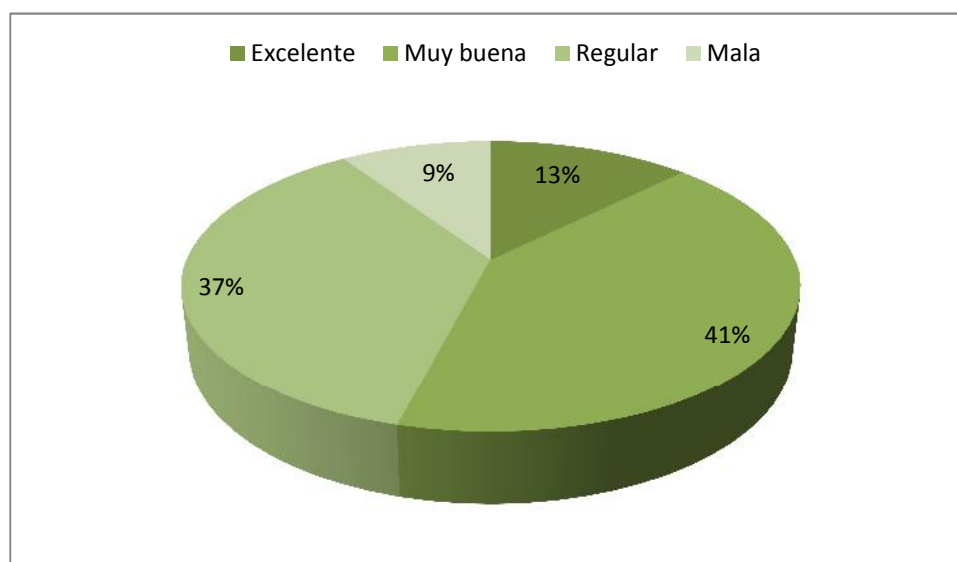


Figura 3.6: Qué imagen tiene del cantón La Libertad

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

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 41% de las encuestas opinan que la imagen que proyecta la ciudad es muy buena, un 13% concordando opina que es excelente, existiendo un 36% a los cuales les parece regular.

7 ¿Qué atractivos culturales de la Libertad conoce usted?

Tabla 3.9: Atractivos culturales de la Libertad

Categoría	Frec. Absoluta	%
Museos	108	28%
Iglesias	169	44%
Parques	60	16%
Sitios arqueológicos	44	12%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

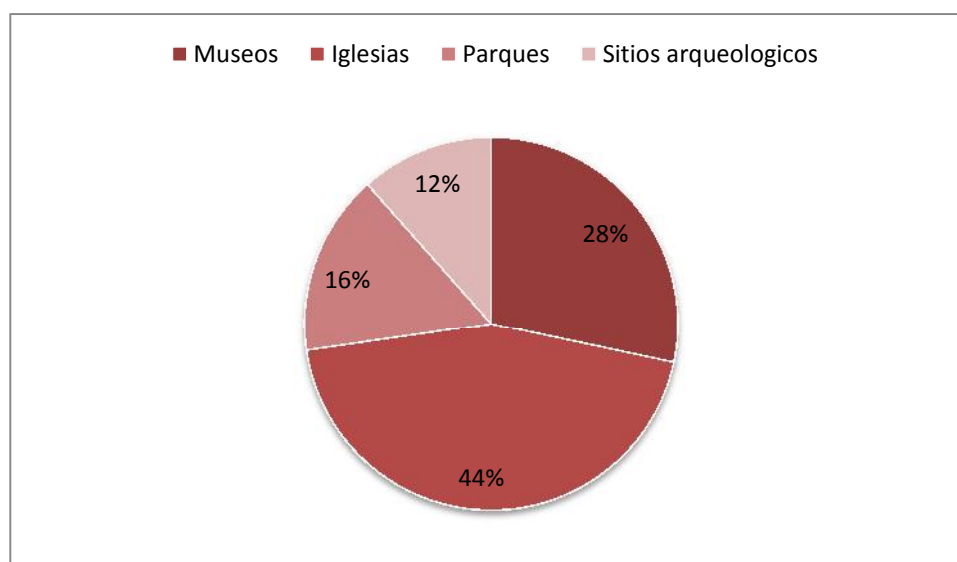


Figura 3.7: Atractivos culturales de la Libertad

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Las iglesias son uno de los principales atractivos culturales que destacan al cantón, según lo afirman los encuestados con 44%, seguido de un 28% a favor de los museos, un 16% resaltan a los parques, mientras que el 12% restante piensa que los sitios arqueológicos son de los principales atractivos culturales que posee este cantón.

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

Tabla 3.10: Sitios arqueológicos que visitó

Categoría	Frec. Absoluta	%
Museo Casa León	47	12%
Campus Samarina	50	13%
Museo Valdivia	90	24%
Amantes de Sumpa	118	31%
Museo Naval	36	9%
Museo Ballenita	40	10%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

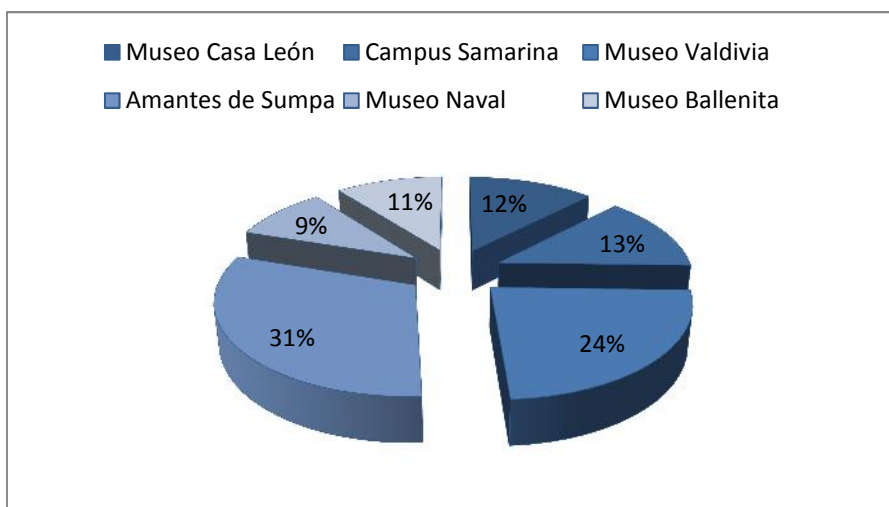


Figura 3.8: Sitios arqueológicos que visitó

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

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 24% y 31% 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.

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un recorrido arqueológico histórico exclusivo?

Tabla 3.11: Pago por un recorrido

Categoría	Frec. Absoluta	%
\$ 20	288	76%
\$ 23	79	21%
\$ 26	14	4%
TOTAL	381	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

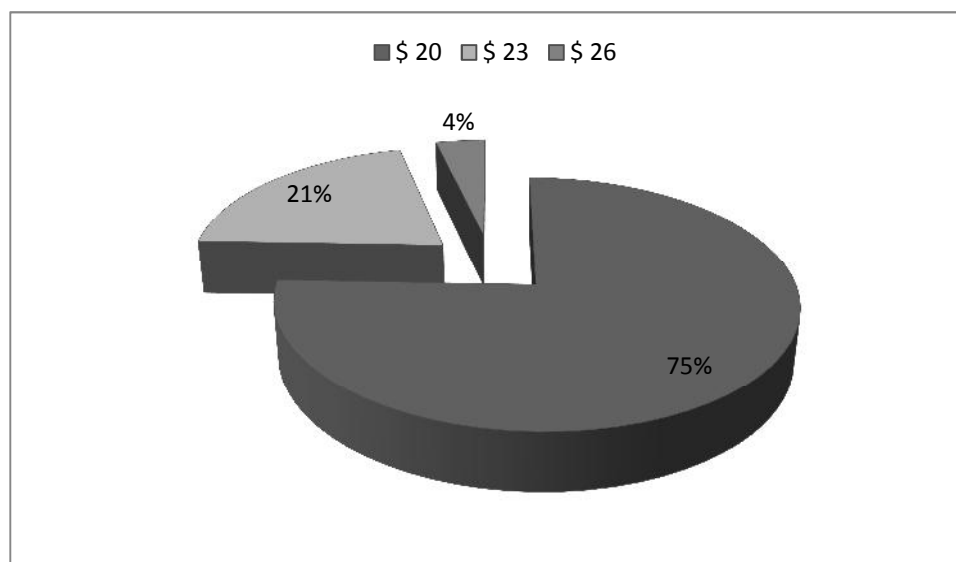


Figura 3.9: Pago por un recorrido

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

De acuerdo a las encuestas el 76% estarían dispuestos a pagar una tarifa básica de \$20 por un recorrido por los principales sitios arqueológicos y demás atractivos que posee el cantón La Libertad, un 21% y 4% opinan que estarían dispuestos a cancelar un poco más por el uso de éstos servicios, el hacer más accesible la entrada a sitios turísticos culturales permitirá que más turistas y moradores se animen a visitar los diversos atractivos del cantón.

3.3 Conclusiones de las encuestas aplicadas a los moradores del cantón La Libertad

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo obtener información considera indispensable para tener una idea más clara y concreta sobre la opinión que tienen los trabajadores acerca de considerar a La Libertad como patrimonio cultural, de los cuales a continuación se detallan los principales comentarios:

- El 76% estarían dispuestos a pagar una tarifa básica de \$20 por un recorrido por los principales sitios arqueológicos y demás atractivos que posee el cantón La Libertad.

- 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 24% y 31% 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.

- 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 41% de los encuestas opinan que la imagen que proyecta la ciudad es muy buena, un 13% concordando opina que es excelente, existiendo un 36% a los cuales les parece regular.

Esta información se procedió a tener en cuenta como recomendación al momento de la elaboración de la propuesta, teniendo en consideración los resultados proporcionados por las encuestas, para implementar estrategias que permitan difundir y promocionar al cantón La Libertad como un lugar a ser considerado como patrimonio cultural.

3.4 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 IV

PROPUESTA DE REALCE PATRIMONIAL

4.1 Filosofía

La filosofía es pensar que los recursos naturales y culturales que el cantón La Libertad posee son recursos nacionales que deben ser conocidos y preservados por todos ante lo cual, es deber como ciudadanos involucrarnos para que este desarrollo sea una realidad.

4.2 Misión

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

4.3 Visión

Desarrollar y fomentar para el año 2015 un turismo sostenible y sustentable a través de los recursos arqueológico-histórico-patrimonial 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.

4.4 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, 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.

Innovación 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.

4.5. Objetivos

4.5.1 Objetivo General

Realizar una campaña publicitaria que permita dar a conocer y difundir los atractivos turísticos y culturales que posee La Libertad para así poder recuperar el turismo cultural en el cantón.

4.5.2 Objetivos específicos

Elaborar un MIX de Marketing que permita fortalecer puntos importantes fortaleciendo los aspectos sobresalientes del cantón La Libertad.

1. Plantear la creación de un slogan que resalte los valores turísticos y culturales del cantón La Libertad.

2. Proponer la Elaboración de un Portafolio de marketing que incluya la estrategia de comunicación y facilite la difusión, promoción y mercadeo que integra el Cantón La Libertad, “Ciudad que deja huellas”.
3. Exponer una propuesta de material gráfico, audio visual, etc. para propaganda y difusión, en idioma español e inglés y medios de comunicación más efectivos para implementarla.

4.6. Diagnóstico y Análisis Estratégico

Mediante los resultados que se obtuvieron a través del estudio de mercado, se puede destacar que:

- 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 mostrará mediante el marketing mix.

4.7 Mix marketing

El marketing mix está enfocado al diseño y ejecución del plan de marketing, que permitirá acercarse a cada segmento de mercado

con una variedad de ofertas y proponer la solución integrada a las necesidades y deseos de los consumidores. 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.

Se debe proceder 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.

Si se planifica, desarrolla y gestiona cuidadosamente, el turismo puede reportar beneficios considerables a las comunidades locales.

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.

4.7.1 Producto turístico

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.

A través del inventario de atractivos del cantón, 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.

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.

-Hotel Samarina, Museo In situ

Adquirido en la época del inicio petrolero y sufriendo la mala administración del Estado, se mantiene aún en la posibilidad de pasar a manos de la Universidad Peninsular de Santa Elena (UPSE), luego de algunas intervenciones administrativas y judiciales, de la localización de vestigios arqueológicos.

-Museo Casa León

El Museo Casa León se construyó en 1.991 por iniciativa del artista plástico ecuatoriano León Ricauter, su objetivo era construir una casa donde pudiera exhibir sus obras de arte escogidas y mostrar piezas a través de sus usos prácticos a lo largo de su vida, en este museo vamos a encontrar objetos artísticos y de uso cotidiano de las diferentes etapas históricas del Ecuador: prehispánicas, coloniales y contemporáneas artísticos.

- In situ del Malecón de La Libertad

El Malecón no sólo cuenta con una gran concurrencia durante todo el día, pues en la noche la afluencia de turistas y peninsulares, es intensa. Aquello ha generado que se lo califique como el primer balneario nocturno del País.

-Paleontológico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Considerado el primer Museo de corte Paleontológico del Ecuador, presenta una propuesta museística moderna y relevante de la Provincia de Santa Elena, que combina lo científico y educativo con la exposición de restos de Megafauna del Pleistoceno Tardío (50000 a 10000a.p.), encontrados en el sector Tanque Loma del Cantón La Libertad, en uno de los yacimientos de fósiles más grandes e importantes de América del sur.

-Museo “Los Amantes de Sumpa”

El Museo Los Amantes de Sumpa muestra el origen y costumbres de los habitantes de la Península. Pitos, flautas, figurines, tejidos, herramientas y diversas clases de adornos de concha y metal, se encontrarán en éste sitio que muestran las tradiciones y costumbres culturales de esta zona.

Estos sitios reciben una afluencia mínima de turistas, cuentan con un grado de importancia y jerarquía significativa, respectivamente; y, asocia a los recursos con potencial turístico del entorno con el objetivo de optimizar su desarrollo.

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.

4.7.2 Precio

Debido a que la propuesta del presente proyecto 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 \$20,00 (veinte dólares).

Así mismo, 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.

4.7.3 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 tours 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

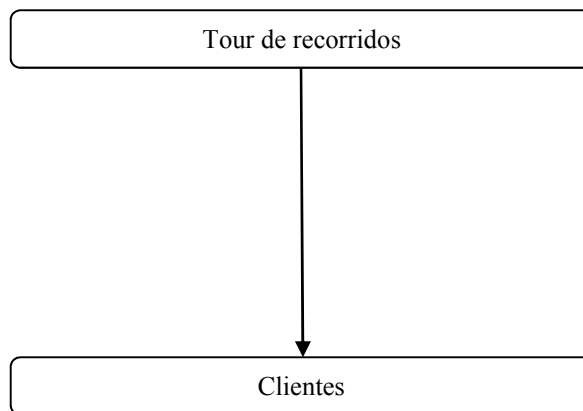
asociaciones de funcionarios y programas de beneficios de empresas, además de asociaciones de adultos mayores.

- 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 4.1

Canal de Marketing Directo



Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

4.7.4 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.

4.8 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 (Mathieson, A. y G. Wall: 2003). 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.

4.8.1 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 3.2: Logotipo



Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

4.8.2 Consideraciones de costos

En la perspectiva de puntualizar y describir con mayor detalle las actividades planteadas en el presente Plan de Marketing “La Libertad, Ciudad Arqueológica”, 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.

4.9 Presupuesto

Con el fin de puntualizar y describir en mayor detalle las actividades planteadas en el Plan, se incorporaron consideraciones sobre los costos para la ejecución de las mismas, en tal sentido, para la implementación del Plan de Marketing “La Libertad, Ciudad Arqueológica” se estima un presupuesto total de \$28.213,00 para el primer año, valor que se divide en tres ítems complementarios; \$1.200 destinado a infraestructura, \$12.080,00

al desarrollo de herramientas de marketing y \$14.933,00 para las acciones de marketing, además que se pretende contar con un local, al cual se le harán adecuaciones para que éste en óptimas condiciones para el desarrollo de plan. Tal como se detalla en la siguiente tabla proyectada para 5 años, el desglose de los valores consta en los anexos respectivos (Ver anexo 1):

Cuadro 4.1: Resumen presupuesto plan de acción

ITEM	2015	2016	2017	2018	2019
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	\$ 14.933,00	\$ 10.200,00	\$ 8.080,00	\$ 8.080,00	\$ 8.080,00
TOTAL	\$ 28.213,00	\$ 23.480,00	\$ 21.360,00	\$ 21.360,00	\$ 21.360,00

Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

4.9.1 Publicidad

Para difundir al cantón La Libertad como ciudad arqueológica 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, mediodía 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”

4.9.2 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 adecuen de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.

4.9.3 Diseño de publicidad

En el cuadro que se presenta a continuación se puede apreciar el cronograma de actividades promocionales para un año base:

Cuadro 4.2: Cronograma de Actividades Promocionales

Descripción	2015											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Colocación de recursos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sovenirs	■											
Televisión	■	■				■		■				
Radio	■	■		■		■	■		■		■	■
Evaluación de Resultados			■			■			■			■

Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

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:

4.10 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 4.3: Costo De Publicidad por Televisión

Programas	Lunes	Miércoles	Viernes	Sábado	Total Pases	Segundos de SPOT	Costo de Pase	Total USD \$	Costo mensual	Costo por 6 meses
Noticiero Diurno	2	2	2	2	8	30	6,5	52	208	1248

Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

4.10.1 Radio

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

Cuadro 4.4: Costo De Publicidad por Radio Náutica

Cuñas diarias LUN A VIER	Total de spot mensual	Bonificación Spot mensual	Global de Spot x mes	Costo por Spot	Costo Mensual
4	80	20	100	3,00	600,00

Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

4.10.2 Folletería

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

Cuadro 4.5: Costo De Publicidad por Trípticos

Detalle	Especificaciones	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Trípticos	Full color papel	200	2,5	500
Total		300	200.00	500

Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

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

Tabla 4.6: Costo de Banner

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

Fuente: Adaptación propia
Elaborado por: La Autora

4.11 Fuentes de financiamiento

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

- Existencia de acciones de impacto genérico sobre el destino, que se presentan como un bien público para la actividad turística en general.
- 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.

4.11.1 Financiamiento

Como financiamiento se buscará contar con el aporte de empresas privadas, debido a que se podrá considerar aquellas actividades en las cuales los empresarios turísticos o complementarios a la actividad puedan entregar financiamiento, por ejemplo, del canje por publicidad y/o reconocimiento de sus propios establecimientos, además de las empresas del sector público, como el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón La Libertad, debido a que es un proyecto netamente destinado al desarrollo de este cantón, se

pedirá el apoyo del gobierno local para contar con el financiamiento del proyecto.

4.12 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 "La Libertad, Ciudad Arqueológica" 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.

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.

4.12.1 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.

4.13 Seguimiento y Control

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

4.14 Turistización y marketing turístico como mecanismos para la puesta en valor de ciudades patrimoniales: Orientación metodológica para un plan de acción en La Libertad

La ciudad o el sector histórico deben 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 simbólicas.

Se requiere un nuevo concepto de planificación de los espacios turísticos urbanos a dominante patrimonial, como en el caso del Centro Histórico de Córdoba, con la presencia de la Manzana Jesuítica y otros testimonios de la etapa colonial y del siglo XIX que aún perviven como manifestación de un modo cultural de apropiarse y transformar el territorio, dejando testimonios que constituyen la base material de la identidad simbólica del lugar.

La gestión sustentable del patrimonio cultural, que constituye el principal recurso de los centros históricos urbanos, requiere conciliar la conservación con las nuevas perspectivas económicas y sociales que ofrece la actividad turística. Los centros históricos tienen que afrontar, por ello, el difícil desafío de lograr una equilibrada inserción de la función turística en el tejido urbano, en la economía de la ciudad y en la sociedad urbana.

En el caso de los centros históricos urbanos, la sustentabilidad está vinculada con el logro de modelos de utilización turística integrados en la economía y la sociedad urbana, respetuosa del patrimonio construido y del ambiente urbano que le da sentido y coherencia, pero, al mismo tiempo, orientados a resolver las nuevas demandas de accesibilidad y recorridos que plantea el turismo.

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 en 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 del 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 "ajustes", en muchos casos discutibles, de las estructuras físicas del patrimonio para adaptarlo a los requerimientos de la demanda turística. Operaciones muchas veces cosméticas (como el cambio o la supresión de revestimientos originales, como ha sucedido en algunos ámbitos del antiguo rectorado de la Universidad de Córdoba, cambios de pisos, aplicación de colores con criterios de discutible compatibilización con el carácter histórico de los edificios, entre otras intervenciones) que terminan generando un

pastiche que desnaturaliza la identidad del objeto. Hernández, R. (2005).

En otros casos, con el argumento de posibilitar las nuevas funciones de visita y exposición, se producen transformaciones dimensionales de ámbitos internos, cuando no la demolición lisa y llana del interior, conservando sólo la piel de la fachada (como ocurrió en el paradigmático caso de la vieja Escuela Olmos de Córdoba, convertida en shopping center Patio Olmos). A estas actuaciones de tipo físico-material se agregan las del "marketing urbano", que en aras de un posicionamiento competitivo de la ciudad en la oferta de destinos turísticos culturales, muchas veces no vacila en falsificar historia, entornos urbanos, paisajes y condiciones de percepción y recepción del valor patrimonial en base a discutibles criterios de atraktividad. Todo ello conduce a la desnaturalización y falsificación del patrimonio, que en muchos casos termina siendo una especie de caricatura de sí mismo. En otros, las operaciones de transformación de los objetos y adecuación de sus entornos para el uso turístico puede conducir a la exclusión o limitación de uso por parte de la población local (como ocurre en el ámbito internacional en torno a los grandes centros culturales del tipo nuevo Louvre), generando un impacto social negativo en la relación patrimonio-turismo. En ambos casos, lo que se pone en el límite de su permanencia son las características del patrimonio como tal, sometido a un tipo de uso que no es compatible con sus condiciones materiales y simbólicas. En estas situaciones, los objetos construidos y los tejidos urbanos, son las mayores víctimas de dichos procedimientos. Las tramas y tejidos históricos urbanos son elementos morfológicos y funcionales perdurables en la ciudad, poniendo de manifiesto de un modo directo e indirecto el proceso histórico de la ciudad.

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.

CONCLUSIONES

El trabajo de investigación presenta las siguientes conclusiones:

- De acuerdo a la investigación de mercado se determinó que la afluencia de turistas que 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 visitantes cada año.
- 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.
- Se efectuó un marketing mix con la finalidad de conocer cuáles son los puntos fuertes con los que cuenta el cantón como ciudad patrimonio cultural para promocionarla a los turistas.
- Se realizó un plan de promoción para difundir los sitios patrimoniales con los que cuenta el cantón La Libertad efectuándose recorridos a los visitantes que desean ser uso de estos servicios.
- 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.
- La marca turística que se propone hace referencia a los componentes de la ruta propuesta.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda ejecutar el Plan de Marketing Turístico conforme a lo previsto en la presente investigación para obtener resultados óptimos.
- 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.
- Evaluar constantemente los principales medios de difusión, los canales de distribución y estrategias publicitarias propuestas.
- Es recomendable la puesta en marcha del proyecto propuesto, debido a que su ejecución ayudara a promocionar a la ciudad de la libertad, como un sitio q cuenta con las condiciones necesarias para ser considerada como patrimonio cultural.
- 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

Borg, J. (1995) Turismo y ciudades con arte: el caso de Venecia, Estudios Turísticos, n.º 126, (pp. 79-90)

Herbert, J. T.; Prentice, R.C.; Colin, J.T. (1989), heritage sites: marketing and development, Aldershot.

Hernández, J. (2010), Gestión del patrimonio cultural, (pp. 120-125) Barcelona, Ariel Patrimonio.

Kuss, F., Graeffe A., y Vasle J. (1990): Visitor Impact Management: the planning framework, National Parks and Conservation Association, Washington, D.C.

Manuel de la Calle Vaquero, Ariel Turismo (2003) La ciudad histórica como destino turístico.

Mateo Rusillos (2007) Turismo Arqueológico: Diagnóstico y análisis del producto arqueoturístico, Revista de turismo y patrimonio cultural, (pp. 99-109).

Mathieson, A. y G. Wall (2003): Tourism: economic, physical and social impacts, Essex: Longman.

Pires, M. (2001) El turismo cultural, Zaragoza España: La Editorial

Richards, G. (2001) El Desarrollo del turismo Cultural en Europa,
Estudios Turísticos, (pp. 3-13)

A N E X O S

Anexo No. 1

PRESUPUESTO DETALLADO DEL PLAN DE MARKETING

ACTIVIDADES DE MARKETING	2015	2016	2017	2018	2019
INFRAESTRUCTURA	\$ 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
HERRAMIENTAS	\$ 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
ACCIONES	\$ 14.933,00	\$ 10.200,00	\$ 8.080,00	\$ 8.080,00	\$ 8.080,00
Campañas Publicitarias	\$ 9.000,00	\$ 6.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Campaña de Prensa	\$ 1.248,00	\$ 800,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00
Campaña de Marketing Directo	\$ 1.185,00	\$ 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
TOTAL	\$ 28.213,00	\$ 23.480,00	\$ 21.360,00	\$ 21.360,00	\$ 21.360,00



Anexo No. 2

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

1. - Estado civil:

- a) Soltero b) Casado c) Divorciado
d) Unión Libre e) 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 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 _____

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 arqueológico histórico exclusivo?

Básico \$ Estándar

Recorrido 3 puntos Recorrido 3 puntos

Guianza Guianza

Refrigerio (sanduche/queso + cola) Refrigerio (sanduche/pollo + cola)

Premium

Recorrido 6 puntos

Guianza

Refrigerio (submarino + jugo o cola)

\$20

\$23

\$26

Muchas Gracias por su colaboración



Anexo No. 3, entrevista

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.- Cuáles 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 2014 para promocionar proyectos Culturales e Históricos de la Provincia y en particular del cantón La Libertad?

7.- ¿La organización que UD. representa ha tomado alguna medida referente en el 2014 para proteger el Patrimonio de la Provincia en especial el cantón La Libertad, Cuáles?

8.- ¿Cual cree UD que es el rol de la comunidad en este tema?

Limpieza _____ Seguridad _____

Amabilidad _____ Evitar especulación _____

9.- ¿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 _____

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

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

Si _____

No _____

Muchas Gracias por su colaboración