

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad De Especialidades Empresariales

Carrera De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

“IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RECURSOS DE
DEVOCIÓN CATÓLICA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PARA
LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO RELIGIOSO”

PRESENTADO POR:

Cynthia Jazmín Tejena Morocho

DIRECTOR DE TESIS:

Lcda. Martha Azucena Ventura Chancay, Mgs

Guayaquil, Diciembre del 2012

Agradecimiento

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerte a ti mi Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño tan anhelado.

A la universidad Católica Santiago de Guayaquil por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi papá el Ing. Jorge Tejena por haberme apoyado económicamente para poder realizar esta etapa de mi vida, por estar siempre a mi lado y nunca abandonarme, gracias papi.

También me gustaría agradecer a todos mis profesores que durante toda mi carrera profesional me han acompañado y han aportado a mis conocimientos.

Y por último a mi jefe de trabajo Ing. Antonio Patiño, por haberme ayudado con el tiempo requerido para poder estudiar, por toda la comprensión y apoyo que me brindó.

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a Dios en primer lugar quien supo guiarme por el camino del bien y por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, gracias por darme toda la fuerza que te pedía para seguir adelante.

A mi papá Jorge por haberme brindado todo su apoyo, por sus consejos, sus valores por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por su gran ejemplo de perseverancia y constancia que lo caracterizan, y que me ha infundido siempre, que me alienta a seguir avanzando, pero más que nada, por su amor.

A mi mamá Rosa que fue la primera persona que me ayudo a empezar este gran desafío mostrándome todo su apoyo y sobre todo su fe y confianza en mí, por haber estado a mi lado en cada paso que daba y por todos sus consejos, paciencia y amor que me da.

A mi hermano Jorge Luis por haber creído en mi capacidad, por haberme apoyado siempre y por brindarme su cariño y confianza cada día.

A mi abuelito Morocho esta persona muy especial, quien con su consejo en el momento de yo no saber qué universidad elegir para realizarme profesionalmente, el muy sabiamente me dijo: hija si estuviera a mi alcance ayudarla para que estudie en una excelente universidad como la Católica lo hiciera, pero solo queda mi recomendación y mis anhelos de verla graduada ahí, gracias abuelito, ahora estoy cumpliendo tu sueño.

A mis abuelitas Elinora y Germania por quererme y apoyarme siempre, esto también se los debo a ustedes.

A mis 4 grandes amigas Fernanda, Cecilia, Maritza, Gaby, por todos los momentos vividos y por haber sido parte de este aprendizaje.

ÍNDICE GENERAL.

Introducción.	10
<i>CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	12
1.1. Planteamiento del problema.	13
1.2. Formulación del problema.	14
1.3. Justificación.	14
1.4. Objetivos.	16
1.4.1. Objetivo General.	16
1.4.2. Objetivos Específicos.	16
1.5. Marco Teórico.	16
1.6. Metodología.	26
1.7. Evaluación de los resultados de investigación	28
<i>CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADEO Y PROMOCIÓN</i>	47
2.1. Justificación de la elección.	48
2.1.1. Población estudiada.	48
2.1.2. Marco de la encuesta.	48
2.1.3. Unidad de la encuesta.	48
2.1.4. Fracción de la encuesta.	48
2.1.5. La población total ó la población objetiva.	49
2.2. Muestra selección de los participantes.	50
2.3. Técnica de recogida de datos.	50
2.4. Promoción y marketing.	51
2.5. Análisis de la cuatro “P” en marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción.	53

<i>CAPÍTULO III: ANÁLISIS FINANCIERO</i>	55
3.1. Presupuesto del Financiamiento de la investigación.	56
3.2. Análisis de impactos del proyecto.	60
3.2.1. Análisis de impacto económico.	60
3.2.2. Análisis de impacto ambiental.	61
3.2.3. Análisis de impacto social.	62
3.2.4. Análisis de impacto cultural.	64
<i>CONCLUSIONES Y RECOMENTACIONES</i>	65
Conclusiones.	66
Recomendaciones.	68

Bibliografía

Anexos

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico # 1: ¿Cuántas iglesias católicas conoce en Guayaquil?</i>	<i>35</i>
<i>Gráfico # 2: ¿Con qué frecuencia visita las iglesias católicas en Guayaquil?</i>	<i>36</i>
<i>Gráfico # 3: ¿Le gusta participar en procesiones?</i>	<i>37</i>
<i>Gráfico # 4: ¿Conoce sobre las fechas de celebración católica en Guayaquil?</i>	<i>38</i>
<i>Gráfico # 5: ¿Con qué frecuencia visita el cerro del Carmen?</i>	<i>39</i>
<i>Gráfico # 6: ¿Considera que debería existir más información sobre la historia de cada iglesia en Guayaquil?</i>	<i>40</i>
<i>Gráfico # 7: ¿Conoce la ruta de las Iglesias en Guayaquil?</i>	<i>41</i>
<i>Gráfico # 8: ¿Le gustaría tener más alternativa para un turismo religioso en Guayaquil?</i>	<i>42</i>
<i>Gráfico # 9: ¿Según usted qué es el valor religioso?</i>	<i>43</i>
<i>Gráfico # 10: ¿Cree usted que en Guayaquil existen promociones turísticas para la devoción católica?</i>	<i>44</i>
<i>Gráfico # 11: ¿Usted es de religión católica?</i>	<i>45</i>
<i>Gráfico # 12: ¿Qué es devoción católica para usted?</i>	<i>46</i>
<i>Gráfico # 13: ¿Por favor, indique a su juicio tres factores publicitarios que ayuden a promocionar el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil?</i>	<i>47</i>
<i>Gráfico # 14: ¿Piensa usted que los siguientes aspectos deberían de profundizarse en el proceso de educación religiosa católica local?</i>	<i>47</i>
<i>Gráfico # 15: ¿Por favor, señale un problema importante y uno menos importante para mejorar el turismo religioso en Guayaquil?</i>	<i>48</i>
<i>Gráfico # 16: ¿Cree usted que actualmente, la ciudad cumple con todas las disposiciones para conservar el medio ambiente con la afluencia turística?</i>	<i>48</i>
<i>Gráfico # 17: ¿Indique por favor, en cada caso si el financiamiento público para fortalecer la promoción turística en Guayaquil es: Escaso, eficiente, costoso, burocrático, e inexistente?.....</i>	<i>49</i>

Abreviaturas.

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la educación.

OMT: Organización Mundial del Turismo.

MONS: Monseñor.

RVDO. P.: Reverendo Padre.

P.: Padre, párroco.

TV: Televisión.

Resumen

El presente tema denominado: “Identificación y valoración de los recursos de devoción católica de la ciudad de Guayaquil para la promoción y desarrollo del turismo religioso”, es un tema que analiza como objeto de estudio la promoción de la devoción católica, rescatando los valores que en los ciudadanos se han perdido por falta de cultura, publicidad y educación. Este tema investigativo tiene como objetivo: Desarrollar un plan de promoción turístico religioso para rescatar la valoración de los recursos de devoción católica en la ciudad de Guayaquil. Evaluando lo analizado, este estudio contiene una contribución cultural y promocional para los habitantes y visitantes de Guayaquil. Se usó una metodología descriptiva, con trabajos de campo, mediante entrevistas y encuestas para tabularlos y obtener resultados satisfactorios en la investigación, los cuales arrojaron conclusiones como: Guayaquil aún es una ciudad que posee cultura deficiente, especialmente en valores religiosos católicos, añadido al bajo incentivo gubernamental para apoyar promociones rescatando estos valores religiosos. Sin embargo, la ciudadanía en general sigue un patrón tradicional arraigado en la fe y no en la ciencia, la gente debe y tiene que entender que la fe y la ciencia se necesitan, y van ligadas una de la otra.

Palabras clave

Iglesia, Ruta de la fe, devoción, tradición, valores religiosos, procesión, eucaristía, promoción turística.

Abstract

This topic titled: “Identification and assessment of the resources of Catholic devotion Guayaquil for the promotion and development of religious tourism” is a topic under study analyzes how the promotion of Catholic devotion, rescuing the values the citizens have been lost for want of culture, advertising and education. This research theme aims to: Develop a plan to promote tourism to rescue the valuation of resources Catholic devotion in the city of Guayaquil. Evaluating the analyzed, this study provides a contribution to the cultural and promotional inhabitants and visitors of Guayaquil. Descriptive methodology was used, with fieldwork, interviews and surveys to tabulate and to succeed in the investigation, which yielded conclusions as yet Guayaquil is a city with poor culture, especially in Catholic religious values, added to the low government incentive promotions to support rescuing these religious values. However, the general follows a traditional pattern rooted in faith and not science, people should and must understand that faith and science are needed, and are linked to each other.

Keywords

Church, path of faith, devotion, tradition, religious values, procession, Eucharist, promotion of tourism.

Introducción.

Guayaquil es una de las ciudades con mayor crecimiento turístico del Ecuador. El turismo junto con el comercio son los sectores más dinámicos de la economía del cantón. El turismo en los últimos años ha tenido un incremento constante de visitantes de distintos lugares, por diversos motivos, puesto que en Guayaquil encuentran un puerto principal y cultural.

Sin embargo, Guayaquil no tiene una información adecuada del sector turístico debido a que esta actividad no ha sido explotada en su totalidad, con una adecuada planificación, es decir, aglutinando municipio, gobierno y ciudadanía en general.

Actualmente la ciudad de Guayaquil tiene diversos sitios turísticos que llaman la atención a propios y extraños, teniendo como pivote las fechas festivas, sumado a las fechas religiosas que forman parte de la cultura guayaquileña. Los ciudadanos tienen arraigado una tradición religiosa y devota que llama la atención a los visitantes nacionales e internacionales.

Según el calendario litúrgico¹, los fieles católicos celebran la semana santa o también denominada semana mayor, la cual empieza tradicionalmente con el domingo de ramos, posteriormente durante la semana los días importantes a rescatar son el jueves santo con el triduo pascual² y la celebración eucarística crismal, donde se bendicen los aceites que los sacerdotes utilizarán en el transcurso del año en sus diferentes parroquias.

1. *Es el esquema y tabla de los días litúrgicos de la Iglesia Católica, se considera la vivencia de la vida de Cristo, en todas sus etapas, desde su nacimiento hasta su muerte.*

2. *Se conoce como triduo pascual a los tres días en que los católicos recuerdan la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo.*

El Viernes Santo donde se conmemora y recuerda la pasión y muerte de nuestro Señor Jesucristo, es un día donde tradicionalmente se quitan y tapan todas las imágenes en las iglesias y casas cristianas católicas por respeto a la muerte de Jesús, en conventos y seminarios mayores se realiza retiros espirituales de reflexión.

El Sábado Santo se celebra la pascua, es el tercer día del triduo pascual, donde se celebra las vísperas al Domingo de Resurrección, se conmemora a Jesús en el sepulcro y su descenso al abismo. Y el domingo se celebra con una eucaristía la triunfante resurrección de Jesucristo, rompiendo las ataduras de la muerte y siendo glorioso y vivo eternamente.

Una de las tradiciones de la Semana Santa, es la procesión del Cristo del Consuelo, la cual se la realiza el Viernes Santo, donde participan más de medio millón de católicos de todas partes, es una de las romerías más grandes de Latinoamérica. El sustento de esta procesión es debido a los milagros realizados por el Cristo que llevan en procesión.

La Prefectura ha desarrollado la ruta de la fe en lo que ellos se refieren que "no existe manera de comercializar la fe como tal", pero lo que sí se puede hacer es mostrarle al mundo las maravillas arquitectónicas de todas las iglesias de Guayaquil, la principal de ellas es la catedral que es una de las dos únicas catedrales que hay en la provincia del guayas y una de ellas está ubicada en el catón Guayaquil llena de historia, que cautivan y la enriquecen de cultura.

Las principales iglesias que existen en Guayaquil son: iglesia san francisco, la Catedral de Guayaquil, basílica menor de la merced (aquí se encuentra el único altar mayor recubierto en pan de oro con que cuenta la ciudad), iglesia sagrado corazón de Jesús, iglesia San Agustín, iglesia San Alejo es necesario recalcar que al interior de las torres de la iglesia se encuentran tres campanas trabajadas por la casa pascad de Saboya en Francia, iglesia la Victoria (iglesia del corazón de maría), iglesia Santo Domingo ubicada, entre otras.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema.

1.2. Formulación del problema.

1.3. Justificación.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

1.4.2. Objetivos específicos.

1.5. Marco teórico.

1.6. Metodología.

1.7. Evaluación de los resultados de la encuesta.

1.1. Planteamiento del problema.

Uno de los problemas que existe en Guayaquil es la falta de promoción e incentivo turístico, hay un inadecuado manejo de los recursos del turismo religioso en Guayaquil. Este problema se puede percibir puesto que muchos turistas no tienen la oportunidad de visitar las iglesias más relevantes en la ciudad, tal vez porque no se ha promocionado o difundido información correctamente para dar a conocer estas bellezas que posee la Perla del Pacífico.

Otro problema es el bajo conocimiento de todos los recursos que existe en la Ciudad, su historia, sus diversos significados, su idiosincrasia. Este bajo conocimiento se da a la falta educacional no sólo en Guayaquil sino en el Ecuador, sumado a eso la falta promocional y turística religiosa en Guayaquil. La falta de cultura en la ciudad de Guayaquil va ligada a la falta educacional de la Urbe, es extraño que en la ciudad de Guayaquil a las personas no les guste leer, hay quienes responde que eso se debe a “cuestión de cultura”, obviamente esto responden las personas que no están inmersos en la cultura de Guayaquil y se olvidan o desconocen que más o menos a la mitad del siglo XX Guayaquil era la principal fuente de obras literarias del país, no por gusto a uno de los principales literarios se los llamó “Grupo Guayaquil”.

Prepararse eficientemente es uno de los retos para Guayaquil, es un círculo vicioso. Las bibliotecas, centros de arte y museos en Guayaquil se quejan en su mayoría porque están expuestas las piezas y obras, pero el público asiste muy poco o casi nadie va, y a la vez el público sostiene con sobra de razones que los museos y bibliotecas pasan cerrados los fines de semana, sólo muy pocos abren el sábado hasta la una de la tarde.

Guayaquil está sumergido en la falta de cultura, y esto tiene como bases la formación desde el hogar, esto es tareas de padres de familia que eduquen y encaminen a sus hijos en vastos conocimientos y actividades de formación, de los profesores desde la escuela recomendando libros y visitas a lugares culturales y de las bibliotecas y museos que expongan sus obras con horarios extendidos.

Es evidente que el nivel de pobreza de un país, de una ciudad, van de la mano con el nivel de ignorancia del mismo, por eso, Guayaquil debe culturizarse, aprender de la historia y superarla, no retrasarla, por tal motivo, este trabajo tiene por objetivo solucionar parcialmente la problemática existente.

1.2. Formulación del problema.

¿Cómo la identificación y valoración de los recursos de devoción católica de la ciudad de Guayaquil influyen en el desarrollo y promoción del turismo religioso?

1.3. Justificación.

El presente estudio investigativo responde a la problemática turística religiosa de la ciudad de Guayaquil, justificando el estudio a realizar desde una panorámica nacional y local, promocionando dichos atractivos religiosos rescatando los valores de identidad en la ciudad. Por eso, la parte promocional turística se la desarrollará con recursos propios, este incentivo servirá para promocionar el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto beneficia a la cultura nacional en general, puesto que parte de la idiosincrasia de los antepasados arraigados actualmente en la ciudad. Beneficia tanto y en cuanto la ciudadanía amplíe sus conocimientos cada vez más a favor del patrimonio cultural de la humanidad.

Mediante este conocimiento cultural religioso, se tiene la oportunidad de hacer un turismo variado, se puede implementar nuevos negocios en fechas determinadas que atraigan los turistas y genere empleo y mayor dinamismo económico, tratando de satisfacer las necesidades de los visitantes a Guayaquil.

El proyecto investigativo se justifica en la vida real y práctica, puesto que en cada ciudadela existe una iglesia católica, es decir, existe un respaldo rotundo por medio

de las parroquias urbanas en Guayaquil, proponiéndoles modificar y arreglar las iglesias para que tengan la publicidad requerida en fechas determinadas, de esta manera existirá un mayor ingreso para las mismas.

El presente estudio trata de resaltar la importancia de todo lo que gira en torno al desarrollo de las nuevas opciones de turismo para la ciudad de Guayaquil resaltando los valores culturales, arquitectónicos de sus iglesias y templos, planteando la solución a un problema todavía existente en los guayaquileños pasar desapercibidos de las variedades religiosas turísticas existentes en la ciudad.

La idea central es desarrollar el turismo Religioso basándonos en el valor arquitectónico de las iglesias de la ciudad que son considerados como atractivos culturales por la riqueza que poseen y la relevancia que le dan a la ciudad.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General.

Desarrollar un plan de promoción turístico religioso para rescatar la valoración de los recursos de devoción católica en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Identificar y analizar la historia, el valor arquitectónico, fechas importantes, lugares religiosos, etc., de las iglesias, miradores, peregrinaciones, cerros que son de gran importancia para el turismo religioso para la ciudad de Guayaquil.
- Proponer programas para el recorrido y visita de las iglesias, miradores, peregrinaciones, cerros que son de gran importancia para el turismo religioso de la ciudad.
- Desarrollar la propuesta del plan de promoción y desarrollo del turismo religioso para el fortalecimiento de rutas que se encuentran ya creadas en la ciudad.
- Analizar el impacto económico, social y cultural de la propuesta de promoción y desarrollo del turismo religioso.

1.5. Marco Teórico.

Para incentivar el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil y rescatar la devoción católica es necesario desarrollar un marco teórico que se fundamente y se justifique en la vida práctica de la devoción católica en la ciudad de Guayaquil.

La mejor forma de hacer turismo religioso es la demostración de la fe arraigada por nuestros antepasados, costumbres y devoción a determinados santos según la fecha del calendario nacional, y durante todo el año, participar de la eucaristía dominical asistiendo a la iglesia, conmemorar y respetar la Semana Santa con peregrinaciones, confesiones y comunión son las mejores obras de hacer turismo en Guayaquil.

Según Mayra Hun Martínez: *“Desde tiempos ancestrales, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad, sin importar sexo, credo o estrato social, esta es una clase de turismo que mueve gran cantidad de personas que profesan gran Fe por la religión, el turismo religioso puede, mediante una promoción publicitaria bien dirigida convertirse en un buen aporte económico(...)*Este turismo hasta el presente ha sido, promocionado generalmente por un grupo de personas especialmente señoras de acentuada Fe Católica, pero que si se intensifica esa promoción por agencias de viajes que se especialicen en turismo religioso” (H. Martínez Mayra, 2007, p.55)

Mayra Hun enmarca el sentido religioso y la promoción del turismo que enriquece y aporta de sobremanera al desarrollo local y nacional, asimismo resalta el sentido de la fe de cada cristiano que es movida por el amor, este amor es necesario intensificarlo mediante promociones turísticas.

En la búsqueda de conceptualizaciones que integren a estas manifestaciones religiosas dentro del patrimonio de nuestra región y país, la UNESCO entrega una definición para un concepto nuevo pero siempre presente a la hora de hablar de patrimonio, nos dice del patrimonio intangible o inmaterial *“...podría definirse el patrimonio intangible como el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluye en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes*

culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat” (UNESCO,2001, p. 1208)

Así toda cultura se basa en una tradición, en los antepasados, toda cultura tiene su antecedente y su raíz de origen que hace mover el incremento de la misma, existen algunas clases de tradiciones que forman parte de nuestro entorno y que difícilmente se terminarán puesto que se transmiten a través del tiempo de cualquier manera.

El hombre siente la necesidad de conocer, migrar, rotar de un lugar a otro en búsqueda de conocimiento, libertad y esparcimiento humano, por eso, el turismo es considerado como una oportunidad en la que el individuo conoce costumbres de otros lugares.

Jafari sostiene que: *“el turismo es el estudio del hombre lejos de su hábitat usual, de la industria que responde a sus necesidades habituales, y del impacto que tanto él como la industria tienen sobre el ambiente físico, económico y sociocultural de los residentes” (Jafari,1977,p.6)*. A más de la necesidad de migrar, el turismo impacta de manera directa en la sociedad, este impacto puede ser físico, económico, social, entre otros.

Mientras que San Martín García considera que: *“el turismo es la suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesarios para satisfacer necesidades personales como comida, casa, transporte, etc. Y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hecho de viajar” (San Martín García, 1997, p.38)*. Se apega a que el turista es una persona que posee recursos económicos elevados y que le sobra dinero para el esparcimiento, en el fondo no es verdad puesto que se parte de una necesidad y no de un lujo así opina Ryan: *“es el medio por el que las personas buscan beneficios psicológicos” (Ryan, 1991 p.42)*. Definición apegada al bienestar social, al relax o confort de las personas, a esa necesidad de esparcirse y conocer nuevos lugares.

Mientras que la definición confiable es la que da la Organización Mundial del Turismo OMT: *“actividades realizadas por viajeros que se encuentran lugares diferentes al de residencia habitual por un periodo no mayor a un año consecutivo, por razones de trabajo, placer u otros propósitos” (OMT, 2012)*

Una de las ventajas con las que cuenta Guayaquil es un aeropuerto, el cual se puede aprovechar debido a que los turistas llegan con mucha afluencia y se puede contratar paquetes turísticos de gran utilidad en las agencias de viajes.

Estos pequeños paquetes son de poco tiempo ya que como este tipo de turismo recién se está implementando, se empezaría con algo corto pero muy atractivo que conlleven mucha historia, sean divertidos e interesantes, buscar que el turista se quede con deseos de saber, conocer más hasta tal punto de crear la necesidad en el visitante y que lo haga volver.

El turismo religioso puede incluirse dentro del turismo cultural, lo cual nos compromete a una adecuación del patrimonio de la ciudad tanto cultural como natural para su uso turístico este proceso entraña labores que van desde protección y restauración hasta las de puesta en valor y de promoción para captar a un número creciente de turistas.

“Desde el punto de vista histórico y sociológico se trata además de una nueva aproximación a lo sagrado, ya que no solamente existe una búsqueda de trascendencia o de espiritualidad, sino también una puesta en valor de la cultura y del patrimonio. De tal forma muchos de los turistas actuales carentes de creencias y de cultura religiosa propiamente dicha, se sienten cada vez mas atraídos por las visitas patrimoniales, los que les permite ampliar su conocimiento cultural y experimentar cierta forma de trascendencia” (Arriba, 2006 p.68)

El Ministerio de Cultura del Ecuador está en capacidad de apoyar debido a que lo que se quiere conseguir es la afluencia de más turistas, que entre las actividades que realicen dentro de la ciudad sea el de visitar estas iglesias más relevantes de la ciudad.

“Que, el ministerio de cultura mediante acuerdo ministerial n° 135-2010 de 14 de julio del 2010, expide el reglamento de auspicios que asigna esta cartera de estado para actividades culturales, cuyo objeto es conceder auspicios en favor de personas naturales, jurídicas, organizaciones sociales y comunitarias, establecidas en el Ecuador, o en el exterior de nacionalidad ecuatoriana, que en razón de sus actividades culturales y de gestión en el área cultural requieran del apoyo ministerial para realizarlas, desarrollarlas, fomentarlas y difundirlas en razón de que dichas actividades sean prioritarias en el marco de las políticas institucionales” (Ministerio de Cultura del Ecuador, 2011, p.94)

En Guayaquil, en tiempo de Semana Santa, se promociona la ruta de las siete iglesias con el fin de dar a conocer a la ciudadanía las obras religiosas y arquitectónicas que posee la urbe porteña.

La ruta de la fe o como comúnmente se la conoce: la ruta de las siete iglesias, es realizada en el centro de Guayaquil, puesto que estas iglesias son las más antiguas y guardan valores religiosos por siglos. Así, en la ruta de la fe se empieza visitando la iglesia San José, reubicada actualmente en la calle Eloy Alfaro y Manabí, antes se encontraba en el edificio de correos en 1638. Esta iglesia transmite una espiritualidad única, la cual hace tener contacto en la oración, puesto que tiene una belleza arquitectónica y está encargada a los padres Jesuitas, una de las comunidades mejor organizadas y preparadas el ciencia y fe. La iglesia es una de las construcciones más antiguas de la urbe, realizada de hormigón armado, con tres naves en el centro.

Asimismo, la iglesia San Alejo comprende la segunda iglesia que es visitada en las rutas. Esta iglesia queda ubicada en la calle Eloy Alfaro, ésta iglesia se estableció canónicamente en 1867. Primero era una Capilla pequeña, que se la conoció como Capilla del Astillero, luego con los padres mercedarios quienes tenían a cargo tres iglesias tomaron posesión de esta Capilla pequeña. Y las tres iglesias que tenían la orden mercedaria era: Iglesia la Concepción, la segunda era Iglesia la Merced y la tercera la Capilla del Astillero. El lugar es acogedor, ha tenido modificaciones en su construcción, especialmente en la cubierta, puesto que primero era una cubierta con

dos aguas que fue reemplazada por una bóveda de cañón, asimismo, el piso pasó de madera a baldosa, con el fin de mejorar la casa de Dios, así sostienen los padres mercedarios, sumado a esto forma parte de la ruta de la fe, la cual miles y miles de turistas la visitan cada año.

Siguiendo la ruta de la fe, la tercera iglesia corresponde a la sede central de las iglesias en Guayaquil, que es la Catedral Metropolitana de esta ciudad, ubicada en las calles Chimborazo y Clemente Ballén. La Catedral de Guayaquil, como en todas las Catedrales de las diversas ciudades, es donde posee la oficina y su estadía el obispo de la ciudad, Mons. Antonio Arregui Yarza. La Catedral de Guayaquil tiene un arte semigótico donde junto a ella se levanta el sagrario, el lugar más importante dentro de cada iglesia, donde los católicos sostienen y creen profesando que está Dios vivo y glorioso; del otro lado del sagrario se encuentra la casa arzobispal. La Catedral de Guayaquil fue el segundo templo construido y ubicado en esta ciudad. Primero estaba encargada de los padres de Santo Domingo, que fueron las primeras comunidades religiosas en asentarse en Guayaquil, en los años 1541 y 1542. Asimismo, la estructura es de hormigón armado, un material fuerte y en el interior se puede observar tres naves en el centro, guardando espacios de una a otra, a través de los vitrales ingresa la luz, sus pilares son gruesos, cruzados por ojivas. En la parte posterior de la Catedral se encuentran dos torres terminadas en punta donde se encuentra localizada la estatua de Cristo Rey, haciendo un ademán de bendecir de manera simbólica a la ciudad de Guayaquil.

La iglesia de San Francisco, está dirigida por los Padres Franciscanos, una comunidad que sigue los pasos de Jesús mediante la humildad. La iglesia San Francisco es la cuarta iglesia visitada en la ruta de la fe. La iglesia de San Francisco, es la tercera iglesia posesionada en Guayaquil, cuya fundación data de 1603 que es el día de la Virgen y día de gran importancia para los franciscanos. Luego, en 1663 después del incendio ocurrido en la ciudad reconstruyen el templo, y en 1687 con la incursión de los piratas nuevamente se destruye por el incendio provocado por estos ladrones. En 1710 los franciscanos nuevamente empieza a reconstruir la iglesia, el

problema ahora era que estaban en contra de la disposición de los límites impuestos por el cabildo. Actualmente la iglesia está hecha de un material sumamente resistente, es de hormigón armado, este material se lo colocó en 1932, respetando la antigua edificación que era de madera, existen elementos clásicos en el interior como en el exterior, posee un carácter eclesial, una combinación entre lo antiguo y lo moderno, entre lo misterioso y lo real, entre lo oculto y la verdad. Es una iglesia que posee un sonido simétrico y acústico, esto le confiere majestuosidad y realeza a la iglesia, a la urbe.

La iglesia de los padres mercedarios, es decir la iglesia la Merced, ubicada en las calles: Víctor Manuel Rendón y Pedro Carbo, es la quinta iglesia establecida en la ruta de la fe. Asimismo ésta se quemó íntegramente en el incendio ocurrido en 1896. El título que se le confiere a la iglesia es La Inmaculada Concepción, es un título canónico, establecido en 1898. Luego, en 1934 se empezó su edificación en cemento la cual, duró dos años, el estilo es bizantino. Antiguamente la iglesia era de madera, en especial su fachada, lo que la hacía vulnerable al fuego y al agua. En el interior de la iglesia de la Merced es de estilo barroco, tallado y revestido en pan de oro,

La iglesia de Santo Domingo de Guzmán, es la sexta iglesia nombrada en la ruta de la fe, continuando con esta ruta, esta iglesia está ubicada en las calles Rocafuerte y Julián Coronel, barrio de las peñas. Esta se constituye en el primer templo católico de Guayaquil, está ubicada al pie del cerro Santa Ana, su fundación se establece por los misioneros dominicos que fueron los primeros en llegar a la ciudad, en el año de 1548 empieza su construcción. Conocida como San Vicente, es uno de los templos más antiguos de Guayaquil, esta iglesia a pesar de los múltiples incendios ocurridos en la urbe porteña, tuvo que ser reconstruida 390 años después de esos voraces incendios. Gracias al Fray Hermano de Téllez, en 1575 fundan el convento e iglesia de su orden. El santo más nombrado en el calendario litúrgico y que forma ícono en la ciudad es: Santo Domingo o San Vicente, éste se ha convertido en uno de los atractivos turísticos religiosos en la ciudad de Guayaquil.

Finalmente, concluyendo con la ruta de la fe, se visita la iglesia San Agustín, ubicada en las calles Luis Urdaneta y seis de marzo, el templo data de los años 1913. Es de mencionar que la orden agustina tiene su sede actualmente en Quito, es una comunidad que en Guayaquil cuenta con un colegio a cargo de los padres agustinos, siguiendo las doctrinas religiosas católicas incursionan al alumno la vocación y el sentido religioso visitando periódicamente la iglesia agustina. Antiguamente, en 1820 estaba ubicada en Pedro Carbo y 10 de agosto, luego del incendio en Guayaquil, en 1896 se ubicó donde está actualmente. Esta iglesia es una de las iglesias más grandes en Guayaquil, posee un altar mayor y uno menor. En el altar menor del lado izquierdo presenta figuras de ángeles y santos talladas en maderas, pero también existe un alto relieve de mármol. En el altar mayor existe un estilo barroco, los agustinos tratan de conservar la madera teniendo un tratamiento especial que le da una semejanza al mármol, el piso de la iglesia agustina es de cerámica policromada, de estilo antiguo, desarrollado también en países árabes. El verdadero sentido de esta iglesia es observar una cadena de hermandad entre los hombres la cual bordea todo el piso y las paredes de la iglesia, cada imagen tiene un brazo extendido haciendo cadena el uno del otro. Del lado derecho se encuentra ubicado Jesús de la misericordia, sentado en un trono de bronce que se asemeja al oro con un báculo, y posteriormente está San Judas Tadeo, el Santo patrono de las causas desesperadas, miles de fieles lo visitan puesto que sostienen que Dios realiza milagros a través de San Judas Tadeo. San Agustín se encuentra ubicado en toda la cúpula de la iglesia mirando hacia el sur revestido de un hábito oscuro, signo de todo agustino.

Estas iglesias han sido regeneradas y adecuadas para que el ciudadano con fe Católica las visite, las cuide y aumente su devoción, en vista de esto y de la belleza arquitectónica que poseen y la historia que guardan lo indicado sería mostrárselas al mundo y compartir toda la riqueza que tienen.

Dentro del calendario una de las celebraciones importantes es la Semana Santa, que empieza con el domingo de ramos y finaliza con el domingo de resurrección esto se realiza todos los años para recordar la muerte de Jesucristo, también se caracteriza

por realizar diferentes actividades como las procesiones de las cuales el icono fundamental son las ramas de olivo, los fieles acuden a la misa con ramos elaborados de romero ya que con la tradicional palma de seda con los que se confeccionaban estos ramos está en peligro de extinción.

Durante estos siete días los cristianos participan en varios actos que tienen como fin mantener la creencia y principios de la fe Católica. Es así que según Enrique Monterroza define la semana santa como: “...*Una semana donde el mundo entero conmemora la vida, pasión y muerte de nuestro Señor Jesucristo. Por lo general es la única semana en el año en que los religiosos utilizan para rendirse a Dios, pero hay muchos otros que utilizan esta semana para salir...*” (Monterroza Enrique, 2002 p.36)

Dentro de los atractivos turísticos artificiales podemos considerar los monumentos antiguos y edificaciones históricas que son con frecuencia antiguos o de interés arquitectónico y proporcionan un escenario interesante.

Conciencia turística: Conjunto de actitudes de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción a través de la hospitalidad y comprensión. Sentido de estar brindando un servicio en su accionar cotidiano, que tienen los ciudadanos para los turistas.

Todos los atractivos turísticos religiosos que posee Guayaquil, deben ser bien proporcionados a los turistas que visitan dichos sitios. Bien proporcionados en el sentido de dar un servicio de calidad, demostrando que Guayaquil a más de tener grandes atractivos y valores religiosos tiene un servicio amable, cortés y eficaz, de esta manera se forma en el turista una conciencia, una imagen positiva de Guayaquil, del Ecuador, de su gente, y así frecuentemente visitarán siempre a la ciudad.

Programa turístico: descripción presentada en un folleto promocional, el cual contiene el itinerario, las excursiones, las tarifas y todo lo concerniente a las actividades del recorrido.

Toda promoción turística lleva un programa, un cronograma de las actividades a realizarse, su presupuesto y sus beneficios con sus ventajas y desventajas. En este trabajo se realizará una promoción de marketing que tendrá su presupuesto y su financiamiento, asimismo sus pros y sus contras de visitar a Guayaquil y conocer de su religión.

Guía de turismo: Es la persona con adecuados conocimientos sobre los atractivos y servicios turísticos, habilitada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a lo largo del desarrollo del itinerario, sea camino, en autobús o en los diferentes medios de transporte, dependiendo como se haya establecido la ruta turística a conocer.

En Guayaquil, todos los ciudadanos que vivimos en ella deben de colaborar en la guía y protección de un turista en Guayaquil, no es necesario que el turista sea de otro país, también puede ser un turista de otra región, de otra provincia. El guía es el que sabe su ubicación, su historia, sus costumbres; y que mejor que los propios ciudadanos que habitan en la ciudad.

Tradicición: Transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, etc., hecha de generación en generación.

La tradición no hay que confundirla con la fe. La fe viene ligada al conocimiento, ciencia y fe se relacionan directamente, la tradición es una costumbre que llevan arraigado ciertas personas en su hábito de vida. La tradición se la puede realizar sin fe (que de nada sirve, ante los ojos de Dios), pero la fe se vale del conocimiento.

Costumbre: Hábito, modo habitual de obrar o proceder establecido por tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto; reglas sociales que definen el comportamiento de las personas en una sociedad y cuya violación tiene como consecuencia una gran desaprobación o un castigo.

La costumbre es transmitida por nuestros antepasados, por sus enseñanzas, por sus doctrinas, etc. La costumbre con el tiempo se torna un vicio, una adicción, un proceso patológico del cerebro hacerse aferrado a algo o a alguien. Esa costumbre debe ser

encaminada a descubrir más cosas de lo que no se sabe, a descubrir más de lo que se es una costumbre.

Todos estos conceptos aborda el turista siendo la persona que desea y anhela conocer costumbres y tradiciones mediante conciencia turística como lo define Smith: *“Es una persona que tiene tiempo libre en un momento determinado y lo utiliza para visitar voluntariamente algún sitio alejado de su lugar de origen con objeto de cambiar de ambiente”* (Smith, 1992:15)

1.6. Metodología.

El presente trabajo denominado: “identificación y valoración de los recursos de devoción católica de la ciudad de Guayaquil para la promoción y desarrollo del turismo religioso”, está enmarcado por diferentes métodos de estudio investigativo, sumado a las técnicas y procedimientos de los cuales se derivan para alcanzar los objetivos en el presente estudio.

La investigación se circunscribe en el método cualitativo que según Hernández González lo conceptualiza como: *“Las descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen: sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe”* (Hernández 2003, p.25).

Asimismo, existen discrepancias entre la investigación cualitativa y cuantitativa como lo señala Smith: *“Las discrepancias existentes entre los paradigmas cualitativo y cuantitativo de la investigación se inician en los enfrentamientos de los supuestos filosóficos del positivismo y del idealismo científico”* (Smith, 1983 p.120)

Sin embargo, se utilizan las dos metodologías puesto que existe un estudio de mercado para conocer la valoración e identificar los recursos de devoción católica en la ciudad de Guayaquil, este método permite cuantificar la demanda turística para alcanzar los objetivos trazados inicialmente.

Se desarrollará un estudio y análisis explicativo de todos los aspectos teóricos fundamentales del turismo religioso, el cual arrojan resultados mediante indicadores que permitirán observar lo sucedido en ese determinado sector. Todos estos aspectos llevan a un análisis económico social de las políticas gubernamentales turísticas y municipales de la ciudad de Guayaquil, dentro de un marco legal y jurídico que lo ampara.

La investigación se deriva de, hechos concretos, técnicas y procedimientos hipotético deductivos, inductivos con técnicas y observación. Los antecedentes del tema también permiten realizar comparaciones con hechos y fenómenos de la vida real, ya que se remontará a experiencias suscitadas en el pasado, con el método histórico. Es decir, la investigación parte de hechos históricos, antecedentes reales, por eso se usará el método histórico tal como lo anuncia Ferdinand Tonnies *“La historiase escribe casi siempre en función del presente (...) Se tiende a seleccionar del pasado los hechos o desarrollos que hoy día nos parecen más importantes, porque los contemplamos con la perspectiva del paso del tiempo. Se puede distorsionar el pasado pintando un panorama con colores de los propios juicios del historiador, o por razones menos deliberadas”* (Soziologische, 2008 p.63)

Posteriormente, con el método sintético se observará y canalizará los errores cometidos y así ajustarlos a la actualidad en bienestar de la población.

Por tal motivo, el trabajo se enmarca en una investigación de campo, donde se obtendrá información por medio de entrevistas y encuestas realizadas. También es bibliográfico ya que la información va a provenir de textos e institutos analíticos, de modo que será una investigación escrita del tema y problema.

El tema relaciona variables totalmente aisladas para luego concatenarlas y formar una teoría que unifica dichas variables, para esto el método a usar es el analítico.

Las entrevistas se realizaron a párrocos, a teólogos y a personas encargadas de la promoción turística religiosa que laboran en la Prefectura del Guayas.

1.7. Evaluación de los resultados de investigación

Datos de la encuesta: La encuesta se la realizó específicamente a los ciudadanos de la urbe porteña, la cual se la ejecutó en el mes de septiembre del presente año, a 384 personas, habitantes del centro de la ciudad donde se realiza cada año la ruta de la fe.

Para realizar el cálculo de la muestra se tomará en base a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, debido a que es en esta ciudad donde se realizará la base del estudio del tema, es aquí donde se trabajará en la promoción del turismo religioso. Como esta población de Guayaquil sobrepasa los 500.000 elementos será infinita. Y, de estos 500.000 elementos el 85% son individuos católicos, es decir, la población objetivo es 425.000 elementos, y los no católicos serían 75.000 elementos.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

n= tamaño de la muestra

Z² = grado de confianza

p= Probabilidad de éxito

q=Probabilidad de fracaso (1- p)

e= Error (entre el 1% y 5%)

Desarrollo de formula:

$$Z^2 = 95\% = 1,96$$

$$P = 0.50\%$$

$$Q = 1 - P$$

$$E = 5\%$$

$$n = \frac{(1,96^2) * (0,50) * (1 - 0,50)}{(0,05^2)}$$

$$n = \frac{(3,8416) * (0,5) * (0,5)}{(0,0025)}$$

$$n = \frac{(0,9604)}{(0,0025)}$$

$$n = 384$$

Pregunta uno.

1.- ¿Cuántas iglesias católicas conoce en Guayaquil?

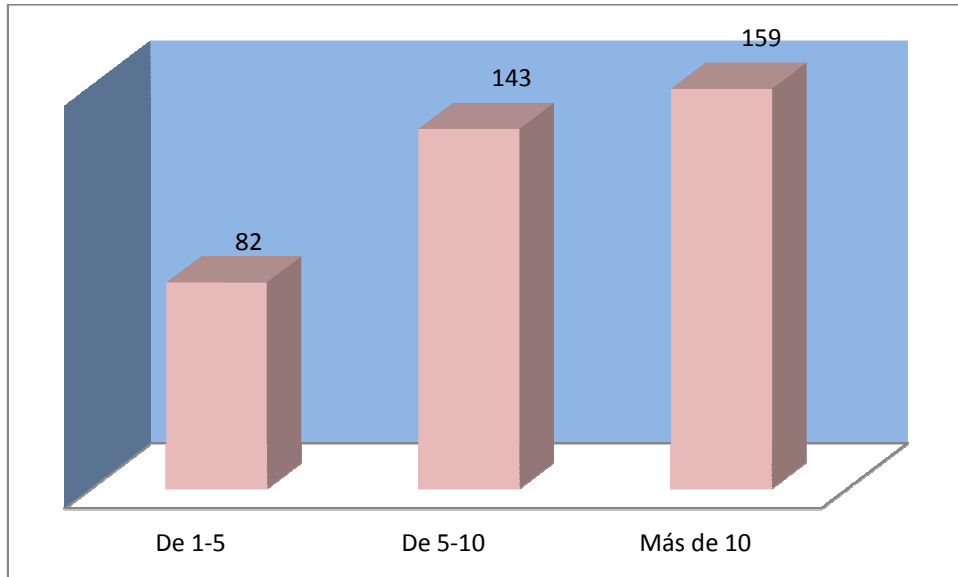


Gráfico # 1: ¿Cuántas iglesias católicas conoce en Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

De las personas encuestadas, se obtuvo que el 41,41% de la población es conocedora de más de 10 iglesias católicas en la ciudad de Guayaquil, y el 37,24% conoce entre 5 y 10 iglesias de la urbe porteña, lo cual representa que de la población encuestada cerca del 50% no conoce con profundidad las iglesias que guardan grandes valores culturales y religiosos, puesto que no ha existido promoción adecuada y organizada.

Pregunta dos.

2.- ¿Con qué frecuencia visita las iglesias católicas en Guayaquil?

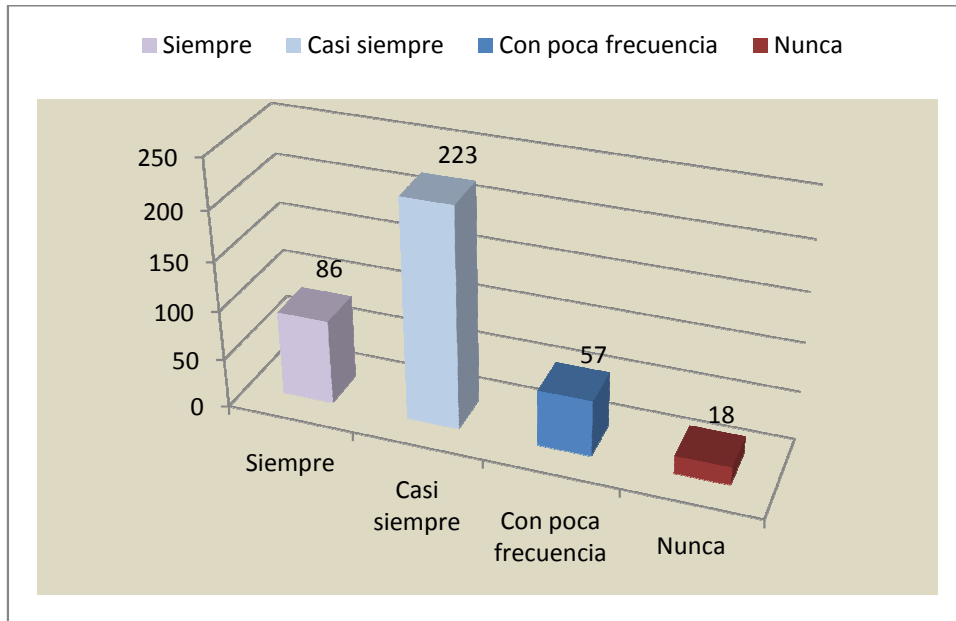


Gráfico # 2: ¿Con qué frecuencia visita las iglesias católicas en Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Asimismo, el 58,07% de la población encuestada acude casi siempre a las iglesias católicas de Guayaquil, seguido de un 22,40% de la población que siempre va a las iglesias católicas, frente a un 14,84% de personas que acuden con muy poca frecuencia a las iglesias de la urbe. A pesar de que las personas no conocen la mayoría de las iglesias que existen en Guayaquil, más de la mitad de los encuestados que afirmó sí asistir a las iglesias. Sin embargo, esto no es necesario puesto que la gente le falta cultura e incentivos por conocer más la devoción de la religión católica.

Pregunta tres.

3.- ¿Le gusta participar en procesiones?

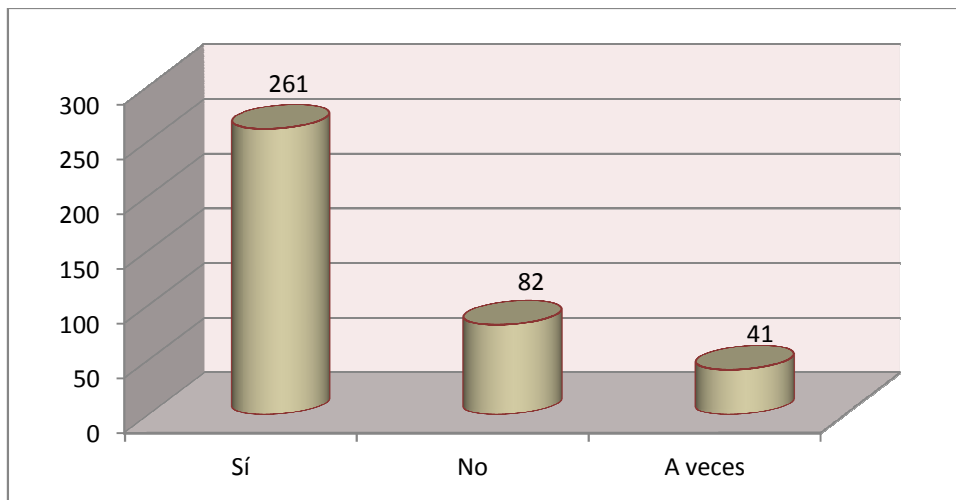


Gráfico # 3: ¿Le gusta participar en procesiones?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

El 67,97% de la población le gusta asistir a las procesiones que se realizan en Guayaquil, lo cual es satisfactorio puesto que es un signo de devoción católica, sin embargo, 21,35% no le gusta participar de las procesiones católicas, es un alto porcentaje si se analiza que la muestra tomada es apenas de 384 personas encuestadas.

Pregunta cuatro.

4.- ¿Conoce sobre las fechas de celebración católica de Guayaquil?

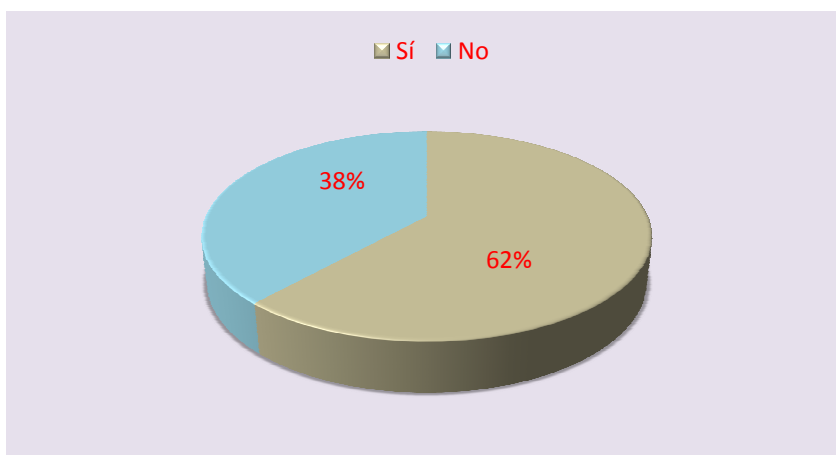


Gráfico # 4: ¿Conoce sobre las fechas de celebración católica en Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Un total de 237 personas encuestadas respondieron que sí conocen las fechas de celebración católica en Guayaquil, esto representa el 62% de encuestados, frente a 147 personas que respondieron que no conocen las fechas de celebración católica en Guayaquil. Es de evidenciar que el porcentaje es alto cerca del 40% de personas que no conocen los verdaderos valores religiosos.

Pregunta cinco.

5.- ¿Con qué frecuencia visita el cerro del Carmen?

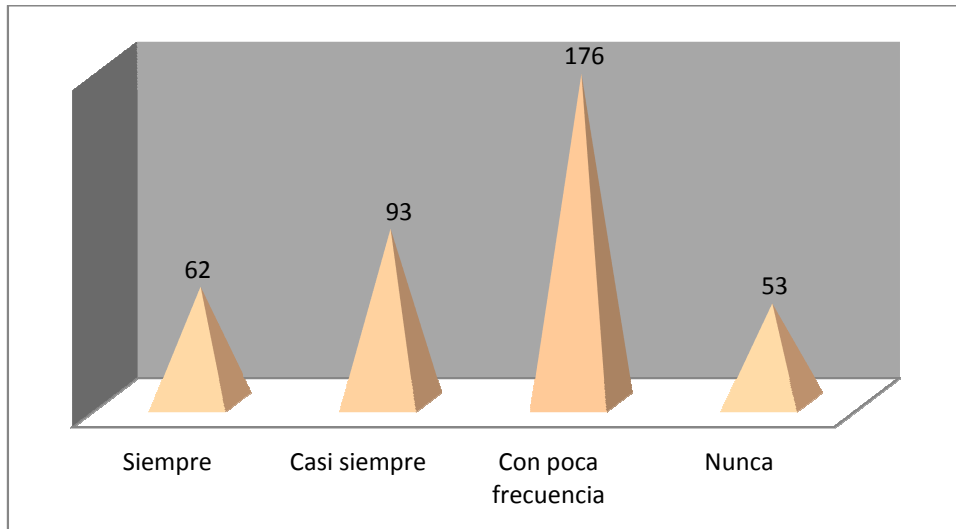


Gráfico # 5: ¿Con qué frecuencia visita el cerro del Carmen?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Los ciudadanos encuestados en Guayaquil asisten con poca frecuencia al cerro del Carmen un 45,83%, frente a un 24,22% de la población que casi siempre asiste al cerro del Carmen. Es preocupante que los valores religiosos se pierdan poco a poco y no se rescate esa devoción de asistir a peregrinaciones como la del cerro del Carmen en Guayaquil.

Pregunta seis.

6.- ¿Considera que debería existir más información sobre la historia de cada iglesia en Guayaquil?

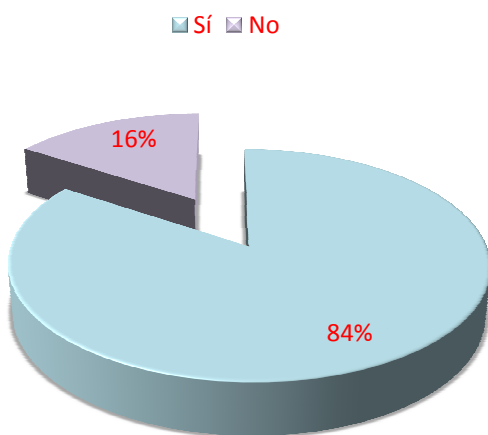


Gráfico # 6: ¿Considera que debería existir más información sobre la historia de cada iglesia en Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Sin embargo, a pesar de esa falta de cultura religiosa en Guayaquil, los ciudadanos encuestados sostuvieron que no era necesario más información sobre la historia de las iglesias en Guayaquil, tal vez por ser una ciudad que le falta conocer, leer y aprender de la historia de la urbe, de la historia se aprende puesto que es una ciencia exacta.

Pregunta siete.

7.- ¿Conoce la ruta de las Iglesias en Guayaquil?

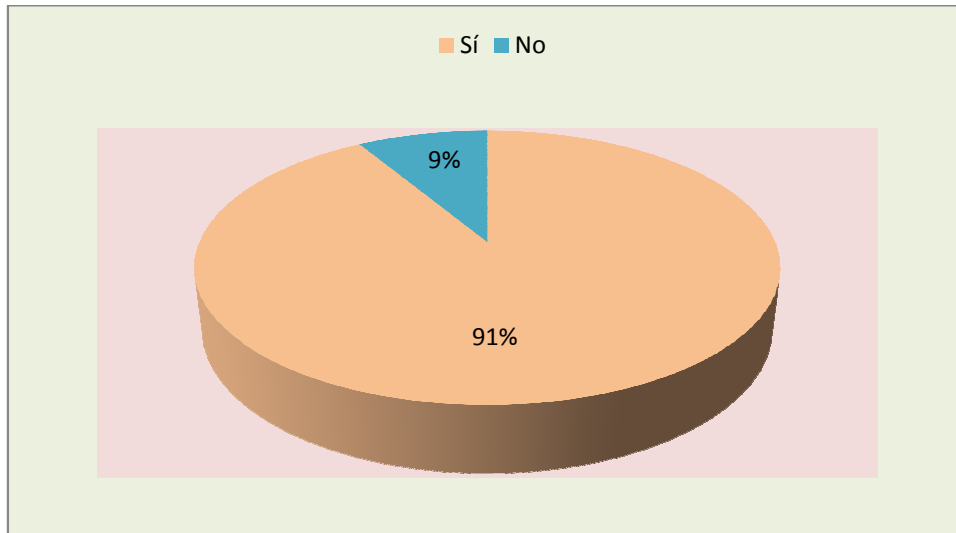


Gráfico # 7: ¿Conoce la ruta de las Iglesias en Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Cerca del 100% de las personas conocen la ruta de la fe, es una ventaja para el estudio a analizar puesto que ya conocida la ruta, solo se necesita promocionarla e incentivarla para rescatar dichos valores religiosos, puesto que una cosa es escuchar de la ruta de la fe y otra muy distinta es conocer el verdadero sentido de dicha ruta.

Pregunta ocho.

8.- ¿Le gustaría tener más alternativa para hacer turismo religioso en Guayaquil?

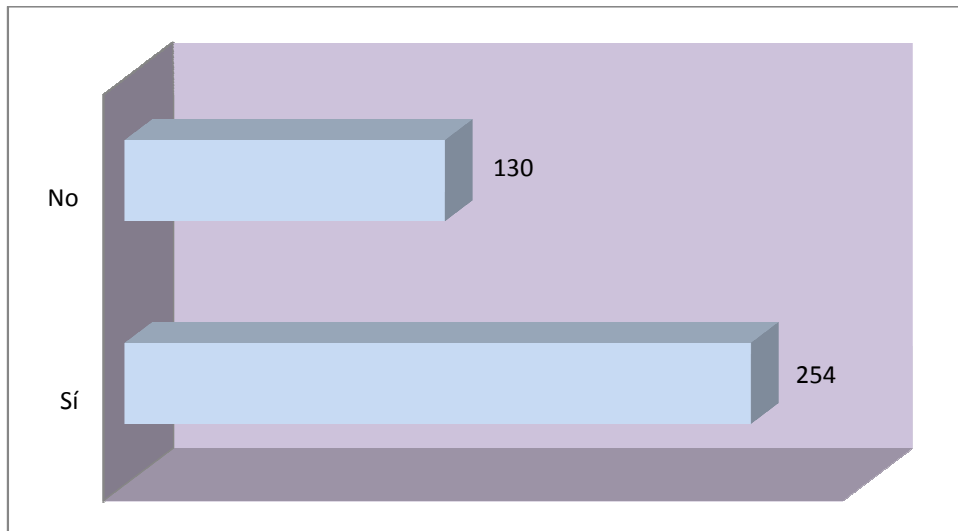


Gráfico # 8: ¿Le gustaría tener más alternativa para hacer turismo religioso en Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Un 66,15% de la población encuestada afirmó que era necesario tener más alternativas para hacer turismo religioso en Guayaquil, y un 33,85% de la población encuestada sostuvo que no era necesario tener más alternativas para el turismo religioso.

Pregunta nueve.

9.- ¿Según usted qué es el valor religioso?

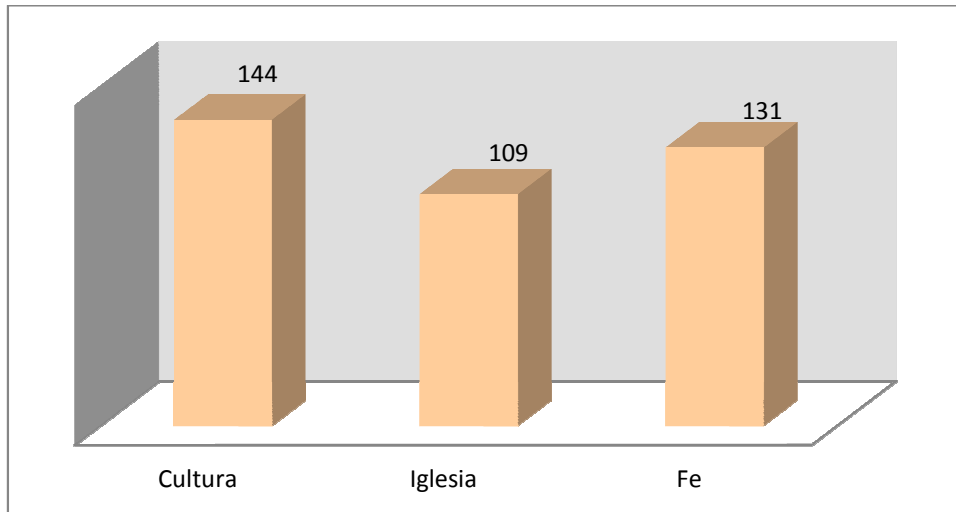


Gráfico # 9: ¿Según usted qué es el valor religioso?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

El 37,50% de la población encuestada sostuvo que los valores religiosos son cultura, el 28,39% sostuvo que es iglesia y el 34,12% que era fe. Pues el verdadero sentido religioso es una mezcla de fe y cultura, la ciencia y la fe se relacionan directamente,

Pregunta diez.

10.- Cree usted que en Guayaquil existen promociones turísticas para la devoción católica?

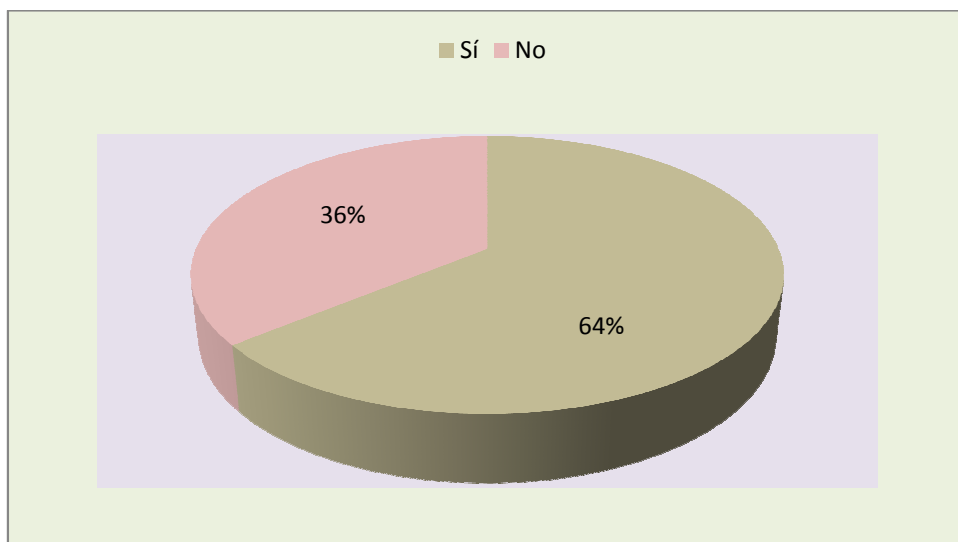


Gráfico # 10: ¿Cree usted que en Guayaquil existen promociones turísticas para la devoción católica?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

El 64% de la población de Guayaquil cree que no existen promociones turísticas para la devoción católica, es decir, las personas se sienten poco instruidas ante tal realidad, con un conocimiento a medias, tradicional y no intelectual. Un 36% de la población encuestada sostuvo que no era necesario que existan promociones turísticas para incrementar la devoción católica en Guayaquil.

Pregunta once.

11.- ¿Usted es de religión Católica?

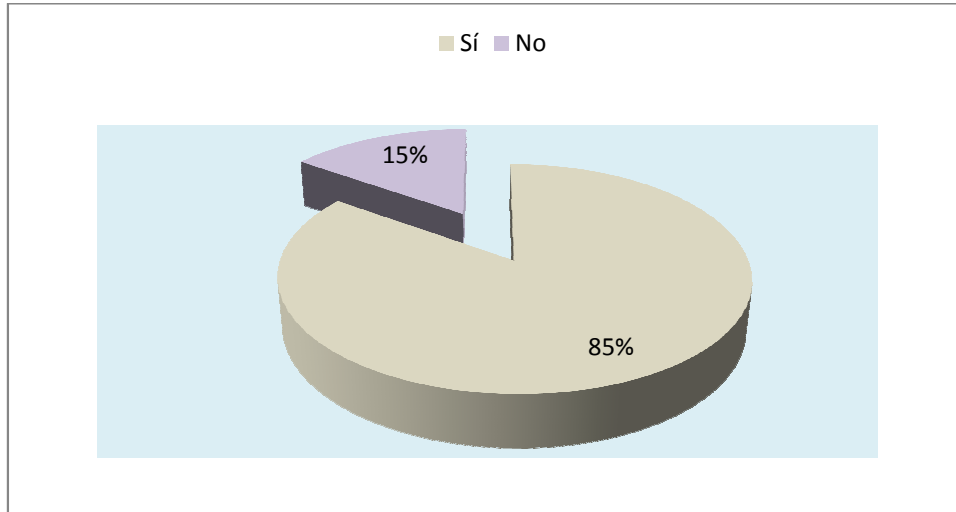


Gráfico # 11: ¿Usted es de religión católica?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

El 85% de encuestados es de religión católica, mientras que el 15% no está de acuerdo con los preceptos de la religión católica en Guayaquil. Ventajosamente el porcentaje de negativos es mínimo, existe prioridad ante la religión católica en Guayaquil.

Pregunta doce.

12.- ¿Qué es devoción católica para usted?

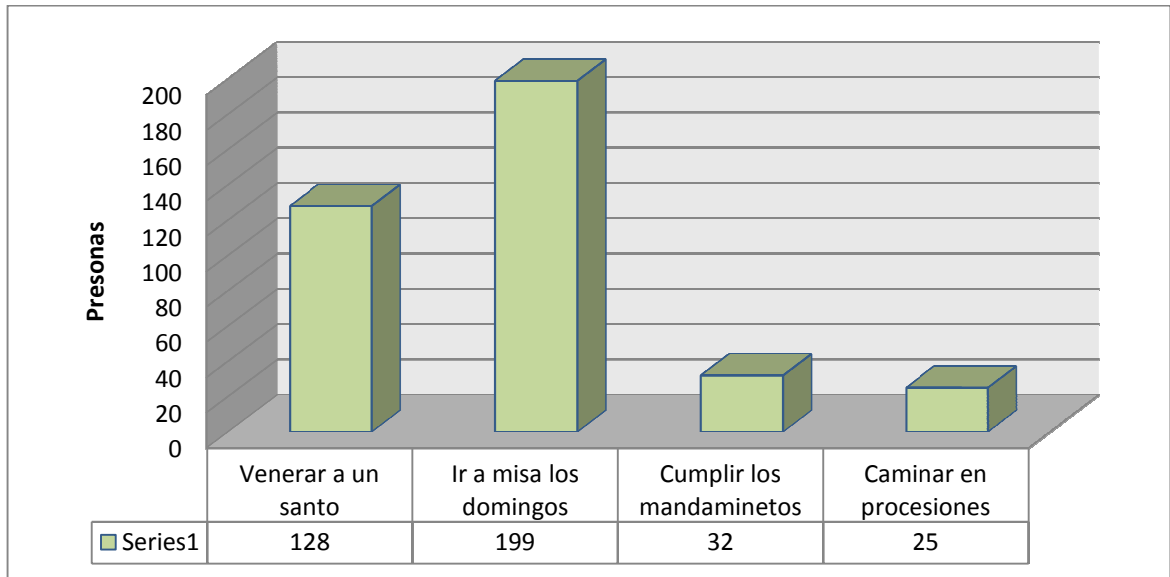


Gráfico # 12: ¿Qué es devoción católica para usted?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Las personas piensan que asistir a misa todos los domingos es devoción católica, el 51,82% de la población afirma esto. Mientras que un 33,33% de los encuestados sostiene que la devoción católica es venerar un santo. Son costumbres y tradiciones seguidas por los fieles católicos. Sin embargo, la devoción católica se da por la fe arraigada por el conocimiento, esta fe se sostiene y se alimenta mediante la ciencia. Las demás son actividades que realizan los cristianos católicos.

Pregunta trece.

13.- Por favor, indique a su juicio tres factores publicitarios que ayuden a promocionar el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil:

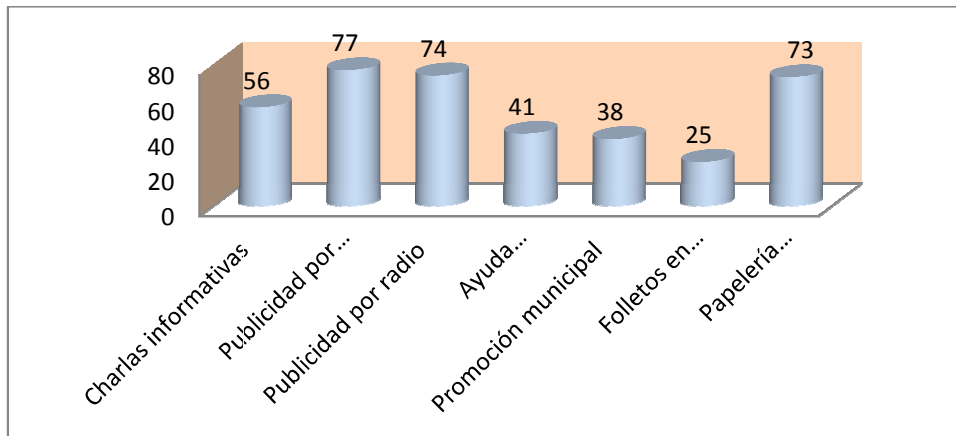


Gráfico # 13: ¿Por favor, indique a su juicio tres factores publicitarios que ayuden a promocionar el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Pregunta catorce.

14- Piensa Ud. Que los siguientes aspectos deberían de profundizarse en el proceso de educación religiosa católica local:

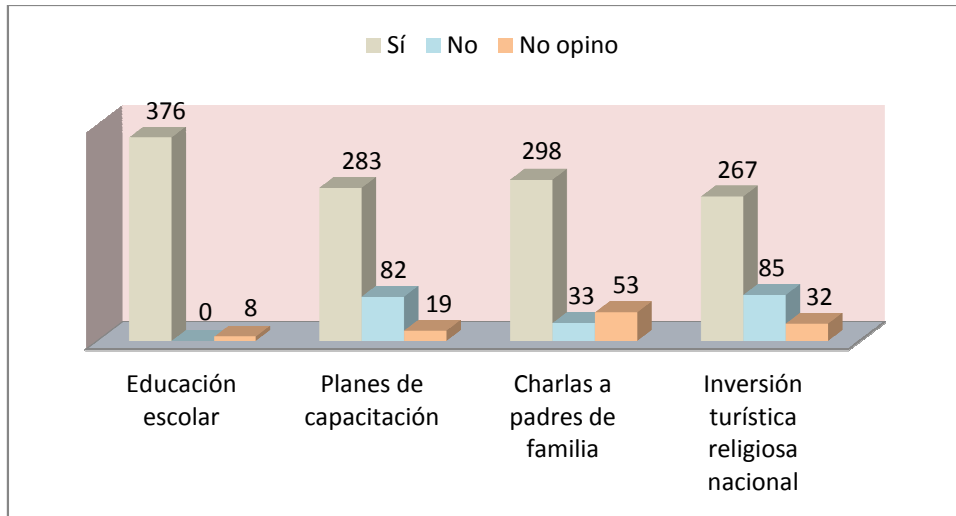


Gráfico # 14: ¿Piensa usted que los siguientes aspectos deberían de profundizarse en el proceso de educación religiosa católica local?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Pregunta quince.

15.- Por favor, señale un problema importante y uno menos importante para mejorar el turismo religioso en Guayaquil.

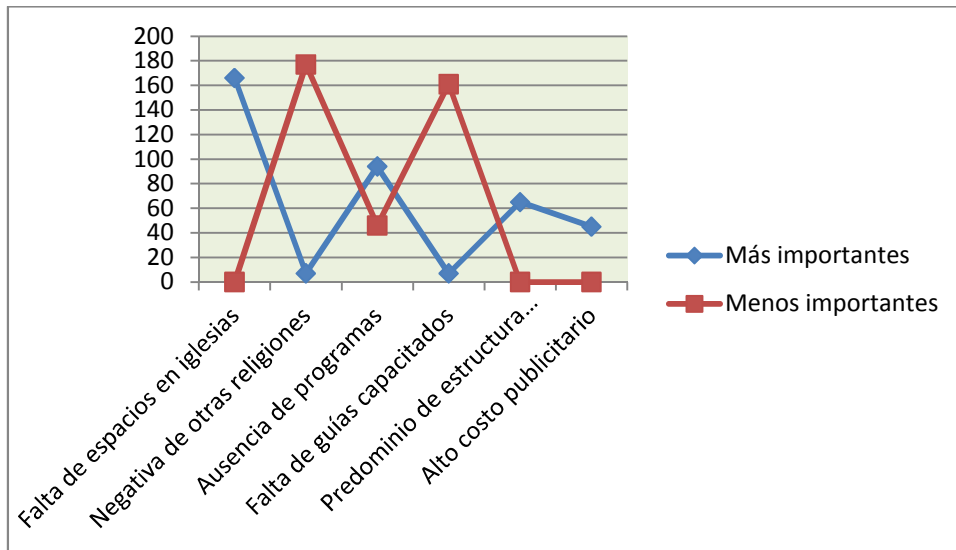


Gráfico # 15: ¿Por favor, señale un problema importante y uno menos importante para mejorar el turismo religioso en Guayaquil?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Pregunta dieciséis

16.- ¿Cree usted que actualmente, la ciudad cumple con todas las disposiciones para conservar el medio ambiente con la afluencia turística?:

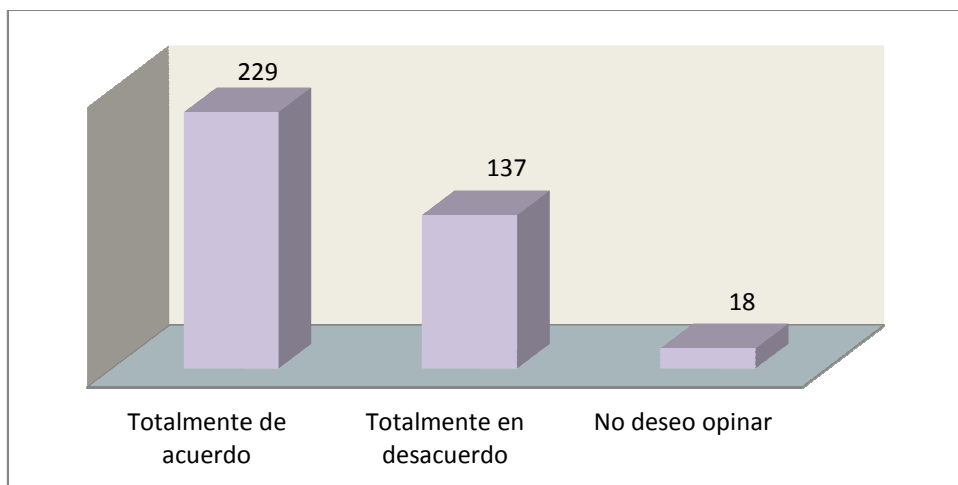


Gráfico # 16: ¿Cree usted que actualmente, la ciudad cumple con todas las disposiciones para conservar el medio ambiente con la afluencia turística?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Pregunta diecisiete

17.- Indique por favor, en cada caso si el financiamiento público para fortalecer la promoción turística en Guayaquil es:

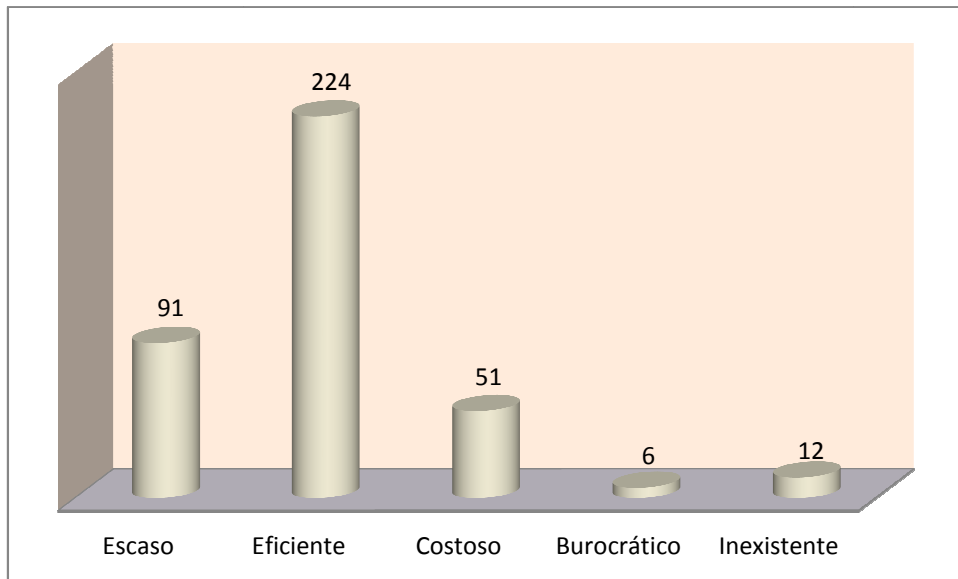


Gráfico # 17: ¿Indique por favor, en cada caso si el financiamiento público para fortalecer la promoción turística en Guayaquil es: Escaso, eficiente, costoso, burocrático, e inexistente?

Fuente y Elaboración: Datos obtenidos en la misión, Cynthia Tejena. M.

Actualmente existe un eficiente financiamiento público para fortalecer la promoción turística en Guayaquil, esto lo afirma un 58,33% de la población encuestada, es decir, hay un apoyo por parte del gobierno para rescatar estos valores, sin embargo es evidente la falta de publicidad y promoción en Guayaquil.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADEO Y PROMOCIÓN

2.1. Justificación de la elección.

2.1.1. Población estudiada.

2.1.2. Marco de la encuesta.

2.1.3. Unidad de la encuesta.

2.1.4. Fracción de la encuesta.

2.1.5. Población total.

2.2. Muestra selección de los participantes.

2.3. Técnica de recogida de datos.

2.4. Promoción y marketing.

2.5. Análisis de las cuatro “P”.

2.1. Justificación de la elección.

Se procederá a utilizar una muestra aleatoria, para coger una parte de la población al azar para proceder al estudio y análisis identificando a los católicos interesados en saber más acerca de los valores religiosos, de la devoción católica, es decir, que deseen conocer sobre la historia de la iglesia, sus procesiones, sus fechas religiosas de gran importancia, etc.

2.1.1. Población estudiada.- La población en Guayaquil no es accesible en su totalidad y es necesario trabajar sobre una parte de ella, por tanto, la población estudiada será la población de la que se obtiene la muestra, es decir, 500.000 personas religiosas existen en Guayaquil, de las cuales el 85% son católicos, es decir, 425.000 personas es la población estudiada.

2.1.2. Marco de la encuesta.- Es el listado que se ha encuestado a los individuos de la población, no es necesario disponer de todo el volumen de listado.

2.1.3. Unidad de la encuesta.- Es un grupo de elementos de la población estudiada, que forma una unidad. Es decir, comprende: religiosos católicos, hospitales, departamentos, universidades, etc.

2.1.4. Fracción de la encuesta.- Es la porción de elementos de la población estudiada que forma parte de la muestra.

Una vez comprendida esta parte se determina que el método que se va aplicar es el muestreo aleatorio por conglomerados. El muestreo se realiza teniendo en cuenta el tamaño de selección de la muestra; se consideran una sola característica del individuo de la población fundamental del muestreo. La ruta temática será solo para católicos, no es realizada en áreas ni sector. La unidad muestral es un grupo de elementos de la población que forma una unidad. Las unidades de católicos son conglomerados naturales.

Este método aleatorio por conglomerados consiste en seleccionar aleatoriamente un cierto número de conglomerados (el necesario para alcanzar el tamaño muestral establecido) y en investigar después todos los elementos pertenecientes a los conglomerados elegidos.

Los métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra existida y son por lo tanto los más recomendables. Dentro de los métodos de muestreo probabilístico encontramos los siguientes tipos:

El muestreo aleatorio simple: Consiste en elegir cada uno de los individuos al azar mediante números aleatorios.

El muestreo sistemático: Consiste en elegir el primer individuo al azar y el resto de manera sistemática.

El muestreo aleatorio estratificado: Consiste en dividir la población en grupos en función de una característica determinada y realizar a continuación el muestreo proporcionalmente.

El muestreo por conglomerado: Consiste en seleccionar directamente los elementos de la población, un cierto número de conglomerados.

Los censos se aplican a toda la población y examinan a los individuos, su economía, su condición de vida, su comercio, su producción, su hábitat, su esparcimiento, su cultura, sus creencias. Sin embargo descifrar todos estos puntos requiere disponer de un personal entrenado, que no siempre están disponibles, en algunos casos es irrealizable, o si se los realiza se los hace sin los recursos necesarios puesto que, pueden contener errores y pueden contener información de mala calidad.

La mejor opción para obtener una muestra representativa es elegir los individuos al azar, en el caso de este trabajo, se requiere el método por conglomerados puesto que un grupo de la población es católica y desea seguir conociendo estas tradiciones religiosas.

2.1.5. La población total ó la población objetiva.- Es el conglomerado de los elementos que se obtiene la información necesaria.

2.2. Muestra selección de los participantes.

La muestra puede ser finita con menos de 500.000 elementos o la infinita con más de 500.000 elementos, tal como se mostró anteriormente en el cálculo de la muestra para poder realizar la encuesta en la ciudad de Guayaquil, la cual fue de 384 encuestados.

2.3. Técnica de recogida de datos.

La recopilación de datos se la realizará por medio de entrevistas y encuestas en las cuales se enfocarán en saber la demanda de turistas que existen en la ciudad versus a la oferta de paquetes u atractivos involucrados que se están ofreciendo, también sería loable preguntarse qué esperan los turistas encontrar en la ciudad, con qué intereses por lo general van a visitar Guayaquil, qué lugares se los puede hacer más atractivos.

La función de una Encuesta consiste en recabar información verídica y pertinente sobre un fenómeno social, por lo general un grupo o colectiva de personas, mediante la aplicación y evaluación de un cuestionario.

Para realizar la encuesta es necesario determinar a qué tipo de personas voy a encuestar, seleccionar la muestra de la población a la que se le realizará el estudio, teniendo en cuenta que dependiendo de esto se obtendrán datos de gran valor para la implementación de la propuesta.

Los habitantes de Guayaquil son quienes van a servir como muestra, que residan cerca de las iglesias que existan por estos sectores de edades entre 18 a 35 años ya sean extranjeros o locales.

Las entrevistas serán individuales y estarán direccionadas a una persona específica que labore dentro de una agencia de viajes, aeropuertos, a un párroco de la iglesia Catedral y a una persona que labora dentro de la pastoral de un colegio

religioso, es decir, a expertos del tema para saber qué piensan al respecto, qué ayudas podrían ofrecer y cómo se podría trabajar en conjunto para promoción de este tema.

Las preguntas que se realizarán en las entrevistas deberían de abarcar todo lo necesario, ser concretas para que el entrevistado pueda ser más explícito en su respuesta.

En las fuentes de información primarias se ha tomado en cuenta dos fuentes importantes de investigación como son las encuestas y la entrevista que servirán para desarrollar uno de los capítulos de la investigación y a su vez a fundamentar las conclusiones que se darán al final de esta propuesta.

2.4. Promoción y marketing.

Antes de abordar el análisis de la promoción y el marketing, es necesario establecer los conceptos de los mismos:

Para Kotler y Cruz, autores del libro “Dirección de Marketing”, la promoción es: *“la cuarta herramienta del marketing, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren”* (F. Kotler, Cruz, 1995, p.58).

Según Patricio Bonta, autor del libro “199 preguntas sobre Marketing y Publicidad” define a la promoción como: *“el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados”* (P. Bonta, 2004, p.87).

El presente estudio investigativo, tiene como base la promoción e incentivo al turismo religioso católico de la ciudad de Guayaquil. Esta campaña publicitaria se desarrolla en el marco de establecer programas y propuestas que impulsen este turismo.

Para fortalecer la ruta de la fe ya creada, es necesario contar con un plan de organización, el cual se lleva a cabo desde los colegios de la ciudad, desde las calles de la urbe y desde las parroquias especialmente del centro de Guayaquil. Estas se encargaran de promocionar y distribuir papelería en general, dípticos y trípticos y volantes que contengan el inicio de las festividades de semana santa, del mes de María, de las peregrinaciones, procesiones, entre otras.

Este programa contará con una carta de invitación a los turistas elaborada y firmada por el Monseñor Antonio Arregui, también contará con un cronograma establecido para estos días en estas festividades, es un calendario detallado de las actividades a realizarse; asimismo, en dicha carta se encontrará el verdadero sentido a la invitación de participar de esta devoción católica, que es rescatar los valores que posee la iglesia universal.

Esta promoción turística sería de gran aporte para Guayaquil y los ciudadanos y turistas puesto que, aumentará el conocimiento religioso y existirán mayores ingresos para Guayaquil y sus parroquias. Asimismo, dicha promoción turística estará avalada por la Arquidiócesis de Guayaquil, puesto que tendrá una carta de invitación por parte del Monseñor, esta sería con excelente presentación y dirigida al pueblo en general y no sólo a los católicos, puesto que los cristianos son todos.

Posteriormente, se repartirá toda la ruta de la fe ya establecida en Guayaquil, en vista digital, tercera dimensión y a colores, esta permitirá visualizar los puntos estratégicos de cada seguridad proporcionada por la Policía Nacional, el Cuerpo de Bomberos y la Cruz Roja. Cada punto contará con su nombre establecido en el folleto, y las ayudas que brindarán, en caso de necesitarlas.

La publicidad se extenderá en redes sociales (facebook, twitter), en páginas web como youtube, Hotmail, gmail, entre otras; invitando a la ciudadanía en general y motivando mediante imágenes subidas a esta red social, fotos de iglesias, figuras católica, entre otras.

Además de estos afiches, volantes y demás papelería en general, se promocionará la ruta de la fe y las diversas actividades a realizarse en Guayaquil por medio de la radio, emisoras más escuchadas en la localidad y en toda la nación, emisoras como: SONORAMA, RADIO CRISTAL, RADIO MARÍA, entre otras. Estos espacios serán promocionados frecuentemente en estas emisoras nacionales.

Puesto que no es posible sacar publicidad en la televisión porque no existe marca registrada en el mercado, sólo el municipio y gobierno provincial pueden promocionar el turismo por la televisión, puesto que son entidades autónomas. Sin embargo, existen mensajes de textos con costo, enviados desde un celular de cualquier operadora, estos aparecen en la pantalla de los televisores, en determinados canales, y a determinadas horas, canales como el RTS, Canal Uno, TC Televisión, Gama Tv. Se enviará este tipo de mensajes frecuentemente invitando a conocer la cultura Guayaquileña, el arte de las iglesias católicas y su devoción, a fin de incrementar este turismo benefactor.

Creando una página web, el internet es mundial, y esto favorece a que muchas personas se suscriban gratis a la página que podrán ver fotos de la ciudad, de las iglesias, de las peregrinaciones, procesiones, de la seguridad que proporciona la ciudad al realizar todos estos eventos. Así, varias personas de diferentes partes del mundo conocerán la verdadera cultura religiosa que posee Guayaquil y será beneficioso para la urbe porteña.

2.5. Análisis de la cuatro “P” en marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Las cuatro “P” son estrategias de marketing, o esfuerzo de mercadotecnia y deben incluirse en el plan de marketing, la empresa usa estrategias cuando busca acaparar más clientela. Así lo sostiene McCarthy: *“Es el proceso de planificación, ejecución, ideas, bienes y servicio, para crear intercambios que satisfagan los objetos del individuo y la organización” (E. McCarthy, 1984, p.46).*

Según Czinkota: *“La mercadotecnia engloba estas estrategias, herramientas y variables que deben ser aplicadas para cumplir los objetivos y metas en una organización”* (R. Czinkota, 2001, p.112)

Producto: El producto a promocionarse es el turismo religioso católico en la ciudad de Guayaquil, no es un producto nuevo, es un producto tradicional, el cual afianza la cultura e historia de los antepasados. Los valores religiosos a rescatar y el verdadero sentido entre fe y ciencia. El producto a promocionarse tiene como objeto rescatar el conocimiento en las personas turistas y locales; desarrollando el conocimiento y mediante el incentivo publicitario, las personas visitarán frecuentemente todos los sitios religiosos católicos que hay en Guayaquil, y a su vez participarán de las diferentes actividades religiosas católicas que se realizan, así incrementarán esa fe perdida y beneficiará dicho producto a la ciudad de Guayaquil, puesto que se incrementará su actividad comercial.

Precio: La presente promoción turística en la ciudad de Guayaquil no tiene un precio fijo establecido para el turista, puesto que se trata de una promoción de conocimiento religioso católico, y no de un paquete de viajes, ni paquetes turísticos, ni para agencias de viajes. Esta promoción tiene un precio variable para los turistas, puesto que eso depende de cuántos días los turistas se queden en la ciudad y de cuánto consuman en ella. El precio para el turista en esta promoción al visitar Guayaquil, dependerá de la oferta que exista en la ciudad.

Plaza: La plaza que se promocionará el turismo religioso obviamente es Guayaquil, un sitio acogedor que guarda mucha historia y cultura religiosa, una ciudad moderna pero tradicionalista. Moderna en tanto y en cuanto avanza en tecnología, y tradicionalista puesto que guarda costumbres que se han aferrado en la ciudadanía en general.

Promoción: La promoción se la realizará por todos los medios existentes, papelería, con charlas, por medio de radio, mensajes de textos e internet, para poder subir fotos y ofrecer un turismo moderno sin perder la tradición en la ciudad.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS FINANCIERO

3.1. Presupuesto de financiamiento de la investigación.

3.2. Análisis de impactos del proyecto.

3.2.1. Impacto económico.

3.2.2. Impacto ambiental.

3.2.3. Impacto social.

3.2.4. Impacto cultural.

3.1. Presupuesto del Financiamiento de la investigación.

El presente capítulo tiene como objeto de estudio cuantificar el presupuesto en la investigación, analizar el impacto en el entorno socioeconómico, financiero y cultural de Guayaquil y la sociedad en general, puesto que como su santidad el papa Benedicto XVI sostuvo en su primera homilía del pontificado que actualmente: *“los cristianos católicos se preocupan mucho por las consecuencias propias de su compromiso, al mismo tiempo que siguen considerando la fe como un presupuesto obvio de la vida común. De hecho, este presupuesto no sólo no aparece como tal, sino que incluso con frecuencia es negado”* (Homilía en la Misa de inicio de Pontificado Benedicto XVI, 2005: AAS 97 (200S), 710).

“Mientras que en el pasado era posible reconocer un tejido cultural unitario, ampliamente aceptado en su referencia al contenido de la fe y a los valores inspirados por ella, hoy no parece que sea así en vastos sectores de la sociedad” (PORTA FIDEI, 2012, P.2), sectores obviamente minoritarios para el caso de Guayaquil, causa una profunda crisis de fe que afecta a muchas personas.

La exigencia de redescubrir y valorizar los caminos de fe para iluminar de manera cada vez más clara la alegría y el entusiasmo renovado del encuentro con Cristo, hace sostener que la iglesia universal en su conjunto es decir con sus pastores y fieles han de ponerse en camino para rescatar esos valores cristianos perdidos y conducirlos al lugar del bien común, hacia la amistad y comunión con Dios.

Las grandes transformaciones del mundo moderno junto con su avance tecnológico, dieron lugar al proceder del presente estudio investigativo, con el fin de dar un aporte coherente en condiciones históricas distintas a las del pasado, es decir apegados a una promoción de incentivo turístico de la era moderna, del mundo digitalizado.

Los recursos de devoción católica en la ciudad de Guayaquil aun siguen vigentes, continúa su peregrinación y caminar año a año a pesar de las persecuciones políticas o de otras religiones. Actualmente se siente fortalecida con el amor de Dios y de los creyentes devotos que siguen con fidelidad hasta el final el camino de Dios.

En esta perspectiva, la presente investigación es una invitación a una auténtica y renovado incentivo al turismo religioso en Guayaquil, llamando a los hombres a conocer los atractivos turísticos de la ciudad por medio de la fe y el conocimiento religioso.

Hay que tener conciencia que existe una disponibilidad libre de pensamiento, de afecto, de mentalidad y de comportamiento. Sin embargo, todos estos aspectos son renovados por el amor, puesto que la fe actúa por el amor, y esto convierte un nuevo criterio de pensamiento y de acción que cambia toda la vida del hombre.

Por eso es necesaria la promoción de una evangelización para redescubrir la alegría de creer y volver a encontrar el entusiasmo de comunicar la fe por medio de estos valores religiosos que posee Guayaquil. Al transmitir estos valores de devoción católica se incrementará la fe abriendo el corazón en la esperanza y permitiendo ir a conocer más esos valores religiosos.

Se desea que el presente trabajo suscite en todo creyente la aspiración a conocer la plenitud de estos valores religiosos, con perfecta convicción y esperanza. Será también una ocasión propicia para intensificar el comercio en Guayaquil por medio de la afluencia perenne de los turistas. Afluencia que se da en celebraciones eucarísticas, peregrinaciones, y demás devociones.

Se tendrá la oportunidad de promocionar la fe en todas las iglesias de Guayaquil, junto con su catedral metropolitana; en casas y familias cristianas por medio de publicidad consciente, para que cada uno sienta con fuerza la exigencia de conocer y transmitir mejor a las generaciones futuras la fe de siempre. Con este trabajo las comunidades religiosas, así como las parroquiales, y todas las realidades eclesiales

antiguas y nuevas, encontraran la manera de transmitir a los fieles los valores religiosos, por medio de las celebraciones santorales que cada entidad católica posee.

Al mismo tiempo se espera con esta promoción que la afluencia de turistas sea perenne durante todo el año, que ese incentivo y esa fe no se apaguen nunca, haciendo comprometer al creyente de hacerlos propios estos actos de fe.

Presupuesto

Toda investigación demanda un presupuesto requerido, es primordial pensar siempre en los gastos que se van a suscitar en el transcurso de la investigación así lo sostiene Jorge Burbano en su libro denominado “Presupuesto”, *“Uno de los objetivos primordiales del presupuesto es el de la determinación de los gastos que se van a producir. Esta información debe elaborarse en la forma más detallada posible” (J. Burbano, 2001, p.34)*

El siguiente cuadro muestra el gasto total en el desarrollo de la investigación, los gastos de publicidad y operación que demandan el desarrollo e incentivo de los valores religiosos católicos en la ciudad de Guayaquil.

Presupuesto de financiamiento de la Investigación

<u>DETALLE DE CUENTAS</u>	VALORES
Sueldos de investigadores	\$200,00
Sueldos de encuestadores	\$200,00
Sueldos de digitadores	\$200,00
Resma de hoja	\$6,00
Impresos y copias	\$20,00
Dispositivos: Pendrive, software	\$ 25,00
Transporte	\$35,00
Alimentación	\$300,00
Folletos publicitarios	\$100,00
Dípticos	\$50,00
Trípticos	\$50,00
Asesorías tutoriales, turísticas	\$200,00
Charlas informativas	\$100,00
Cartulina, marcadores, lápices	\$10,00
Internet y energía eléctrica	\$ 70,00
Mensaje de texto a la televisión	\$ 10,00
Costo Total de la Investigación	\$1.576,00

3.2. Análisis de impactos del proyecto.

3.2.1. Análisis de impacto económico.

La economía de Guayaquil se caracteriza por ser uno de los pilares que sostiene la economía nacional, puesto que es una de las ciudades más grandes que tiene el Ecuador. Los dos sectores a rescatar en Guayaquil y que generan gran cantidad de ingresos para la ciudad es el comercio y el turismo. Esto porque Guayaquil es Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Sin embargo, Guayaquil a pesar de ser una de las ciudades más grandes del Ecuador posee el mayor índice de desempleo nacional por problemas inmersos que no es el objetivo analizarlos en el presente estudio. Pero sí rescatar que el presente trabajo ayudará a mejorar la economía de Guayaquil puesto que dispondrá de la mejor promoción para incentivar el turismo religioso en esta ciudad.

Es necesario hacer hincapié que el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil es considerado cíclico, puesto que en ciertos meses existe bastante afluencia de turistas a Guayaquil. Los meses en que existe esta afluencia grande de turistas es en Abril debido a la Semana Santa, en junio debido a las procesiones de Cristo Rey, en noviembre por los fieles difuntos y misas ofrecidas se eleva mucho el turismo religioso, y en diciembre por la celebración de la navidad, novenas, misas y nacimientos vivientes son los que llaman la atención a propios y extraños.

Mediante una publicidad organizada se promocionará el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil sin el objetivo de venderlo a ninguna agencia de viajes, ni a la Prefectura, ni al Municipio. Sólo con el objetivo de optimizar recursos publicitarios, incentivar a la población a valorizar más la cultura religiosa en Guayaquil y a rescatar esos valores que se están perdiendo por la era moderna, dando así un aporte económico sostenible en el largo plazo, generando ingresos suficientes para la ciudad, para la población y para las parroquias en general.

El presente trabajo también aportará a incrementar el turismo religioso en la ciudad, puesto que dando a conocer los verdaderos valores religiosos que posee

Guayaquil mediante la campaña publicitaria se creará un incentivo turístico para visitar Guayaquil, asimismo los comerciantes aprovecharán estas fechas religiosas y su gran afluencia de turistas para comercializar productos, ofrecer servicios de transporte, de hotelería, de comida, etc. Es decir, con el incentivo que se le dé al turismo religioso Guayaquil y su población gozarán de mejores ingresos alcanzando el bienestar social.

3.2.2. Análisis de impacto ambiental.

Para la evaluación de los impactos ambientales se relaciona el conocimiento del ecosistema con las actividades involucradas en el desarrollo de la promoción para incentivar el turismo religioso en Guayaquil. Se Identificaron las diferentes actividades a realizarse para la promoción turística religiosa que podrían alterar las condiciones naturales del ambiente en el que se desarrollaría dicha campaña publicitaria y los elementos que serán afectados en términos de tiempo y espacio.

Es necesario establecer que el presente estudio investigativo posee un análisis de impacto ambiental semi-detallado puesto que el proyecto no demanda el análisis exhaustivo de un proyecto que impacta negativamente el medio ambiente. Los impactos negativos de esta investigación se los considera moderados porque pueden ser controlados mediante medidas de prevención, control y/o mitigación de fácil aplicación.

Dentro de la promoción turística religiosa que se propone estará el reciclaje de desechos orgánicos e inorgánicos para preservar el medio ambiente. Es un aspecto positivo dentro del impacto ambiental puesto que por la afluencia de turistas incrementará el consumo masivo de comidas y bebidas, los cuales arrojan desechos que muchas veces son expuestos a la contaminación de la ciudad.

Asimismo, se cuidará la salud medio ambiental y humana en momentos de procesiones y celebraciones eucarísticas que por la afluencia masiva de turistas producen enfermedades y daños al ser humano, por el exceso de la exposición a los

rayos solares, para esto se protegerá a los ciudadanos con carpas en determinados sitios que proporcionarán agua y bloqueadores solares, los cuales ayudarán a proteger a la ciudadanía.

Por otro lado, la afluencia de turistas a Guayaquil rescata un aspecto negativo que es necesario enumerarlo para luego poderlo solucionar. Dicho aspecto se da por el exceso de personas a la ciudad, este exceso produce que la ciudad y las iglesias queden deterioradas por el mal uso consciente o inconsciente de ciertas personas, en especial los niños que llegan a las iglesias o procesiones y dejan en mal estado bancas, imágenes, paredes, entre otros.

Con la llegada de turistas a la ciudad de Guayaquil el comercio formal e informal se torna beneficiado. Las ventas de comidas rápidas y refrescos sin marca son de prioridad en estos eventos religiosos. Estas comidas rápidas callejeras poco controladas en zonas regeneradas producen contaminación ambiental puesto que están expuestas en la vía pública y en ocasiones sin permisos legales municipales y del cuerpo de bomberos por lo que existe el peligro de incendios o explosiones por el cilindro de gas expuesto al sol.

3.2.3. Análisis de impacto social.

El proyecto estimulará el verdadero sentido religioso y comunitario en Guayaquil. Incentivará la cooperación colectiva de grupos religiosos, grupos parroquiales, laicos, etc., cooperación en campañas publicitarias dando a conocer los atractivos turísticos religiosos de la ciudad, los cuales generarán beneficios para las determinadas parroquias, asimismo, el comercio familiar y/o comunitario se torna beneficioso en la ciudad.

Una de las formas de incentivar el turismo religioso rescatando los valores católicos es la mutua colaboración entre vecinos, es decir, ayudando a limpiar la ciudad, pintando sus viviendas, arreglando aceras y bordillos, cuidando los parques que se encuentran en las iglesias, es decir, cuidando la ciudad y las iglesias que son parte de una comunidad.

Uno de los aspectos negativos en el ambiente social es la falta de oxígeno que producen las iglesias cerradas y con un cúmulo de feligreses, lo mismo ocurre en procesiones y vía crucis produciendo asfixia y calor en la comunidad, puesto que Guayaquil es una ciudad cálida y el clima no ayuda mucho en este tipo de eventos.

Sin embargo, la Policía Nacional y el Cuerpo de Bomberos están capacitados para brindar toda clase de protección a la comunidad, se ubicarán en puestos estratégicos puesto que la delincuencia en Guayaquil es alta y no respeta clase social ni religión. En esta afluencia de turista la delincuencia no se hace esperar.

Mediante este proyecto se conservará el prestigio cultural de la ciudad de Guayaquil, hará resaltar su imagen como Perla del Pacífico y de renombre Patrimonio Cultural de la Humanidad. Rescatando valores que para algunos ya estaban totalmente perdidos.

Lo que el mundo necesita realmente hoy de manera especial es un estímulo para conocer la verdadera identidad que caracteriza la devoción católica; este estímulo viene de una promoción organizada y consciente que abra el incentivo de los corazones de muchos para conocer la vida verdadera de Cristo, el cual pensaba siempre en equidad en unidad, en igualdad entre hermanos y comunidades, buscando un desarrollo colectivo y desinteresado.

Este trabajo impulsa en la comunidad el desarrollo a la caridad. A una consciencia formal de ayudar al necesitado, a la iglesia en sus necesidades, es decir, la fe sin caridad no da frutos, y la caridad sin fe sería un sentimiento constantemente a merced de la duda. La fe y el amor se necesitan mutuamente, de modo que la una permite a la otra seguir su camino. Gracias a la fe la comunidad podrá reconocer en quienes piden amor el rostro verdadero del Señor resucitado.

Gracias al desarrollo de este trabajo promocional se incrementará la fe en la comunidad cristiana, para desarrollar acciones a favor de la justicia, lealtad y paz, es decir, la vida comunitaria cambiará para bien, conforme a la doctrina y enseñanza religiosa.

3.2.4. Análisis de impacto cultural.

El presente estudio investigativo tendrá un impacto positivo en el aspecto cultural de la ciudad de Guayaquil, puesto que mejorará y culturizará a las personas que no conocían el verdadero valor religioso, que engloba la cultura de nacional y local.

La cultura es el conjunto de conocimientos que posee un individuo o una región en bellas artes o humanidades, y que muestran las pautas de un progreso humano que va ligado al uso de la tecnología, la comunicación y la información. Si un país o una ciudad carecen de dichos factores, difícilmente pueden socio culturizarse.

Por ese motivo, gracias al aporte que da este trabajo investigativo, instruye, incentiva y recoge valores culturales religiosos en la ciudad establecidos desde épocas muy remotas.

CONCLUSIONES Y RECOMENTACIONES

4.1. Conclusiones.

4.2. Recomendaciones.

Conclusiones.

Rescatar y valorar los recursos de devoción católica en la ciudad de Guayaquil es uno de los problemas más importantes del turismo local. En la ciudad de Guayaquil es un problema derivado de una serie de dificultades que lo exacerban. Luego de haberlo analizado y estudiado, se considera que las siguientes son las principales conclusiones que se derivan, deductivamente, del estudio y análisis de este problema.

1.- La vida económica urbana nos presenta una serie de problemas tales como: salud, educación, empleo, turismo, etc., hay que tomar en cuenta aspectos de la vida urbana que son: los servicios, transporte y vivienda. Es por ese motivo, que rescatar valores culturales por medio de los servicios turísticos en la ciudad de Guayaquil ha sido un problema fundamental de la vida urbana moderna. Transformándose como necesario y vital para el ser humano.

2.- El problema no solo es social. Es también económico. Puesto que para que exista una demanda turística debe y tiene que existir fuentes de ingreso para satisfacer dicha demanda. Esto es lo que da lugar a la promoción e impulso turístico a los devotos católicos, para que conozcan más de la religión y sus valores. Al promocionar estos valores religiosos se conjugan cultura, educación e ingresos para Guayaquil.

3.- La promoción turística a desarrollarse es abordado desde la perspectiva socioeconómica, puesto que está enfocado a la sociedad en general y a la economía familiar y nacional. Por eso, el capítulo financiero de este trabajo investigativo cuenta esencialmente de un análisis de impactos que producirá la promoción turística religiosa en Guayaquil.

4.- En el país y en la ciudad de Guayaquil la cultura religiosa es popular, comercial y folclórica lo que hace perder el sentido de la fe católica, lo que hace producir aspectos negativos que tergiversan conceptos y principios cristianos y morales, estos aspectos dañan el sentido religioso que concentra dichas celebraciones.

5.- Asimismo, el estudio arroja resultados eminentemente positivos, puesto que rescata y valora la cultura religiosa que estaba por perderse o mal interpretarse, estos aspectos positivos hacen señalar y evidenciar que por más siglos que tenga la devoción católica junto con sus signos y símbolos hacen siempre tener viva esa fe cristiana en Jesús.

6.- Gracias a esta fe se produce un efecto positivo comunitario de un cambio para bien en la vida de los turistas, un conmemorar y celebrar recordando a Cristo y sus obras, dejan en la sociedad una serie de enseñanzas vividas conforme a los mandamientos de Jesús.

7.- Mediante una promoción organizada se hará participar a las diferentes parroquias y grupos religiosos y laicos a promocionar sus diferentes actividades para incrementar el turismo dando a conocer el verdadero sentido y obteniendo ofrendas económicas por esa labor en beneficio de la iglesia católica y sus recursos que la identifican.

8.- Al evaluar lo analizado en sentido económico y turístico. Se puede decir que el problema de una baja cultura religiosa en la ciudad de Guayaquil es el resultado de un ineficiente modelo de desarrollo promocional turístico en la ciudad, en amplios sectores de la población aun no encuentran la oportunidad de conocer estos valores. Sin embargo, gracias a la aportación del trabajo presentado se fomentará e incrementará la devoción católica en la ciudad de Guayaquil.

Recomendaciones.

La “Identificación y valoración de los recursos de devoción católica de la ciudad de Guayaquil para la promoción y desarrollo del turismo religioso” ha derivado las siguientes recomendaciones a los diferentes agentes económicos:

1.- Al Gobierno como ente regulador, que impulse una política turística e incentivo cultural nacional y local, por medio del Ministerio de Turismo en el Ecuador. Que esta política tenga coyunturas acordes a la ciudad de Guayaquil, que fomente el conocimiento cultural, que atraigan turistas y haya fuentes de ingresos para la ciudad, garantizando un bienestar para ellos y sus familias.

2.- A las familias, especialmente a los padres que son el pilar fundamental en la incursión de buenos valores, especialmente religiosos a sus hijos, que inculquen esa devoción mediante el ejemplo diario y común. Que sean los promotores esenciales de incentivarles a sus familiares el deseo ardiente de conocer los valores religiosos católicos y de una devoción que no se apague nunca.

3.- A las empresas turísticas y de promoción de viajes a diferentes países o ciudades. Que se centren en rescatar los verdaderos valores religiosos y no piensen en vender placer sino conocimiento. Estos viajes deben hacerlos desde la perspectiva de una tradición cultural afianzada como la tiene Guayaquil, estas agencias de viaje deben promocionar sus viajes hacia Guayaquil como prioridad.

4.- A la Asamblea Constituyente, que sea el promotor junto con el Presidente de la República, en sostener proyectos que impulsen el incentivo religioso, en conocer esa Ruta de la fe, procesiones, celebraciones eucarísticas, etc. Se preocupen de estabilizar y apoyar programas por medio de leyes y mandatos que establezcan un derecho y un deber de todo ciudadano.

5.- El Ecuador y en especial la población de Guayaquil debe tener cuidado en no caer en un círculo vicioso de consumismo al tener un mayor incremento turístico por fiestas religiosas, puesto que hace que la población de Guayaquil tenga más poder adquisitivo. Ese poder adquisitivo debe ser acompañado de productividad, mediante inversión productiva dentro de la ciudad.

Bibliografía.

- *Amicone, Luigi.* “Tras las huellas de Cristo” Ediciones Encuentro, 1996. Madrid-España.
- *Brouwer, A. H.* “El mensaje de la Señora de todos los pueblos” Edición Fundación Jesús de la Misericordia, librería espiritual, 1993. Quito-Ecuador.
- *Benedicto XVI.* “Carta Apostólica en forma motu Proprio PORTA FIDEI, Año de la fe”, 2012. Italia-Roma.
- *Burbano, Jorge.* “Presupuesto”, Segunda edición, 2005. Buenos Aires-Argentina.
- *Conferencia Episcopal Ecuatoriana.* “En Camino hacia el Reino de Dios” Edición Don Bosco, 1995. Quito-Ecuador.
- *Coyer, Chris.* “El turismo, teoría y práctica”, Ediciones Paulinas, 2007. Quito-Ecuador.
- *Czinkota Michael.* “Marketing internacional”, Editorial CENGAGE, 2001. Madrid-España.
- *Emmerich, Ana Catalina.* “La amarga pasión de Cristo” Primera edición castellana traducida del alemán, 2006. Guayaquil-Ecuador.
- *E. McCarthy.* “El guardián del Vergel” Editorial DEBOLSILLO, 2009. Madrid-España.
- *Francesc, Josep.* “Las claves del mercado turístico”, Ediciones Católica S.A., 2003. Madrid-España.

- *García, Marianela.* “Las claves de la publicidad”, Ediciones Encuentro, 2001. Málaga-España.
- *Giorgetti, Derno.* “Nuevo Catecismo de La Madre de Dios” La Virgen a través de documentos antiguos y modernos. Ediciones Paulinas, 1988. Caracas-Venezuela.
- *Goffin Keith.* “Identificar necesidades escondidas”, Editorial PALGRAVE MACMILAN, 2010. Estados Unidos.
- *J, Alegre.* “Análisis cualitativo de la actividad turística”, Ediciones Paulinas, 2003. Lima-Perú.
- *Mar, Alonso.* “Gestión de la calidad de los procesos turísticos”, Ediciones McGraw, 2006. España.
- *P. Traval, Manuel.* “Milagros Eucarísticos” con licencia eclesiástica, librería espiritual, 1998. Quito-Ecuador.
- *Prefectura del Guayas.* “Guía Turística oficial de la Provincia del Guayas” documento publicado en www.guayaquil.gob.ec
- *Profesores de la Compañía de Jesús.* “La Sagrada Escritura” Editorial Católica, S.A., 1961. Madrid-España.
- *Urrutia, José Luis. S.J.* “Nuevo Devocionario, Guía de caminantes” con censura eclesiástica, Edición autorizada a Jesús de la Misericordia, librería espiritual, 1992. Quito-Ecuador.
- *Weigl, Alfonso María.* “María Rosa Mística” Primera edición castellana traducida del italiano Edición Fundación Jesús de la Misericordia, librería espiritual, 2005. Quito-Ecuador.

Anexos.

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

¿Usted cree que el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil está siendo promocionado?

¿De qué forma usted cree que se podría incrementar el interés a las personas para fortalecer este tipo de turismo?

¿Estaría dispuesto a trabajar en la promoción publicitaria que incluyan estas rutas religiosas y que tan viable y factible cree que sean?

¿Usted de qué manera cree que influyen los tipos de religión que existen en el desarrollo de este tipo de turismo católico?

Resultados de las entrevistas.

Primera entrevista:

Nombre: P. Edison Chango Profesión: Sacerdote de vocación

Cargo: Párroco Lugar: Iglesia Sta. María Magdalena

1.- ¿Usted cree que el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil está siendo promocionado?

El turismo religioso se promociona siempre, no sólo en Guayaquil sino en todo el mundo, siempre buscan tener la oportunidad de sacar provecho económico local mediante campañas publicitarias turísticas de las iglesias. Sin embargo, hay que reconocer que si no se hiciera dichas campañas las parroquias en general no tendrían buena acogida. Es una oportunidad para que nosotros los sacerdotes transmitamos el verdadero amor de Cristo resucitado, que siempre está vivo en nuestros corazones.

2.- ¿De qué forma usted cree que se podría incrementar el interés a las personas para fortalecer este tipo de turismo?

Como menciona el papa en su última Carta Apostólica, la fe debe ser transmitida actualmente por medio de las redes sociales, puesto que cada circunstancia se debe ubicar en tiempo y espacio. Si actualmente están de moda las redes sociales hay que promocionar la fe por esa vía. Además el Santo Padre recuerda en su carta que la fe debe ser transmitida por cada uno de nosotros que trabajamos para ella. Por ese motivo, declaró el año de la fe, y no sólo es tarea de los sacerdotes sino de los grupos católicos, comunidades y laicos comprometidos, que anuncien y proclamen el interés en las personas para que conozcan más a Cristo y su doctrina.

3.- ¿Estaría dispuesto a trabajar en la promoción publicitaria que incluyan estas rutas religiosas y que tan viable y factible cree que sean?

Trabajar en el sentido de prestar ayuda para que realicen las diferentes actividades dentro de los grupos, dando espacios al final de las misas para que promocionen las rutas religiosas y prestando integrantes de la comunidad para que les ayuden a su campaña turística.

Pienso que sería una buena opción, sería factible en tanto y en cuanto no se lo vea como económico sino como incentivar la fe a los feligreses, despertar el sentido y rescatar esos valores que con el modernismo se pueden perder.

4.- ¿Usted de qué manera cree que influyen los tipos de religión que existen en el desarrollo de este tipo de turismo católico?

De ninguna manera influyen los hermanos separados, puesto que los católicos siempre seremos más y en la ideología de las personas está arraigada la tradición de la fe, desde los antepasados, así que pienso que aunque sigan apareciendo más sectas cada día, el amor de Cristo es superior a falsos profetas que quieran inmiscuirse en la obra redentora de Dios.

5.- ¿Según usted qué es el valor religioso?

El verdadero valor religioso es la iglesia entera, compréndase iglesia universal por la fundada por Cristo, por medio de Pedro. Es nuestra iglesia católica, la iglesia la conformamos todos los bautizados en ella y que defendemos su causa, dirigida por Cristo. Es decir, como decía San Pablo: Cristo es la cabeza de la iglesia y nosotros somos su cuerpo. Ese es el valor religioso que debemos de rescatar, nuestra iglesia, nuestra identidad.

6.- ¿Qué es devoción católica para usted?

La devoción católica está dada por la fe de cada uno de nosotros. Esa fe que como dije anteriormente estamos llamados a profesarla. La devoción católica debe alimentarse cada día con obras, puesto que la fe sin obras es vana. La fe va ligada con las buenas obras de cada día. La verdadera fe católica nos lleva a la santidad, todo cristiano católico está llamado a la santidad.

Segunda entrevista:

Nombre: Hna. Elva Pazmiño Profesión: Teóloga

Cargo: Catedrática Lugar: Catedral de Guayaquil

1.- ¿Usted cree que el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil está siendo promocionado?

El turismo religioso en Guayaquil no tiene necesidad de promocionarse, porque en los diferentes actos devotos la gente siempre está presente. En Semana Santa, en las procesiones; el pueblo actual es muy devoto y el turismo religioso no es necesario promocionarlo. A pesar de eso, existe en Guayaquil la costumbre de hacer publicidad anticipada de los actos religiosos que se realizarán en la ciudad. Pienso que el turismo religioso a pesar de no tener la necesidad de promocionarse, las autoridades lo hacen por una manera indirecta que conozcan lo que posee Guayaquil, más no incrementar la fe en los feligreses puesto que no sería ético ni democrático hacer esto.

2.- ¿De qué forma usted cree que se podría incrementar el interés a las personas para fortalecer este tipo de turismo?

Por medio de las charlas que se dan en los diferentes grupos religiosos, homilías de sacerdotes y sobre todo la mejor manera de incrementar el interés de las personas por conocer el sentido de la fe, es mediante el ejemplo. Siempre se predica con ejemplo y no con palabras.

3.- ¿Estaría dispuesto a trabajar en la promoción publicitaria que incluyan estas rutas religiosas y que tan viable y factible cree que sean?

Me gustaría la idea, por medio de mi trabajo puedo promocionar las rutas religiosas (que siempre lo hago), asimismo puedo dar un espacio para que repartan folletos o papelerías en general que despierten el interés a las personas que doy mi clase. Bueno, por lo general a quien doy clases son personas que tienen una fe grande así que ellos siempre asisten a los actos religiosos. Pero sería factible que ese material que sea repartido, ellos los ayuden a dispersarlo a otras personas, de esa manera se

podría llegar a los hermanos que realmente no conocen el sentido religioso, sería una gran misión.

4.- ¿Usted de qué manera cree que influyen los tipos de religión que existen en el desarrollo de este tipo de turismo católico?

Las personas débiles en la fe están expuestas a escuchar otro tipo de religión, y lastimosamente otro tipo religión es más misionera puesto que trabajan para “conquistar” más personas a sus creencias, trabajan todos los días incluyendo los domingos, de puerta a puerta llevando su ideología. Cosa que los católicos muchas veces no lo hacen, es allí donde entra en vigor y pueden hacer efecto las otras religiones. La ventaja es que es un grupo minoritario el que presta oídos a otro tipo de religión, pero de ahí a influir directamente en el desarrollo del turismo religioso no.

5.- ¿Según usted qué es el valor religioso?

El valor religioso teológicamente es comportarse como Cristo, es caminar como él y con él. Es seguir sus mandamientos y su doctrina a través de la luz de la palabra. Valor religioso es conocer a Jesús y sus enseñanzas, viene dado por la ciencia.

6.- ¿Qué es devoción católica para usted?

Mientras que la devoción católica es el resultado de ese caminar con Cristo, el resultado que se ve en obras devotas, es decir, es un cambio radical de seguir caminando con Cristo Jesús mediante obras. La devoción católica es obrar como Jesús y viene dado por la fe. Es decir ciencia y fe van ligadas.

Tercera entrevista:

Nombre: P. Medardo Ángel Mora Profesión: Presbítero Diocesano

Cargo: Párroco

Lugar: Catedral de Guayaquil

1.- ¿Usted cree que el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil está siendo promocionado?

Pienso que sí, el turismo religioso en Guayaquil siempre es promocionado, la afluencia masiva de gente devota y muchas veces curiosa siempre se da en cada acto de fe.

2.- ¿De qué forma usted cree que se podría incrementar el interés a las personas para fortalecer este tipo de turismo?

Mediante un llamado arquidiocesano a vivir cada acto de fe, sería una campaña publicitaria por parte del Monseñor por medio de la televisión y la radio, haciendo un llamado a todos los fieles católicos a sentir el amor de Cristo en sus corazones; por medio de volantes publicitarias que indiquen los diferentes actos a realizarse, charlas de enseñanza cristiana siempre encaminadas a lo nuevo y no a lo rutinario.

3.- ¿Estaría dispuesto a trabajar en la promoción publicitaria que incluyan estas rutas religiosas y que tan viable y factible cree que sean?

Sí me gustaría trabajar en ello para que la gente se interese más en conocer los valores religiosos. Es viable puesto que en Guayaquil y en el Ecuador entero los católicos tienen un gran peso en la población y es una gran oportunidad para enseñarles y demostrarles al mundo las maravillas de iglesias que posee Guayaquil.

4.- ¿Usted de qué manera cree que influyen los tipos de religión que existen en el desarrollo de este tipo de turismo católico?

Bueno, hasta el día de hoy las demás doctrinas nunca han hecho dudar a la iglesia católica, a pesar de que ha tenido fallas y a lo largo de la historia ha sido perseguida, el amor de Cristo siempre se demuestra en los corazones de cada uno de nosotros.

5.- ¿Según usted qué es el valor religioso?

El valor religioso es conocer el sentido de la fe, el sentido de los signos y símbolos de la iglesia, es liturgia, conocer el por qué de los acontecimientos, las partes de la eucaristía, etc.

6.- ¿Qué es devoción católica para usted?

La devoción católica es vivir cada acontecimiento religioso católico, vivir y sentirlo ser parte de la iglesia y ayudarla siempre en sus necesidades, comprendiendo que la iglesia no son cuatro paredes, sino que la iglesia somos todos, el amor de Cristo se refleja en cada hermano necesitado, y en especial en los niños, indigentes y ancianos.

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

CUESTIONARIO DE TURISMO RELIGIOSO: GUAYAQUIL

El objetivo de la encuesta es ayudarnos a conocer el interés que tienen los Guayaquileños católicos en el desarrollo del turismo religioso. Conforme a lo expuesto le agradezco por la colaboración prestada.

TOTAL DE ENCUESTAS: **384.**

FECHA DE EJECUCIÓN DE LA ENCUESTA: **Septiembre-octubre 2012.**

LUGAR DE LA EJECUCIÓN DE LA ENCUESTA: **Guayaquil.**

SEXO: MASCULINO: **162** FEMENINO: **222**

PROMEDIO DE EDAD: **45**

1.- ¿Cuántas iglesias católicas conoce en Guayaquil?

De 1 – 5 De 5 – 10 Más de 10

2.- ¿Con qué frecuencia visita las iglesias católicas en Guayaquil?

Siempre Casi siempre Con poca frecuencia Nunca

3.- ¿Le gusta participar en procesiones?

Sí No A veces

4.- ¿Conoce sobre las fechas de celebración católica de Guayaquil?

Sí No

5.- ¿Con qué frecuencia visita el cerro del Carmen?

Siempre Casi siempre Con poca frecuencia Nunca

6.- ¿Considera que debería existir más información sobre la historia de cada iglesia en Guayaquil?

Sí No

7.- ¿Conoce la ruta de las Iglesias en Guayaquil?

Sí No

8.- ¿Le gustaría tener más alternativa para hacer turismo religioso en Guayaquil?

Sí No

9.- ¿Según usted qué es el valor religioso?

Cultura Iglesia Dinero Amuleto Suerte Fe

10.- Cree usted que en Guayaquil existen promociones turísticas para la devoción católica?

Sí No

11.- ¿Usted es de religión Católica?

Sí No

12.- ¿Qué es devoción católica para usted?

Venerar un santo Acudir a misa los domingos

Cumplir los mandamientos Caminar en las procesiones

13.- Por favor, indique a su juicio tres factores publicitarios que ayuden a promocionar el turismo religioso en la ciudad de Guayaquil:

Charlas informativas a la ciudad	56
Publicidad por televisión	77
Publicidad por radio	74
Ayuda gubernamental	41
Promoción municipal	38
Charlas y folletos en escuelas y colegios	25
Papelería en general (dípticos y trípticos)	73

14.- Piensa Ud. Que los siguientes aspectos deberían de profundizarse en el proceso de educación religiosa católica local:

	Sí	No	No opino
Educación escolar	376	0	8
Planes de capacitación	283	82	19
Charlas a padres de familia	298	33	53
Inversión turística religiosa nacional	267	85	32

15.- Por favor, señale un problema importante y uno menos importante para mejorar el turismo religioso en Guayaquil.

	Más importantes	Menos importantes
Falta de espacios y ventilación en las iglesias	166	
Negativa de otras religiones	7	177
Ausencia de programas publicitarios	94	46
Falta de guías capacitados	7	161
Predominio de estructura publicitaria tradicional	65	
El alto costo publicitario	45	

16.- ¿Cree usted que actualmente, la ciudad cumple con todas las disposiciones para conservar el medio ambiente con la afluencia turística?:

Totalmente de acuerdo	229
Totalmente en desacuerdo	137
No deseo opinar	18

17.- Indique por favor, en cada caso si el financiamiento público para fortalecer la promoción turística en Guayaquil es:

Escaso Eficiente Costoso Burocrático Inexistente



Procesión Cristo del Consuelo.



Ruta de las Iglesias.



La Iglesia San francisco de Guayaquil.



Cerro del Carmen.

El imponente Cristo del Consuelo se erige sobre el cerro del Carmen. Su historia se remonta a 1.955 cuando la Iglesia propuso levantarlo.



Procesión del Cristo del Consuelo.

La imagen del Cristo del Consuelo que se venera desde hace más de 50 años en la iglesia del mismo nombre, al suroeste de Guayaquil, mide 1,80 metros aproximadamente y fue tallada por el maestro cuencano Julio Sinchi. La fe al Cristo del Consuelo convoca cada año a más de 500 mil feligreses desde las 7 de la mañana, para exteriorizar su devoción y rendir su homenaje de gratitud.