



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MUSEO LOS
AMANTES DE SUMPA PARA FORTALECER EL PRODUCTO
TURÍSTICO**

AUTOR: ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARIO

TUTORA: ING. EMILIA PAULINA VÁSQUEZ ZAMBRANO, MSC.

GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE 2017



Presidencia
de la República
del Ecuador



Universidad de Guayaquil

Nacional
de Tecnología
e Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA PARA FORTALECER EL PRODUCTO TURÍSTICO.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ING. EMILIA PAULINA VASQUEZ ZAMBRANO, MSC. LIC. ALBA CAICEDO BARRETH, MSC.		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	TURISMO Y HOTELERÍA		
GRADO OBTENIDO:	LICENCIADO EN TURISMO		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. PÁGINAS:	DE 130
ÁREAS TEMÁTICAS:	TURISMO		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	TURISMO, CULTURA, MUSEO, PRODUCTO, VISITANTES		

RESUMEN/ABSTRACT

The present research work is based on the analysis of the offer and the demand of Los Amantes de Sumpa Museum's located in the canton of Santa Elena. The target of the present investigation is to analyze each of the components of the offer and the demand, in order to improve touristic product. The mixed approach was applied in the investigation, where it was possible to establish the current situation of the museum and delimiting the investigation field. The used methods were analytical - synthetic, inductive - deductive, historical - logical. The techniques and tools used were the observation, interviews and surveys. With the applied methodology it was possible to analyze the profile of the visitors of the museum and at the same time to develop activities aimed at this market. The development of the investigation will contribute to the experience of the visitor generating the cultural tourist development of the museum at higher levels in the tourism.

ADJUNTO PDF:	X	<input type="checkbox"/>
	SI	NO
CONTACTO AUTOR/ES:	CON	TELÉFONO: 0994214855
		E-mail: elruben_anchundia@hotmail.es
CONTACTO INSTITUCIÓN:	CON LA	Nombre: Eco. Carlos Ortiz Novillo
		Teléfono: 2937717
		E-mail: fcs_turismo@ug.edu.ec



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 08 de agosto de 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrada Emilia Paulina Vásquez Zambrano, tutora del trabajo de titulación “**Análisis de la oferta y demanda del museo Los Amantes de Sumpa para fortalecer el producto turístico**”, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO**, con **C.I. N°0950658468**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería, en la Carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Ing. Emilia Paulina Vásquez Zambrano, MSc.

C.I. No. 091659769-3



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 08 de agosto de 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado **Lcda. Alba Caicedo Barreth, MSc**, revisora del trabajo de titulación **Análisis de la oferta y demanda del museo Los Amantes de Sumpa para fortalecer el producto turístico**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO**, con **C.I. N° 0950658468**, como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería, en la Carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Lcda. Alba Caicedo Barreth, MSc.

C.I. N° 0924842354



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA UNIDAD DE TITULACIÓN

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO con C.I. N°0950658468, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Análisis de la oferta y demanda del museo Los Amantes de Sumpa para fortalecer el producto turístico” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

**ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO
C.I. No.0950658468**

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrada Ing. Emilia Paulina Vásquez Zambrano, MSc, tutora del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO, con C.I. N°0950658468, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería.

Se informa que el trabajo de titulación: **Análisis de la oferta y demanda del museo Los Amantes de Sumpa para fortalecer el producto turístico**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (URKUND) quedando el 1 % de coincidencia.

URKUND

Documento: [Tesis Rubén Anchundia.docx](#) (D:30233614)

Presentado: 2017-06-24 09:56 (-05:00)

Presentado por: Emilia (emilia.vasquez@ug.edu.ec)

Recibido: emilia.vasquez.ug@analysis.orkund.com

Mensaje: Rubén Anchundia Carranza. [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 49 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	1435883601_829_PLANDETUR-2020.pdf
	PROYECTO MARINELA ALAVA.pdf
Fuentes alternativas	
La fuente no se usa	

0 Advertencias. Reiniciar. Exportar. Compartir.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación estuvo basada en el Museo de los Amantes de Sumpa del cantón de Santa Elena en donde se determinó el planteamiento del problema y su situación actual sobre el desarrollo de productos turísticos que impulse a la promoción del mismo, además de la importancia del mismo y sus alcances más destacados en el turismo y la cultura del pueblo de Santa Elena.

Por medio de la recopilación de información bibliográfica se pudo obtener los aspectos más importantes dentro de los museos a nivel internacional, los turistas, visitantes y sus distintas formas de realizar turismo en el mundo. Dentro del estudio teórico de los componentes de la demanda y la oferta se obtuvo información fundamental para el estudio del mismo. Además de la historia de los pueblos que se desarrollaron en estos territorios que forman una parte importante en la historia de Santa Elena, y de cómo evolucionaron hasta las sociedades actuales.

Basándose en un enfoque mixto de la investigación se estudiaron los perfiles de los visitantes como demanda, y los componentes del museo como la oferta, la misma estuvo basada en técnicas de investigación inductivo-deductivo-analítico-sintético e histórico-lógico, partiendo desde lo más particular hacia lo más específico y viceversa permitiendo a través de las técnicas de investigación lanzar resultados de los mismos.

<https://secure.orkund.com/view/29851521-787996-797531>

Ing. Emilia Vásquez Zambrano, MSc.

C.I. No. 091659769-3



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 8 de agosto de 2017

CERTIFICADO DE LA TUTORA

Economista

Carlos Ortiz Novillo, MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **Análisis de la oferta y demanda del museo Los Amantes de Sumpa para fortalecer el producto turístico**, del estudiante ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Ing. Emilia Paulina Vásquez Zambrano, MSc.

C.I. No. 091659769-3



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 8 de agosto de 2017

Eco.

CARLOS ORTIZ NOVILLO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de titulación **ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MUSEO LOS AMANTES DE SUMPA PARA FORTALECER EL PRODUCTO TURÍSTICO** del estudiante **ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 20 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 10 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante **ANCHUNDIA CARRANZA RUBÉN DARÍO** está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Lic. Alba Caicedo Barreth, MSc.
DOCENTE TUTOR REVISOR

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a Dios por ser esa pieza fundamental en mi vida, que ha guiado mi camino en todas las formas, dándome la fuerza para seguir siempre superando cada obstáculo y que permite hoy alcanzar esta meta

A mi familia, en especial a mis padres quienes han sido un pilar fundamental en mi formación, siendo ese apoyo incondicional a lo largo de todos mis estudios, siendo mis modelos a seguir por inculcar valores y principios morales y éticos, haciéndome merecedor de este logro y de los que seguirán viniendo.

A mi grupo de amigos, quienes con su apoyo incondicional estuvieron presentes ayudándome y dándome ese soporte en los momentos de mayor necesidad. Por su cariño, amor y sobre todo gran paciencia me demostraron el verdadero significado de la amistad y la hermandad dentro y fuera de la Universidad.

AGRADECIMIENTO

Agradeciéndole a Dios por estar siempre conmigo dándome su fuerza, su respaldo durante toda mi carrera estudiantil y por lo que seguirá haciendo en mi vida.

Y gracias a los dos pilares fundamentales en mi vida a, quienes lleno de orgullo llamo, mamá y papá, que con su ejemplo y su constante respaldo me han acompañado en este largo viaje lleno de altos y bajos siempre dándome su apoyo incondicional en todo lo que ha estado al alcance. De igual forma gracias a mis hermanos quienes son las personas más importantes en mi vida y quienes me han dado todo su apoyo y fuerzas para seguir adelante.

Aprovecho para agradecer a cada compañero y amigo que compartió conmigo estos cuatros años y que entre risas, tareas y vivencias del día a día logramos conquistar cada meta que nos propusimos hasta la culminación de nuestra carrera como estudiantes. De la misma forma agradezco cada consejo, cada vivencia de la mano de mis profesores que fueron muy importantes en mi desarrollo profesional.

Agradezco infinitamente a: Andrea Bone, Pamela Camba, Milca Conde, Ángel Infante, Eilly Vera, Karla Ibarra, quienes han estado a mi lado en todo tiempo dándome sus consejos, regaños y amor.

A mi tutora Emilia Vásquez Zambrano, quien, con su dedicación, esfuerzo y sobre todo paciencia hizo posible toda esta locura en el menor tiempo posible, le quedo muy agradecido por brindarme sus conocimientos, consejos y ayuda que fueron importantes para el desarrollo de mi tesis.

Muchas Gracias a Todos
Rubén Anchundia Carranza.

TABLA DE CONTENIDO

Ficha de registro de tesis/trabajo de graduación.....	II
Certificación del tutor	III
Certificación del tutor revisor	IV
Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos	V
Certificado porcentaje de similitud	VI
Certificado de la tutora.....	VII
Dedicatoria	IX
Agradecimiento.....	X
Tabla de contenido	XI
Índice de tablas	XVI
Índice de figuras	XVIII
Índice de anexos	XX
Resumen	XXI
Abstract	XXII
Introducción	1
CAPÍTULO I.....	2
El Problema	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Delimitación del Problema	2
1.3.1 Delimitación espacial:.....	3
1.3.2 Delimitación temporal:	3
1.4 Ubicación del problema en su contexto	3

1.5	Situación en conflicto.....	4
1.6	Alcance	4
1.7	Relevancia Social	5
1.8	Evaluación del Problema	5
1.9	Objetivos	7
1.9.1	Objetivo General	7
1.9.2	Objetivos Específicos	7
1.10	Objeto y Campo	7
1.10.1	Objeto.....	7
1.10.2	Campo.....	8
1.11	Justificación	8
1.11.1	Justificación teórica	8
1.11.2	Justificación práctica	9
1.11.3	Justificación metodológica.....	10
1.12	Idea a defender	10
1.13	Interrogantes de la investigación	11
CAPÍTULO II.....		12
2.1	Marco teórico.....	12
2.1.1	Importancia de la cultura	12
2.1.2	Patrimonio	14
2.1.3	Patrimonio cultural material e inmaterial	16
2.1.4	Turismo cultural.....	17
2.1.5	Museo	18
2.1.6	Oferta y demanda en los museos	20
2.1.7	Demanda.....	23

2.2	Antecedentes de la Investigación	25
2.2.1	Historia del museo Amantes de Sumpa	25
2.3	Marco legal.....	27
2.3.1	Constitución de la República del Ecuador	27
2.3.2	Ley Orgánica de Cultura.....	28
2.3.3	Ley de Turismo.....	28
2.3.4	Reglamento General a la ley de Turismo.....	28
2.3.5	Plan Nacional del Buen Vivir 2017 – 2021	29
2.3.6	Plan Estratégico de desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador hacia el 2020	29
2.4	Marco contextual	29
2.5	Marco conceptual	32
	CAPÍTULO III.....	35
	Metodología.....	35
3.1	Diseño de la investigación.....	35
3.2	Tipos de investigación	36
3.2.1	Investigación documental	36
3.2.2	Investigación de Campo	37
3.3	Métodos de la investigación	38
3.3.1	Métodos teóricos	38
3.3.2	Método empírico.....	42
3.4	Técnicas e instrumentos de investigación	42
3.4.1	Observación directa.....	42
3.4.2	Entrevista	43
3.4.3	Encuestas	43
3.5	Población y muestra	44

3.5.1 Simbología	44
3.5.2 Fórmula	45
3.6 Análisis de los resultados	46
3.6.1. Encuestas dirigidas a los visitantes.....	46
3.6.2 Análisis de la entrevista.....	66
3.6.3 Análisis de las encuestas	67
3.6.4 Análisis de la Observación	67
CAPÍTULO IV	72
Propuesta	72
4.1 Introducción.....	72
4.2 Objetivo general	73
4.3 Objetivos Específicos	73
4.4 Justificación.....	73
4.5 Ubicación	74
4.6 Diseño de producto turístico dentro del museo de los Amantes de Sumpa de la comunidad de Santa Elena	74
4.6.1 Producto turístico cultural	74
4.6.2 Análisis del destino turístico	74
4.6.3 Valor turístico	74
4.6.4 Delimitación del atractivo turístico	75
4.6.5 Análisis e identificación de la demanda	76
4.7 Análisis de la oferta	77
4.7.1 Componente de la oferta	78
4.7.2 Análisis de las inversiones.....	81
4.7.3 Recursos culturales del museo.....	81
4.7.4 Análisis FODA de los recursos turísticos	82

4.8	Conceptualización del producto turístico	83
4.9	Identificación del producto turístico.....	84
4.10	Viabilidad del producto	87
4.10.1	Matriz para la priorización de productos turísticos	87
4.11	Planificación estratégica.....	88
4.12	Formación del talento humano	88
4.12.1	Formación de los recursos de guías.....	89
4.12.2	Formación de guías como producto humano.....	89
4.12.3	Cronograma del Programa de capacitación.....	97
4.13	Fortalecimiento Cultural	98
4.13.1	Planificación Estratégica.....	98
4.13.2	Formación de los recursos	98
4.13.3	Actividad Integral “Historias para todos”	98
4.13.4	Actividad Plástica “Keramos”	100
4.13.5	Representación Cultural “Sumpa Historia de Amor”	101
4.13.6	Cronograma del programa Fortalecimiento Cultural	103
	CONCLUSIONES	105
	RECOMENDACIONES.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Encuestas a visitantes (Procedencia)	46
Tabla 2 Encuesta a visitantes (Género).....	47
Tabla 3 Encuestas a visitantes (Estado civil)	48
Tabla 4 Encuesta a visitantes (Instrucción).....	49
Tabla 5 Encuestas a visitantes (Edades)	50
Tabla 6 Encuesta a visitantes (Viaje).....	51
Tabla 7 Encuesta a visitantes (Actividades).....	52
Tabla 8 Encuesta a visitantes (Valoración)	53
Tabla 9 Encuesta a visitantes (Motivos de visitas).....	54
Tabla 10 Encuesta a visitantes (Sitio).....	55
Tabla 11 Encuestas a visitantes (Transporte).....	56
Tabla 12 Encuestas a visitantes (visitas a centros culturales).....	57
Tabla 13 Encuestas a visitantes (otras visitas)	58
Tabla 14 Encuestas a visitantes (Tiempo destinado de visita)	59
Tabla 15 Encuestas a visitantes (Actividades deseadas).....	60
Tabla 16 Encuestas a visitantes (servicios de interés).....	61
Tabla 17 Encuestas a visitantes (gastos estimados en viajes).....	62
Tabla 18 Encuestas a visitantes (apreciación del museo).....	63
Tabla 19 Encuestas a visitantes (aceptación de productos).....	64
Tabla 20 Encuestas a visitantes (recomendación a otros visitantes) ...	65
Tabla 21 Triangulación de los Resultados	71
Tabla 22 Delimitación del Museo Amantes de Sumpa de Santa Elena.	75
Tabla 23. Perfil del Visitante del Museo.	77
Tabla 24. Componentes de la Oferta del Museo de Sumpa.....	78

Tabla 25 Actividades del Museo.	80
Tabla 26 Análisis de las inversiones en el museo	81
Tabla 27 Recursos culturales del museo	81
Tabla 28 FODA museo Amantes de Sumpa	82
Tabla 29 Conceptualización de la oferta	83
Tabla 30. Identificación del producto turístico	84
Tabla 31 Estructura ideal para el producto	84
Tabla 32. Estructura ideal para actividades plásticas.....	85
Tabla 33. Estructura ideal para representación de historia de amor	85
Tabla 34. Estructura ideal para el desarrollo de guías culturales	86
Tabla 35. Viabilidad para la priorización de producto turístico	87
Tabla 36. Planificación estratégica de formación de guías	88
Tabla 37. Formación de recursos de guías	89
Tabla 38. Perfil de guías en turismo cultural	90
Tabla 39. Gastos incurridos en la formación de guías	96
Tabla 40 Cronograma del programa de capacitación	97
Tabla 41. Planificación estratégica para el Fortalecimiento Cultural	98
Tabla 42. Formación de recursos para Fortalecimiento Cultural	98
Tabla 43. Actividad "Historia para todos" Presupuesto	99
Tabla 44. Actividad "Keramos" Presupuesto.....	101
Tabla 45 Actividad "Historia de amor de Sumpa" Presupuesto	102
Tabla 46 Cronograma de actividades del fortalecimiento cultural	103
Tabla 47 Gastos estimados de formación cultural	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Procedencia de los Visitantes	46
Figura 2. Género de los Visitantes	47
Figura 3. Estado Civil de los Visitantes	48
Figura 4. Instrucción Académica de los Visitantes	49
Figura 5. Edades de los Visitantes	50
Figura 6. Preferencias de viajes	51
Figura 7. Actividades de Tiempo libre de los Visitantes	52
Figura 8. Apreciación del Sitio	53
Figura 9. Factores de Visita	54
Figura 10. Conocimiento del Sitio	55
Figura 11. Método de Transportación de los Visitantes	56
Figura 12. Última Visita a centros culturales	57
Figura 13 Atractivos de Visitas	58
Figura 14. Actividades que les gusten a los visitantes	60
Figura 15. Servicios preferidos por los visitantes	61
Figura 16. Gastos estimados en viajes	62
Figura 17. Calificación de Visitas	63
Figura 18. Aceptación de desarrollo de productos	64
Figura 19. Recomendación de los visitantes a otros	65
Figura 20 Estructura y accesibilidad del museo	68
Figura 21 Casa Campesina	68
Figura 22 Señalética Interna	69
Figura 23 Señalización externa	69
Figura 24. Entrada Principal del Museo	127

Figura 25. Sala Etnográfica	127
Figura 26. Cementerio Vega	128
Figura 27. Casa Campesina	128
Figura 28. Balsa Manteña.....	129
Figura 29. Feria día del Museo	129
Figura 30. Exposición de piezas arqueológicas	130
Figura 31. Actividad de Pintura en piedra.	130

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A Encuestas	117
Anexo B. Entrevistas	119
Anexo C. Ficha de Observación	121
Anexo D. Ficha de Evaluación Del Museo	122
Anexo E. Árbol del Problema	124
Anexo F Árbol de Objetivos	125
Anexo G Organigrama Funcional del Museo	126
Anexo H Registro fotográfico	127



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MUSEO LOS AMANTES
DE SUMPA PARA FORTALECER EL PRODUCTO TURÍSTICO**

RESUMEN

Autor: Anchundia Carranza Rubén Darío

Tutora: Ing. Emilia Paulina Vásquez, MSc.

El presente trabajo de investigación se basa en el análisis de la oferta y la demanda del Museo de los Amantes de Sumpa situada en el cantón de Santa Elena. El objetivo de la presente investigación es analizar cada uno de los componentes de la oferta y la demanda, con el fin de mejorar el producto turístico. Se aplicó el enfoque mixto en la investigación, donde se pudo determinar la situación actual del museo y delimitando el campo de investigación. Los métodos empleados fueron: analítico-sintético, inductivo-deductivo, histórico-lógico. Las técnicas y herramientas de investigación utilizadas fueron la observación, entrevistas y encuestas. Con la metodología aplicada se pudo analizar el perfil de los visitantes del museo y al mismo tiempo desarrollar actividades dirigidas a este mercado. El desarrollo de la investigación contribuirá en el complemento de la experiencia del visitante generando el desarrollo turístico cultural del museo a niveles más altos en el turismo.

Palabras Claves: turismo, cultura, museo, producto, visitantes



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**ANALYSIS OF SUPPLY AND DEMAND OF MUSEUM LOS AMANTES DE SUMPA
TO STRENGTHEN THE TOURIST PRODUCT**

ABSTRACT

Author: Anchundia Canrranza Rubén

Advisor: Ing. Emilia Paulina Vásquez, MSc.

The present research work is based on the analysis of the supply and the demand of the Los Amantes de Sumpa Museum's located in the canton of Santa Elena. The target of the present investigation is to analyze each of the components of the offer and the demand, in order to improve touristic product. The mixed approach was applied in the investigation, where it was possible to establish the current situation of the museum and delimiting the investigation field. The used methods were analytical - synthetic, inductive - deductive, historical - logical. The techniques and tools used were the observation, interviews and surveys. With the applied methodology it was possible to analyze the profile of the visitors of the museum and at the same time to develop activities aimed at this market. The development of the investigation will contribute to the experience of the visitor generating the cultural tourist development of the museum at higher levels in the tourism.

Keywords: Tourism, culture, museum, product, visitors

INTRODUCCIÓN

La presente investigación estuvo basada en el Museo de los Amantes de Sumpa del cantón de Santa Elena, donde se determinó el planteamiento del problema y su situación actual sobre el desarrollo de productos turísticos que impulse a la promoción del mismo, además de la importancia del mismo y sus alcances más destacados en el turismo y la cultura del pueblo de Santa Elena.

Por medio de la recopilación de información bibliográfica se pudo obtener los aspectos más importantes dentro de los museos a nivel internacional, los turistas, visitantes y sus distintas formas de realizar turismo en el mundo. Dentro del estudio teórico de los componentes de la demanda y la oferta se obtuvo información fundamental para el estudio del mismo. Además de la historia de los pueblos que se desarrollaron en estos territorios que forman una parte importante en la historia de Santa Elena, y de cómo evolucionaron hasta las sociedades actuales.

Basándose en un enfoque mixto de la investigación se estudió los perfiles de los visitantes como demanda, y los componentes del museo como la oferta, la misma estuvo basada en técnicas de investigación inductivo-deductivo-analítico-sintético e histórico-lógico, partiendo desde lo más particular hacia lo más específico y viceversa permitiendo a través de las técnicas de investigación obtener resultados de los mismos.

La propuesta de la investigación es la mejora de los productos turísticos culturales que motiven en gran manera la visita a este centro cultural, por ello a través de actividades recreativas y culturales se pretende crear un turismo en base a las experiencias de las primeras culturas trayéndola a los tiempos actuales.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

En el cantón de Santa Elena, se encuentra el atractivo turístico museo Los Amantes de Sumpa, que alberga una gran cantidad de piezas arqueológicas. En base a lo observado en el atractivo se determinó que existe el poco aprovechamiento de los recursos existentes.

Siendo un atractivo de importancia nacional, la poca valoración de sus recursos culturales ha provocado un déficit en el equipamiento que permita al visitante conocer de forma precisa toda su información correspondiente. Así mismo, el desconocimiento de la demanda no permite llegar a conocer en su totalidad los diferentes segmentos a los cuales se pretende alcanzar con la oferta, sea esta principal o complementaria, es decir la dependencia de una con la otra que juega un rol importante dentro de la gestión turística, de tal manera la inexistencia de un registro de visitantes con datos reales que demuestren de manera clara los distintos procesos de afluencia que el museo ha tenido en sus últimos años, genera poca preparación y planificación de actividades para los cuales será dirigida la oferta.

Otro de los factores que contribuyen al desarrollo del problema es la poca inversión económica para el desarrollo de nuevas propuestas de actividades recreativas y lúdicas que atraigan mayor número de visitantes.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera el conocer la oferta y demanda de los turistas en el Museo de los Amantes de Sumpa fortalecerá la mejora de sus productos turísticos en la provincia de Santa Elena?

1.3 Delimitación del Problema

Campo: Mejora de productos turísticos

Área: Oferta y demanda turística

Aspecto: Productos turísticos

1.3.1 Delimitación espacial:

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en el país de Ecuador, en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena específicamente en el Museo Los Amantes de Sumpa.

1.3.2 Delimitación temporal:

Primer semestre del año 2017.

1.4 Ubicación del problema en su contexto

El Museo de los Amantes de Sumpa de la provincia de Santa Elena ha sido uno de los primeros museos en el Ecuador desarrollándose como albergue de piezas pertenecientes a la mayoría de las culturas que se desarrollaron en las costas ecuatorianas cada una en un periodo de tiempo diferente. La provincia de Santa Elena conformada como tal desde el 2009, cuando se decide separar de la antigua provincia del Guayas, se ha mantenido como uno de los mejores sitios para visitar por parte de la demanda turística, tanto nacional como internacional. (Sotomayor Vera & Morán Gutierrez, 2013)

Dicho reconocimiento ha sido construido y mantenido por sus numerosas playas convirtiéndose en la cuna de los balnearios de la costa del Ecuador, además por la variedad gastronómica, deportes extremos y por supuesto su flora y fauna, hacen de la provincia de Santa Elena un lugar con una oferta mega diversa, siendo el turismo de sol y playa uno de los principales oferentes que tiene el Ecuador. Pero dentro de la oferta de primer orden existen algunas ofertas complementarias dentro de la Provincia, el museo de los Amantes de Sumpa ha sido valorado con jerarquía III, que significa “Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales”. (MINTUR, 2017)

Es importante tener información completa de la oferta y sus variedades que pueden servir como recurso que sirva para potencializar el museo de los Amantes de

Sumpa. Por medio del estudio de la demanda y sus perfiles se tuvo como punto de referencia para la mejora de productos en materia de turismo, panificaciones e incluso actividades lúdicas y recreativas en el Museo.

1.5 Situación en conflicto.

Debido al desinterés de las autoridades en potencializar los atractivos del museo ha provocado el desplazamiento de los visitantes hacia otros atractivos cercanos, en el momento que los visitantes buscan acudir al museo se encuentra que no todas las personas tienen conocimiento sobre su ubicación y sus principales características de valor cultural; dado a la poca valorización cultural por parte de los habitantes el Museo Amantes de Sumpa provocará el deterioro de sus recursos, es decir sin la presencia de visitantes, el atractivo se verá seriamente afectado puesto que no se destinaría presupuesto alguno para su conservación y difusión perdiendo así su valor y designación como patrimonio cultural del Ecuador.

Mediante la observación de campo preliminar se pudo comprobar que la afluencia turística en el museo no ha llegado a ser la más satisfactoria. En base al artículo del diario "El Telégrafo", se señala que con la creación de la terminal de Santa Elena se esperaba un mejor alcance de la demanda, pero dicha expectativa no fueron las más favorables y es así que las personas que residen en las zonas cercanas no conocen la riqueza histórica que guarda el museo. (El Telégrafo, 2013)

1.6 Alcance

El presente trabajo en el Museo de Sumpa explora a sus visitantes como las personas que residen en la comuna, para ello se procede con la investigación documental, además de investigar los perfiles de visitantes, esto ayuda a conocer cuál es la demanda principal que tiene el museo. Así mismo, el conocer las motivaciones que el museo puede despertar en el turista. A mayor demanda mejor desarrollo de la economía local por lo cual se pretende alcanzar un número significativo de visitantes.

Por medio del análisis de la demanda se desarrollan nuevas alternativas para visitantes, diversificando de esa forma la oferta llevando al museo a altos niveles en el turismo.

1.7 Relevancia Social

La realización del proyecto en el Museo de los Amantes de Sumpa es de relevancia social para las personas que viven en la comuna y que indirectamente se ven beneficiadas del turismo, al mismo tiempo la focalización de la demanda junto con la oferta serán el eje principal de la economía de los habitantes de Santa Elena, tanto a los beneficiarios directos como indirectos de la comuna, en consecuencia a la creciente demanda se diversifica la oferta provocando un desarrollo social por parte de las personas asentadas en el museo y sus alrededores ya que el intercambio de conocimientos, lenguas y costumbres tradicionales mejora el desarrollo social del individuo, además del desarrollo económico que conlleva mejorando los niveles socio-económicos de las personas, creando nuevas infraestructuras y plantas turísticas.

El desarrollo turístico del Museo de los Amantes de Sumpa sirve como fuente de riqueza para las personas que realizan sus actividades dentro y fuera del mismo, mejorando el comercio y los niveles de la calidad de vida. La búsqueda de nuevas formas para mantener y preservar los patrimonios ancestrales será otro de las características que determinará el desarrollo del museo mejorando no sólo su aspecto sino cambiando la forma de hacer turismo arqueológico y cultural.

1.8 Evaluación del Problema

El desarrollo de la investigación es factible dado que en cada fase por la cual la investigación avance se obtendrán resultados favorables debido a que los encargados del museo están predispuestos a brindar todas las herramientas necesarias para llevar a cabo la investigación, además de la colaboración de los visitantes en brindar su tiempo para la realización de las encuestas y espacios para la observación in situ.

Dentro del presupuesto asignado al museo por el Ministerio de Patrimonio y Cultura, una parte al desarrollo turístico y cultural en fechas programadas del museo

receptando una gran cantidad de visitantes, por lo antes descrito, el desarrollo de la investigación será factible de realizar en aquellas fechas, donde la demanda llega a su punto más alto (Ministerio de Finanzas, 2015)

El estudio de la oferta y la demanda es conveniente porque sirve como base para el desarrollo de proyectos e investigaciones posteriores que ayudarán al desarrollo social y sustentable de la comunidad de Santa Elena.

Es de vital importancia conocer qué tipo de mercado turístico es el que está siendo llamado y motivado a visitar el museo, ya que si conocemos detalladamente el perfil del visitante y las temporadas de visita se podrá diseñar nuevos planes de trabajo.

De la misma forma, el desarrollo de la investigación es muy útil al momento de la toma de decisiones y para canalizar aún más la demanda, es decir una vez que se conoce el mercado al cual se va a dirigir es más fácil al momento de realizar algunas actividades programas o de cualquier índole en beneficio del museo.

Contar con una tabulación anual completa sobre los turistas y segmentarlos por preferencias de visitas ayudará de manera positiva al museo debido a que en muchas ocasiones no se conoce si quiera las costumbres y modos de vida de las personas que está visitando el Museo.

El proyecto sirve al mismo tiempo como una línea base a fin de la realización de diversos proyectos que impulsen y promuevan los recursos existentes. Tanto como el estado de situación actual, oferta y demanda, como la valorización de los mismos, como principales datos de interés para la realización de nuevos proyectos turísticos. Es decir, su utilización podría ser en la realización de una guía local de museos de la costa ecuatoriana, diseño de manuales para guías nativos, hasta la realización de un plan de promoción y difusión turística en la provincia, desarrollando y creando nuevos productos turísticos para los diferentes targets.

El desarrollo de espacios culturales es de vital importancia para el turismo en general, por ello la conservación y difusión del Museo Los Amantes de Sumpa de la comunidad de Santa Elena se convierte en un punto focal de uno de los principales y

más antiguos museos que tiene el Ecuador y que en la actualidad cuenta con la mayor parte de piezas arqueológicas de las culturas prehispánicas que datan de más de 6.000 años de antigüedad (Tello, 2005) .

En la actualidad el turismo representa la tercera fuente de divisas en el Ecuador formando parte de la matriz productiva y generando mayores oportunidades para las personas del sector. La potencialización del museo dentro de los recursos turísticos que conforman la ruta Spondylus ayuda a mejorar la afluencia turística de la zona. (Calderón, 2014)

1.9 Objetivos

1.9.1 Objetivo General

Analizar la oferta y la demanda del Museo de los Amantes de Sumpa para la mejora del producto turístico.

1.9.2 Objetivos Específicos

- Identificar los recursos existentes en el museo de los Amantes de Sumpa del cantón de Santa Elena
- Determinar el perfil de visitantes del museo.
- Diseñar una propuesta de mejora del producto turístico en base a los perfiles del visitante del museo.

1.10 Objeto y Campo

1.10.1 Objeto

El objeto de la presente investigación son los recursos del museo en estudio (oferta turística) y el perfil del visitante (demanda turística), los cuales son una pieza clave en el desarrollo de la investigación debido a que serán el punto de partida para el desarrollo de la oferta los atractivos culturales que hacen parte de la historia de un pueblo.

1.10.2 Campo

El campo de la investigación es la mejora del producto turístico enfocado en los segmentos de la demanda.

1.11 Justificación

1.11.1 Justificación teórica

Según la UNESCO "El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas." (UNESCO, 1982)

El patrimonio cultural de un país son bienes tangibles e intangibles que con el pasar de los años se han convertido en una herencia que permite conocer el pasado de un pueblo o nación con un alto valor cultural para el conocimiento de las futuras generaciones es de gran importancia porque define a una cultura de otra. (Cuetos, 2012)

La creación de espacios culturales maneja una serie de conceptos que van fuertemente ligados con la historia, aquellas comunidades que, con diferentes formas de vida, diferentes formas de alimentación y costumbres religiosas, marcaron un punto importante en la historia del pueblo ecuatoriano, que sin si quiera concebirlo por parte de los pueblos son un pilar base en la historia de los mismos.

El patrimonio tangible podríamos llamarla a la expresión de la cultura sean estos por medios físicos que se pueden tocar y sentir, constituyéndose como la expresión más clara de la historia de los pueblos, siendo estos un patrimonio cultural. Dentro de los patrimonios también encontramos los intangibles formados por el conjunto de características que distinguen a un pueblo, sean estas espirituales, intelectuales, orales, transmitido de generación en generación creando en ellos un sentimiento de identidad y respeto. (Carrillo, 2014).

1.11.2 Justificación práctica

Ecuador es un país con grandes riquezas culturales, legado de nuestros antepasados que se han convertido en atractivos turísticos a lo largo de nuestra historia, una de las provincias con grandes riquezas es la Península de Santa Elena una región legendariamente conocida como Sumpa (Punta), una muestra de aquello es el museo los Amantes de Sumpa constituido por cuatro áreas que muestran como los pueblos aborígenes aprovecharon sus recursos, desarrollaron actividades pesqueras, de agricultura, cerámica, metales, piedras, concha spondylus, tejidos, navegaron a grandes distancias y realizaron intercambio de bienes y productos, y su compleja actividad ceremonial de las diferentes culturas que se asentaron a lo largo de esta provincia.

El desarrollo de sitios culturales provocan una concientización y conservación de la cultura, la cual nos identifica como parte de un todo, aquellas culturas que estuvieron antes que otras ayudaron de manera indirecta el desarrollo de nuevas culturas y con el devenir de los tiempos cambiaron la forma de vida en el Ecuador hasta llegar a los tiempos actuales, así como los conocimientos de sembrado, caza, pesca, costumbres entre otras fueron pasadas de generación en generación asegurando la supervivencia del ser humano. Trasladándolo a los tiempos actuales la difusión de aquel conocimiento y de las culturas que fueron partes de aquel legado histórico, provocará el interés por visitar aquellos espacios culturales.

Por lo tanto, es necesario la revalorización del patrimonio cultural, no implica sólo un acto de restauración, sino que esta acción lleva implícita la necesidad de recuperar valores perdidos o degradados a través de la historia, y a la vez se contribuye al desarrollo turístico de la provincia, donde los beneficiarios son los visitantes que están involucrados directa e indirectamente en la actividad turística.

Como resultado de la investigación de la oferta y demanda del museo se podrá conocer sus principales recursos y el mercado interesado en visitar este tipo de atractivo, además de la mejora del producto turístico convirtiéndolo en un referente en la costa ecuatoriana.

1.11.3 Justificación metodológica

El uso de herramientas y técnicas de investigación en visitas de campo con el fin de obtener toda la información relevante al problema de investigación, conocer las diferentes motivaciones o preferencias de los turistas al momento de visitar el museo. A través de la respectiva recopilación de la información obtenida se analizaron los datos que se procederá a documentar referente al número de habitantes del cantón y el número de turistas que llegan al museo, lo cual permitirá conocer los distintos sectores de la demanda

Por medio del análisis de oferta y demanda y su influencia turística se podrá determinar cuáles son los segmentos del mercado que desean conocer este sitio y qué realmente es lo que quiere el turista al momento de visitar los monumentos y piezas arqueológicas, además de descubrir cuáles son las motivaciones que los llevó a desplazarse y vivir la experiencia de conocer el pasado o incluso conocer una nueva cultura provocando el desarrollo social del Museo y por su puesto motivando al crecimiento de más espacios culturales manteniendo así vivo el recuerdo de nuestra herencia ancestral.

Por medio de la revisión del inventario de los atractivos turísticos se podrá mejorar el diseño de los productos turísticos.

A través de la respectiva recopilación de información y análisis de los datos se procederá a documentar todo en cuanto se refiere al número demográfico de habitantes del cantón y el número de turistas que llegan al museo, lo que permitirá conocer los distintos grupos focales y sus métodos de promoción hacia la demanda además de las actividades que el museo realiza.

1.12 Idea a defender

Dentro de los límites de la República de Ecuador la variedad de recursos, atractivos y productos es variada, pero existen zonas en las cuales la popularización de un recurso provoca el poco aprovechamiento de los demás, o simplemente el desarrollo del mismo en su geografía hacen que no sea muy aprovechado por los turistas o visitantes, por ende en el desarrollo del presente trabajo se realizará el análisis de la oferta y demanda del museo Amantes de Sumpa como base para el

desarrollo de actividades turísticas, mismos que servirán para el desarrollo del cantón de Santa Elena.

1.13 Interrogantes de la investigación

1. ¿Cómo ayudará el desarrollo de la investigación al museo?
2. ¿Cómo será el impacto social en beneficio al proyecto de investigación?
3. ¿Cuál es el grado de afluencia de visitas en este museo?
4. ¿En qué medida se contribuye a los niveles de factor de carga en el museo?
5. ¿Cómo influirá el estudio de la oferta y demanda en el sector?
6. ¿Cuáles serán los niveles de aceptación por parte de la oferta?
7. ¿Qué tipo de metodología se debería implementar en el museo?
8. ¿En qué medida incidirá la propuesta del proyecto hacia a los sectores de la demanda nacional?
9. ¿Cómo se realizará el proyecto en relación a las herramientas de investigación?
10. ¿De qué forma ayudará el desarrollo del proyecto a la economía de sector?

CAPÍTULO II

2.1 Marco teórico

2.1.1 Importancia de la cultura

En los últimos años los proyectos de investigación y puesta en valor del patrimonio arqueológico han permitido la accesibilidad a una buena parte de los recursos arqueológicos, con una proyección social, educativa y cultural, no sólo dentro del mercado interno sino incluso del mercado internacional.

La cultura ha constituido y constituye el eje central de la antropología. En sus orígenes la preocupación era “los otros”, en la actualidad “los otros” siguen siendo objeto de estudio, pero la antropología ha experimentado una especie de revolución copernicana y nuestras propias culturas, con sus rasgos específicos y sus problemas han pasado a ser objeto de estudio. (Martín de la Rosa, 2013)

Con el paso de los tiempos la cultura ha estado presente en cada etapa de la vida, es por ello que se la relaciona como eje central de la antropología, dado que sin una cultura sin registros o algún tipo de vestigio, no se podría mencionar al hombre, ni las distintas apariciones que ha venido teniendo a lo largo de su propia historia, es por ello que la historia del hombre en las distintas apariciones de la línea cronológica del tiempo son de gran importancia dado que por medio de aquellos patrimonios, sean tangibles o intangibles pasan a ser heredados por las futuras generaciones, quienes a través de ese conocimiento mejorarán el estilo y la forma de vida dando un gran avance en las sociedades futuras.

Desde esta perspectiva la cultura debe de ser interpretada como un conjunto de recursos del cual se puede trabajar en diferentes formas sea en el ámbito arqueológico, histórico, turístico, etc. (García, 1998) De esta forma las fiestas, monumentos históricos, piezas arquitectónicas, artesanías, folclore y muchos más elementos culturales que pueden existir son recursos a disposición, recursos que con un estudio detallado de su valorización pueden convertirse en productos que llamen a la demanda, es decir productos ya conocidos pero con un enfoque distinto, dando a conocer la historia y lo que no nos dicen los escritos convencionales. En ese sentido,

el plus que como turismo está llamado a dar demostrando calidad en cada uno de los diferentes servicios.

La cultura sin duda alguna es una amalgama de recursos utilizables en el turismo conformada por elementos naturales y culturales, tangibles e intangibles que provienen como una herencia de los antepasados y de la cual hoy en día el turismo se nutre ofreciendo la oportunidad de no tan solo ver los patrimonios, sino que también el ser parte de ellos.

Cultura es aquello que identifica a los grupos humanos, eso que los hace ser únicos que los diferencia unos con otros. Dichos aspectos culturales luego de ser aceptados y asumidos por una población como parte de sí mismos pasa a considerarse un patrimonio cultural y es donde empieza la ardua tarea de preservar y difundir todos los conocimientos y formas de vida de sus antepasados, el no hacer esto es negar el proceso evolutivo de los actores principales que conforman esta cultura, es decir aquellos que de una u otra forma se encuentran fuertemente vinculados con estas culturas y que hace parte de la historia de una nación.

La cultura es parte de la vida misma y está tan viva como quienes la van construyendo, no se puede tener un futuro sin un pasado que enseña a mejorar en diferentes aspectos y que sigue incidiendo, una de las formas de difusión de los patrimonios es el turismo que ha contribuido al desarrollo social, económico, político en diferentes comunidades, se podría decir que el turismo ha tenido ciertos aspectos culturales, dado que desde los inicios del turismo como tal los primeros en desplazarse tenían la motivación de visitar lugares donde se puedan encontrar las manifestaciones culturales, un ejemplo de ello que se puede mencionar es el desplazamiento masivo de personas por asistir a las Olimpiadas, que detenían incluso las confrontaciones entre naciones con el objetivo de que los deportistas pudiesen llegar a Olimpia la ciudad sede de estos juegos.

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas

del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas. (UNESCO, 1982)

Se puede llamar un tesoro de los pueblos a todos los registros históricos siendo esto parte del legado de sus antepasados que fueron y son inspiración para los demás con el único objetivo de llegar a las mentes y corazones de su pueblo, convirtiéndose en una inspiración para las generaciones futuras, además de preservar todo lo que es importante para la difusión de ese legado al que hoy en día se lo llama con el nombre de patrimonio.

2.1.2 Patrimonio

Dentro de las sociedades modernas hoy en día aún existen algunas culturas que guardan los legados históricos de su pueblo, un ejemplo muy claro es el de la lengua. En el Ecuador el segundo idioma más hablado y originario del pueblo ecuatoriano es el kichwa y el Shuar siendo los idiomas reconocidos en el país. Actualmente el estado de la República del Ecuador, posee alrededor de 14 lenguas, y a nivel mundial existen siete mil lenguas diferentes. Conociendo estos datos, la lengua es uno de los más grandes patrimonios que una sociedad puede tener, y es su deber conservarla y protegerla, dado que a nivel mundial alrededor de 3000 lenguas están en peligro de desaparecer. (Secretaría del Buen Vivir, 2016)

Son muchos artefactos y legados históricos que resaltan en la historia de todos los pueblos los cuales deben ser preservados, dicho esto el turismo es una de las principales actividades que ayuda a la conservación de la cultura, dado que en el turismo existe una rama a la cual se la denomina turismo cultural, que en términos más sintetizados son los desplazamientos que motivan a la persona a conocer estos lugares, sean con fines académicos, sociales, o simplemente de ocio.

Algunos de los lugares que sirven como un centro de acopio cultural de todos los patrimonios importantes en la sociedad son los museos, destinados para conservar y difundir toda la historia y acontecimientos importantes de un pueblo, la

responsabilidad de guardar y preservar la integridad de un patrimonio o recursos de alto valor para contribuir con la conservación de los legados históricos transformándolos en la actualidad en la evolución de la sociedad (*Hernández, 1992*)

Se puede considerar a los patrimonios culturales como un símbolo de la vida misma expresado en manifestaciones culturales, aquellos datos o hechos de suma importancia que los seres humanos van dejando con el paso los tiempos, estos vestigios, piezas arqueológicas o utensilios de la época aborígen, objetos que servían de herramientas para el día vivir, hoy hacen parte de la historia y de la cual podemos conocer (*Pastor Alfonso, 2003*)

Todos los bienes culturales que se pueden apreciar en la actualidad son el producto de las formas de expresión significativas para los antiguos grupos sociales, hoy convertidas en patrimonio cultural representando su originalidad e identidad, la misma que hace parte del ser humano como resultado de las diferentes formas de ver la vida, experiencias y costumbres sean estas de forma individual o colectiva, según *Arévalo & Mendes (2016)*, desde su punto de vista el patrimonio es la unión entre el pasado y el presente y el presente con el futuro, los patrimonios se interiorizan en la memoria de las generaciones como Patrimonio, Memorial Social e Identidad donde el patrimonio es la constancia física del legado de los pueblos o comunidades ancestrales demostrando su originalidad entre los demás y donde la memoria nos sirve como nexo entre el pasado y el presente. (p.50) Así mismo, para los autores “El patrimonio, como tradición, remite al pasado, pero también a un presente vivo.”

Todos los vestigios, piezas arqueológicas, costumbres, formas orales de comunicación, etc, hacen parte de la historia de los pueblos y que sin la existencia de los mismos no se podrían si quiera hablar de interculturalidad. Por ello los patrimonios pasan de pasado a un presente vivo transformándose en tradición. Por ello se podría decir que el patrimonio es la memoria social de un pueblo, de una ciudad o incluso de un país, conservándolo y transmitiéndolo para las futuras generaciones. Por lo cual es una fuente de la memoria de los pueblos que la ausencia de ella provocaría la repetición de sucesos sin éxito alguno.

Esta memoria social tiene mayor incidencia en los pueblos que no han sido totalmente desarrollados por la globalización donde la lucha por las comunidades en preservar su herencia y sus orígenes cierra total o parcialmente las posibilidades del interculturalismo, es de sorprender que en los países de “tercer mundo” donde los niveles económicos son muy bajos su riqueza cultural y patrimonial es alta por ello el descubrimiento y conservación de los patrimonios suceden en las sociedades de países subdesarrollados (Nuñez, 2006)

2.1.3 Patrimonio cultural material e inmaterial

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, en la búsqueda de una subclase de los variados patrimonios, se ha buscado dividir este mismo en dos áreas principales dentro de la cultura, por lo cual como resultado de la subdivisión se encuentran los patrimonios culturales materiales que hacen parte de las expresiones artísticas culturales que reflejan constancia del desarrollo y conservación de la identidad de un pueblo con el paso del tiempo, estos mismos como su palabra lo dicen se pueden tocar, ser pueden ver siendo la prueba fehaciente del desarrollo de una cultura o un pueblo. Por otro lado, el patrimonio inmaterial que como se puede deducir es aquel que no podemos ver, ni tocar, pero su sentido de pertenencia e importancia para un pueblo o cultura es significativo y que se encuentra reflejado en el día a día de los pueblos como los rasgos distintivos, espirituales, intelectuales, orales, etc. (De Carvalho, 2014)

Los patrimonios son el resultado de las experiencias y modos de vida las generaciones pasadas y que sirven como fuente de información, como una base ancestral de los conocimientos adquiridos y la sabiduría de ellos, en los patrimonios inmateriales no pueden ser visualizados ni tocados, entonces cómo es que son ellos preservados. Según Arévalo (2004) dice que “son heredadas socialmente en un proceso de selección cultural”, los saberes ancestrales sean estas orales, intelectuales son pasadas de generación en generación así se preserva para las generaciones venideras. Este proceso es muy similar al descrito por Darwin en su trabajo de la selección natural de las especies. Estos bienes culturales representan

los bienes materiales, los sociales e ideales siendo estos relevantes en un grupo humano.

Trayéndolo a los tiempos actuales al referirnos de patrimonios no se lo hace solamente para tomar como referencia a las grandes piezas arqueológicas, magistrales edificaciones, piezas de arte, etc. También nos referimos a legado de personas que desarrollaron cada una de las piezas, el conocimiento, la identidad de ellos, el sentido de pertenencia de una comunidad, pueblo o nación en donde se desarrollaron los sucesos.

Los patrimonios se tornan de importancia para la humanidad cuando pasa del ámbito personal al colectivo, es decir cuando comienza a ser de importancia no solamente para uno, sino más bien para los demás, por sus diferentes características del patrimonio, sean ellas perspectivas de un número significativo, relevancia social, o política. Por ella y demás razones se menciona que el patrimonio debe de ser preservado y es entonces cuando el patrimonio tangible se vuelve en intangible.

Dentro de los ámbitos que determinan un patrimonio tangible en intangible varían entre los pueblos, como antes lo mencionábamos se convierte en una cuestión de percepción según quienes aprecien este patrimonio, pasa a ser la identidad de un colectivo quedando plasmado en la memoria de sus habitantes (B De Carvalho, 2014)

La importancia de los patrimonios sea materiales o inmateriales, radica en pasarlo a la siguiente generación, para lo cual debe de ser protegido mediante la documentación, creando nuevas formas de conservación, elaborando planes para la difusión de los mismo, etc.

2.1.4 Turismo cultural

En los últimos tiempos el turismo ha empezado a ser visto como una actividad generadora hacia al aporte social y su interacción con los pueblos. El turismo cultural por su parte tiende a la valoración y cuidado de los recursos. En el consumo de los visitantes a los atractivos culturales se pueden observar actitudes, ideas, creencias

de las personas, así mismo con lo son sus comportamientos. (Richards, 2000) De esa forma se puede decir que no sólo se visita un atractivo por interés de verlo, sino más bien se trata de una necesidad cultural por conocer estos sitios

Por medio del acercamiento de las culturas locales mayores son las posibilidades de estar cerca de los patrimonios (tangibles e intangibles), el cual se convierte en un instrumento o un recurso por el cual las personas van a querer ver, sentir y conocer. El valor del mismo reside en mantener la identidad cultural, dado como se lo había mencionado con anterioridad, mientras mayor sea su contacto con las sociedades externa mayor será el grado de pérdida de aquella identidad cultural (Kravets & de Camargo, 2015)

Es una alternativa para los turistas que desean conocer un área determinada, complementando en mucho de los casos en otra tipología turística. El turismo cultural incide en la memoria de los hombres como eco en su viaje a través de su paso por el mundo, se dejan huellas que serán vistas por muchos con el paso de los tiempos. Este tipo de turismo si bien hemos mencionado que está relacionado con muchos aspectos de estudio, pues bien, también podemos decir que está vinculado con las personas que realizan turismo. (Singh, 1994) Los turistas potenciales que realizan estas actividades que forman parte de la cultura popular, tales como el arte y las galerías, los eventos festivos, los museos y lugares de patrimonio e historia con la finalidad de conocer y experimentar el sentido de la cultura desde una perspectiva diferente de la vida (Hughes, 1996). El participar en estas experiencias culturales lleva a satisfacer las necesidad de conocimientos por parte del turista y tal es su importancia que estos patrimonios le otorgan una experiencia únicas al visitante, por ello la Carta Internacional sobre Turismo Cultural (2003), menciona que la planificación del turismo en sitios culturales debe de garantizar que la experiencia que tiene los visitante por conocer estos recursos turísticos le haya valido la pena y le sea satisfactoria, e incluso desee recomendar aquel sitio para futuras visitantes.

2.1.5 Museo

Un museo es una institución netamente sin fines de lucro, que está al servicio de las sociedades abierta al público en un horario establecido en el cual se exponen obras de arte, piezas arqueológicas, materiales de mucho valor, vestigios de culturas

pasadas, etc. donde se conserva, se estudia, expone y difunde con fines de ser estudiado o simplemente para la recreación y educación del mismo (Consejo Internacional de Museos, 2007), Podríamos mencionar que son los Museos las instituciones que funcionan para conservar e investigar los distintos recursos conformados en un todo, siendo estos muy importantes para la sociedad.

El museo tiene dos pilares fundamentales la colección y la sociedad (Sagüés, 2008), el conocer los recursos que posee el museo y su significado es indispensable para el desarrollo de las funciones del museo, de ello radica la necesidad de desarrollar de manera adecuada y ordenada la documentación de sus colecciones y su investigación de cada una de ellas. Así mismo, preservar todos los recursos utilizando sistemas necesarios para su conservación y restauración en el caso de ser necesario, el museo debe de contar con todos los implementos necesarios para salvaguardar documentos, vestigios y todo lo que considere de alto valor cultural para la sociedad, es por ello que contando con estos estatutos previos en los museos se presentan los objetos culturales al público en conjunto con las características e historia de los mismos, es decir darle todos los elementos de interpretación necesarios superando las expectativas de los visitantes y por su puesto el desarrollar instrumentos que permitan al visitante ser parte de la cultura, el desarrollar actividades y servicios con la visión de difundir las colecciones y la puesta en marcha de su valor trayendo prestigio y fama al Museo.

Dentro de las funciones principales de un museo está en el cumplimiento de ofrecer todos los recursos que hacen de este un lugar ideal para conocer tal y como lo dice el ICOM (Consejo Internacional de Museos, 2007), los Museos tienen una variada serie de recursos que les permiten no sólo funcionar como tal, sino ser centros de cultura vivos que invitan a los visitantes a goce de diversas áreas aprendiendo de una forma Sociable y Amigable con los demás estas obras que además de poseer un alto valor cultural son piezas únicas. Y es en donde el Museo toma forma para la oferta de sus recursos culturales.

Por ello, los museos son actualmente lugares esenciales ya que la visita de los mismos hace parte de una oferta mayor en la zona, generalmente se encuentran dentro de las urbes o también son parte de una comuna o pueblo en donde preservan

sus historias y documentos de valor cultural. Los museos guardan un gran potencial para ser utilizado y disfrutado de diferentes maneras, el canalizar los elementos de identidad de nuestra vida, nuestras historias, los turistas nacionales buscan el poder conocer ya sea por estudios o una simple excursión de campo, pero de una u otra forma son parte fundamental en el desarrollo de los museos. Los visitantes internacionales muchas veces la historia que ellos vivieron dentro de su territorio de nacimiento muchas veces es similar a la de otros pueblos tal es el caso de las múltiples independencias de América Latina y en algunas otras ocasiones los visitantes extranjeros pueden conocer desde otro punto de vista los acontecimientos que si quiera ellos podrían imaginar o reafirmando las bases de un conocimiento previo por el cual fueron motivados a conocer dichos patrimonios culturales.

Son muchas las formas por las cuales la demanda está presente en el desarrollo de los museos formando parte de una actividad que es el motor para llegar a conocer los museos y es el turismo haciéndose ineludible para el concepto de turismo de ocio y la variada ramificación del turismo

Estos mismos se transforman en áreas de esparcimiento y fuentes del conocimiento, es decir son áreas que sirven para el descubrimiento del público en general y del avance de la investigación de sus recursos.

2.1.6 Oferta y demanda en los museos

2.1.6.1 Oferta

El turismo cultural tiene como recursos fundamentales espacios históricos, artísticos, arqueológicos legado de los antepasados, cada uno de ellos hace parte de los factores de desarrollo en la oferta cultural. Los museos son un preciado regalo para el turismo cultural funcionando como un medio de comunicación con la historia no solamente para las personas que estudian estos restos históricos, sino también para los visitantes y para los turistas.

Dicho esto, los museos cumplen tres roles totalmente reconocidos, como lo son la función educativa, la función científica y la función social, siendo esta última como donde debe ir incluida la misión de los museos en el servicio a los turistas

culturales que visitan estos recursos. El museo debe estar en tanto le sea posible pendiente de su demanda (Vacas Guerrero, 2000)

Los visitantes y el público en general deben de ser la razón principal del museo ya que son ellos quienes le dan sentido al museo, ya que para ellos se investiga, se conserva y se difunde. El museo es una institución al servicio de los demás, es por ello que se debe estar constantemente en un acercamiento con el público aprovechando todos los momentos para conocer qué tipo de visitante tiene, para así conseguir la atención de futuros visitantes influyendo en ellos el aprecio por las piezas que contemplan.

Al no contar con la suficiente información segmentada de los recursos no se hace muy posible la idea de conjugar la oferta turística hacia las diferentes industrias del turismo como lo son tour operadoras, agencias, entre otras. La asociación entre ellos podría dar como resultado de recorridos culturales dentro de un full day, visitas a sitios patrimoniales entre otros asociando de una forma equitativa a la oferta y la demanda (DeCarli, 2008)

La valorización de la oferta que el museo recibe dentro del patrimonio es registrada en cifras cuantificables, dentro de todos los Museos del Ecuador se registra el ingreso de los turistas, pero algo muy importante que en reiteradas ocasiones olvidamos estudiar es la capacidad de carga del museo y la división de cada área para poder tener muy en claro las diferentes actividades con las cuales el museo cuenta. El conocer profundamente la oferta será de gran utilidad al momento de la llegada de la demanda.

2.1.6.2 Productos turísticos

La ardua labor por parte de los museos de ofrecer experiencias y satisfacciones únicas, que no pueden ser encontradas en ningún otro lugar producto de los recursos auténticos ya sean estos naturales, históricos y artísticos de relevancia social. Los mismos que se exhiben volviéndose parte de la humanidad, ayudando a comprender la historia de nuestros antepasados y vinculándola a nuestro tiempo presente y

mejorándola en el futuro; para así lograr disfrutar de las experiencias que estas nos dejan en la historia (Kotler & Kotler , 2001)

En cuanto a los productos del museo, existen ciertos requerimientos en cuanto a su ingreso al mismo, es decir el proceso para su transformación en un producto de valor, es por ello que se recopila su información, es decir si hace parte de la cultura material o inmaterial. Toda la información relevante del objeto o pieza arqueológica de valor humanístico es vital para su clasificación en los soportes de la documentación de materiales o bienes del museo. Esta documentación elaborada por los entes encargados del museo sirve para el diseño de un inventario general, este mismo resume todo el contenido del museo, su ubicación, fechas, orden cronológico, etc. Para ellos cada una de las piezas en los museos son archivadas en un expediente, siendo este la unidad base para la documentación de las piezas en el museo, según sea el origen de la pieza o conjunto de piezas pertenecientes a un mismo grupo o a un creador único debe estar cronológicamente en conjunción con las demás piezas. Toda la documentación de las piezas arqueológicas reposa en un archivo, donde a su vez se encuentran los expedientes emitidos para cada una de las colecciones del museo, llevando un control riguroso de su orden y existencia (Zoreda, 1988)

En la labor de desarrollo de nuevas puestas en escena para los visitantes cambiando la forma de realizar la gestión turística en los museos está abriendo nuevas necesidades en el turista que a su vez motiva a conocer algo nuevo, innovador o incluso algo de lo cual ellos desconocían de su existencia. Ello genera demanda de turismo cultural convirtiéndose en una entrada a la diversidad cultural del museo, ampliando y diversificando la oferta en cumplimiento de las necesidades que tiene el visitante.

El visitante o turista preferentemente se dirige a los museos más representativos de la zona, la cultura y las tradiciones con las que cuenta son el motivante para conocer por lo cual les resulta muy novedoso y particular, los visitantes prefieren las instituciones de carácter local o regional, que es en donde se tiene una relación más directa. (ICOMOS, 2003)

2.1.7 Demanda

El visitante es un cliente al cual se debe de atender es decir en términos más concreto, seducir debido a que él es una pieza clave para el desarrollo del museo, es decir nuestro visitante es la demanda que el museo tiene y con la cual se complementa su oferta. En definitiva, si esta relación básica entre oferta y demanda no existiera, el museo solamente sería un almacén muy bien estructurado y ordenado en donde se investigaría ciertos vestigios del pasado; fruto de la investigación se conocería la existencia de los mismos en artículos y publicaciones referentes a la cultura ecuatoriana. (Brea, Museos: Oferta y demanda, 2002)

El registro de ingreso de los visitantes es un material muy útil al momento de conocer la demanda, no solamente se tiene las cifras de ingreso, sino otros datos relevantes que servirán de base para futuros estudios y análisis de la demanda. Esto permitirá conocer cuáles son las motivaciones y las necesidades que este posee, un perfil del visitante y sobre todo la satisfacción tras su visita.

2.1.7.1 Perfil del visitante

Generalmente los principales factores que le dan sentido a la presencia de un museo son los recursos que le otorgan su puesta en valor y por supuesto los visitantes. Las vinculaciones de uno con el otro juegan un papel importante en el desarrollo de los museos. La presencia de personas se podría decir que es la razón de existir los museos, sean estos por motivo de una investigación, paseo familiar, excursión escolar, o simplemente conocer algo, son las motivaciones que mueven al visitante a desplazarse a estos sitios de interés cultural, y de la misma forma para las personas que conforman o hacen parte de ella, sea directa o indirecta es la razón de su existencia. Los museos realizan una serie de programas a fin de atraer y compartir el conocimiento ancestral que guarda, pero en la actualidad la afluencia de público es deficiente. Para que un atractivo se encuentre en constante interacción con su público objetivo, es importante que exista una adecuada comunicación entre las partes, es decir que los museos deben de tener una fuerte interacción con los visitantes, como menciona Simon (2010), en su libro "The participatory museum" en donde no se podía

captar toda la atención de los visitantes ya que la participación entre los visitantes y la institución no era buena.

En mucho de los casos cuando no se cuenta con una buena comunicación los visitantes recorren todas las salas, observan piezas que en algunos casos no se conocen del todo ya que la procedencia de origen del visitante es diferente, entonces no existe el feedback o la retroalimentación, en pocas palabras el visitante sale de la misma forma como entró sin un conocimiento relevante en su vida. Por ello, la misión de la institución es reconocer los diferentes perfiles que tienen los visitantes, que esperan una oferta que responda o supere las expectativas con los productos que tiene el museo (Grund, 2016)

Uno de los pasos para el diseño de un perfil de visitantes es realizar un enfoque centrado al público objetivo, es decir que los productos que son ofertados vayan acorde a las expectativas de los visitantes, desde el momento de ingreso de los visitantes el museo tiene un primer contacto a través de folletos, trípticos, dípticos, etc., pero esta información a pesar de ser parte del contenido del museo, la misma no llega como se espera ya que es una información muy genérica. Los turistas necesitan el acompañamiento a través de guías o información en detalle importante.

Por medio del uso de formularios para identificar perfiles se podrá establecer los diferentes tipos de visitantes que tiene el museo, cabe aclarar que estos deben de ser flexible y escalables, así que la identificación de los perfiles de visitantes en las instituciones museísticas facilita la personalización de los contenidos en las piezas arqueológicas y exposiciones, rompe la barrera del visitante solitario, permite crear y diseñar actividades interactivas y recreativas con los visitantes según sus perfiles. (Grund, 2016)

En los museos existen tres grandes grupos de visitantes, los no visitantes, los ocasionales y los habituales. Los visitantes no visitantes nunca antes habían puesto un pie en el museo, en cambio los visitantes ocasionales son aquellos que deciden viajar al menos una vez al año y por su parte los visitantes habituales como su palabra lo dice son los que tienen mayor presencia de incidencia dentro del museo, es por eso que en los museos se encuentran el visitante fan cuya predisposición de aprender

todo es latente. Planifica y tiene claro la motivación de su viaje, además también se encuentra al turista accidental que forma parte del grupo de los no visitantes y a pesar de no tener una motivación de viaje su vinculación con el museo se produce por motivos de trabajo. Los niños forman parte del grupo de los visitantes habituales ya que al menos una vez al año se realizan visitas a los museos en busca de información o como trabajo de campo etc. (Eveuseología, 2015)

2.2 Antecedentes de la Investigación

2.2.1 Historia del museo Amantes de Sumpa

El Museo "Los Amantes de Sumpa" se construyó con la ayuda de varias instituciones. La Municipalidad de Santa Elena donando el terreno, porque en ese lugar se encontraron los restos de la cultura de Las Vegas. La Fundación "Pro Pueblo", la Cemento Nacional, la construcción física de los pabellones y El Banco Central del Ecuador el montaje del museo Gráfico y Etnográfico. La Fundación "Los Amantes de Sumpa". (Hernandez, 2011)

Al momento de hablar o referirse a la cultura más antigua desarrollada en las costas ecuatorianas, sin duda se habla de la cultura de Las Vegas, que fue denominada así por el arqueólogo Edward Lanning en 1964 debido a su sitio de hallazgo ocupa el primer puesto en las culturas más antiguas de América junto con otra cultura del Perú, se especula que estas dos culturas tuvieron comunicaciones pero por medio de vía terrestre, otros autores señalan que los contactos fueron realizados por vía marítima, aunque sólo sea una hipótesis (Stohtert, 1988)

Se sabe muy poco sobre la cultura como la forma de trasladarse de un lugar a otro en grupos pequeños y estableciéndose por tiempos determinados en una zona, esto habitantes mantenían una organización corta donde no existía jefes supremos ni clases sociales, su forma de vivienda eran pequeñas casas hechas de palos y maleza debido a que subsistían por su única fuente alimentaria como la recolección de frutos, donde una vez que el fruto o grano acabara su etapa de cosecha, los habitantes de la cultura vega emprendían su viaje en busca de nuevos frutos (Dávila & Benítez Arregui, 1998.)

Su forma económica estaba fuertemente basada en los recursos que la tierra les proporcionaba, específicamente por la recolección de frutos y la pesca, para cada una de las actividades que el pueblo de Las Vegas atendía en su diario vivir, tuvieron la necesidad de crear herramientas que les permitan facilitar el trabajo y poder realizarlo en el menor tiempo posible y es de esa forma que a través de piedras (Obsidiana), conchas, conchillas juntas o enlazadas con cuero de pieles de animales para obtener ya sea una arma o algún objeto para la defensa, a pesar de haber sido una cultura nómada, se dice que esta misma estuvo en sus fases finales tuvo un momento de sedentarización por los descubrimientos de zanjas con agujeros que se supone que estaban destinados a la creación de viviendas (Quito Adventure, 2014)

Dentro del estudio de esta cultura se hicieron relevantes hallazgos como el descubrimiento de fogones y huesos de animales elaborados como herramientas, la forma de alimentación según los estudios demuestran que su alimentación estuvo basada en maíz

Por los alrededores de la zona de la Punta de Santa Elena se han encontrado numerosos vestigios humanos de esta cultura ancestral que fue la base para el desarrollo de las otras culturas que se desarrollaron paulatinamente. Uno de los más grandes hallazgos fue el Cementerio en el Sitio Arqueológico Las Vegas, donde se encontró uno de los hallazgos más importantes en la historia ecuatoriana que fueron los Amantes de Sumpa con más de 11.000 años de antigüedad este entierro doble muestra un poco del lado romántico del pueblo de Las Vegas (B Stothert, 1988)

Descubierta en el año 1971 por la Antropóloga Karen Stothert, se pudieron encontrar más de 200 cuerpos clasificados por entierro primario, entierro secundario y entierro de Masivo, hoy en día se tiene en el Museo de los Amantes de Sumpa a este resto óseos que muestran el lado romántico de este pueblo, el hombre con una estatura de 1,70 y la mujer de 1,50 se muestran abrazando el hombre a la cintura de la mujer y su pierna derecha encima de ella. La mujer con aproximadamente 20 años de edad uno de sus brazos están en su cabeza, ambos esqueletos se encuentran colocados hacia el occidente y encima de cada uno de ellos se encuentran colocadas seis piedras grandes en forma de culto ceremonial a sus muertos para protegerlos, Conservan exactamente el sitio donde fueron hallados y que hoy en día hacen parte

del patrimonio cultural tangible e intangible del pueblo de Santa Elena con un valor invaluable (Adoum, 2001)

Las formas de enterrar a sus muertos fue en tanto muy particular, uno de los patrones de entierro más básico fue enterrar a una sola persona en una posición flexionada en fosas redondas, otra forma de entierro fue el desenterrar a un esqueleto humano para sacarlo y colocarlo en forma de paquete para volverlos a enterrar, generalmente esto ocurra en familias y a esto que se le denomina entierro secundario y por último el entierro de un gran número de esqueletos colocados de forma irregular en una fosa donde solo los cráneos están puestos de forma ordenada seguida de un numero de huesos. (Yoshitaka Kanomata, Tabarev Andrei, Tabarev Julia, Sttothert Karen)

2.3 Marco legal

Se considera al patrimonio cultural como la herencia dejada por los antepasados a los pueblos, la cual gira en el entorno de los mismos y que estará presente en la actualidad y generaciones futuras.

Para la conservación y rescate del patrimonio cultural existen varias leyes de diferentes entidades públicas que amparan al mismo.

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

(A. Constituyente, 2008)

Según la Constitución de la República Del Ecuador (2008), Título II, Capítulo II, Sección IV: Cultura y Ciencia; Artículo 21.- “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y a tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la constitución.” Esto quiere decir, que la constitución ampara la libertad de mantener la identidad cultural de los pueblos y la práctica de las mismas.

2.3.2 Ley Orgánica de Cultura (Asamblea Nacional, 2016)

En el Primer Capítulo de Ley Orgánica de Cultura de la Ley Orgánica de Cultura en sus literales “e” y “f” manifiesta que: “Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor; y, Incentivar la descentralización y desconcentración de la institucionalidad del sector cultural y fortalecer su articulación con los sectores de educación, ciencia y tecnología, turismo, producción y otros que se relacionen con el ámbito de la cultura.”

2.3.3 Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2002)

Dentro de la Ley de Turismo en su artículo 16 menciona “Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.”

2.3.4 Reglamento General a la ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2008)

Artículo 64 del Reglamento de Turismo. “Para la determinación de los derechos y los valores a los que se refiere este artículo deberá contarse con los estudios técnicos relacionados con la ejecución de actividades y prestación de servicios turísticos en los términos establecidos en la Ley de Turismo contenidos en el informe al que se hace referencia en el artículo 64 de este Reglamento.

El ejercicio de actividades turísticas en el patrimonio nacional de áreas protegidas deberá constar en los correspondientes planes de manejo con los que cada uno de ellos deberá contar al menos con la capacidad de carga del área y la identificación de los sitios de visita”. (Reglamento de Ley de turismo, 2008)

2.3.5 Plan Nacional del Buen Vivir 2017 – 2021 (SENPLADES, 2017)

La actual Presidencia De La Republica creó el Plan Nacional del Buen Vivir el cual en su Objetivo 2 se considera: “Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas”. Este objetivo ayuda a fortalecer el intercambio cultural entre los ciudadanos nacionales y extranjeros permitiendo, así que las diferentes culturas se den a conocer a nivel nacional e internacional.

2.3.6 Plan Estratégico de desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador hacia el 2020 (MINTUR, 2007)

El plan estratégico para el desarrollo del turismo sostenible hacia el 2020 menciona que en el turismo se debe de llegar a la identificación de los productos turísticos, ya que aquellos esfuerzos de investigación contribuirán a valiosos aportes para la actividad turística del país, es por ello que dentro de la conceptualización de las líneas de productos turísticos tenemos:

El portafolio de productos o mix de productos se refiere al conjunto de productos que se ofrece. En este sentido, para desarrollar el portafolio de productos turísticos de un destino, hay que elaborar lo que se denomina la parrilla de productos que considera en primer lugar, las distintas líneas de producto que se determinan a partir de la motivación principal del turista (Mintur, 2007)

2.4 Marco contextual

La provincia de Santa Elena es sin duda uno de los principales sitios en donde las culturas ancestrales desarrollaron sus actividades. Estas culturas ancestrales mostraron a lo largo de su existencia un gran talento y habilidad que podemos ver reflejada en sus trabajos en cerámicas y diferentes metales convirtiéndose en los tiempos actuales en piezas de gran valor en la historia del pueblo ecuatoriano, algunas de las culturas asentadas en los territorios que comprenden actualmente la provincia de Santa Elena tienen incidencia incluso en otras partes del mundo, siendo también grandes navegantes y exploradas por comercio, entre otras cosas.

Dentro del cantón de Santa Elena se encuentra un espacio destinado a la conservación y difusión de aquellos recursos que son de importancia nacional, para esto el Museo de los Amantes de Sumpa toma el papel principal, como ente de desarrollo cultural en la provincia (Estévez, 2011)

Conforme a lo mencionado por Estévez en su trabajo de investigación “El Museo los Amantes de Sumpa y su Incidencia en el desarrollo cultural”, lo primero que se debe hacer es conocer todo en cuanto a lo referente a los recursos culturales con los cuales el Museo se desarrolla, para ello se debe hacer un estudio descriptivo y de campo en donde los datos obtenidos a través de la observación y as encuestas reflejen el grado de incidencia que el museo tiene. Según lo mencionado por su autora la factibilidad de la investigación es positiva en rescate de los valores culturales de la zona y al mismo tiempo sirve como un modelo operativo para formulación de programas y tecnologías en desarrollo del museo, por ello, propone en base a su metodología, un modelo viable ante la necesidad de crear incidencia en los museos. La investigación abarca los paradigmas cuantitativos y cualitativos, tales como los perfiles de desempeño en la gestión turística en crear incidencia dentro del Museo.

Para ello, fue necesario el recopilar toda la información del museo, además del estudio de los visitantes y determinar su aceptación dentro del museo tanto local, como fuera del territorio de Santa Elena. Como producto de la investigación se pudo diagnosticar que la incidencia por parte de los habitantes del sector no ha sido muy buena, para lo cual se recomienda el desarrollo por parte de los Ministerios como el de Educación, de Cultura, Turismo y los demás entes gubernamentales, promocionando los diferentes tipos de modos de vida de las culturas ancestrales de la época y que hoy en día siguen repercutiendo ya que son parte vital en la historia de los pueblos de Santa Elena y el Ecuador.

De igual manera el Museo Casa León y su investigación de promoción y posicionamiento señala que dentro del territorio de la Santa Elena una de las mayores fuentes de ingreso para el cantón es el turismo por lo cual sus investigadores mencionan en sus conclusiones que la actividad cultural dentro de Santa Elena forma

parte de la oferta de entretenimiento para lo cual el museo se muestra como una nueva forma de turismo cultural. (Lizán Rodríguez & Rubén, 2014)

Los proyectos de puesta de valor de los patrimonios son vitales en el desarrollo del turismo de Santa Elena como oferta local y por supuesto como oferta Nacional, dado que el turismo crece a un ritmo muy rápido en todas partes del mundo, es necesario ser parte de ese crecimiento con los productos culturales, el turismo es una fuente generadora de ingresos tanto económicos, como sociales inducida por medio del intercambio de pensamientos y de lenguaje, por lo tanto es necesario desarrollar los atractivos históricos que forman parte del patrimonio nacional.

Esto es un principio determinante para el desarrollo del Plan Estratégico turístico de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural en el centro de interpretación museo Cacique Baltacho de la comuna San Marco, 2014 (Yomaira Balón) para lo cual se empleó la metodología Analítico – Deductivo en el cual se pretendió llegar al diseño de estrategias que permitan mejorar la actividad turística dentro del museo de la comuna San Marcos, el estudio de la investigación demostró que el desarrollo de actividades dentro del museo, señalización, planes de marketing son fundamentales para su potencialización frente a la demanda para lo cual el desarrollo de estrategias dentro del museo es importante siempre y cuando se tenga una vinculación con la población, la economía y la cultura bases importantes de un turismo cultural.

La creación de actividades con respecto a la cultura para fomentar y aumentar el desarrollo cultural dentro de los territorios del Ecuador es muy importante, tanto así que el Distrito regional del Ministerio de Cultura durante dos años ha trabajado en actividades, tales como clases danza, tallados en tagua, diseño de sombrero de paja toquilla, técnicas de fotografía, ferias culturales afrodescendientes, entre otras. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)

2.5 Marco conceptual

Actividades Lúdicas.- Actividad placentera donde el ser humano se libera de tensiones, y de las reglas impuestas por la cultura. Son aquellas que remiten directamente a la diversión o al juego y que no represente ningún otro objetivo externo o deducible a simple vista. (SETURNA, 2008)

Aficionado: Persona que está muy interesado y entusiasmado sobre un tema en particular (Cambridge University Press , 2017)

Atractivo turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. Estos pueden ser atractivos naturales o culturales. (SETURNA, 2008)

Demanda turística. - se puede definir la demanda de dos formas la primera se refiere a la total de turistas que concurren en una región, país, zona o atractivo cualquiera y a los ingresos que generan, y la segunda establece, para cada una de las unidades espaciales anteriores, la distribución de los consumos entre toda la gama de servicios, que se ofrecen en esas mismas unidades. (Roberto C. Boullón, 2012)

Demanda: Se refiere a la persona o conjunto de personas que se encuentran motivados por un conglomerado de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades (OMT, 1998)

Destino turístico. Un destino turístico local es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se cuenta a menudo la comunidad anfitriona, y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores. (OMT, 2002)

Es la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe (ESADE, 1996).

Este lugar ofrece una serie de atracciones y de instalaciones y servicios turísticos afines, que un turista o grupo de turistas escoge para visitar o que los proveedores deciden promocionar (Organización Mundial del Turismo, 1996).

Experto: Persona con un alto nivel de conocimiento y habilidades acerca de un tema o actividad (Cambridge University Press , 2017)

Infraestructura: en la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicio con que cuenta un destino para sostener sus estructuras sociales y productivas. (Roberto C. Boullón, 2012)

Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en Red de transportes (red ferroviaria y vial), Terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), Redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), Redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, Internet, etc.) (SETURNA, 2008)

Lugar que tiene características conocidas por un número suficiente de visitantes potenciales para justificar su consideración como entidad, incitando al viaje por sí misma, independiente de las atracciones de otras localidades (Mathieson y Wall, 1990).

Oferta Turística: el análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado. (Roberto C. Boullón, 2012)

Oferta: El conglomerado de productos turísticos y servicios que están puestos a disposición de los turistas, visitantes o excursionistas para su goce y deleite (OMT, 1998)

Pero sabemos que no sólo basta tener esta diversidad de atractivos con que dios nos ha privilegiado, sino que debemos aprender que, para ofrecer un buen producto turístico, por tanto, hay que armonizar como elementos mínimos que lo componen son:

Planta Turística: los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que denominamos planta turística que está integrado por dos elementos el equipamiento y las instalaciones. (Roberto C. Boullón, 2012)

Producto turístico. - Se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades (Iglesias, 1995:149)

Recorrido turístico. - es un recorrido cuya duración no excede de veinticuatro horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye, transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia. (SETURNA, 2008)

Se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte) (Acerenza, 1982).

Servicios turísticos: Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, etc. (SETURNA, 2008)

Superficial: persona que se preocupa por aspectos exteriores en cuanto a su entorno (Definición ABC Cooperation, 2015)

Turismo comunitario. - comprende toda actividad turística recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural se manera sostiene con la participación prioritaria de las comunidades nativas. Todo esto con el fin de ayudar a las personas de las comunidades en su propio desarrollo, mediante la implementación de un turismo responsable, amigable con la naturaleza y preocupados por la preservación de nuestros recursos naturales. (Núñez F. ,2007)

Turismo: Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (OMT, 2002)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

El presente trabajo investigativo está basado en un enfoque mixto de la investigación, el estudio se realizó en base a las herramientas de investigación como lo es la observación in situ dentro del Cantón Santa Elena, donde uno de los principales objetivos a estudiar son los visitantes del cantón de Santa Elena que llegan al Museo Amantes de Sumpa, y por supuesto sus principales atractivos.

Siendo considerado un sitio de albergue de piezas arqueológicas y uno de las principales razones por la que es conocido, los esqueletos abrazados pertenecientes a la Cultura las Vegas considerada como una de las más antiguas que se establecieron en el Ecuador.

Su ubicación también se encuentra dentro de los factores relevantes de este patrimonio, siendo este el antiguo cementerio vega y que en tiempos actuales es donde se asienta el museo. Es sin duda un gran tesoro pero que lamentablemente no ha alcanzado un crecimiento de la demanda turística, para lo cual no existen registros de los mismos.

Se realizó una investigación mixta dado que en el estudio de la oferta y la demanda se encuentran dos factores muy importantes que son merecedores a su estudio, por una parte, está el estudio cuantitativo de las llegadas de visitantes al museo en la Provincia de Santa. El estudio de estos datos pone en relevancia el número de visitantes que llegan a este atractivo de interés nacional, de esta forma el análisis de la demanda se ve reflejado en aquellos datos. De igual forma el estudio cualitativo es de gran importancia para el desarrollo de la investigación, debido a que es necesario conocer a más del número de visitantes que llegan, es importante en el turismo conocer las motivaciones o los principales atractivos turísticos que el visitante desean conocer focalizando la demanda en distintos sectores de mercado y por supuesto mejorando la oferta del Museo estableciendo las diferentes capacidades de

carga con las que el Museo dispone para el albergue de turistas en sus distintos espacios. (Sampieri, Collado, Lucio, & Pérez, 1998).

Estableciendo como punto de partida una investigación aplicada, investigación que estuvo basada en dos escenarios distintos que nos permite realizar el enfoque mixto de la investigación. El primero, la investigación cualitativa, a través del estudio de los visitantes al museo, preferencias, motivaciones, país de origen, etc., se nos permite tener un panorama más extenso sobre los diferentes perfiles de los turistas para el desarrollo de su oferta. El segundo escenario, la investigación cuantitativa para lo cual se emplea el número de visitantes estratificándolos por edades, promedio de visitas, grados de satisfacción, etc.

Entre las herramientas que se utilizaron para la recolección de datos está inmersas la encuesta, entrevista, lluvia de ideas, revisiones bibliográficas y datos estadísticos, todas enfocadas en acoger las opiniones de los visitantes y autoridades competentes, con el fin de dar una respuesta favorable ante la poca valoración del patrimonio cultural que alberga este sitio. Dicho estudio es de beneficio para el desarrollo futuro del Museo de los Amantes de Sumpa en la comunidad de Santa Elena y el desarrollo de nuevos proyectos turísticos mejorando de manera significativa la institución y el turismo local.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Investigación documental

Uno de los primeros pasos en la investigación son las fuentes bibliográficas como un ante sala del desarrollo y metodología de la investigación proporcionando datos y conocimientos ya existentes de investigaciones, posteriores, estudios generales, etc. por medio del uso de las fuentes primarias y secundarias de la investigación, cómo el escritor Enrique Adoum, (2001), el Arquólogo Paúl Bahn, (1993). la investigadora Dávila & Benítez Arregui (1998). la historiadora Bianchi Bandinelli, (1982). el Sr. Jose Luis Garcia (1998) profesora de historia de la Universidad de Compluense de Madrid Hernández Francisca, 1992, etc. Se pudo clarificar de manera general el desarrollo turístico que ha tenido el museo Amantes

de Sumpa y de sus avances en el transcurrir de los tiempos profundizando todo este conocimiento a priori.

La investigación bibliográfica se refleja por el uso de documentos, libros, artículos científicos, revistas de investigación, entre otras con el objetivo de conocer, comparar cada uno de estos pensamientos sacando nuevos enfoques, análisis, métodos de estudio, conceptualizaciones con el objetivo de expandir el conocimiento produciendo nuevas corrientes ideológicas y propuestas de desarrollo.

La presente investigación usa a modo de consulta la recopilación de libros y documentos que correspondan a la oferta y demanda del museo, además del desarrollo de productos turísticos existentes y nuevos en importancia para el turismo local y nacional.

3.2.2 Investigación de Campo

Este tipo de investigación permite el estudio del problema a investigar, para lo cual por medio de diferentes herramientas se tomó las variables del problema y se analizaron mediante procesos que llevaron a descubrir las principales causas o consecuencias del problema, llegando a conclusiones que permitieron el desarrollo y posibles soluciones al problema aportando al avance de la investigación. Dentro de la investigación de campo se tomaron todos los recursos pertinentes en mención del objetivo de investigación, convirtiéndolo en un estudio en vivo de todos los acontecimientos o hechos que fueron de relevancia como las circunstancias, el desenvolvimiento de las personas en las zonas de mayor interés, la recopilación de la información dependió en mucho de los acontecimientos en la zona de investigación, es decir que al hacer este tipo de estudio se debe tener en cuenta los mejores momentos para aplicar las técnicas de investigación tales como la encuesta, observación entrevistas, entre otras.

Por medio del uso de exploración dentro de la comuna de Santa Elena con la utilización de las herramientas de la investigación tales como la observación del

campo se obtuvo la información en detalle de la situación del Museo. La deficiente oferta y por supuesto demanda que tiene el museo es nuestro objeto de estudio el conocer cuáles son los diferentes mercados que llegan al museo y poder segmentarlos por medio de un perfil de visitas estableciendo productos turísticos para cada una de las temporadas de turismo en el Ecuador.

3.3 Métodos de la investigación

Los métodos de la investigación designada para el avance del proyecto fueron el teórico y empírico, dado que el objetivo de la investigación es en base a la oferta y la demanda del Museo de los Amantes de Sumpa por lo cual fue necesario comprimir y descomprimir toda la información recopilada. Partiendo desde lo más particular hacia lo más específico y viceversa, permite al objeto descubrir las diferentes esencias y atributos del problema apoyada en los procesos de análisis, síntesis, inducción y deducción.

3.3.1 Métodos teóricos

Dentro de los métodos teóricos destaca el método histórico lógico en donde lo histórico es caracterizado por los aspectos externos y de cómo su evolución ha ido incidiendo en el mismo, y el lógico junta el aspecto teórico del objeto como datos generales, avances relevantes, etc.

Partiendo desde sus bases hacia el centro del objeto de estudio a través del análisis y verificación de la información juntándose con el método teórico de la investigación.

3.3.1.1 Método analítico - sintético

Este método compone descomposición y composición de los datos obtenidos por medio del uso del análisis y la síntesis en cada uno de los datos se investigó a manera individual entre cada uno de los componentes de la oferta y la demanda, además de los beneficios del desarrollo de nuevos productos turísticos vinculado a los perfiles de los visitantes y por supuesto el grado de satisfacción al conocer este sitio de interés nacional.

Todo en cuanto al análisis de los datos parte de la descomposición entre la oferta, es decir se necesita conocer cada una de las partes que está diseñada la oferta en el museo con sus áreas divididas desde el comienzo de las culturas desarrolladas en el perfil costero hasta su desarrollo como cantón antes de ser separado de la provincia del Guayas como nueva provincia. Otra de las ofertas que hace parte del museo es el turismo cultural, el área etnográfica tiene su relevancia en el museo, las casas tradicionales de los pobladores de Santa Elena y sus diferentes oficios que le permitían subsistir, además de sus entierros y formas de vida.

Para el desarrollo analítico es importante tener en claro e identificado los diferentes componentes del objeto a investigar luego se procede a dividir por partes a fin de examinarlos en un proceso de observación, una vez claro los resultados de los análisis se clasifica aquella información en un proceso de prioridad a lo que se busca descubrir. Es importante recordar que en el proceso del análisis de todos los datos no se descartó ninguna probabilidad secundaria o ajena al objetivo de la investigación.

Pasando por todos los procesos que conlleva el análisis y la clasificación de los mismos se debe resumir para que la información sea más comprensible y es en donde aparece el método sintético que como ya se ha mencionado es el resumen oficial de la investigación, se podría incluso decir que es quien compone toda la información para tener muy claro todos sus beneficios. Cuando buscamos diagnosticar hacemos una construcción o una síntesis de los componentes del objetivo y basándonos en ellos podemos lanzar resultados favorables o desfavorables en la investigación. En el proceso para la síntesis de la investigación, la recapitulación total o parcial ayuda a reajustar los conocimientos antes obtenidos y permitió rectificar errores a medida de la evolución de la investigación.

3.3.1.2 Método inductivo – deductivo

El método inductivo trabaja para generar conclusiones, aunque dichas conclusiones de este método son seguras, la veracidad está basada en los datos provistos por el objeto, es por ello que los visitantes fueron sometidos a este estudio, la demanda que genera este sitio nacional es vital para el desarrollo de sus funciones,

de ahí la necesidad de analizar los visitantes tanto desde su ingreso como su salida. En cada una de las secciones se estudió las piezas o los vestigios a los cuales ellos enfatizaron su asombro al saber de ellos.

Basándonos en el método inductivo se puede mencionar que a todos los visitantes les mueve a conocer los restos de aquellos amantes por el que el museo y la comunidad de Santa Elena es famosa, pero a más de ello las formas de desarrollo de cada una de las culturas tienen una reacción diferente en cada visitante, así como sus formas de vida. Otra de las inferencias que pudimos hacer es que dependiendo el origen o la procedencia del visitante será su acogida ya que si es un visitante de la región sudamericana contará con un conocimiento previo de estas culturas y más aún si es un visitante nacional.

Para el estudio inductivo se debe de separar cada uno de los componentes que conforman la demanda, estratificándolos y estudiándolos de manera diferente. Partiendo de la observación despejamos todas las áreas, es decir partimos de lo desconocido hacia lo conocido.

En el estudio deductivo sucede todo lo contrario, en base a los hechos ya conocidos parte el razonamiento deductivo unificando todos estos conocimientos para emitir un juicio de valor o una veracidad ante la situación, en mucho de los casos hasta contando con hipótesis que será acreditadas o desacreditadas conforme el desarrollo de la investigación. Uno de las características dentro de la deducción fue el número de visitantes que logran llegar a este sitio, cómo se había mencionado en el razonamiento inductivo ahora será vital estudiar el número de visitantes ya que por medio de aquella característica en la demanda pudimos establecer el grado de acogida que tiene el museo, además de las edades de los visitantes ya que de ello dependerá su interés en los sitios visitados, en mucho de los casos se pudo observar que llegan muchas escuelas o centros de estudio al museo, como parte de las salidas estudiantiles contempladas en sus plan de estudio por lo que es importante saber cuán a menudo estos centros llegan a visitar, si son visitantes frecuentes, temporales o de aquellos que sólo asisten una vez.

3.3.1.3 Histórico – lógico

En cuanto a este método de investigación está fuertemente vinculado con las diferentes etapas en cuanto a su trayectoria cronológica y sus diferentes procesos de desarrollo, para la profundización del método mencionado es necesario conocer toda la historia relevante al objeto de estudio, además de poder entablar las diferentes relaciones en cada uno de los eventos según sea su orden cronológico.

Dentro del razonamiento histórico comprende cada una de las rasgos por lo que la comunidad de Santa Elena ha pasado a lo largo de su propia historia, el desarrollo de las primeras comunidades como la cultura Los Vegas de los cuales no hay muchos datos que demuestren de su llegada al Ecuador pero que marcaron una etapa importante como lo fue el inicio del periodo formativo hace más de 6000 años antes de Cristo y le prosiguieron las demás culturas en los diferentes periodos como el Desarrollo Regional e Integración.

Durante el proceso de desarrollo de cada una de estas culturas se marcó un precedente y por supuesto la cultura Los Vegas no fue la excepción dado así que guarda la historia y los restos arqueológicos de dos amantes que fueron enterrados juntos y que actualmente conservan exactamente el lugar en donde fueron hallados. En el proceso de excavación se encontraron diferentes fosas en donde reposaban los huesos de aquella cultura de Sumpa, en mucho de los casos eran hallados en fosas comunes y otros en fosas independientes demostrando así su ritual de entierro, dado que estas osamentas no pudieron ser movidas por su antigüedad se decidió construir el Museo Los Amantes de Sumpa para la conservación de los mismos.

Se pudo verificar que el museo Amantes de Sumpa nace con la necesidad de preservar y difundir los vestigios más importantes en torno a la historia del pueblo ecuatoriano, en manos de Karen Stothert, iniciando sus primeras investigaciones. Cada una de las fases de desarrollo de las culturas han sido recaudadas y guardadas en este centro cultural en donde algunos visitantes nacionales llegan a conocer aquellos sucesos que fueron de importancia y que para algunos visitantes

internacionales es recobrar la historia de otros pueblos que se desarrollaron en diferentes partes del mundo.

3.3.2 Método empírico

Dentro del método empírico el aporte que este mismo le da a la investigación radica de la experiencia es decir en el transcurso de la investigación donde surgieron nuevas concepciones o características del objeto de investigación por lo cual los resultados siempre se basaron en la experiencia obtenida. Este tipo de investigación conecta de forma directa el estudio con la práctica entre el objeto y los diversos aspectos. El método de la investigación empírica junto un variado número de procesos a seguir con su objeto de estudio que relevan la esencia del objeto, generalmente este tipo de investigación como su nombre lo indica se basa de la experiencia de diferentes autores.

3.4 Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.1 Observación directa

Como su nombre lo indica es que tiene una vinculación real o directa con el objeto de la investigación convirtiéndose en el método más eficiente al momento de la realización de la investigación conociendo la apreciación de todos los fenómenos. Para la realización del mismo se debe tener en cuenta ciertos datos extras que contribuyan a la investigación, tales como los días en donde la afluencia de turistas es mayor o donde el número de la capacidad de carga del museo llega a sus mejores niveles, etc. Teniendo en cuenta el espacio y su contexto natural, social y turístico se realizó una planificación al momento de observar los diferentes fenómenos del objeto, además se tuvo a consideración las condiciones tanto climáticas, de carga para el estudio y sus medios de recolección por lo cual se desarrolló una ficha de observación hacia el visitante basándonos en los juicios de valor obtenidos una vez concluida la investigación.

La misma es la acción de observar detenidamente todos los fenómenos o cambios que se presentan en el objeto de investigación, esta es una de las principales formas de realizar una investigación, fundamentalmente en los procesos de

investigaciones cualitativas o cuantitativas, en un contexto real en donde se vive y se desarrollan diferentes actividades y en la cual la observación recopila todos esos datos más significativos.

Para la realización de la observación, uno de los principales recursos es estar muy atento a todos los cambios o comportamientos presentados, percibir todos los sucesos tomando un punto neutral se pretendió observar los fenómenos en su estado natural, es decir visualizar las actividades de turismo junto con los visitantes en su forma habitual, tal cual esta ocurre en su día a día con el fin de la obtención de datos más exactos frente a la realidad del museo. Para ello, se diseñó una ficha de observación priorizando los comportamientos de los visitantes en las distintas áreas del museo estratificando los perfiles de los visitantes en superficiales, aficionados y expertos para conocer mejor los diferentes mercados que el museo tiene y de esa forma crear propuestas en base a la demanda potencial.

3.4.2 Entrevista

La forma de tener un conocimiento más amplio con respecto al objeto de la investigación es por medio de la entrevista, en base de las experiencias y conocimientos de los arqueólogos, directores, y coordinadores del museo Amantes de Sumpa, se pudo captar de forma más amplia cuáles fueron las principales áreas que los turistas desean conocer y su oferta principal como la complementaria. A través de la entrevista se pudo tener una visión diferente de cómo se tenía pensado al respecto del museo.

De acuerdo al diseño del formato de la entrevista se pretendió hacer las mismas preguntas a los entrevistados con ciertas variaciones que son determinantes a su profesión y su ocupación respecto al museo.

3.4.3 Encuestas

Uno de las técnicas más informales para la recolección de información son las encuestas, por medio del uso de instrumentos para ser llevadas a cabo de una forma

más directa con el público que se encuentra relacionada con el objeto, algunos tipos de cuestionarios son con preguntas abiertas y cerradas. Así mismo, permitirá la medición de grados de satisfacción, entre otras, cada una de estas con un lenguaje claro para conocer las diferentes opiniones de la población sobre el museo. El desarrollo de las preguntas debe de estar vinculadas a los datos que se desean buscar para lo cual fue importante desarrollar un tipo de encuesta con un total de 21 preguntas, entre las cuales 19 fueron preguntas cerradas de opción múltiple y 2 preguntas abiertas. La realización de las encuestas contribuyó al desarrollo de los perfiles de los visitantes en 3 mercados potenciales.

3.5 Población y muestra

La población definida en esta investigación son los visitantes que llegan al museo, que fue determinado para definir el perfil de los visitantes dentro del museo Los Amantes de Sumpa de la comuna de Santa Elena. Se estudió rangos como procedencias, factores de incidencia, además de las actividades que les gustaría realizar en un futuro, esto permitió segmentar la demanda en tres clases que detallaremos posteriormente.

Para la determinación de la muestra se tomó la población de los visitantes del Museo Amantes de Sumpa, tomados del portal cultural del Ministerio de Cultura y Patrimonio en el 2016 arrojando la cantidad de 39.248 visitantes.

3.5.1 Simbología

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población= 39.248

P: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

Q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 6%; $E = 0,06$

Z: nivel de confianza, equivalente a 94%, $Z = 1,88$

3.5.2 Fórmula

Siendo la población finita, se aplicará la siguiente fórmula estadística:

Donde:

N= 39.248

Z= 1.88

P= 0.5

Q=0.5

E= 0.06

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$= \frac{39248 * 1,88^2 * 0.5 * 0.5}{0.06^2(39248 - 1) + 1,88^2 * 0.05 * 0.25}$$

$$n = \frac{39248 * 3,84 * 0.25}{0.0036 (39247) + 3.54 * 0.25}$$

$$n = \frac{34636.36}{141.29 + 0.88} = \frac{34636.36}{142.18} = 265.00$$

$$n = 265$$

De acuerdo a la aplicación de la fórmula finita da como resultado la realización de 265 encuestas. El tipo de muestro desarrollado es el probabilístico, aleatorio simple.

3.6 Análisis de los resultados

3.6.1. Encuestas dirigidas a los visitantes

Tabla 1

Encuestas a visitantes (Procedencia)

Procedencia	Nro.	Porcentaje
Salinas	104	39.25%
Guayaquil	31	11.70%
España	12	4.53%
Quito	44	16.60%
Loja	38	14.34%
Ibarra	11	4.15%
Machala	4	1.51%
Puyo	10	3.77%
Latacunga	9	3.40%
Argentina	2	0.75%
Total	265	100%



Figura 1. Procedencia de los Visitantes

Como se puede revisar en la figura 1, dos mercados potenciales quienes registran mayor número de ingresos, uno de ellos son los habitantes de Salinas, cabe destacar que su mayor concentración radica en las ferias que se realizan dentro del museo, otro de los mercados potenciales son las personas de la sierra ecuatoriana registrando en total un 43% dentro del registro. Los habitantes de Guayaquil ocupan el 31 % de visitas siendo un mercado potencial a desarrollar dada su cercanía con la provincia de Santa Elena. Finalmente, con el registro del 6% de visitas extranjeros provenientes de España y Argentina.

Tabla 2
Encuesta a visitantes (Género)

Género	Nro.	Porcentaje
Hombre	147	55.47%
Mujer	118	44.53%
Total	265	100%

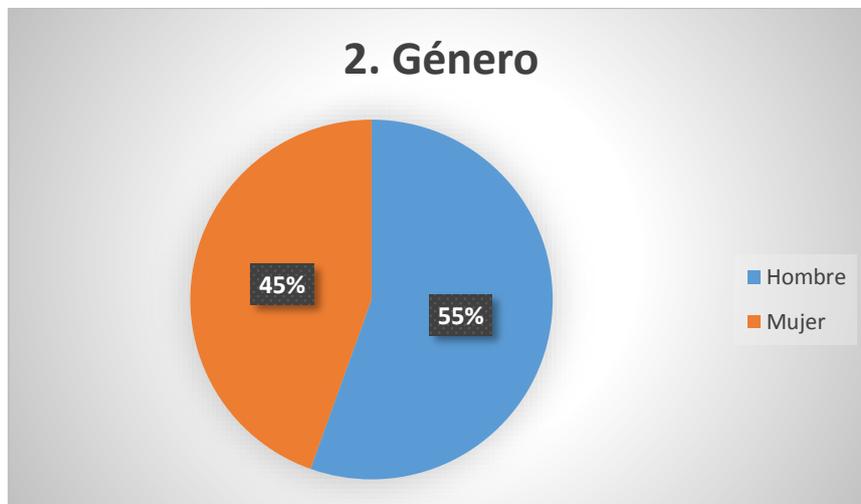


Figura 2. Género de los Visitantes

En base a los resultados obtenidos producto de las encuestas se registró un 55% de visitantes de sexo masculino siendo ellos lo que mayor incidencia tienen en el museo, pero las mujeres con 45% se puede decir que su incidencia también es significativa dentro del museo, con la diferencia del 12% en sus visitas.

Tabla 3
Encuestas a visitantes (Estado civil)

Estado Civil	Nro.	Porcentaje
Soltero	151	57%
Casado	93	35%
Divorciado	19	7%
Viudo	2	1%
Total	265	100%

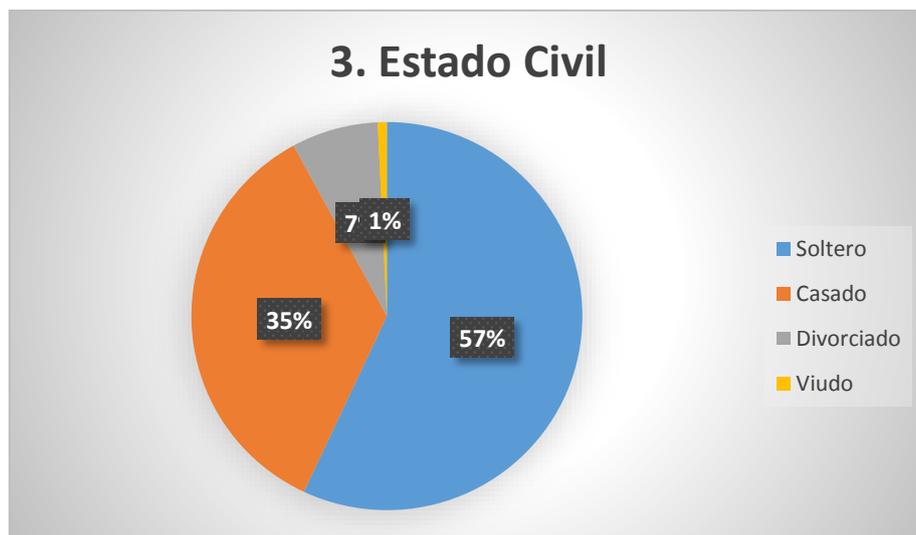


Figura 3. Estado Civil de los Visitantes

Como se muestra en la figura 3, el 57% de los visitantes se encuentran solteros, en su mayoría a que los visitantes son jóvenes que en algunos casos viajan junto a las familias siendo ellos el principal segmento en la oferta en donde el 35% son los padres o las personas que están casados, la mayoría de este segmento realiza turismo en conjunto de familiares y por último con el 7% se encuentran divorciados y el 1% viudo. Los visitantes del museo prefieren hacer turismo en familia siendo los solteros y los casados los que mayor incidencia tienen.

Tabla 4
Encuesta a visitantes (Instrucción)

Instrucción	Nro.	Porcentaje
Primaria	31	12%
Secundaria	99	37%
Tercer Nivel	123	46%
Cuarto Nivel	12	5%
Total	265	100%

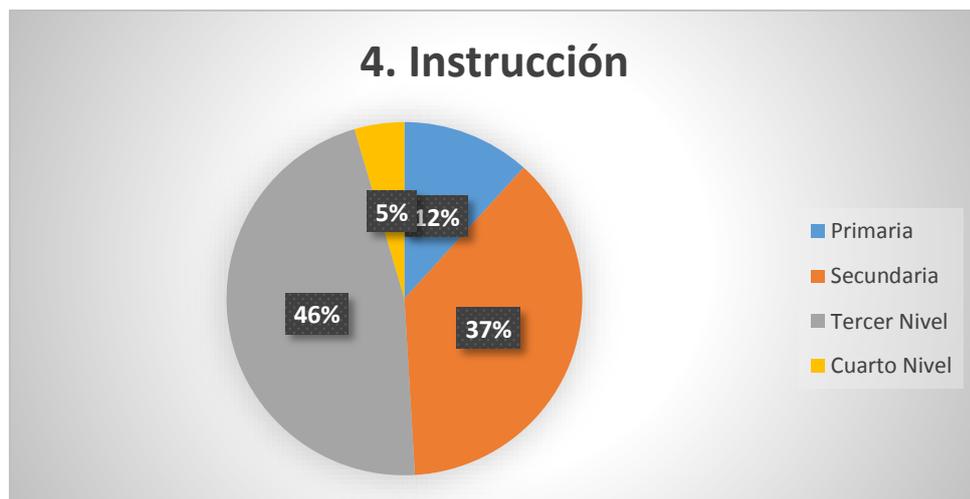


Figura 4. Instrucción Académica de los Visitantes

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 46% de los encuestados poseen instrucción de tercer nivel por lo cual es factible el desarrollo de productos en base a ellos y en los que tienen instrucción secundaria, juntando estos dos mercados dentro de un solo producto que sea entendible, cultural y divertido.

Tabla 5
Encuestas a visitantes (Edades)

Edad	Nro.	Porcentaje
16-25	109	41%
26-40	103	39%
41-65	53	20%
Total	265	100%

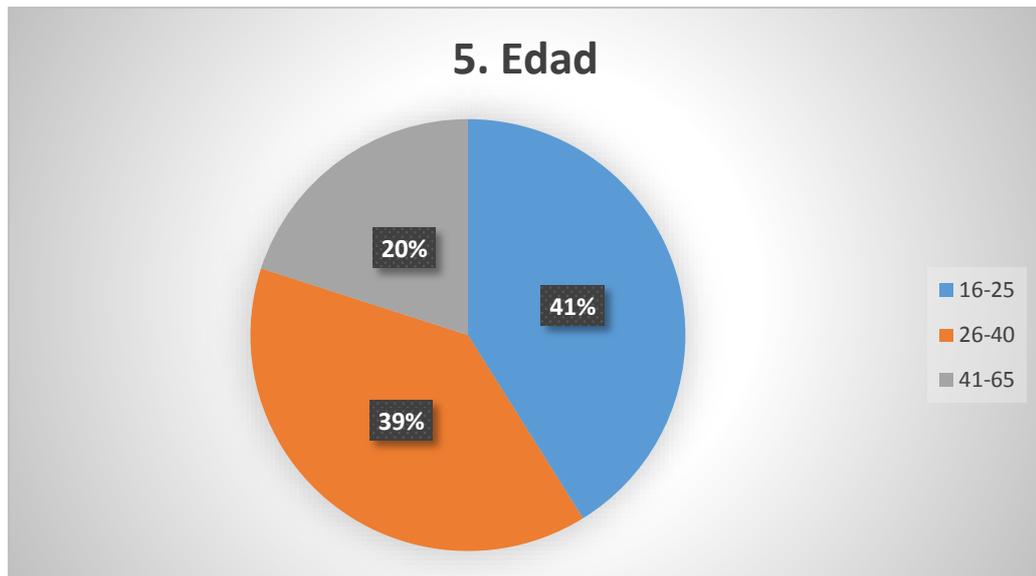


Figura 5. Edades de los Visitantes

Acorde a los encuestados, se pudo deducir que la mayoría de los visitantes oscilan entre las edades de 16 a 25 años siendo el 41% de visitas, convirtiéndose ellos el principal mercado al cual los productos turísticos se desarrollaran, además en secuencia los de 26 a 40 también forman un papel fundamental entre los visitantes del museo con un 39% de visitas.

Tabla 6
Encuesta a visitantes (Viaje)

¿Cuándo Viaja lo hace?	Nro.	Porcentaje
Solo	21	8%
Con Pareja	75	28%
Con Amigos	40	15%
Con Familiares	129	49%
Total	265	100%



Figura 6. Preferencias de viajes

En base a las respuestas de los encuestados, se puede observar que con un 49% de visitantes gustan de hacer turismo junto con sus familias, en mucho de los casos por motivo de vacaciones acudiendo a estos centros culturales como parte de su recorrido, dentro del 28% de los visitantes gusta de hacer turismo con sus parejas siendo un mercado en donde se puede desarrollar diferentes productos para las parejas y por último el 15% de los visitantes gusta de hacer turismo con sus amigos.

Tabla 7
Encuesta a visitantes (Actividades)

Actividades en tiempo libre	Nro.	Porcentaje
Deporte	13	5%
Viajar	126	48%
Caminar	64	24%
Turismo	62	23%
Total	265	100%



Figura 7. Actividades de Tiempo libre de los Visitantes

El 48% de los visitantes respondieron que una de las actividades que más les gusta hacer es viajar, el 23% mencionó que gusta de hacer turismo, estos dos mercados están muy ligados uno con otro en donde la actividad del turismo crece día a día por lo cual, el desarrollo de nuevas ofertas que atraigan a los turistas es de vital importancia, dado que a mayor demanda mayor será la oferta logrando la calidad y eficiencia en el turismo.

Tabla 8
Encuesta a visitantes (Valoración)

Apreciación del Sitio	Nro.	Porcentaje
Interesante	168	63%
Complejo	67	25%
Aburrido	30	11%
Total	265	100%

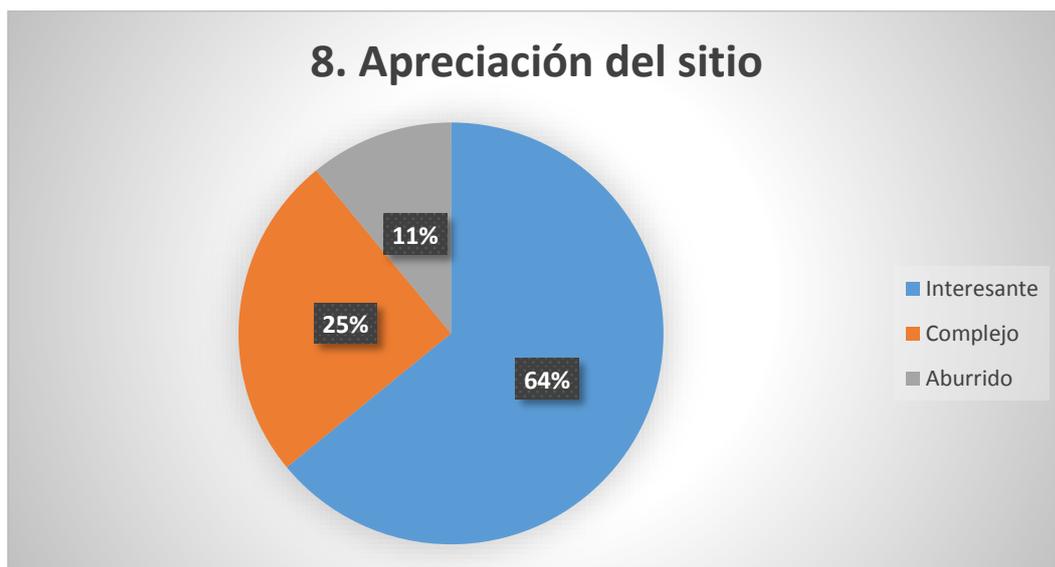


Figura 8. Apreciación del Sitio

Los visitantes que llegaron al museo calificaron con un 64% que tanto las instalaciones del museo como sus recursos culturales fueron de interés, siendo esto un factor importante, en donde los visitantes gustaron de todas las exposiciones culturales, el 25% de los visitantes respondió que la información exhibida en el museo resulta compleja. Es un mercado que el museo debe estar al pendiente, dado a que no se tornó aburrido, sino más bien no llegaron a tener total comprensión del sitio. En base a ello se debe crear información entendible, además de la forma de exposición de los vestigios arqueológicos.

Tabla 9
Encuesta a visitantes (Motivos de visitas)

Factores que inciden en la visita	Nro.	Porcentaje
Conocimiento Previo	47	18%
Recomendación	79	30%
Disponibilidad de Tiempo	74	28%
Planificación de Ruta	28	11%
variedad de Atractivo	36	14%
Costos	1	0%
Total	265	100%

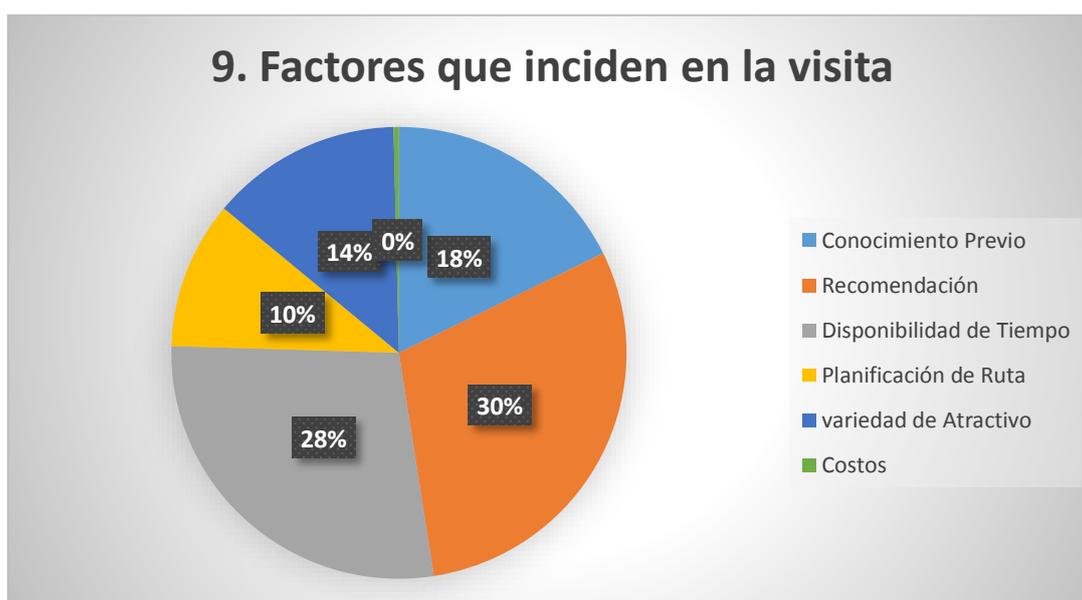


Figura 9. Factores de Visita

La mayoría de los visitantes respondieron que llegaron al museo por medio de la recomendación con un 30%, esta variante se asocia con la disponibilidad de tiempo, con un 28% en donde los visitantes que llegan a Santa Elena acuden al museo dado la recomendación del sitio y la disponibilidad de tiempo. Con el 18% de los encuestados respondieron que tenían un conocimiento previo del sitio lo cual implica que ellos ya conocían o habían visitado el museo con anterioridad.

Tabla 10
Encuesta a visitantes (Sitio)

Conocimiento del sitio	Nro.	Porcentaje
Publicidad	59	22%
Internet	108	41%
Agencia de viaje	0	0%
Amistades	98	37%
Total	265	100%

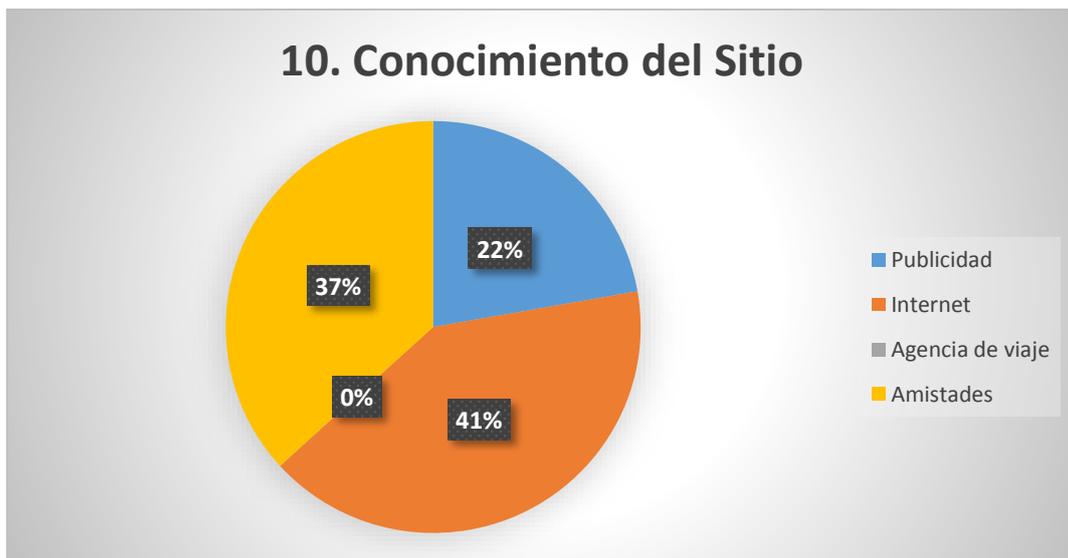


Figura 10. Conocimiento del Sitio

Las personas que visitan el museo lo hacen por medio de la recomendación de amistades que conocieron el museo en una ocasión anterior, dentro del 41% de los visitantes conocieron de este sitio a través de internet, es decir por medio de uso de sistemas de posicionamiento global u otros medios de información.

Tabla 11
Encuestas a visitantes (Transporte)

Método de transportación	Nro.	Porcentaje
Propio	218	82%
Financiado	47	18%
Agencia de viaje	0	0%
Total	265	100%

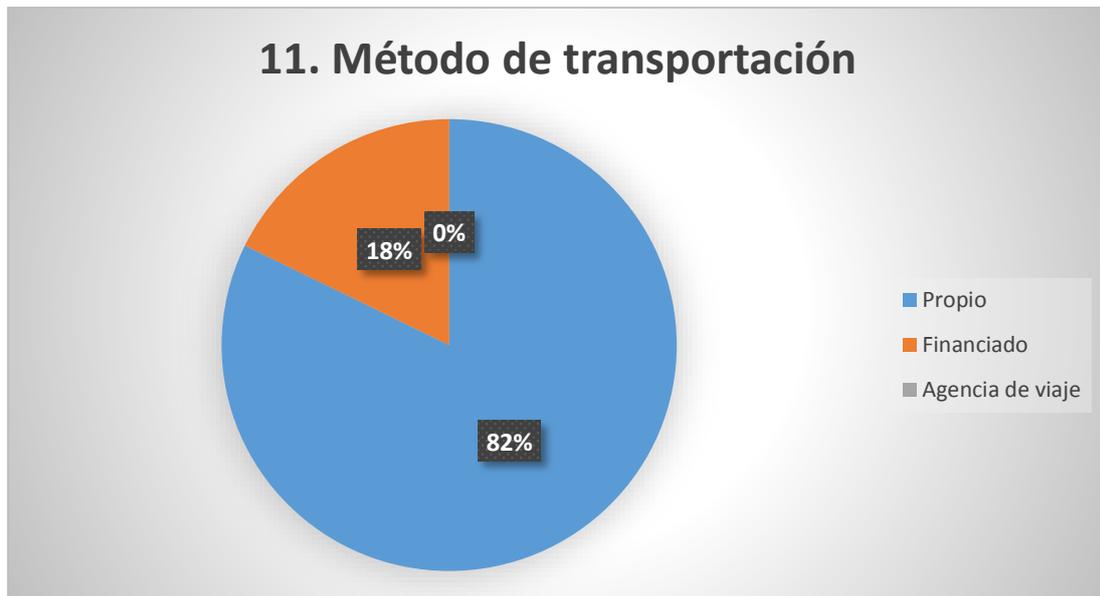


Figura 11. Método de Transportación de los Visitantes

Acorde a los encuestados el 82% de los visitantes usaron transportación propia lo que quiere decir que la disponibilidad de tiempo dentro del museo puede ser el tiempo que ellos decidan, es por ello que se puede realizar diferentes actividades dentro de museo dada la disponibilidad de tiempo de los visitantes.

Tabla 12
Encuestas a visitantes (visitas a centros culturales)

Última vez en visitar centro cultural	Nro.	Porcentaje
1 - 3 Meses	110	42%
3-6 Meses	69	26%
6 - 12 Meses	86	32%
Total	265	100%



Figura 12. Última Visita a centros culturales

En base a las encuestas se pudo observar que el 42% mantuvo un rango inferior de 1 a 3 meses de visita, por lo cual los turistas que visitaron el museo mantienen cierto tiempo destinado a visitar sitios culturales siendo el 26% con un rango de visitas inferior a 3 meses y por último el 32% de los visitantes mantienen un rango de visitas inferior a 12 meses. En base a ello los visitantes se mantienen en constante vinculación con los centros culturales, sean estos museos, sitios arqueológicos, etc.

Tabla 13
Encuestas a visitantes (otras visitas)

Atractivos que ha visitado	Nro.	Porcentaje
Salinas	92	35%
La Chocolatera	46	18%
Ballenita	24	9%
Montañita	69	26%
Museo de Ballenas	13	5%
Museo de Valdivia	10	4%
Comuna San Pablo	8	3%
Total	265	100%



Figura 13 Atractivos de Visitas

Conforme a las encuestas los visitantes mencionaron conocer en su mayoría Salinas siguiéndole La Chocolatera y Montañita son los sitios turísticos que mayor conocimiento los visitantes han tenido dentro de la provincia de Santa Elena dado que son lugares turísticos de mayor concurrencia dentro del territorio de Santa Elena, dentro de los encuestados mencionaron visitar Salinas por lo cual el desarrollo turístico cultural del museo será un mercado potencial para aquellos que visitan Salinas, dado que llegan primero a Santa Elena.

Tabla 14
Encuestas a visitantes (Tiempo destinado de visita)

Tiempo destinado en los viajes	Nro.	Porcentaje
3 días	164	62%
1 semana	56	21%
2 Semanas	45	17%
Total	265	100%



Figura 14 Tiempo estimado en los viajes

Como se puede apreciar en las encuesta con un 62% los visitantes sólo dedican alrededor de 3 días para realizar sus viajes dando una estimación de que los visitantes hacen turismo dentro de ese tiempo, con un 21% los visitantes toman el tiempo de una semana en sus viajes siendo este un mercado que necesita de mayor infraestructura para el desarrollo de sus viajes.

Tabla 15
Encuestas a visitantes (Actividades deseadas)

Actividades que le gustaría realizar	Nro.	Porcentajes
Talleres	43	16%
Exposiciones	14	5%
Ferias	48	18%
Representaciones Artísticas	43	16%
Representaciones Orales	20	8%
Nuevos Descubrimientos	97	37%
Total	265	100%

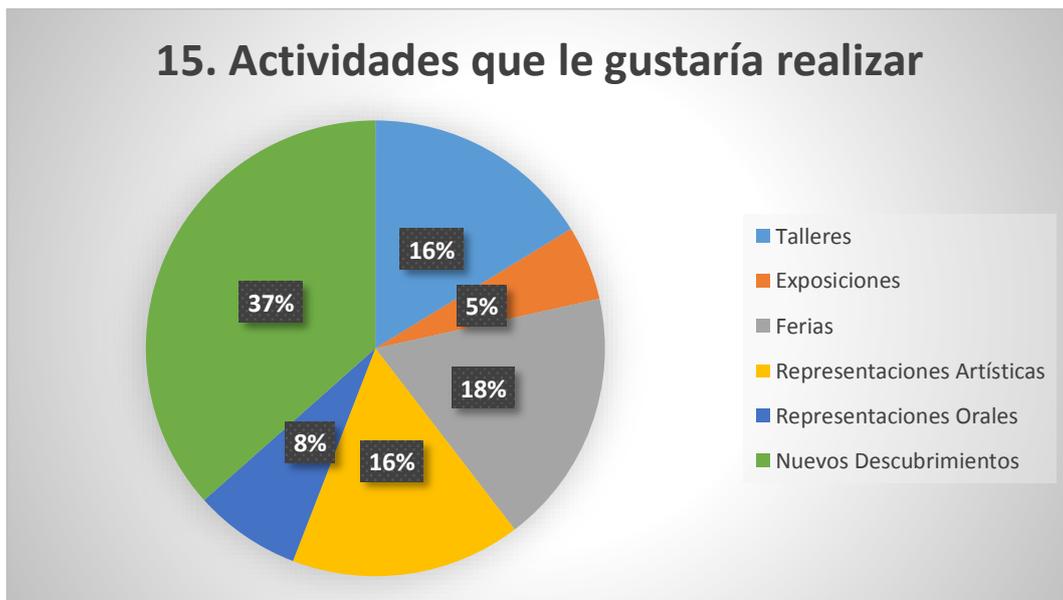


Figura 15. Actividades que les gustan a los visitantes

Las actividades que mayormente le gustaría realizar son los nuevos descubrimientos con un 38% seguido de las ferias 17% y los talleres y las representaciones artísticas, en base a ellos los visitantes han mencionado las actividades que les gustaría realizar en una próxima visita al Museo.

Tabla 16
Encuestas a visitantes (servicios de interés)

Servicios buscados en el Museo	Nro.	Porcentajes
Guianza	80	30%
Información Básica	55	21%
Información Complementaria	39	15%
Señalización del Atractivo	17	6%
Exhibición de muestras principales	74	28%
Total	265	100%

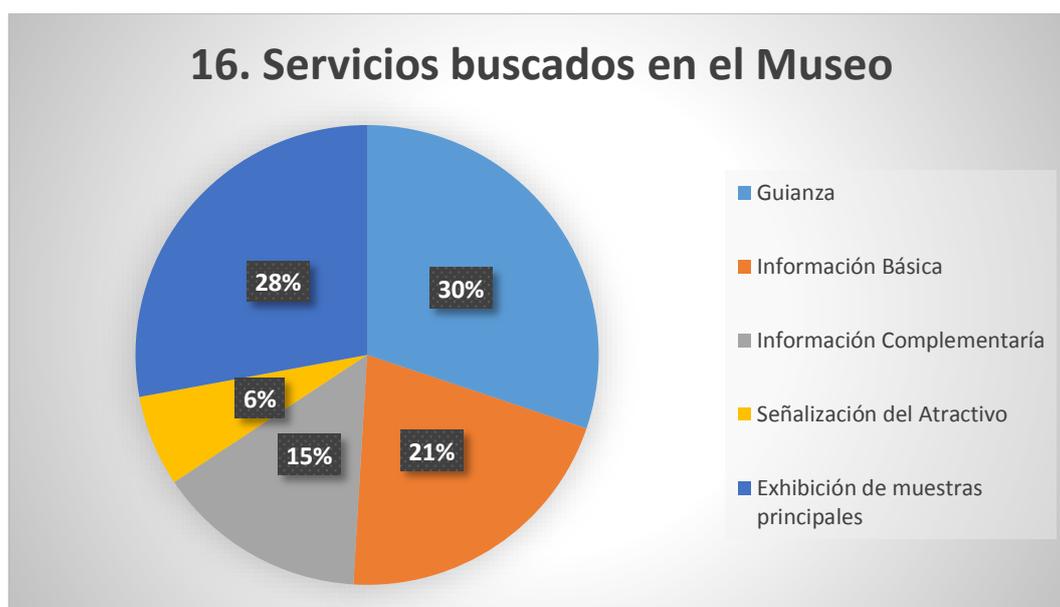


Figura 16. Servicios preferidos por los visitantes

Uno de los principales servicios que los visitantes buscan son las guanzas, por medio de ellas los visitantes pueden llegar a comprender las diferentes piezas arqueológicas del museo, además de la exhibición principal del museo que son los Amantes de Sumpa dentro del cementerio Vega, el 21% de los visitantes señaló que busca dentro del museo la información básica de las muestras arqueológicas y en donde el 15% busca información completa de los hallazgos y piezas más sobresalientes del museo

Tabla 17
Encuestas a visitantes (gastos estimados en viajes)

Gastos estimados en viaje	Nro.	Porcentaje
25-50	25	9%
51-75	83	31%
76-125	135	51%
126-200	22	8%
Total	265	100%



Figura 17. Gastos estimados en viajes

Los gastos estimados que los visitantes realizan dentro de sus viajes con un 52% gastan alrededor de 76 a 125 dólares, siguiendo con el 31% 51 a 75 dólares, los visitantes invierten una cantidad considerable dentro de sus viajes impactando en manera positiva la economía local y por supuesto beneficiando en mayor manera al turismo.

Tabla 18
Encuestas a visitantes (apreciación del museo)

Calificación de visita al Museo	Nro.	Porcentaje
Muy Buena	236	89%
Buena	26	10%
Regular	3	1%
Mala	0	0%
Total	265	100%



Figura 18. Calificación de Visitas

En base a las encuestas los visitantes señalaron con un 89% que la visita dentro del museo fue muy buena mostrando mayor interés en cada uno de las áreas visitadas.

Tabla 19

Encuestas a visitantes (aceptación de productos turísticos dentro del museo)

Son necesarios nuevos productos dentro del museo	Nro.	Porcentaje
Si	238	90%
No	10	4%
Talvez	17	6%
Total	265	100%



Figura 19. Aceptación de desarrollo de productos

Conforme a las encuestas los visitantes marcaron la necesidad del desarrollo de productos dentro del museo con un 90% de aceptación.

Tabla 20

Encuestas a visitantes (recomendación a otros visitantes)

Recomendaría el museo	Nro.	Porcentaje
Si	264	100%
No	1	0%
Total	265	100%



Figura 20. Recomendación de los visitantes a otros

Los visitantes quedaron totalmente de acuerdo en recomendar el Museo Amantes de Sumpa a amigos, familiares, entre otros.

3.6.2 Análisis de la entrevista

La entrevista fue dirigida a la directora encargada del museo Los Amantes de Sumpa, Lcda. Beatriz Lindao, donde se abordaron preguntas antes desarrolladas y otras que surgieron en el momento, la entrevista tuvo un lapso 1 hora en donde se abordaron los temas de la importancia del sentido de pertenencia que los museos tienen en la sociedad actual porque es ahí donde se conoce el inicio de la cultura. Frente al desarrollo del turismo en el museo la afluencia de visitantes es muy buena ya que en la mayoría de sus horarios los visitantes acuden a este sitio cultural ocupando dentro de la red de museos el tercer lugar dentro de estos centros culturales asociados. Siendo el museo un icono para la sociedad, siendo el único museo con exposición de osamentas propias del lugar de su descubrimiento.

El museo cuenta con recursos de mantenimiento de áreas culturales, de seguridad y personal administrativo, toda esta gestión es presupuestada bajo la dirección del ministerio de cultura y patrimonio. La mayor afluencia de visitantes es por parte de la Sierra, luego los habitantes de Guayaquil y por último los pobladores de Santa Elena, este último ha tomado mayor presencia dentro del museo en los últimos años ya que dentro de las actividades se encuentran visitar diferentes partes de Santa Elena con piezas arqueológicas del museo mostrando la riqueza cultural del mismo, para esto se le denomina proyectos itinerantes, dentro de la difusión y promoción del museo se cuenta con cuñas radiales y las redes sociales propias del Ministerio de Patrimonio y Cultura.

Dentro de las actividades del museo están las visitas guiadas de forma empírica por parte del personal de seguridad y personal administrativo y en ocasiones estudiantes universitarios a manera de pasantías, considerando la importancia de la preparación profesional en la Guianza especializada en Cultura y Patrimonios, pero que lastimosamente no pude darse por medias de gestión y de que esos cursos no llegan a Santa Elena, además de esto cuenta con actividades de gastronomía, el diseño artístico en piedra, elaboración en tejido que se encuentran presupuestado el plan operativo anual del museo, el desarrollo de las actividades se imparten de manera esporádica en rescate de las costumbres ancestrales.

La capacidad de carga física dentro de cada una de las áreas del museo es de 25 personas, debido a esto cuando llega una gran cantidad de público, se dividen en grupos llevándolos a áreas distintas y terminando en un solo punto. El museo cuenta con la sala de la videoteca usada para pequeñas conferencias y talleres del museo y la sala de reserva donde es usado para exposiciones.

3.6.3 Análisis de las encuestas

Dentro de las encuestas se encontraron muchos datos que fueron de interés para el desarrollo de la investigación, siendo una de ellas que los habitantes de Santa Elena a pesar de no tener en años anteriores mayor incidencia dentro del museo hoy por hoy mediante las ferias que son realizadas por la casa de la cultura núcleo de Santa Elena, junto con el museo y demás entes de la zona, una de ellas es el 9 de agosto en donde se celebra el día de la cultura, es por ello que los habitantes de Santa Elena en su mayoría estudiantes de colegios y universidades se reúnen para celebrar no solamente su provincialización sino también todo en cuanto les representa el pueblo de Santa Elena, otro de los mercados potenciales que acuden al museo son las personas de la sierra ecuatoriana, dado que en este periodo se encuentra de vacaciones, muchos de ellos llegan a la costa en búsqueda de relajación pero también para darse un baño cultural, así los visitantes llegan para conocer culturas de los periodos formativos tardío e integración.

Generalmente los visitantes que llegan al museo lo hacen acompañados de sus familias por lo que el museo siempre se encuentra en constante movimiento en donde los visitantes describieron que todo el recorrido en cuanto fue muy bueno por lo que ellos recomendarían a familiares y amigos conocer este espacio cultural de punta saliente como lo es Sumpa.

3.6.4 Análisis de la Observación

Para el estudio del comportamiento de los visitantes, dentro del museo se pudo observar que los contenidos expuestos apenas logran captar la atención del visitante, algunas de las piezas no logran ser totalmente comprendidas, algunos de los visitantes ya cuentan con un conocimiento previo en el momento que visitan este sitio cultural,

dentro de los contenidos expuestos logra la estimulación de la imaginación mediante las preguntas de las formas de uso de las herramientas y formas de vida, muchos de los turistas no leen todos los contenidos expuestos, la mayoría de los visitantes busca el acompañamiento de guianza, los visitantes a pesar de no leer toda la información se encuentra atenta a los contenidos por medio de la guianza.



Figura 21 *Estructura y accesibilidad del museo*

Dentro de la observación a la estructura el estado se encuentran en buenas condiciones, contando con accesibilidades a todas las áreas salvo la sala etnográfica en donde se representa a través de una casa en donde su accesibilidad es limitada.



Figura 22 *Casa Campesina*

Actualmente no cuenta con un sistema de lectura braille dentro de los recorridos ni en ninguna otra área, la señalización por fuera del museo es una valla diciendo los nombres del museo, más no señalización turística fuera, el uso de señaléticas pictográficas no se encuentran, solo la información básica de los atractivos, así como su flora y fauna. Se mantiene la conservación de los vestigios y de las demás áreas



Figura 23 Señalética Interna

Por ser un centro cultural y al estar alejado de la zona céntrica de la ciudad de Santa Elena no se encuentra todas las áreas dentro de la planta turística, es así que solamente cuentan con una empresa de hospitalidad cercana de categoría de 3 estrellas

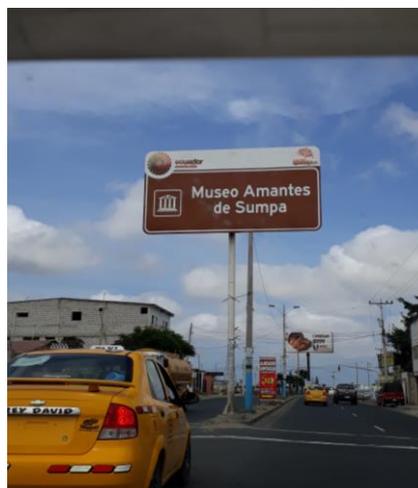


Figura 24 Señalización externa

La promoción y difusión del museo solamente cuentan con la difusión por medios radiales de comunicación y plataformas de redes sociales, además de la utilización de trípticos en español e inglés, para los visitantes

Tabla 21
Triangulación de los Resultados

Triangulación de los resultados			
	Observación	Entrevista	Encuesta
CAMPO: PRODUCTOS TURÍSTICOS	<p>Los productos turísticos observados dentro del museo, el recorrido por la historia y las áreas etnográficas, además de observar las osamentas encontradas en el sitio hacen parte de su oferta principal, empezando los visitantes desde el área etnográfica siguiendo el cementerio Vega y culminando de la casa campesina, siempre en compañía del personal de seguridad del museo.</p>	<p>De acuerdo a lo mencionado por la Lcda. Beatriz Lindao, encargada del museo se ha trabajado actividades con la sociedad con el objetivo de recuperar los valores ancestrales que posee este sector. En base a ello el desarrollo de nuevos productos mejorará los niveles de turismo fortaleciendo los valores ancestrales de la comunidad de Santa Elena y pueblos cercanos.</p>	<p>Conforme las encuestas realizadas a los visitantes, respondieron que la apreciación del museo es buena, además de que es necesario el desarrollo de otros productos dentro del museo tales como exhibiciones de nuevos descubrimientos, talleres, expresiones orales, entre otras.</p>
OBJETO: RECURSOS DEL MUSEO Y EL PERFIL DEL VISITANTE	<p>Dentro de sus recursos el museo cuenta con toda la infraestructura necesaria para la acogida de visitantes. A manera de ruta por las distintas áreas. El realiza el registro de los visitantes en base cualitativa que son subidas a una plataforma virtual.</p>	<p>Por medio de la gestión del Banco Central del Ecuador junto con el Ministerio de Patrimonios ha sido posible la construcción de todas sus edificaciones ha mejorado la acogida de los visitantes cuyos nichos son provenientes de: la Sierra Ecuatoriana, Guayaquileños y pueblos cercanos y por último turistas Internacionales.</p>	<p>En base a las encuestas los visitantes respondieron en un 25% que no comprenden toda la información brindada. Así mismo, con un 30% de aceptación los visitantes respondieron que gustan del acompañamiento por parte de guías y el 90% requiere la necesidad de nuevos productos.</p>

Elaboración: Rubén Anchundia

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Desarrollo de actividades turísticas en el Museo Amantes de Sumpa de la comunidad de Santa Elena.

4.1 Introducción

El museo si bien se conoce es una fuente histórica en donde el tiempo es detenido para el disfrute de las todas las generaciones de ahí surge un papel protagónico en la cultura de los pueblos ya que ellos son ese vínculo entre lo pasado y lo moderno dentro de los museos del Ecuador. La riqueza arqueológica es exuberante dado a la variedad de culturas que se desarrollaron en estos territorios, a lo largo de diferentes excavaciones y nuevos descubrimientos se han conformados las colecciones de piezas que reposan en los museos, y el aprovechamiento total de los mismos es vital para su desarrollo cultural, social y por supuesto turístico.

Los museos conservan todos los bienes culturales que representan el valor histórico de una localidad, comuna o pueblo en particular, con el único objetivo de la garantía de transmitir todos estos vestigios arqueológicos e históricos como muestra de los acontecimientos más relevantes de su pueblo forjando un sentido de valor y pertenencia del territorio y respeto entre los demás pueblos.

Los museos se caracterizan por poseer piezas históricas importantes siendo un atractivo para las personas interesadas en el ámbito cultural, arqueológico y turístico, pero a esto se suma la necesidad de estar a la vanguardia de los museos internacionales, es decir tener esa vinculación entre lo histórico y lo moderno, llevando al museo a niveles más altos en el turismo del Ecuador, por ello, la necesidad de la implementación del desarrollo de productos turísticos que complementarán a los ya existentes dentro del museo.

Es importante tener claro que los productos culturales son el complemento a la actividad turística, siendo los principales motivadores del desplazamiento de las

masas donde el turismo es la fuente dinamizadora que llevará al museo a mejores niveles en cuanto a gestión y desarrollo turístico.

4.2 Objetivo general

- Diseñar una propuesta de mejora del producto turístico en el Museo Los Amantes de Sumpa de la comunidad de Santa Elena.

4.3 Objetivos Específicos

- Planificar propuestas de formación en el Talento Humano del Museo Amantes de Sumpa
- Diseñar actividades programadas como base de la oferta en el Museo.
- Determinar cronograma y presupuesto de las actividades planificadas.

4.4 Justificación

El museo Amantes de Sumpa de la comunidad si bien es uno de los primeros museos en desarrollarse en este sector producto de la conservación de sus piezas más importantes y por las cuales llevan instauradas sus nombres, se podría mencionar que existe vasta colecciones artísticas, culturales, y arqueológicas, por ello la conservación y desarrollo del mismo son vitales en vía de crear ese sentido de pertenencia dentro de los turistas superficiales que llegan con la finalidad de conocer atractivos históricos culturales, los turistas aficionados que buscan estos destinos para realizar varias actividades, sean las mismas culturales, arqueológicas o de ocio, y por último pero no menos importante nos encontramos con el turista conocedor que le interesa conocer los descubrimientos más actuales y nuevas tendencias en el turismo cultural.

Es importante para los museos estar a la vanguardia con nuevas actividades o nuevos productos para realizar turismo, mediante el estudio de cuáles son los principales mercados con los que cuenta y diseñando nuevos productos o actividades que motiven al turista a regresar una segunda vez, pasando de ser visitantes superficiales a visitantes aficionados que estén presente siempre de todos los acontecimientos culturales importantes en el museo. Mediante el estudio de los perfiles de los visitantes se podrá canalizar los productos ya existentes además del

desarrollo de nuevos que ayuden a complementar los recorridos, haciendo de la visita del museo una experiencia única para el goce y deleite de los visitantes.

4.5 Ubicación

El proyecto de desarrollo de productos turísticos será realizado en el Museo de los Amantes de Sumpa en la Comunidad de Santa Elena, cabecera cantonal de la Provincia de Santa Elena

4.6 Diseño de producto turístico dentro del museo de los Amantes de Sumpa de la comunidad de Santa Elena

4.6.1 Producto turístico cultural

Como se lo ha mencionado anteriormente el producto turístico cultural puede ser un bien o un servicio el cual tiene el objetivo de lograr el goce, deleite y satisfacción del visitante o turista mediante un turismo que conjunten los patrimonios más relevantes en dependencia a la temática del mismo. El diseño del producto turístico es de importancia para el posicionamiento y la identidad entre los diferentes destinos turísticos, por medio de ellos se puede atraer mayor o poca demanda, consolidando el turismo nacional y local.

4.6.2 Análisis del destino turístico

El Museo de los Amantes de Sumpa es uno de los principales museos en donde se encuentran la mayor cantidad de piezas arqueológicas de las culturas aborígenes desde el periodo de formación hasta su periodo de integración, además de contar con restos arqueológicos más representativos de la costa como lo son los amantes de Sumpa lugar en el que se encuentra instaurado el Museo, ubicado en la cabecera cantonal de la provincia de Santa Elena

4.6.3 Valor turístico

Dentro del museo de los Amantes de Sumpa se pueden encontrar exposiciones arqueológicas, culturales y modos de vida de las culturas ancestrales mostrando su valor como patrimonio material, además de las leyendas de Sumpa como parte de su patrimonio inmaterial.

Brindando una experiencia única dado el valor cultural que el mismo representa para el turismo en el Ecuador invita a cada uno de los visitantes a recorrer todas sus salas de exposiciones por lo cual el desarrollo de productos complementarios que fortalezcan el desarrollo turístico dentro del museo tal como actividades que fomenten la concientización entre los turistas ayudará a potencializar el turismo en el sector.

Por medio del estudio de la oferta y la demanda dentro del museo se podrá mejorar la actividad del turismo cultural con actividades complementarias generando en el turista una experiencia única, siendo parte de la cultura de principio a fin.

4.6.4 Delimitación del atractivo turístico

Provincia de Santa Elena, Cantón de Santa Elena, Museo Amantes de Sumpa

Tabla 22

Delimitación del Museo Amantes de Sumpa de Santa Elena.

ACCESIBILIDAD:	Desde la ciudad de Guayaquil: Cooperativa de Transporte a Santa Elena Automóvil: Carretera vía a la Costa, Ruta del Spondylus. Dentro de la isla: Carro, bicicleta.
<hr/>	
TIPO DE ATRACTIVOS:	Manifestaciones Culturales: Arquitectura: Museos Amantes de Sumpa Folclore Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares Tradiciones, Creencias Populares
ACTIVIDADES:	Acontecimientos Programados: Eventos Artísticos Restos y Lugares Arqueológicos: Cementerio de Sumpa Recorridos por el Cementerio Visitas a la sala Etnográfica Leyenda de Sumpa Rescate de costumbres y Oficios ancestrales Ferias

	Espacio de encuentro
SERVICIOS:	Actividades culturales
	Información cultural
	Energía eléctrica
	Agua Potable
SERVICIOS BÁSICOS:	Alcantarillado
	Telefonía
	Internet

Elaboración: Rubén Anchundia

4.6.5 Análisis e identificación de la demanda

Por medio del estudio del análisis de la demanda se pudo estratificar a cada uno de los visitantes, determinando así tres segmentos potenciales, a los cuales se llamará: No visitantes, visitantes ocasiones y visitantes habituales

Dentro de los visitantes “no visitantes” nunca antes han estado en el museo, sólo buscan algo general en los atractivos culturales de los que ellos ya conocen o han oído de ellos, por lo tanto, no consideran la compañía de guía turístico, buscan usualmente la información básica sobre los atractivos que deciden visitar para guardar algún recuerdo de aquellos sitios visitados. De la misma forma el acceso para ellos es un factor importante en la actividad turística, ya que no están dispuestos a recorrer lugares de difícil acceso.

Para los visitantes “ocasionales”, mantienen una incidencia del al menos una vez al año. Su atractivo principal de visita son las piezas culturales y las demás exposiciones, dispuestos a buscar la información pertinente para estar al tanto de la historia y características principales del atractivo. Prefieren visitar en los días de menor afluencia, gustan de la mayor cantidad de información obtenida.

Los visitantes habituales se encuentran constantemente en contacto con el museo. Estos están interesados en todo lo referente a vestigios y piezas culturales importantes en la historia de los pueblos, les motiva conocer todas las costumbres y

tradiciones de las culturas, conocer nuevos descubrimientos arqueológicos y aspectos relevantes como idiomas, formas de vida, etc.

4.6.5.1 Perfil del visitante

Tabla 23.

Perfil del Visitante del Museo.

PERFIL DEL VISITANTE			
(Características particulares a tomar en cuenta)			
Lugar de Origen	Santa Elena	Costa	Sierra
Nivel socioeconómico	Bajo	Medio	Medio
Instrucción	Superior	Superior	Superior
Ingreso Anual	400-700	700-1000	700-1000
Edad	16-25	16-25	26-40
Estado Civil	Solteros-Casados	Solteros-Casados	Solteros-Casados
Ocupación	Estudiantes	Profesionales	Profesionales
Actividades en Tiempo Libre	Deportes	Viaje-Turismo	Viaje-Turismo
Motivación	Talleres	Ferías	Nuevos Descubrimientos
Determinante de visita	Variedad de atractivos	Conocimiento – Disponibilidad de tiempo	Recomendación – Disponibilidad de Tiempo
Conocimiento del Sector	Alto	Medio	Bajo
Servicios de mayor interés	Exposiciones	Exhibiciones	Guianza

Elaboración: Rubén Anchundia

4.7 Análisis de la oferta

El museo de los Amantes de Sumpa es un espacio cultural auténtico en donde el visitante podrá observar cada una de las culturas que se desarrollaron en el territorio, legado de nuestros antepasados, además de las piezas originales encontradas en el mismo sitio en donde se asienta el museo, en el cual reposan algunos restos arqueológicos de donde fue el cementerio de Sumpa en donde se encontraron fosas comunes e individuales. Además, el visitante podrá conocer

algunas de las herramientas usadas por estas culturas y por supuesto su evolución en sus cerámicas. Mediante el desarrollo de actividades complementarias en el museo se potencializará el mismo hacia los diferentes mercados existentes y reconocidos a través de esta investigación.

4.7.1 Componente de la oferta

Tabla 24.

Componentes de la Oferta del Museo de Sumpa.

Componente de La Oferta Turística	Elementos de la Oferta	Fuente De Consulta	Principales Documentos/Instrumentos De Uso De Datos
Recurso Turístico ➤ Recorrido por la historia y la etnografía de la zona ➤ Rescate de costumbres y Oficios ancestrales ➤ Ferias	➤ Osamentas de Amantes de Sumpa ➤ Salas de exposición de las culturas ➤ Casa Campesina ➤ Área de la Navegación y área etnográfica ➤ Actividades en rescate de la Cultura.	➤ Museo Amantes de Sumpa	❖ Ficha De Observación ❖ Entrevistas
Tipos de turismo	➤ Turismo de Sol y Playa ➤ La Libertad, Ballenita, Salinas		
Planta Turística ➤ Centros De Hospedaje	➤ Hospedaje American Inn Habitaciones, Sencillas, Dobles y Suites		

Componente De La Oferta Turística	Elementos de la Oferta	Fuente De Consulta	Principales Documentos/Instrumentos De Uso De Datos
<p>Actividades Turísticas</p> <p>Rescate de costumbres y Oficios ancestrales Actividades de Ferias</p>	<p>Proveedores de Las Actividades Precios Horarios De Atención Contactos Características de Las Actividades</p>	<p>Museo Amantes de Sumpa</p>	<p>Observación De Actividades Entrevistas Inventario De Actividades De Acuerdo al museo de Sumpa</p>
<p>Producto Turístico</p> <p>Recorrido por la historia y la etnografía de la zona</p>	<p>Estado De Conservación Condiciones De Uso Calidad De Los Servicios Capacidad De Atención</p>	<p>Museo Amantes de Sumpa</p>	<p>Observación De Actividades Entrevistas</p>

Elaboración: Rubén Anchundia

Tabla 25

Actividades del Museo.

<p>Recorrido por la historia y la etnografía de la zona</p>	<p>Proveedor: El Museo Precio: Libre Horario: martes a viernes 8:00- 17:00 Fines de semana y feriados: 9:00 – 17:00 Contacto: 0981743561 Características: Visita de las diferentes culturas desarrolladas en Santa Elena Nivel de formalidad: Cultural Nivel de especialización: Recorrido con guías nativos del sector, que le ofrecerán toda la información necesaria.</p>
<p>Rescate de costumbres y Oficios ancestrales</p>	<p>Proveedor: Museo Amantes de Sumpa Precio: Gratis Martes a viernes 8:00- 17:00 Fines de semana y feriados: 9:00 – 17:00 Contacto: 0981743561 Características: Desarrollo de habilidades y competencias en manufactura ancestral Nivel de formalidad: Cultural Nivel de especialización: Manualidades artísticas</p>
<p>Actividades de Ferias</p>	<p>Proveedor: Museo Amantes de Sumpa Precio: Gratis Martes a viernes 8:00- 17:00 Fines de semana y feriados: 9:00 – 17:00 Contacto: 0981743561 Características: Conmemoraciones mundial entre el museo y la comunidad, rescate de la gastronomía ancestral, Fortalecimiento de las artes y la cultural Nivel de formalidad: Cultural Nivel de especialización: Asistencia de nativos durante las actividades</p>

Elaboración: Rubén Anchundia

4.7.2 Análisis de las inversiones

Tabla 26

Análisis de las inversiones en el museo

TIPO DE INVERSIÓN	ELEMENTOS DE LA INVERSIÓN	FUENTES DE CONSULTAS SUGERIDAS	PRINCIPALES DOCUMENTOS A REVISAR / INSTRUMENTO DE TOMA DE DATOS
Inversión pública:	Creación del museo y edificaciones, Administración.	Museo Amantes de Sumpa	Entrevista
Inversión pública:	Nueva administración por parte del Ministerio de Cultura y Patrimonio inversión en fortalecimiento y desarrollo del museo, inversión gastos administrativos, de seguridad, mantenimiento, entre otros. Inversión para el desarrollo de Actividades complementarias dentro del museo	Museo Amantes de Sumpa	Entrevista

Fuente: Lcda. Beatriz Lindao, Directora del Museo
Elaboración: Rubén Anchundía

4.7.3 Recursos culturales del museo

Tabla 27

Recursos culturales del museo

Piezas Arqueológicas	El museo cuenta con 279 piezas arqueológicas en las diferentes áreas de exposición de las culturas Valdivia, Guangala, Manteño Huancavilca
Bienes Culturales	El Museo cuenta con 178 bienes culturales que han sido descubiertos por la Arqueóloga Karen Stotlert.
Osamentas de Sumpa	El museo es el único museo en albergar 4 osamentas reales descubiertas en el mismo sitio

Nota: Los registros de los patrimonios del museo son propiedad del museo y órganos reguladores.
Elaboración: Rubén Anchundía

4.7.4 Análisis FODA de los recursos turísticos

Tabla 28

FODA museo Amantes de Sumpa

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Infraestructura desarrollada• Originalidad de piezas arqueológicas• Museo in situ más importante del Ecuador• Gestión y difusión por parte de los órganos reguladores• Ícono en la historia del Ecuador	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">• Carencia de capacitación de todo el personal.• Ausencia de señalética pictográfica• Poca capacidad de carga física en cada una de las áreas.
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Actividades en rescate de la cultura• Comunicación Regional de Museos• Apoyo por parte de la comunidad cercana• Guías altamente capacitados	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">• Poca segmentación de mercados• Recursos patrimoniales cercanos• Lluvias o fenómenos naturales• Deterioro de las piezas y recursos culturales

Elaboración: Rubén Anchundia

4.8 Conceptualización del producto turístico

Tabla 29

Conceptualización de la oferta

CONSTRUCCIÓN DEL PRODUCTO	TRANSMITIR AL TURISTA
TEMÁTICA Cultura	SINGULARIDAD El museo de los Amante de Sumpa es el museo con mayor cantidad de piezas arqueológicas debido a su ubicación en donde se desarrollaron la mayoría de las culturas de la región costa del Ecuador, además de contar con las osamentas de los Amantes de Sumpa y su leyenda de amor y unión.
ACTIVIDADES A OFRECER Turismo Vivencial, vinculación con las culturas aborígenes Desarrollo de las habilidades de los visitantes Guianza por los sitios más importantes del Museo Creaciones de piezas culturales personales por parte de los visitantes Exposiciones culturales.	RECUERDOS ANÉCDOTAS Conocer los diferentes modos de vida de las culturas, formas de alimentarse y herramientas de supervivencia aprendiendo sus diferentes estilos de vidas y evoluciones cronológicas en un turismo vivencial, además del esparcimiento libre en áreas comunes en un ambiente de relajación y comunicación con el pasado.
ACTORES LOCALES PARTÍCIPES Ministerio de Cultura Instituto Nacional del Patrimonios Museo Guías nativos	EXPECTATIVAS Mostrarles a los visitantes el valor natural y cultural con que cuenta el museo, crear ese sentido de pertenencia al momento de entrar en contacto con las culturas que se desarrollaron en los territorios costeros del Ecuador

Elaboración: Rubén Anchundia

4.9 Identificación del producto turístico

Tabla 30.

Identificación del producto turístico

PRODUCTO	DESTINO		
	PÚBLICO A	PÚBLICO B	PÚBLICO C
Turismo vivencial: Historias para todos y Actividades Plásticas “Keramos”. Recreaciones Teatrales,” Sumpa Historia de Amor”	Visitantes Superficiales	Visitantes Aficionados	Visitantes Expertos
Guianza turística-cultural	Visitantes Superficiales	Visitantes Aficionados	Visitantes Expertos

Elaboración: Rubén Anchundia

Tabla 31

Estructura ideal para el producto

CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA					CONDICIONES DE SERVICIO			
		Áreas disponibles para su uso	Materiales didácticos	Infraestructura del espacio	Señalización en el sitio	Centros de información	Estaciones de descanso	Monitores (Bilingües)	Materiales pedagógicos	Recursos seguros para visitantes
Turismo Vivencial: Historia para todos	Todos los segmentos de mercado	X	X		X		X	X		X

Elaboración: Rubén Anchundia

Tabla 32.

Estructura ideal para actividades plásticas

CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA						CONDICIONES DE SERVICIO		
		Áreas disponibles para su uso	Materiales didácticos	Infraestructura del espacio	Señalización en el sitio	Centros de información	Estaciones de descanso	Personal de arte y cultura	Materiales para actividades plásticas	Seguros para visitantes
Actividades Plásticas "Keramos"	Todos los segmentos de mercado	X	X		X		X	X		X

Elaboración: Rubén Anchundia

Tabla 33.

Estructura ideal para representación de Sumpa historia de amor

CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA						CONDICIONES DE SERVICIO		
		Áreas disponibles para su uso	Materiales didácticos y visual	Infraestructura del espacio	Condicionamiento de Áreas	Centros de información	Estaciones de descanso	Personal de arte y cultura	Materiales	Seguros para visitantes
Representación Cultural "Sumpa historia de Amor"	Todos los segmentos de mercado	X	X	X	X		X	X	X	X

Elaboración: Rubén Anchundia

Tabla 34.

Estructura ideal para el desarrollo de guías culturales

CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA					CONDICIONES DE SERVICIO					
		Restos arqueológicos	Asentamientos de una antigua cultura	Ruta en buen estado	Señalización del sitio	Servicios Higiénicos	Centro de Interpretación	Guías nativos	Seguridad del visitante	Lugares de Esparcimiento	Restaurantes	Personal especializado
Guianza	Turistas de todas las edades	X	X	X	X	X		X	X			X

Elaboración: Rubén Anchundia

4.10 Viabilidad del producto

4.10.1 Matriz para la priorización de productos turísticos

Tabla 35.

Viabilidad para la priorización de producto turístico

Producto turístico	Mercado (demanda y oferta)	Tiempo requerido para la implementación	Requerimientos económicos-nivel de inversión requerido	Condiciones para la gestión
Formación del Talento Humano	Oferta diseñada para Visitantes Superficiales, Admiradores y expertos (2)	Corto plazo 1 año (1)	Medio (2)	Buena (3)
Fortalecimiento Cultural	Oferta diseñada para Visitantes Superficiales, Admiradores y expertos (3)	Corto plazo (1) 6 meses	Medio (2)	Buena (3)

Elaboración: Rubén Anchundia

Basado en la viabilidad del producto podemos decir que el producto de formación para el talento humano es de corto plazo dado que los requerimientos para la realización del mismo serán proporcionados por la institución reguladora como lo es el Ministerio de Cultura en asociación con el Ministerio de Turismo, entidades colaboradoras con el desarrollo y las competencias de los guías especializados en cultura abarcando un conocimiento más holístico en cuanto al turismo de cultura, calidad de servicios, hospitalidad, entre otros. El producto número dos como lo es el fortalecimiento cultural tendrá un tiempo requerido para su implementación corto dado que formará parte las demás actividades que realiza el museo Amantes de Sumpa potencializando el museo a niveles más altos para la demanda y nuevos mercados turísticos.

4.11 Planificación estratégica

Tabla 36.

Planificación estratégica de formación de guías

Programa	Objetivo	Actividad	Beneficiarios
FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO		Desarrollo de talleres de Capacitación y atención al Cliente	Museo Amantes de Sumpa Personal colaborador
		Diseño de Programa de Guianza e Interpretación	(15 personas)
		Talleres de Hospitalidad y Personal	
		Talleres de la cultura y los atractivos del Museo	
	Implementar el desarrollo del conocimiento cultural del museo y la información turística para su desarrollo	Reconocimiento de los patrimonios en el Museo	

Elaboración: Rubén Anchundia

4.12.1 Formación de los recursos de guías

Tabla 37.

Formación de recursos de guías

PROGRAMA	FORMACIÓN DE GUIAS COMO PRODUCTO HUMANO
Es vital el contar con personal altamente capacitado para el desarrollo turístico del museo Amantes de Sumpa mostrando alto conocimiento sobre los recursos en las exposiciones culturales.	
OBJETIVO	Contar con mano de obra capacitada en la atención de los visitantes.
DESARROLLO	La duración de la preparación del recurso humano será de 40 horas, el costo será incluido en el presupuesto destinado al museo.
Preparación del Producto Humano	Reconocer términos y simbología turística con respecto a la información levantada en el museo. Capacitaciones de 40 horas en respuestas inmediatas antes crisis, para el correcto desenvolvimiento frente a los visitantes.
Reconocimiento de patrimonios culturales	Preparación de guías para mercados potenciales del museo.

Elaboración: Rubén Anchundia

4.12.2 Formación de guías como producto humano

Objetivo: Contar con Mano de obra capacitada en la atención de los visitantes.

Desarrollo:

Una de las formas para el desarrollo del museo Los Amantes de Sumpa es el desarrollo de personal humano capacitado en el turismo cultural en efecto de la satisfacción completa de los visitantes que llegan al sitio, por medio de la preparación de la mano de obra que se consideran capaces para el desarrollo de esta actividad dentro del museo será la carta de presentación del buen orden y la calidad de los servicios brindados en el museo.

Los directivos del museo y la red de museos del Ecuador serán quienes evaluarán y seleccionarán a los futuros guías, para lo cual ellos deberán contar con algunos requisitos a priori para su ingreso según las Normas INEN:

Tabla 38.

Perfil de guías en turismo cultural

Requisitos especializados para Turismo Cultural	
Informar sobre el Atractivo	Mantener informado al visitante en todo tiempo de los recursos culturales, naturales y socioeconómicos.
Velar por la Seguridad del visitante	Liderazgo de grupos, supervisar las entradas y las salidas, prevé situaciones de riesgo.
Asegurar la Satisfacción del visitante	Tener al visitante motivado en todo tiempo de acuerdo a la programación de la ruta, ayudar a los visitantes con necesidades especiales, dar soluciones a los problemas
Promover el Turismo	Ofertar otros atractivos culturales, recomendar puntos de compra y excursiones adicionales.
Conocimiento de los recursos	Manejo de vocabulario técnico, manejo total de la información de los sitios turísticos dentro del Museo, manejar las reglas de urbanidad y cuidado de la higiene personal, Conocimiento de primeros auxilios
Buena Actitud	Activo Atento Detallista Confiable Práctico

Adaptación de la normativa de Guía Especializado en turismo cultural

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2008)

Elaboración: Rubén Anchundía

Para el desarrollo de guías especializados en la cultura del museo se pretende ahondar tres áreas importantes en el turismo, como la atención a los clientes, guianza turística cultural, hospitalidad turística y resolución de crisis.

Temas:

- Técnicas de Guiar
 - ✓ Conceptos, historias y objetivos de la Guianza
 - ✓ Los guías y su clasificación
 - ✓ Actividades de los guías de turismo
 - ✓ Planificación de la ruta

- ✓ Funciones del guía
- Preparación de los temas
 - ✓ Búsqueda de la información (preguianza)
 - ✓ Guianza
 - ✓ Bitácora (posguianza)
- Técnicas de comunicación con los pasajeros

Duración: 60 Horas

Lugar: Instalaciones del Museo de Sumpa

Costo: Ministerio de Turismo del Ecuador

Beneficios

- Personal profesional en guianza turística cultural
- Estándares de calidad en el turismo
- Expresión y lenguaje turístico.

4.12.2.1 Formación en la atención a los clientes

Objetivo: Crear competencias en los guías en la atención personalizada de los visitantes.

Uno de los momentos claves en el desarrollo del turismo es la primera percepción en donde el visitante recibe de manera inmediata el desarrollo y el consumo del servicio, en este caso la Guianza, por lo cual el superar las expectativas del cliente determinará el grado de satisfacción del mismo, por medio del contacto visual con el cliente, una sonrisa amable y estar siempre pre dispuesto al desarrollo de las actividades serán los factores claves en una buena Guianza

Temas:

- Asegurar la satisfacción del cliente
 - ✓ Asegurar la satisfacción del cliente
 - ✓ Elementos que hacen parte de la satisfacción del cliente
 - ✓ Los niveles de satisfacción del cliente y fórmula

- ✓ Satisfacción vs rentabilidad
- ✓ Importancia de la higiene personal
- ✓ Normas de comportamiento del personal de servicio
- Servir con excelencia
 - ✓ momento de la verdad
 - ✓ Los 10 mandamientos para un servicio de excelencia
 - ✓ Conservación de los clientes.
 - ✓ Una excelente atención en el servicio
- Oferta de servicios especiales y personalizados
 - ✓ Tipos de servicios
 - ✓ El cliente: generalidades
 - ✓ Efecto multiplicador en el turismo

Duración: 40 Horas

Lugar: Instalaciones del Museo de Sumpa

Costo: Ministerio de Turismo del Ecuador

Beneficios

- Mejoramiento de la calidad en los servicios y atención al cliente
- Aminoración de reclamos
- Regreso frecuente de los visitantes
- Imagen de Servicio

4.12.2.2 Formación en turismo Cultural

Objetivo: Manejar un amplio conocimiento sobre los recursos culturales del Museo, sean estas mismas piezas arqueológicas o simplemente históricas demostrando conocimiento idóneo para los visitantes.

Una de los puntos principales para el desarrollo de un guía debe de ser el conocer perfectamente su entorno, debido a ello el estudio o formación en el turismo cultural partirá desde los conocimientos básicos en turismo hasta la información en detalle de los patrimonios culturales del museo brindando una información completa a los visitantes de manera eficaz y oportuna

Duración: 60 Horas

Lugar: Instalaciones del museo Los Amantes de Sumpa

Costo: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Temas

- Patrimonio Cultural
- Definición de cultura y patrimonio cultural
- Los bienes culturales
- Patrimonio, identidad y cultura en el turismo
- Categorías de patrimonios culturales
- Patrimonio material e inmaterial
- Patrimonio cultural como herencia a los pueblos

Beneficios

- Amplios conocimientos en turismo
- Buen desarrollo de Guianza
- Datos de la capacidad de carga dentro de los sitios culturales
- Calidad de servicio turísticos
- Buena Reputación institucional

4.12.2.3 Formación en Hospitalidad y resolución de crisis

Objetivo: Demostrar valores morales y éticos entre los visitantes y el personal encargado

Dentro de la industria del turismo los clientes salen de sus lugares habituales para ser atendidos de la mejor manera fuera de sus hogares, por lo cual el turista busca una calidad de servicios digna y responsable para lo cual el personal encargado contar las herramientas y conocimientos para la hospitalidad en el servicio, además de contar con el empowerment y las recomendaciones posibles para la resolución de problemas.

Temas:

- Recepción de clientes
 - ✓ El cliente: ¿Quién es? ¿Cómo lo reconocemos?
 - ✓ Una excelente bienvenida
 - ✓ Formas de Saludar
 - ✓ Accesibilidad con los clientes
 - ✓ Respeto del espacio personal
 - ✓ Prestar tu atención
 - ✓ ¿Por qué es tan importante atender bien a los clientes?
- Establecer comunicación efectiva tanto con el cliente interno como con el cliente externo
 - ✓ Establecer comunicación efectiva tanto con el cliente interno como con el cliente externo.
 - ✓ Desarrollo del proceso de la comunicación
 - ✓ La escucha activa
 - ✓ Diferencia entre el oír y el escuchar
- Relacionarse dentro de los estándares de la buena educación y normas de urbanidad
 - ✓ Estándares de la buena educación y normas de urbanidad
 - ✓ Normas de comportamiento en el trabajo, la casa y con la familia
 - ✓ Consideración y respeto para los demás
 - ✓ Colaboración y Responsabilidad:
 - ✓ Cortesía y buen entendimiento y educación
 - ✓ Cuidado de las instalaciones
- Resolución de las crisis con clientes
 - ✓ Establecer una comunicación con el cliente
 - ✓ Entender los motivos y magnitudes del descontento de los clientes
 - ✓ Mayor atención a clientes en específico
 - ✓ Consolar y dar posibles soluciones al problema
- Diseminar la visión del turismo como vector para el desarrollo socioeconómico–cultural

- ✓ La visión del turismo como vector para el desarrollo socioeconómico –cultural
- ✓ Beneficio del turismo a la economía local
- ✓ PLANDETUR 2020
- ✓ Turismo sostenible
- ✓ ¿Quiénes conforman la industria turística?
- ✓ Estado
- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Estadía promedio
- ✓ Gasto promedio
- ✓ Estructura del gasto
- ✓ Organización del viaje

Duración: 40 Horas

Lugar: Instalaciones del Museo de Sumpa

Costo: Ministerio de Turismo del Ecuador

Beneficios

- Personal con valores, honestidad y responsabilidad
- Personas Capacitado ante posibles conflictos
- Buen ambiente Laboral
- Motivación del personal
- Satisfacción laboral

Cuadro de formación del producto humano

Tabla 39.

Gastos incurridos en la formación de guías

Acciones	Encargados
Formación en la atención a los clientes	Ministerio de Cultura, Red de Museos
Formación en turismo Cultural	Ministerio de Cultura, Red de Museos, MINTUR
Formación en Hospitalidad y resolución de crisis	Ministerio de Cultura, Red de Museos, MINTUR

Elaboración: Rubén Anchundia.

4.12.3 Cronograma del Programa de capacitación

Tabla 40

Cronograma del programa de capacitación

FORMACIÓN DEL GUIAS		ENERO - FEBRERO	MARZO - ABRIL	MAYO - JUNIO	JULIO	RESPONSABLE	ENCARGADO DE LA GESTIÓN	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTO FORMACIÓN DEL GUIAS	Capacitación en atención a los clientes	■			■	MINTUR	MAAC	ALTA	CORTO PLAZO
	Capacitación en turismo Cultural		■	■		MINISTERIO DE CULTURA	MAAC	ALTA	CORTO PLAZO
	Capacitación en Hospitalidad Turística			■		MINTUR	MAAC	ALTA	CORTO PLAZO
	Entrenamiento de Guía y Resolución de crisis	■			■	MINTUR - MINISTERIO DE CULTURA	MAAC	ALTA	CORTO PLAZO

Nota: Las actividades programadas no incurren en costos debido a que será gestionado con las instituciones públicas respectivas

Elaboración: Rubén Anchundia

4.13 Fortalecimiento Cultural

4.13.1 Planificación Estratégica

Tabla 41.

Planificación estratégica para el Fortalecimiento Cultural

Programa	Objetivo	Actividad
Fortalecimiento Cultural	Vinculación de la cultura, pasado, presente y futuro	Actividades de turismo integral “Historia para todos”
		Actividad Plástica “Keramos”
		Representaciones en Vivo “Sumpa Historia de Amor”

Elaboración: Rubén Anchundia

4.13.2 Formación de los recursos

Tabla 42.

Formación de recursos para Fortalecimiento Cultural

PROGRAMA	FORTALECIMIENTO CULTURAL
El contar con actividades turísticas dentro de los museos es vital, dado que el desarrollo de actividades complementarias ayuda al desarrollo y expansión de la oferta turística cultural del museo Los Amantes de Sumpa.	
OBJETIVO	Insertar a los visitantes en actividades culturales
Actividades de turismo integral “Historia para todos”	Actividad que mezcla los conocimientos ancestrales con los actuales
Actividad Plástica “Keramos”	Diseño y construcción de piezas de valor cultural por parte de los visitantes
Representaciones en vivo de Sumpa	Propuesta de representaciones micro teatrales de la historia de Sumpa

Elaboración: Rubén Anchundia

4.13.3 Actividad Integral “Historias para todos”

Objetivo: Concientizar el modus vivendi de las culturas ancestrales

Publico: Personas de 18 años hasta 65

Desarrollo: Los grupos pequeños de historia para todos estarán destinados para los visitantes superficiales y aficionados, estos talleres permiten que el visitante tenga una noción más realista de los diferentes modos de vidas de las primeras culturas que se desarrollaron en el territorio de Santa Elena, alguno de los aspectos a ejecutarse dentro del taller es la elaboración del fuego de la misma forma de como se la obtenía en aquellos tiempos. Por medio de la integración temática de las culturas aborígenes los visitantes podrán tomar parte en este desarrollo para lo cual contarán con herramientas e instrumentos que les permitan llevar cualquier encargo que el moderador les diga, es así que los visitantes participantes resolverán casos de la vida cotidiana, pero con herramientas de la época aborígen, un ejemplo de ello es el hacer fuego con sus propias manos.

Cabe resaltar que, para la adquisición de materiales, el museo no realiza ninguna compra de materiales, mediante la contratación de la persona encargada de impartir estos talleres se le hace la cancelación total de sus honorarios junto con el material adquirido.

Duración 1 hora

Moderador:

Lugar: Salón Principal del museo Los Amantes de Sumpa

4.13.3.1 Presupuesto

Tabla 43.

Actividad "Historia para todos" Presupuesto

Actividad Integral "Historias para todos"		
Presupuesto		
Materiales		
Madera	Virutas de madera	23
	Yesca	30
	Varillas de madera	50
Visuales	Cartón	20
Otros	Marcadores	15
	plumas	5
Talleres		
Pago del expositor		60
Total		\$203

Elaboración: Rubén Anchundia

4.13.4 Actividad Plástica “Keramos”

Público: Personas de 12 años hasta 65

Desarrollo: El desarrollo y las artes en las cerámicas fue otra de las habilidades de las primeras culturas, como los Valdivia, por lo cual el objetivo de esta actividad integradora es la creación de una vasija que represente sus personalidades, dándole esa originalidad y valor a las piezas arqueológicas. Por medio de esta herramienta de alfarería el visitante puede escoger las diferentes maneras de plasmar sus pensamientos en una cerámica o en una escultura de valor.

Lo primero que el visitante empezará con una pequeña práctica, lo recomendable es desarrollar objetos pequeños, para terminarlos en el menor tiempo posible. Luego de eso se le asignarán todos los materiales y empezará el modelado de las piezas, sean estos por Rueda de Alfarero, Modelado a mano o el Modelado en forma de Losa

Una vez culminado el modelado, las piezas serán llevadas al fuego para su proceso de esmaltado y secado, una vez seco se podrá agregar colores para su acabado.

El desarrollo de la actividad está disponible para todos los segmentos turísticos y adolescentes mayores de 15 años

Duración 2 horas

Moderador: Sub-Administrador

Lugar: Sala de Videoteca del museo

4.13.4.1 Presupuesto

Tabla 44.

Actividad "Keramos" Presupuesto

Actividad Integral "Keramos"			
Presupuesto			
materiales			
Estructuras	Mesa o banco de trabajo	370	
	Armario	100	
	Horno	5000	
materiales	Arcilla	218	
	Chamote fino y medio	160	
	Barniz	55	
	Tamices	96	
	Herramientas	Esponjas	20
Herramientas	Rodillo	15	
	Varillas de madera	40	
	Recipientes	60	
	Modeladores	Alambre	10
	Cuchillo de hoja afilada	10	
Pago del expositor	Talleres		
		60	
Total		\$6214	

Elaboración: Rubén Anchundia

4.13.5 Representación Cultural "Sumpa Historia de Amor"

Objetivo: Difundir la cultura inmaterial de la Leyenda de los Amantes de Sumpa

Público: Público en General

Desarrollo: El patrimonio Cultural de los Amantes de Sumpa es el principal recurso turístico cultural que tiene el museo, pero más allá del patrimonio cultural que este posee, al mismo tiempo posee un patrimonio inmaterial como lo es la historia que guardan estas osamentas que fueron enterradas a una edad temprana en su adultez, actualmente existen algunas teorías del origen de su entierro secundario, pero la historia de amor de estas osamentas queda impregnado en los corazones de los visitantes, por medio del arte de la actuación se presente realizar una

representación de esta historia de amor, que entre tareas y oficios de esta cultura lograron encontrarse y acompañarse por más de 6000 años y que hoy en día lo siguen haciendo.

Con el uso de representaciones teatrales de las manifestaciones culturales de Sumpa se aprenderá un poco de las diferentes tareas que las personas de la cultura realizaban, además de la forma de vestir y algunas tradiciones y orígenes dentro del territorio de Santa Elena

Duración: 30 Minutos

Lugar: Salón Principal

Personas: 2 empleados

4.13.5.1 Presupuesto

Tabla 45

Actividad "Historia de amor de Sumpa" Presupuesto

"Sumpa Historia de Amor"	
Presupuesto	
Escenografía	95
Utilería	165
Utilería de mano	50
Vestuario	40
Maquillaje	20
Luces	200
Total	\$570

Elaboración: Rubén Anchundia

4.13.6 Cronograma del programa Fortalecimiento Cultural

Tabla 46

Cronograma de actividades del programa fortalecimiento cultural

FORTALECIMIENTO CULTURAL		AGST				SEPT				OCT				NOV				RESPONSABLE	ENCARGADO DE LA GESTIÓN	PRIORIDAD	PLAZO
PROGRAMA	ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
FORTALECIMIENTO CULTURAL	Actividades de turismo integral "Historia para todos"		■				■				■			■	■	■	■	Museo Amantes de Sumpa	MAAC	MEDIANA	CORTO PLAZO
	Actividad Plástica "Keramos"			■				■				■				■		Museo Amantes de Sumpa	MAAC	MEDIANA	CORTO PLAZO
	Representación Cultural "Sumpa Historia de Amor"				■				■				■				■	Museo Amantes de Sumpa	MAAC	MEDIANA	CORTO PLAZO

Elaboración: Rubén Anchundia

Tabla 47

Gastos estimados de formación cultural

PRESUPUESTO TOTAL DE FORTALECIMIENTO CULTURAL	
Historia para todos	203
Keramos	6214
Representación Artística	570
TOTAL	6987

Elaboración: Rubén Anchundia

El rubro establecido será la totalidad de los gastos que se necesitarán para el desarrollo de la propuesta, la formación de guías profesionales se realizará por medio de convenios entre instituciones del estado como MINTUR y Ministerio de Cultura y Patrimonio.

CONCLUSIONES

El museo Amantes de Sumpa es una muestra de la amplia variedad cultural que posee el Ecuador, basta con una mirada para conocer ampliamente años y años de desarrollo cultural. Este atractivo en la actualidad es el único museo que posee descubrimiento de osamentas in situ que tiene la costa ecuatoriana en donde muchos visitantes llegan únicamente para conocer esta pareja que comparte un entierro secundario guardando una historia única a nivel nacional. Aquellas culturas que estuvieron antes que otras ayudaron de manera indirecta el desarrollo de otras culturas y con el devenir de los tiempos cambiaron la forma de vida en el Ecuador hasta llegar a los tiempos actuales, así como los conocimientos de sembrado, caza, pesca, costumbres entre otras fueron pasadas de generación en generación asegurando la supervivencia del ser humano. Trasladándolo a los tiempos actuales la difusión de aquel conocimiento y de las culturas que fueron partes de aquel legado histórico, provocará el interés por visitar este espacio cultural.

Por medio de la presente investigación, se pudo comprobar la necesidad de revitalizar o repotencializar los recursos turísticos y culturales que posee el museo, que en cuyo interior no solamente se puede realizar los recorridos por los senderos, sino que también se puede realizar muchas actividades captando en gran manera la demanda local, regional, nacional e internacional brindando nuevas formas de hacer turismo.

La mejora del producto turístico ayudará no solamente en lo social, sino también en lo cultural, fortaleciendo y sosteniendo las bases de las culturas que marcaron una parte importante en la historia del pueblo ecuatoriano, por ello desarrollar nuevas actividades complementarias captando los mayores segmentos del mercado, proporcionando a cada una de ellos una gran experiencia y una forma nueva de realizar un turismo responsable.

Como resultado de la investigación se obtuvo los diferentes componentes de la oferta y la demanda dentro del museo, además del perfil del visitante cuya base fue esencial para la propuesta de mejora del producto que generaran un crecimiento importante en el turismo local.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la aplicación de la propuesta establecida en esta investigación, como lo es la mejora del producto turístico del museo para los distintos mercados objetivos, tanto para visitantes superficiales, aficionados y los expertos, en donde cada uno de ellos pueda disfrutar de las actividades, recorridos y todo en cuanto el museo Los Amantes de Sumpa pueda ofrecer. Por lo que el turismo es una actividad dinamizadora que posee la provincia de Santa Elena jugando un papel importante en la economía de este sector.

Se recomienda la inversión en la propuesta de mejora del producto mencionado en esta investigación, sino para todas las actividades, infraestructura y tecnología dentro del museo beneficiando no solamente al mismo, sino también al turismo cultural de este, siendo el más antiguo museo in situ dentro del territorio ecuatoriano.

Se recomienda el diseño académico de manuales de guías para futuros convenios entre instituciones a manera de pasantías en donde los estudiantes accedan de primera mano a toda la información relevante para el desarrollo de la misma, asegurando la calidad del servicio.

Se recomienda planes estratégicos de promoción y difusión del museo a través del manejo de las redes masivas de comunicación, dado a que la tecnología está teniendo cada vez mayor incidencia en la vida de los seres humanos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. A. (1990). *Agencias de viajes: organización y operación*. Mexico: Trillas.
- Acerenza, M. Á. (2002). *Promoción Turística: Un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- Adoum, J. E. (2001). El amor desenterrado. Archipiélago. . *Revista cultural de nuestra América*.
- Alfonso González Damián,. (2010). *Epistemología del turismo/ Posturas subyacentes sobre orden y acción social en las teorías del turismo*. Mexico: Trillas.
- Álvaro Silva, G. X. (2004). *La guía del guía*. Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.
- Amaro, G. d. (Diciembre de 2014). *Conciliación el Tangible con el Intangible: una reflexión integral sobre el patrimonio*. Obtenido de Universidad de Granada. Departamento de Historia del Arte: <http://hdl.handle.net/10481/36020>
- Arévalo, J. M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Estudios extremeños*, 925-956.
- Arévalo, J. M., & Mendes, A. V. (2016). Bienes-Culturales, Museos y Turismo: Análisis del factor público en el Museo de Cáceres. *Cultura. Revista de Gestión Cultural* Vol.3 , 49-63.
- Asamblea Nacional. (2016). *Ley Orgánica de Cultura*. Quito: registro oficial.
- Bahn, P. (1993). *Arqueología: teorías, métodos y prácticas*. Madrid: Ediciones Akal, S.A.
- Banco Central del Ecuador. (2008). *Los Museo del Banco Central del Ecuador*. Guayaquil.

Barreno, S. (2010). *Manual de guías de turismo y operación turística*. Riobamba. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/38019732/MANUAL-DE-GUIAS-DE-TURISMO-Y-OPERACION-TURISTICA>

Benavides Vindas, S. (Enero-Junio de 2005). El sector turismo: su aporte a la economía. *Revistas Académicas de la Universidad Nacional*, 1. Obtenido de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/635/570>

Bianchi Bandinelli, R. (1982). *Introducción a la arqueología*. Madrid.

Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (Cuarta ed.). México: Trillas.

Brea, L. A. (2002). *Museos: Oferta y demanda*.

Brea, L. A. (2002). Museos: Oferta y Demanda. *Museos: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, 247-255.

Cabo, M. (2004). *Asistencia y Guía de Grupos*. Madrid, España: Thomson Ediciones Paraninfo, S.A.

Calderón, G. (2014). Turismo: tercera fuente de ingresos. *El telégrafo*.

Cambridge University Press . (2017). *Cambridge Dictionary*. Obtenido de <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/>

Cárdenas Tabares, F. (2001). *Comercialización del Turismo: determinación y análisis del mercado*. México: Trillas.

Carrasco Fernández, S. (2013). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*. España: Ediciones Paraninfo S. A.

Carrillo, J. A. (2014). *Patrimonio Cultural y Limitaciones al dominio*. Santiago: Universidad ALberto Hurtado.

Cenzano, P., & Mercado, C. (s/a). *Técnicas de Guiado - Material orientativo y de consulta para el examen de guías idóneos*. Salta: Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Cultura y Turismo.

Cohen, S. (1972). *Tipos de Turistas*. Obtenido de <http://consumidorturistico21.blogspot.com/2009/09/tipos-de-turistas-segun-el-sociologo.html>

Consejo Internacional de Museos. (24 de Agosto de 2007). *LA COMUNIDAD DE LOS MUSEOS EN EL MUNDO*. Obtenido de Definición de los Museos: <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>

Constitución del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: lexis.

Cuetos, M. P. (2012). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.

Dávila, A. G., & Benítez Arregui, L. (1998.). *Culturas ecuatorianas: ayer y hoy*. Editorial Abya Yala.

De Carvalho, G. (2014). Conciliando el tangible con el intangible: una reflexión integral sobre el patrimonio.

DeCarli, G. (2008). Innovación en Museos: Museo y Comunidad en la Oferta al Turismo Cultural. *Revista de Ocio y Turismo*, 88-89.

Definición ABC Corporation. (2015). *Diccionario ABC* . Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/superficial.php>

Dirección de Turismo y Promoción Cívica Municipio de Guayaquil. (2014). *Guayaquil es mi destino*. (A. Paredes Cazar, Ed.) Guayaquil, Guayas, Ecuador: Gloria Gallardo Zavala.

El Telégrafo. (2013). Feriado genera expectativa en península de Santa Elena. *El Telégrafo*.

Escuela Superior Politécnica del Litoral. (6-7-8 de Octubre de 2016). *Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral: <http://noticias.espol.edu.ec/article/ruta-teatralizada-por-la-independencia-de-guayaquil>

- ESTÉVEZ, P. I. (2011). *El museo los amantes de sumpa y su incidencia en el desarrollo cultral de la provincia de Santa Elena*. Santa Elena.
- Evemuseología. (28 de Abril de 2015). *Museos más Invovación*. Obtenido de <https://evemuseografia.com/2015/04/28/museos-y-tipos-de-visitantes/>
- FLACSOANDES. (s.f.). *historia de la arqueologia en el Ecuador* .
- Garcia, J. L. (1998). De la Cultura como Patrimonio a Patrimonio Cultural. *Revista Científica Complutense*, 12.
- González, A. (2010). *Epistemología del turismo/ Posturas subyacentes sobre orden y accion social en las teorías del turismo*. Mexico: Trillas.
- Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*. Panamá: Altilus.
- Grund, N. (2016). *El perfil de usuarios en los museos*. Obtenido de emotools: <http://www.emotools.com/contents/articulos-y-blogs/nati-grund-el-perfil-de-usuario-en-los-museos/>
- Guzmán Ramos, A., & Fernández, G. (13 de Abril de 2002). *El turismo desde la geografía*. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-365.htm>
- Heizer, H. y. (1977).
- Hernández, F. H. (1992). *Evolución del concepto de Museo*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Hernandez, P. I. (2011). *El museoLos Amantes De Sumpa y su incidencia en el desarrollo cultural de la provincia de Sanata Elena*. La Libertad - Ecuador.
- Hughes, G. (1996). *Redefining cultural, Annals of Tourism Research*. España: Ediciones I&k.
- ICOMOS. (2003). Carta Internacional sobre Turismo Cultural. *ICOMOS*, 60.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2008). *Guía Especializado en turismo Cultural*.

- José Renato de Castro César. (2010). *Epistemología del turismo/ Ensayo crítico sobre turismo como ciencia*. Mexico: Trillas.
- Korstanje, M. (2007). *Antropología del Turismo*. Edición electrónica gratuita.
- Kotler, N., & Kotler, P. (2001). *Estrategias y Marketing de Museos*. Barcelona: Ariel Patrimonio Histórico.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., García de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing Turístico* (5ta Edición ed.). (A. Cañizal, Ed.) Madrid, España: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Kravets, I., & de Camargo, P. (2015). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *CULTUR-Revista de cultura e turismo*, 2-16.
- Ley de Turismo. (27 de Diciembre de 2002). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Lizán Rodríguez, J., & Rubén, T. M. (2014). *Diseño de un plan de promoción turística para el museo Casa León, Cantón la libertad provincia de Santa Elena*. Santa Elena.
- Loja, D., Ojeda, K., & Rivera, L. (2011). *Evaluación del uso recreativo de los jardines del malecón Simón Bolívar*. Guayaquil: Escuela superior politécnica del litoral facultad de ingeniería marítima y ciencias del mar.
- López, R. (2007). *Manual de técnicas de guiar y actividades turísticas escolares*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Lowenthal, D. (1998). *El pasado es un país extraño*. Madrid: Akal.
- Lucas Marín, A., Cortés Beltrán, C., & Cáceres Zapatero, M. D. (2000). *Madrid en el siglo XXI transformaciones y retos de su realidad social* (Vol. II). Madrid, España: Fragua.

- Manual de guías de turismo local de la Costa Caribe de Nicaragua. (Mayo de 2013). *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*. Obtenido de <http://www.pnuma.org/manglares/nicaragua/documentos/Proyectos%20comunitarios/Proyecto%20ecotur%C3%ADstico%20Kahkabila/Manual%20de%20gu%C3%ADa%20de%20turismo%20de%20la%20Costa%20Caribe%20de%20Nicaragua.pdf>
- Martín de la Rosa, B. (2013). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio Cultural. *PASOS revistas de Turismo y Patrimonio Cultural vol1 N°2*, 155 - 160.
- Mestanza, J. (27 de Agosto de 2014). El Comercio. *1.6 millones de visitas al mes al Malecón 2000*, pág. 2. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil-ecuador-visitas-malecon-2000.html>
- Mincetur. (15 de Agosto de 2013). *Conceptos Fundamentales de turismo*. Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2016). *Experiencias Culturales*. Santa Elena: NorthGraph.
- Ministerio de Finanzas. (2015). *Programa Anual de Inversiones y Entidades*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (2008). *Ley de Turismo*. Quito: Registro Oficial.
- Ministerio de Turismo del Ecuador, MINTUR. (2017). *Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador 2017 Asociación de atractivos con el espacio turístico*. Quito.
- Mintur. (2011). *plan estratégico de desarrollo de turismo*.
- MINTUR. (2016). *Inventario de Atractivos turístico*. Guayaquil.
- Mirabá, Y. D. (2014). *Plan Estratégico turístico de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural en el centro de interpretación museo Cacique Baltacho de la comuna San Marco*. Santa Elena.

- Monterrubio Cordero, J. C. (2010). *Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística*. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de Mexico.
- Núñez, J. (2006). Una vía para preservar la diversidad cultural. *Revista Venezolana de investigación*, 135-146.
- Olmos Juárez, L., & García Cebrián, R. (2016). *Estructura del mercado turístico* (Segunda ed.). Madrid, España: Ediciones Paraninfo, SA.
- OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- Pastor Alfonso, M. J. (20 de Octubre de 2003). *Horiz. antropol. vol.9 no.20*. Obtenido de Horiz. antropol. vol.9 no.20: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006>
- Pazmiño, V. A. (Ed.). (2012). *Guía especializada en Turismo de Guayaquil 2012*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Inmediatur S.A.
- Pedroso, I. (2001). *El Guía de turismo: Principal Agente de Información en un Destino Turístico*. Camaguey: Centro de documentacion e informacion del turismo.
- Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Manual de buenas prácticas guías de turismo y operación turística gestión de servicio*. Lima.
- Plan nacional del buen vivir. (2013). *Plan nacional del buen vivir*. Quito.
- Quito Adventure. (2014). *Ecuador Arqueología*. Obtenido de <http://www.quitoadventure.com/espanol/cultura-gente-ecuador/arqueologia-ecuador/costa-playas-ecuador/sumpa-vegas-01.html>
- Ramallo Miñan, E. (2015). *El guía turístico diferencias y similitudes entre comunidades autónomas*. Murcia, España: Universidad de Murcia. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39838701018.pdf>
- Raymond, G. (2003). La hora de Guayaquil. *América Economía*.

- Reglamento general de actividades turísticas. (2011). *Reglamento general de actividades turísticas*. Lexis.
- Reglamento Nacional de Guianza Turística . (2016). *Reglamento Nacional de Guianza Turística* . Limón Indanza: Lexis.
- Richards, G. (2000). *Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo*. Holanda: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, .
- Sagüés, C. V. (2008). *La difusión, una función del Museo*. Navarra: Gobierno de Navarra.
- Salazar Parrales, A. (15 de Abril de 2008). *Teoría Sociológica y Turismo*. Obtenido de http://impactodelasociedadenturismo.blogspot.com/2013/02/sociologia-y-turismo_27.html
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, M. B., & Pérez, L. I. (1998). *Metodología de la investigación (Vol. 1)*. México: Mcgraw-hill.
- San Martín Gutiérrez, H. (2005). *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador*. Santander: Universidad de Cantabria Departamento de Administración de Empresas.
- Secretaría del Buen Vivir. (2016). *¿Sabías que en el Ecuador se hablan 14 lenguas ancestrales?* Obtenido de <http://www.secretariabuenvivir.gob.ec/sabias-que-en-el-ecuador-se-hablan-14-lenguas-ancestrales/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades. (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021*. Quito.
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir 2017 - 2021*. Montecristi: Asamblea Constituyente.

- SETURNA. (2008). *Glosario de Términos Técnicos Relacionados a la Actividad Turística*. Chile.
- Simon, N. (2010). *The participatory museum*. Museum 2.0.
- Singh, S. (1994). *Cultural Tourism and Heritage management*. New Delhi: Rawat Publications.
- Sotomayor Vera, K., & Morán Gutierrez, K. (2013). *GUÍA CULTURAL DEL TURISMO DE LA PROVINCIA DE*. Guayaquil.
- Stothert, K. E. (1988). *La prehistoria temprana de la península de Santa Elena, Ecuador: cultura Las Vegas (Vol. 10)*. . Museos del Banco Central del Ecuador.
- Tello, V. (2005). ¿Y la cultura a dónde va? *El Universo*.
- Tresserras, J. J. (2004). *Turismo Arqueológico*. Barcelona.
- Turismo, M. d. (2008). *Reglamento de Ley de turismo*. Quito: Registro Oficial.
- Turismo, M. d. (2010). *Naturaleza y Cultura Internacional*. Cuenca.
- UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial de la UNESCO "Patrimonio y Cultura"*. México.
- UNESCO. (1982). *Patrimonio Cultural*. Mexico.
- Vacas Guerrero, T. (2000). Los museos madrileños como oferta turístico-cultural. *cuaderno de turismo 5*, 105-111.
- Velandia Salazar, F., Ardón Centeno, N., & Jara Navarro, M. I. (6 de diciembre de 2007). Satisfacción y calidad: Análisis de la equivalencia o no de los términos. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 139-168. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/545/54501307/>
- Yoshitaka Kanomata, Tabarev Andrei, Tabarev Julia, Sttothert Karen. (s.f.). *Un nuevo acercamiento al estudio de herramientas líticas de la cultura milenaria "LAS VEGAS"*. SANTA ELENA, ECUADOR.

Zoreda, L. C. (1988). *La documentación Museología*. Boletín de la Anabad. Obtenido de Cuadernos de documentación multimedia,.

(Motecristi,2008) *Constitución de la Republica del Ecuador: PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR; INSITUTO NACIONAL DE PATRIMOIO CULTURAL*

CONSULTA: <http://bivicce.corteconstitucional.gob.ec> FECHA: 15/12/16

Wahab, S.E.A., 1992. Governments role in Strategic Planning for Tourism, Encyclopedia of Hospitality and Tourism. Nueva York

CONSULTA: <http://www.sciencedirect.com> FECHA: 15/12/16

Planificación del espacio Turístico. Roberto Boullón (2012)

CONSULTA: <http://www.aptae.pe> FECHA: 15/12/16

Anexo A Encuestas



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
TURISMO Y HOTELERÍA

Objetivo: Determinar el perfil de los visitantes del museo Amantes de Sumpa de la Comunidad de Santa Elena.

Se expone que la información a obtenerse es confidencial y que su manejo es de uso exclusivo para la presente investigación. Le agradezco de ante mano por la colaboración de su tiempo para el desarrollo de las siguientes preguntas en esta encuesta

Instrucciones: Responda marcando con X las preguntas de acuerdo a su criterio

Lugar de Procedencia: _____

1. Género

- Masculino
 Femenino

2. Edad

3. Estado Civil

- Soltero
 Casado
 Divorciado
 Viudo

4. Nivel de Instrucción

- Primaria
 Secundaria
 Tercer nivel
 Cuarto Nivel
 Otros _____

5. Cuando viaja lo hace

- Solo
 Con Pareja
 Con Amigos
 Con Familiares

6. ¿Qué Actividades realiza en su tiempo libre?

- Deportes
 Viajar
 Caminar
 Turismo
 Asistir al Teatro

7. ¿Cuáles son sus motivos para visitar el museo?

- Diversión
 Cultura
 Conocer Nuevas Culturas
 Conocer Sitios y Monumentos
 Aprender sobre la Historia
 Conocer Costumbres y Tradiciones
 Estudios

8. En el caso de ser visitante internacional, cómo define lo visto en el Museo

- Interesante
 Complejo
 Aburrido

9. ¿Cuáles fueron los factores que influyeron en su visita?

- Recomendación
 Conocimiento Previo
 Disponibilidad de Tiempo

- () Planificación de la Ruta
- () Variedad de Atractivos
- () Costos
- () Otros _____

10. ¿Cómo se enteró acerca del museo?

- () Publicidad
- () Internet
- () Agencia de viajes
- () Amistades
- () otros _____

11. El método de transportación fue por medio

- () Propio
- () Financiado
- () Agencia de Viajes

12. ¿Cuándo fue la última vez que visitó un centro cultural?

- () 1- 3 Meses
- () 3 - 6 Meses
- () 6 -12 Meses
- () 1 – 3 Años

13. Señale los atractivos culturales que ha podido visitar cerca de Santa Elena

- () Salinas
- () La Chocolatera
- () Ballenita
- () Montañita
- () El Museo de Ballenas
- () Museo de Valdivia
- () Comuna San Pablo

14. ¿Qué tiempo destina visitar el cantón Santa Elena?

- () 3 días
- () 1 Semana
- () 2 Semanas

15. Referente al turismo cultural. ¿Qué actividades realizaría en el Museo?

- () Talleres
- () Exposiciones
- () Ferias

- () Representaciones artísticas
- () Representaciones Orales (Leyendas)
- () Ver los descubrimientos Arqueológicos

16. ¿Qué Servicios busca en el museo?

- () Acompañamiento con Guianza
- () información básica de los atractivos
- () Información Profunda del atractivo
- () Señalización del Atractivo
- () Exhibición de muestras principales del Museo

17. Generalmente cuánto Gasta al Momento de realizar sus viajes

- () 25 – 50
- () 51 – 75
- () 76 – 125
- () 126 - 200

18. En la escala del 1 al 10 ¿Cómo calificaría su visita al Museo?

- () Muy Buena
- () Buena
- () Regular
- () Mala

19. Considera que es necesario la implementación de nuevos productos dentro del Museo

- () SI
- () NO
- () Talvez

20. Recomendaría a otros turistas el Museo de los Amantes de Sumpa

- () SI
- () NO

Anexo B. Entrevistas

Encargada del Museo de los Amantes de Sumpa de la Comunidad de Santa Elena

Lcda. Beatriz Lindao

Datos de la Entrevistada	Área Administrativa
Nombres	Beatriz Lindao
Cargo	Administradora
Tiempos en el cargo	10 años

1. ¿Qué lugar debe ocupar un museo en la vida de las personas?

Parte importante de una persona porque es ahí donde se guardan las tradiciones, nuestras raíces, es ahí donde conocemos realmente nuestro inicio de las culturas

2. Como encargada general del museo ¿Cómo se siente con respecto al desarrollo del turismo dentro de los últimos años?

Bastante bueno, porque ahora no existe un día fijo en el cual no deje de haber turistas

3. ¿Cuál es el promedio de afluencia de visitantes mensuales en el museo?

Alrededor de 3000 al mes

4. ¿Qué pieza cultural es la más llamativa por los turistas?

En el museo al ser un icono en la península porque es el único museo con exposiciones de piezas humanas y las más antiguas como lo fueron los vegas, encontrándose en su sitio original

5. ¿Qué gestiones se efectúan para el mantenimiento y conservación del museo?

Básicamente los servicios son pagados por el Ministerio de Patrimonio contratando otras empresas, se cuenta como seguridad, limpieza, área administrativa, mantenimiento y conservación.

6. ¿Cuáles son las características del visitante habitual?

Dentro de los visitantes, más llegan los de la Sierra como Quito, Cuenca, etc. los visitantes de otras ciudades son los que más llegan, otros visitantes que llegan bastante son los de Guayaquil y los pobladores de Santa Elena y los extranjeros

7. ¿Existen estrategias de marketing para llegar a nuevos mercados objetivos?

Con los proyectos itinerantes que son ir con piezas del objeto a las instituciones para promocionar y que motiven la visita al museo, otra forma de hacer marketing es por medio de radio y muy pocas veces de televisión. Otra de las difusiones que se hacen es por las redes sociales del museo.

8. ¿Qué tipo de estrategias de promoción y difusión a través de redes sociales se llevan a cabo?

El Ministerio tiene un portal cultural en donde todas las actividades son difundidas a través de esta página

9. ¿Qué tipo de actividades culturales programadas se realizan dentro del museo? y ¿Cuál es su frecuencia?

Las visitas guiadas, hecha por los guardias quienes solamente 2 guardias preparados de manera empírica, las ferias, y los talleres de manufactura de sombreros con paja, pinturas en piedra, y gastronomía

10. ¿El museo cuenta con áreas para la realización de talleres?

Si, está el salón principal, la videoteca y la sala de reserva y conferencias

11. ¿Considera importante implementar actividades de animación turística para la atracción de visitantes?

Sí, es importante crear actividades posteriores a la Guianza en beneficio de los turistas

12. ¿Cuál es la capacidad de carga que existe en el museo?

La capacidad de carga que existe en el museo es de 25 personas por área, entonces cuando hay bastantes personas se los trata de dividir para que todos puedan ver todo el recorrido en el museo

13. ¿Por qué Cree Ud. que es indispensable la difusión de la cultura en nuestra sociedad?

Si, porque el museo es el lugar que guarda nuestra historia entonces que las personas conozcan del museo es muy importante ya que es en donde están los restos de nuestros ancestros

14. ¿Cómo se proyecta el museo en los próximos 5 años?

El Museo va a crecer en las visitas, porque hace algunos años atrás el museo no estaba apto para que lleguen los visitantes, pero se ha ido trabajando en el desarrollo del museo y los visitantes han llegado, entonces si se trabaja mucho más en el museo los visitantes van a llegar muchos más

15. ¿Cómo parte de la planificación estratégica del Ministerio de Cultura y Patrimonio se está considerando la asignación presupuestaria para generación de nuevas actividades a realizar dentro del museo?

Anualmente se hacen los requerimientos para el Ministerio, es cierto que no todo lo que se planifica con su presupuesto se hace, pero también el museo realiza las gestiones internas para realizar cada una de las actividades como ferias, talleres, etc.

Anexo C. Ficha de Observación

Fecha: 5 de agosto del 2017

Observador: Rubén Anchundia

ASPECTOS A OBSERVAR:

1. VISITANTE: NACIONAL 95% INTERNACIONAL 5%

2. RECORRIDOS DE LAS ÁREAS

	SI	NO	NO SE OBSERVA
a) Los contenidos expuestos en la primera sala logran captar la atención de los visitantes	X		
b) el visitante logra comprender todas las herramientas de exposición del museo		X	
c) El visitante conoce de ante mano los contenidos que el museo posee		X	
d) Los contenidos expuestos por el museo estimulan la imaginación del visitante	X		
e) Los visitantes prefieren hacer los recorridos por su cuenta		X	
f) Los visitantes prefieren hacer los recorridos con la ayuda de un guía	X		
g) Se logra leer todo el contenido de la información expuesta		X	
h) El visitante discute o habla sobre los recursos observados			X
i) El visitante demuestra total interés en cada una de las áreas recorridas.	X		

Descripción de aspectos relevantes del Visitante:

Anexo D. Ficha de Evaluación Del Museo

Fecha: 5 de agosto del 2017

Observador: Rubén Anchundia

ASPECTOS A OBSERVAR:

1. ESTRUCTURA

	BUENO	MALO	REGULAR
a) Estado de la Estructura del Museo	X		
b) Accesibilidad a las Áreas Turísticas	X		
c) Facilidades para discapacitados	X		
d) Sistema de Lectura Braile		X	
e) Baterías Sanitarias	X		
f) Señalética en las áreas del Museo			X
g) las Instalaciones del museo se encuentran en buenas condiciones para recibir visitantes.	X		
h) Estacionamientos	X		
l) Estado de Conservación	X		

2. PLANTA TURÍSTICA

	SI	NO	TALVEZ
a) Alojamientos Cercanos	X		
b) Restaurante en las Localidades		X	
c) Agencias Operadoras Cercanas		X	
d) Servicios de Guianza		X	
e) Servicios de Alimentos y Bebidas		X	

3. PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

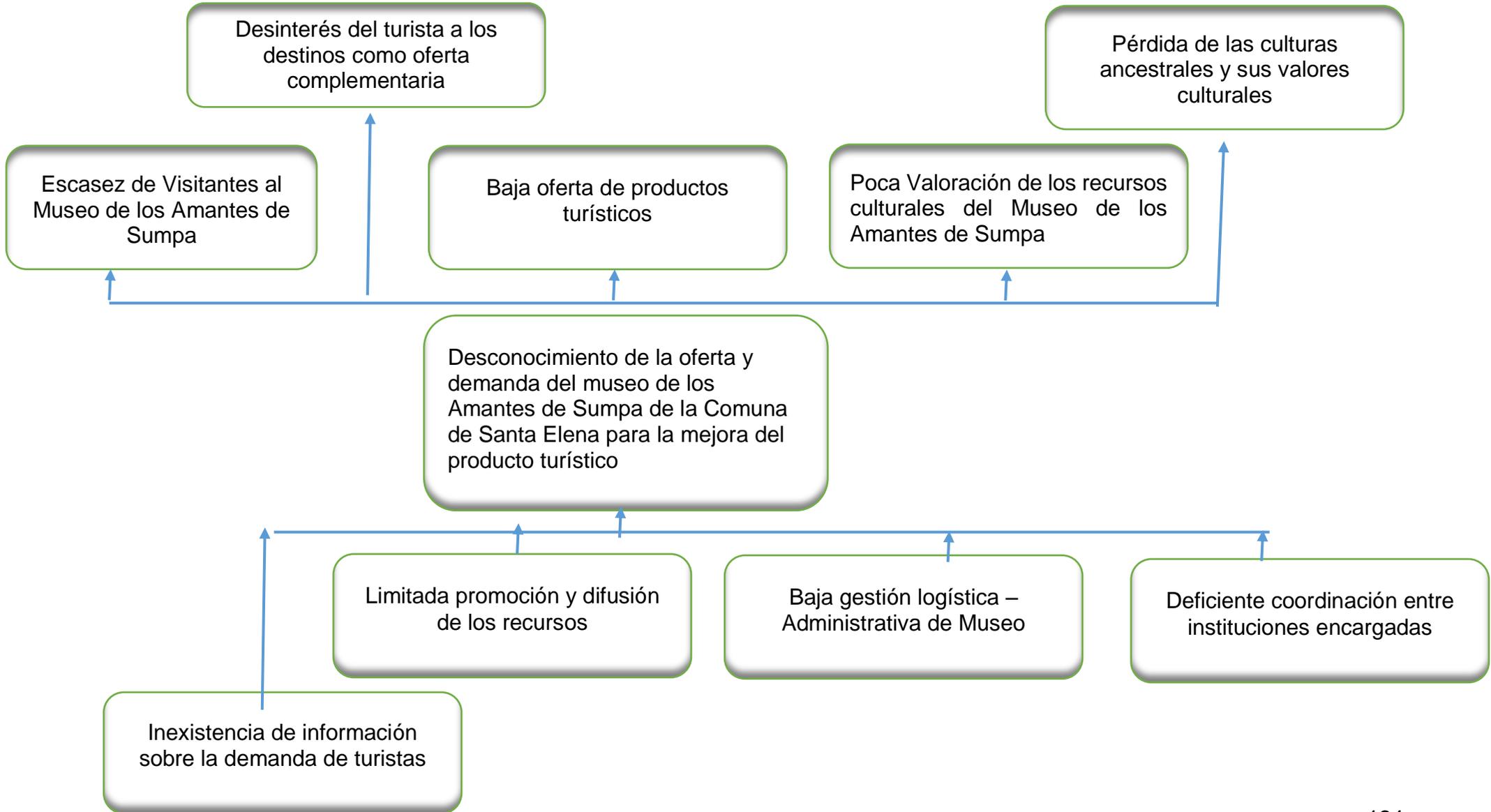
	SI	NO	TALVEZ
a) Folletería	X		
b) Dípticos, Trípticos		X	
c) Difusión por Medios de Televisión		X	
d) Difusión por Medios de Radio	X		
e) Difusión por Medios de Redes Sociales			X
f) Señalización interna y externa			X

4. RELACIÓN DEL MUSEO CON EL VISITANTE

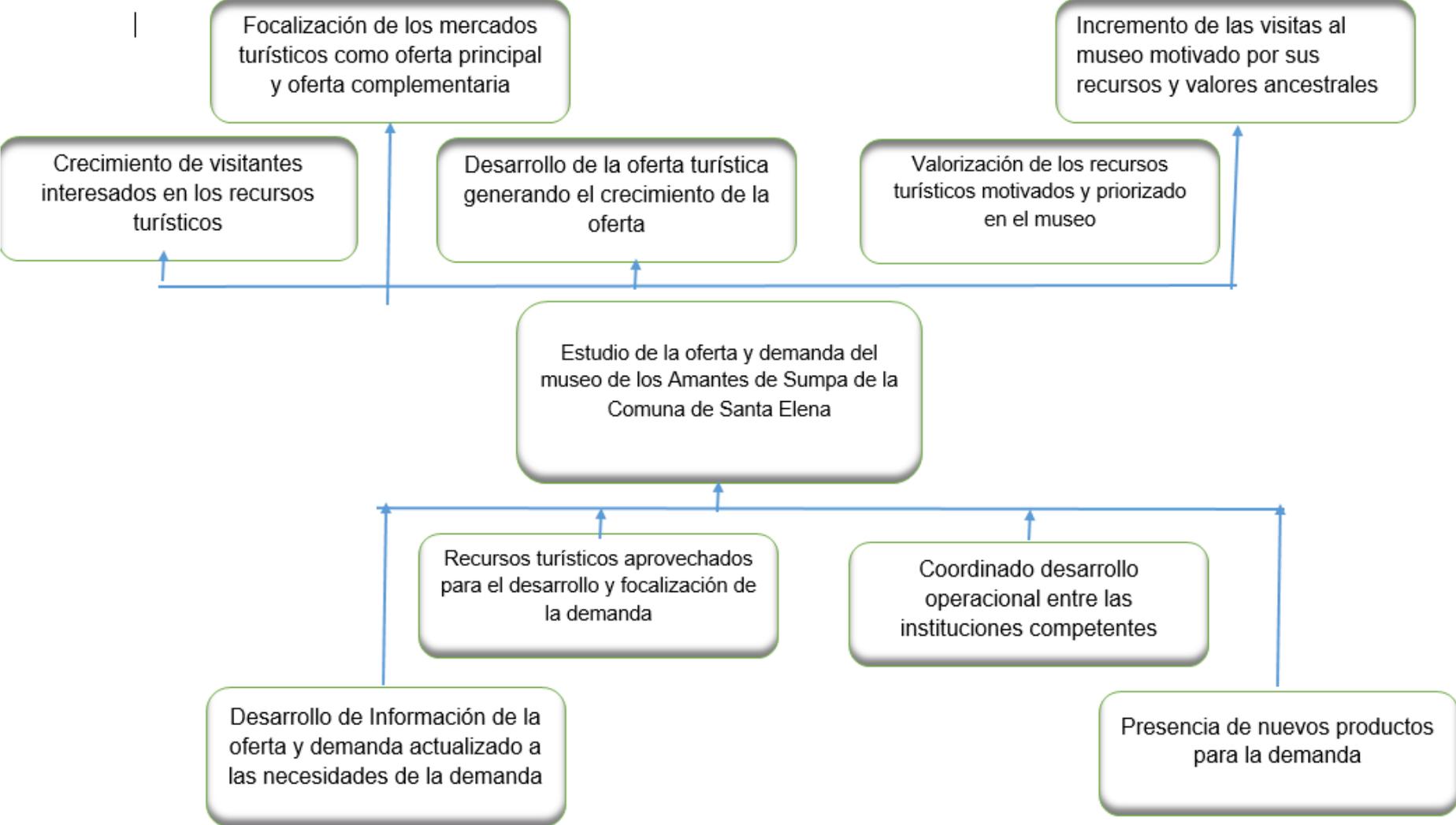
	SI	NO	TALVEZ
a) Facilita recorridos segmentados	X		
b) Maneja formatos de autoevaluación para mejora		X	
c) Regula el ingreso de visitantes en relación con su capacidad de carga	X		
d) Proporciona folletos u otras fuentes de información	X		
e) El museo favorece al desarrollo de experiencias dinámicas que conjunten todos sus productos			X
f) Existe alguna actividad lúdica dentro del museo	X		
g) las Instalaciones del museo se encuentran en buenas condiciones para recibir visitantes.	X		

Descripción de aspectos relevantes del Museo:

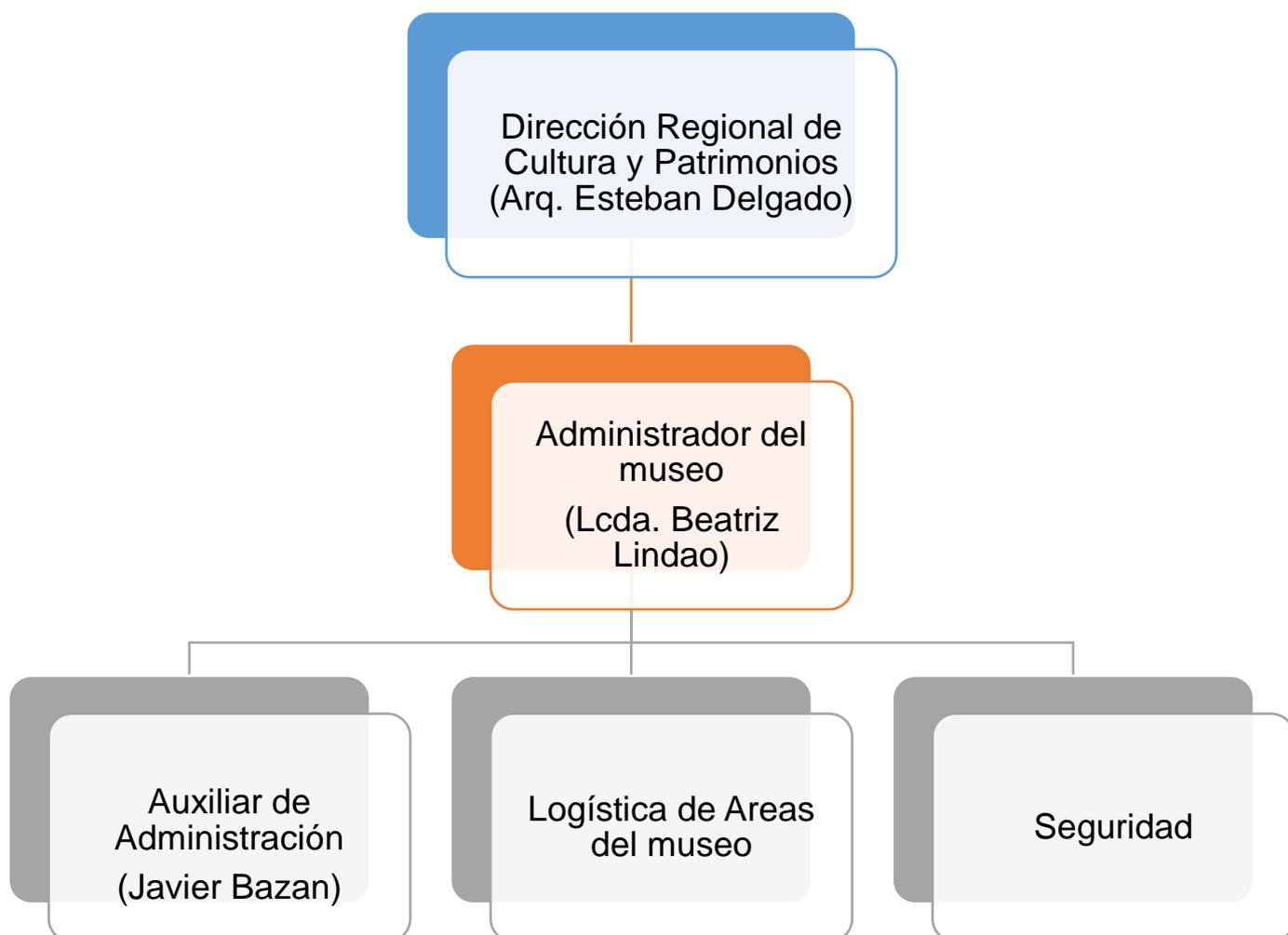
Anexo E. Árbol del Problema



Anexo F Árbol de Objetivos



Anexo G Organigrama Funcional del Museo



Elaboración: Rubén Anchundia

Fuente: Entrevista, Lcda. Beatriz Lindao

Anexo H Registro fotográfico



Figura 25. Entrada Principal del Museo



Figura 26. Sala Etnográfica



Figura 27. Cementerio Vega



Figura 28. Casa Campesina



Figura 29. Balsa Manteña



Figura 30. Feria día del Museo



Figura 31. Exposición de piezas arqueológicas



Figura 32. Actividad de Pintura en piedra