



Extensión Bahía de Caráquez

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

Extensión Bahía de Caráquez

**CAMPUS UNIVERSITARIO DOCTOR HÉCTOR USCOCOVICH
BALDA**

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TÍTULO

**ESTUDIO DEL MUSEO IN SITU CASO CHIRIJE PARA LA MEJORA DEL
TURISMO DEL CANTÓN SUCRE**

AUTORA

ARIANA MONSERRATE ARGANDOÑA ORTIZ

Tutora

ING. MARIELA FERNANDA NAVAS MOSCOSO MSC.

BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

En legal de mis funciones y atribuciones en calidad de Director de Tesis.

CERTIFICO

Que la presente investigación cumple con los requisitos y protocolos establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y las normas de investigación que ordenan y sugieren estructura de la misma. Por lo que puede ser presentada por su revisión y defensa.

En todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y a los fines consiguientes

Bahía de Caráquez. 2018

Ing. Fernanda Navas

DOCENTE ULEAM-EXT.BAHÍA

DIRECTORA DE TESIS

AUTORIA

La responsabilidad de la investigación, resultados u conclusiones emitidas en esta Tesis pertenecen exclusivamente de la autora.

El derecho intelectual de esta Tesis corresponde la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, extensión Bahía de Caráquez.

La autora

Ariana Monserrate Argandoña Ortiz

APROBACIÓN DE TESIS

Previo del cumplimiento de los requisitos de la ley, el Tribunal de Grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ANA ZAMBRANO LOOR
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADEMICA

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profunda gratitud a las autoridades de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí ext. Bahía de Caráquez, facultad de Administración de empresas turísticas y hotelera, por brindarme la oportunidad de adquirir el título en administración de Empresas Turísticas.

A la **Ing. Fernanda Navas** tutora de tesis, quien me brindó sus más altos conocimientos durante mi carrera universitaria.

Al **Lic. Carlos Chica** por estar siempre pendiente al proceso de titulación y guiarme de la mejor manera.

A los señores catedráticos que con sus enseñanzas me orientaron brindándome sus conocimientos, ayudándome a formarme como profesional y supieron comprender los momentos de dificultades en mi etapa estudiantil.

Ariana Monserrate Argandoña Ortiz

DEDICATORIA

“El mayor placer de la vida es hacer lo que la gente dice que no puedes”

El presente trabajo investigativo va dedicado a Dios por haberme permitido llegar hasta este logro y haberme dado fortaleza, salud y perseverancia para conseguir uno de mis objetivos.

A mis padres **Gilbert Argandoña y Azucena Ortiz**, quienes han estado conmigo en mis logros y fracasos me han dado ánimo, fuerza para seguir adelante, que con sus estímulos y apoyo constante e incondicional, quienes han velado por mí en diferentes aspectos, ellos que han brindado horas de consejos y regaños, mismos que estoy segura, lo hicieron con todo el amor de mundo para formarme como una persona íntegra, siempre me enseñaron a luchar y alcanzar mis metas. Mi éxito es de ustedes ¡los amo! Papá y mamá gracias porque a pesar de mis errores nunca perdieron la confianza en mí.

A mi **hermano** por siempre apoyarme en todas las decisiones de mi vida, que me han hecho reír y llorar, con toda seguridad puedo decir que tengo un hermano maravilloso.

Ariana Monserrate Argandoña Ortiz

RESUMEN

El presente estudio se realizó en el Centro Arqueológico Chirije con el objetivo de analizar su estado actual y repotenciar el turismo para el cantón Sucre. La metodología aplicada fue exploratorio y descriptivo lo que arrojó un resultado cuantitativo y cualitativo mediante la aplicación de las encuestas y entrevistas en zonas potencialmente turísticas como Bahía, Charapotó y San Clemente.

El resultado de esta investigación arrojó el reconocimiento de Chirije en la zona como un atractivo turístico de gran importancia a pesar de no estar en funcionamiento lo que permitió plantear estrategias de posicionamiento como propuesta final del caso de estudio.

SUMMARY

The present study was carried out in the Chirije Archaeological Center with the objective of analyzing its current status and promoting tourism for the Cantón of Sucre. The methodology applied was exploratory and descriptive of what gave a quantitative and qualitative result through the application of the survey and interviews in potentially interesting areas such as Bahía, Charapotó and San Clemente. The result of this investigation showed the recognition of Chirije in the area as a tourist attraction of great importance despite not being in operation that allowed to pose positioning strategies as a final proposal of the case study.

Contenido

CERTIFICACIÓN	II
AUTORIA.....	III
APROBACIÓN DE TESIS	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN	VII
SUMMARY	VIII
INTRODUCCION	4
Problema	6
Objeto:.....	6
Objetivo: D.....	6
Campo	6
Museo in situ	6
Desarrollo del turismo:	7
Tareas Científicas.....	7
Diseño metodológico.	8
Métodos de investigación	8
CAPÍTULO I.....	9
1.1. Museos	9
1.1.1. Museos in situ.....	10
1.1.1.1. El turismo y su relación con museos.....	11
1.1.1.1.1 Desarrollo del turismo.....	15
1.1.1.1.2. Importancia	16

CAPITULO II.....	18
2. Diagnóstico del estudio de campo y análisis de resultados	18
2.1. Modalidad de investigación.....	18
2.1.2. Contexto	18
Población.....	19
Muestra.....	19
2.1.3. Entrevista.....	25
2.1.3.1. RESULTADOS:.....	27
2.1.3.2. Análisis del F.O.D.A.....	28
CAPITULO III	29
Propuesta: Elaboración de estrategias de promoción turística para la repotenciación del Centro Arqueológico Chirije.	29
3.1. Justificación de la Propuesta	29
3.1.1. Objetivo General.....	30
3.1.2. Objetivos Específicos	30
3.1.2.1. Estrategias.....	30
3.1.2.2. Las falencias del Centro arqueológico Chirije las más relevantes son:	31
3.1.3. Plan de comunicación.....	32
3.1.4. Estrategias de servicios	33
3.1.4.2. Ampliación del Mercado.....	33
3.1.4.4. Descuento para instituciones educativas	34
3.1.4.5. Incentivos para visitantes recurrentes	34
3.1.4.6. Oferta de Días Festivos	35
3.1.4.7. Alianza con Redes de Museos.....	35
3.1.4.8. Agencias de Viajes	35

3.1.4.9. Internet	36
3.1.5. Proyección de la propuesta	36
3.1.6. Plan de acción.	37
3.1.7. Presupuesto:	37
3.1.8. Impacto de la Propuesta:	38
Conclusiones:	39
Recomendaciones	40
ANEXOS	41
Evidencias fotográficas de visita a Chirije estado actual (2018)	44
Bibliografía	46

INTRODUCCION

Estudio del Museo in situ caso Chirije para la mejora el turismo del cantón Sucre.

La presente investigación se basó en el estudio del Museo in situ caso Chirije, un ícono representativo del turismo cultural en el cantón Sucre ubicado en la parroquia de Charapotó denominado como Parque Ecológico y Arqueológico de la costa ecuatoriana.

Chirije fue descubierto en la década de los cincuenta por el arqueólogo Emilio Estrada, según el análisis del experto el complejo arqueológico fue un antiguo puerto marítimo de la Cultura Bahía (500 A.C. - 500 D.C.) en la época Pre-Colombina. Además se identificó como una zona comercial en donde sus habitantes practicaban el trueque, donde se realizaban intercambios de adornos hábilmente diseñados en concha spondylus por oro, cobre y otros artículos preciosos desde el norte de México hasta el sur de Chile.

Su zona de influencia está rodeado por 238 ha de bosque seco tropical y kilómetros de playas vírgenes que bordean la Cordillera del Bálsamo, ubicado en un valle este asentamiento de evidencias arqueológicas en su momento pasó a ser uno de los sitios más emblemáticos como producto turístico cultural de la zona. Según datos del centro arqueológico en el primer año de su apertura arribaron más de mil turistas extranjeros dejando una huella importante en el desarrollo del turismo para la zona.

Según Pakr (1988) “la demanda de productos de calidad superior aumenta regularmente y es cierto que el futuro se encuentra en el turismo de calidad”; es precisamente un importante indicador de calidad en el sector, cuando se trata de un turismo que corresponda a las exigencias ambientales y con las crecientes demandas de los viajeros, entendidas estas en las facetas tanto de la naturaleza, de la sociedad, como de la economía, en el contexto ambiental de la localidad en que se desarrolle la práctica del turismo .

En numerosos casos el turismo ha contribuido desfavorablemente al deterioro del medio ambiente y a veces es la causa principal de este deterioro, especialmente en razón de la densidad de la circulación automovilística, la multiplicidad de instalaciones turísticas, las sobredimensionadas infraestructuras, o las numerosas actividades recreativas practicadas por cada turista en las zonas de elevada fragilidad ecológica.

Esto se pone de manifiesto cuando zonas como Chirije por efectos de la naturaleza ha afectado de forma significativa al lugar, ejemplos como en 1997 el niño cerro el paso por completo hacia el lugar, luego el terremoto afecto la llegada de turistas y por último la crisis económica del 2000 fueron detonantes para que el lugar se quede como un sitio competitivo, es importante añadir que se requiere de nuevos estudios para determinar la continuidad del lugar para el turista que pretende llegar hasta la zona para el disfrute y deleite de la zona costera con su historia y arqueología.

Problema Inexistencia de un estudio del Museo in situ caso Chirije, afecta el desarrollo del turismo del Cantón Sucre.

Objeto: Desarrollo del Turismo.

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del Museo Chirije para la mejora del turismo del cantón Sucre.

Campo: El Museo.

Variable independiente

Museo in situ

Al visitar el museo in situ implica una experiencia única ya que se encuentra ubicado en un lugar específico.

La Convención de 2001 considere preferible la conservación in situ no significa que rechace opciones como la conservación en museos en tierra firme o de acceso público, sino que simplemente considera que la opción más recomendable es infligir el menor daño posible a los yacimientos arqueológicos (UNESCO)

Así lo confirmó el ICOM (1982), Consejo Internacional de Museos, publicó un informe sobre los museos de sitio arqueológico definiendo el museo de sitio como “un museo concebido y organizado para proteger un patrimonio natural y cultural, mueble e inmueble, conservado en su lugar de origen, allí donde este patrimonio ha sido creado o descubierto”.

Los museos de sitio implican un reto y es necesario mantener el balance entre tres pilares: la investigación científica, la conservación del patrimonio arqueológico y el acceso del público a esos bienes. (Medina, 2014)

Desarrollo del turismo:

En términos generales existe consenso a la hora de definir el turismo como una actividad consistente en desplazarse de manera no permanente a lugares distintos al de residencia habitual durante períodos de tiempo variables.

Desde una perspectiva económica Lareu (1991) define al turismo como un agregado de cinco consumos: transporte, alojamiento, alimentación, adquisición de bienes y servicios y disfrute de bienes y espectáculos. La conjunción de estos cinco consumos constituye al que los realiza en turista. Desde una perspectiva sociológica Savelli (1990) concibe al turismo fordista como una reparación por los esfuerzos hechos en la producción, y a la vez como un ámbito de consumo en el que diferenciarse y en el cual construir la propia posición social.

Tareas Científicas

- Investigar los diferentes conceptos y teorías relacionados con el museo in situ para el desarrollo del turismo en el Cantón Sucre.

- Realizar un estudio de campo para diagnosticar las causas y efectos del Museo de Chirije para el desarrollo del turismo en la zona.
- Elaborar una propuesta de integración de museos in situ en una ruta turística cultura para el Cantón Sucre.

Diseño metodológico.

Métodos de investigación: El presente trabajo de investigación se realizará con los siguientes métodos de investigación:

Histórica lógica que permitirá conocer antecedentes de un estudio de otros eventos investigativos relacionados con los museos in situ caso cantón –Sucre.

El tipo de investigación a realizar es correlacional porque relaciona las variables causa - efecto caso de estudio.

Información bibliográfica como: libros disponibles en el mercado que ofrezcan como objetivo general el turismo de los museos in situ. Se utilizarán como instrumentos los antecedentes de otros proyectos relacionados al turismo de arqueología o de sitios que representen el mismo ejemplo.

Aplicación de la investigación exploratoria y la descriptiva.

Exploratoria: Según Babbie(1979) este método nos permite aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. El estudio exploratorio se centra en descubrir.

Descriptiva: Según Selltiz estos tipos de métodos (1965) buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar. Esto permite detectar respuestas a las interrogantes Cada vez el nivel exploratorio constituye el nivel inferior de la investigación porque pone al investigador en contacto con la realidad a reconocer sobre la que se realiza una investigación sistemática y profundo.

CAPÍTULO I

1.1. Museos

La historia del museo es la historia del coleccionismo continuada y hecha pública. Los gabinetes, las colecciones y las galerías privadas sólo eran visitados ocasionalmente por intelectuales, científicos o amigos de los propietarios, a partir de observaciones, se van abriendo paulatinamente las más importantes colecciones, para que puedan ser visitadas públicamente y constituir el patrimonio público coleccionado: (Arenas, 1996).

Por los estudios y descubrimientos arqueológicos aumentaban cada vez más el número de visitantes a los centros arqueológicos por esta razón abrían más museos.

Los Museos han sido a lo largo de la historia guardianes de la identidad cultural, ya que el arte en sí mismo es un testimonio histórico de una época, materializado en obras que brindan un argumento, ideas o contextos, un testigo del entorno como del talento del artista. Se considera que los primeros museos surgieron en la antigua Grecia, de hecho la palabra museo viene del latín “museum” que deriva del griego “mouseion” que significa “casa de las musas “que en 1683 una colección privada fue mostrada por primera vez al público. (Herzog, 2013)

Un museo es un edificio para conservar obras de arte donde el objeto y las obras son más importantes que el sujeto, las obras se mantienen en amplias salas para una buena conservación.

Nos enfrentamos a la tarea de defender la importancia de los museos en nuestra sociedad, perdemos de vista algunas de las mejores pruebas que poseemos: los estudios de visitantes demuestran que cierto rango de necesidades humanas puede ser satisfecho a través de la participación en la visita a un museo, vista esta como actividad recreativa (Graburn, 1977).

Un museo puede estar buscando satisfacer su necesidad de tener una experiencia social, de expresar su individualidad, de sentirse parte de una comunidad. Muchos museos se comprometen con una misión educativa y diseñan sus exhibiciones y programas de acuerdo a esta.

1.1.1. Museos in situ

Museos, y patrimonio in situ, territorio como el conjunto conformado por un espacio físico determinado con sus características geológicas, ecológicas, climáticas, y por las proyecciones y acciones que las sociedades llevan a cabo

sobre él, tanto en el aspecto práctico por ejemplo, para obtener subsistencia y recursos, como en el simbólico asociando lugares con lo sagrado, la memoria, la identidad (Gimenez, 1996)

Museo in situ es patrimonio cultural de cada localidad en sus diversas modalidades: cultural, artísticos, históricos, Es significado específico del patrimonio como testimonio de un acontecimiento histórico, así como el atractivo del entorno cultural, se preservan mejor mediante la conservación in situ.

Las tipologías de proyectos que exploran la relación entre museo, territorio y patrimonio in situ es muy amplia, pues, además de las ya mencionadas, también se considerarían otras, parques culturales, territorios museos, ciertos jardines botánicos, parques arqueológicos, rutas temáticas y proyectos de arte contemporáneo conjugado con paisaje. Cada una de ellas, y en su conjunto, han generado acciones y reflexiones que ligan la museología con otras disciplinas y ámbitos de lo social y lo ambiental, y se han aplicado en territorios tanto rurales como urbanos (Layuno 2007).

Esta particular relación entre museos, y patrimonio in situ transforma el conocimiento de cada uno de los individuos de cada época. Ya que demuestran aspectos de la vida de los aborígenes.

1.1.1.1. El turismo y su relación con museos

El turismo se ha convertido en uno de los principales motores de la expansión del museo como institución, invadiendo y condicionando la planificación museológica, la creación de nuevos centros y su ubicación, la planificación interpretativa del territorio o la orientación turística de los proyectos y los discursos museológicos,

que están tendiendo a la singularización, esto es, a la creación de imágenes de marcas turísticas. El público turístico tiene cada vez más peso en el número de visitantes de los museos. (Lizana, 2007).

Es fundamental reconocer que el turismo, es la principal motivación para la actual extensión de museo. Es, sin duda alguna, por el turismo y por sus posibilidades de regeneración económica por lo que el museo está viviendo los que tal vez sean sus mejores tiempos, pues nunca como hoy han existido tantos museos, nunca han sido tan visitados y nunca se ha creído tan firmemente en las posibilidades de la cultura en general y de los museos en particular.

El crecimiento del número de museos y el cambio que está produciendo un incremento del turismo cultural que tiene como uno de sus recursos fundamentales los museos. Ha surgido una nueva museología que ha aportado importantes cambios y novedades en la concepción tradicional del museo, que ha pasado de ser un lugar de recepción y conservación, a ser una entidad dinámica capaz de generar cultura y ocio. (Guerrero, 2000)

Este cambio debería completarse con el amplio número de museos existentes en ciudades muy poco conocidos y visitados, siempre que éstos se adecuasen a las necesidades de sus visitantes con el fin de brindar una información veraz y oportuna a cada visitante.

En relación con esta asociación entre territorio y patrimonio, en el ámbito de los museos se ha recurrido a dos operaciones básicas: el traslado físico de los bienes patrimoniales y el abordaje conceptual del territorio en espacios museológicos alejados del emplazamiento original (ex situ); o bien a conservar y comunicar esos elementos sin desplazarlos física ni cognitivamente (in situ). El análisis y las

discusiones respecto de las implicaciones de cada una de estas operaciones se han suscitado desde hace al menos dos siglos (Layuno, 2007).

Seguramente seguirán como uno de los asuntos teórico-práctico permanentes de la museología. La exploración de las relaciones entre museo, territorio y patrimonio in situ tiene una larga tradición y tiene que continuar así.

Indican que estamos ante un cambio de paradigma museológico: de uno que exhibe colecciones, al que expone y se expone, queriendo comunicar; de una idea de público general no diferenciado a otra de competencias e intereses diversos o de consumidores efectivos y potenciales como agentes económicos en una relación de mercado, definidos por sus expectativas, necesidades, percepciones y prácticas respecto a un producto; de la función de conservación e investigación a la de comunicación y destreza administrativo-financiera. Es decir, un modelo empresarial permea buena parte del nuevo paradigma (Davallon, 1999).

Este cambio ha sido importante y significativo para el avance arqueológico en Manabí. Este particular comportamiento diferencia unas culturas a otras, transformando en esenciales el conocimiento de la conducta de cada uno de los personajes de la época.

En Manabí central, es decir en territorio de la cultura Bahía, Chirije aparece mezclado con elementos como figurillas de la cultura Guangala y cerámica de Jama Coaque, lo que hace suponer un contacto con las fases últimas de Guangala y de Jama Coaque. (Estrada, 2006)

Los pueblos aborígenes fueron asentados a lo largo de las Costa ecuatoriana, uno de los lugares iconos para las culturas del país, es el centro arqueológico Chirije. Tiene varios componentes a través de los bosques secos tropicales. Y sin lugar a dudas por sus hallazgos estas culturas se fusionaron.

En la costa centro-sur de la provincia de Manabí, varias investigaciones arqueológicas orientadas a la excavación de sitios específicos revelaron la presencia de depósitos culturales sucesivos. Estas ocupaciones humanas permanentes se iniciaron unos 5 000 años atrás y continuaron hasta la llegada de los conquistadores. En la literatura científica, todavía no se han desarrollado esfuerzos dirigidos a la elaboración de modelos teóricos dinámicos que ayuden a explicar esta rica prehistoria. Al contrario, el récord arqueológico, con la ayuda de análisis cerámicos, ha sido articulado sobre la base de un patrón de cambio y continuidad a través del tiempo (Norton.E, 1983)

Lo que indica que Manabí es rica en sus hallazgos de las diversas culturas. El patrimonio de recursos naturales, culturales, históricos, arqueológicos son los que van a atraer al turista e incitarles a viajare.

Se encuentra ubicado al suroeste del cantón Sucre, en el sector conocido como El Pajonal, con acceso por playa abierta desde Bahía de Caraquez en una distancia de 25 kilómetros. La comunidad pertenece a su vez a la parroquia Charapotó, Cantón Sucre provincia de Manabí. Dada su ubicación geográfica, configura la parte baja de un bosque seco tropical, sector en el que se asienta la infraestructura.

Después de la Primera Guerra Mundial (1918) surgió la Oficina Internacional de Museos, que articuló los criterios museográficos cuyos programas y soluciones técnicas son vigentes hoy en día. En 1945 nació el Consejo Internacional de Museos (ICOM) y en 1948 aparece la publicación periódica *Museum* mediante la cual se difunden hasta hoy en día las actividades de los museos en el mundo.

El turismo se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural que parece encarar con éxito varias de las más acuciantes y expectativas del mundo actual. Por un lado es una alternativa complementaria a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico, por otro, cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental y aun supone una exploración consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro social. (Ruiz, Octubre 2007)

Sin el turismo es una completa novedad que debe integrarse a la oferta turística de Bahía para que los visitantes puedan conocer más nuestra cultura ancestral.

1.1.1.1.1 Desarrollo del turismo

El turismo desarrolla un papel importante en la sociedad, de dar a conocer el patrimonio cultural, creando circuitos turísticos que promuevan, no los sitios más conocidos, sino los menos conocidos para evitar que caigan en el olvido. No es pues solamente una cuestión de mercado turístico, de creación de nuevos e imaginativos productos, sino de una distribución territorial más amplia y equitativa del esfuerzo de producción turística. (Cortada, 2006)

Más difícil es determinar con precisión el concepto de desarrollo, teniendo en cuenta el marco en el que se mueve este trabajo. Acudimos a la idea simple de que desarrollo significa la mejora de las condiciones de vida.

1.1.1.1.2. Importancia

Lo que es más importante, el tipo de educación/formación conduce a comentar que la postura científica permite considerar el turismo como una industria, como una materia de investigación y como ambas cosas a la vez, gracias a lo cual puede empezar a ser contemplado como un corpus de conocimiento mejor concebido, enmarcado y difundido . (Jafari, Julio 2005)

Esto conduce a establecer la necesidad de que sean estudiados todos los aspectos del turismo, incluyendo la formación para un desarrollo sostenible.

La importancia del turismo radica exclusivamente en la capacidad de producir bienes económicos a través de un intercambio, en donde los bienes que se intercambian están a disposición plena del consumidor, desestimando cualquier consideración patrimonial, social, cultural. Para que las ganancias económicas sean las deseadas, la población del destino turístico debe poseer un sistema turístico bien organizado, con servicios básicos, mano de obra calificada, superestructuras e infraestructuras, todo esto considerando la oferta y demanda turística. (Palomo, 31 marzo 2008)

En la actualidad las ganancias del turismo no son sólo económicas, pues el intercambio cultural también es muy importante porque permite ampliar los

conocimientos del turista y anfitrión. De igual manera, cabe recalcar que dos de los principales objetivos del turismo consiste en la paz y la armonía entre los países.

El turismo se ha convertido en los últimos años en una alternativa para alcanzar el crecimiento económico en Ecuador y la provincia Manabí; es uno de los puntos más productivos, que integra elementos naturales, culturales y humanos en un contexto productivo. Entre los aspectos económicos positivos que tiene en Manabí está, la generación de empleo, la captación de divisa, y el desarrollo de la región. (Arroyo, 2017)

A pesar de todas sus potencialidades el turismo en Manabí, es naciente no se aprovechan todas las bondades que brinda la naturaleza, la diversidad cultural y gastronómica.

1.1.1.1.1.3. Historia de Chirije

Chirije está rodeado por 238 hectáreas de Bosque Seco Tropical y kilómetros de playas vírgenes. Este valle fue el hogar consecutivo de muchos asentamientos humanos en la época precolombina. Es uno de los muchos sitios arqueológicos de interés de la costa de Ecuador, el arqueólogo Emilio Estrada descubrió el sitio en la década de 1.950.

Chirije, fue un antiguo puerto marítimo, éstos comerciantes negociaban los adornos hábilmente diseñados y conchas Spondylus, En este sitio se pueden encontrar muchas cerámicas, piedras y conchas arqueológicas, así como también restos de huesos de las culturas Bahía, Jama Coaque.

El museo in situ de Chirije, está construido sobre una excavación en una colina. Aquí usted encontrará 3 fuentes de piezas arqueológicas. El primero con todos los objetos encontrados por los arqueólogos en las excavaciones científicas. El segundo, con las piezas halladas por el personal del sitio y en la superficie de la tierra, y el tercero con los objetos encontrados por todos los viajeros recorriendo la playa. Todavía hay muchos misterios de la antigüedad que se encuentran en Chirije. (Estrada E. , Abril 2012)

Estos asentamientos dejaron a su paso una riqueza cultural, como lo es el centro arqueológico Chirije, una zona exclusiva para el avistamiento de ovnis, entre otros atractivo.

CAPITULO II

2. Diagnóstico del estudio de campo y análisis de resultados

2.1. Modalidad de investigación

La presente investigación es del Histórico-Lógico, es el levantamiento de información de la cultura Jama Coaque y Guangala.

Es conocido por muchos que el método histórico estudia la trayectoria de los fenómenos y acontecimientos en su devenir histórico, mientras que el método lógico investiga las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos. Lo lógico es lo histórico mismo, pero despojado de su forma concreta y representado en forma teórica; por el contrario, lo histórico es lo lógico mismo, pero revestido en forma concreta de desarrollo histórico. (Añorga, Diciembre 2013)

2.1.2. Contexto

La presente investigación se efectuó en parroquia Charapotó, Cantón Sucre provincia de Manabí.

El presente análisis se lo realizó mediante la aplicación de una encuesta con cinco preguntas con el objetivo de recopilar información acerca de Chirije desde el punto de vista turístico y arqueológico.

Población.

La población identificada en el estudio está conformada por 27 comunidades ubicadas en la parroquia de Charapotó.

Muestra.

Se confirmó que Chirije pertenece a Charapotó junto con sus 27 comunidades, se hizo un cálculo con lo que se mostró que en el año 2015 había 22.530 habitantes en este lugar, que con el 2.35% incrementa el número de habitantes anual. Por lo tanto en cada comunidad habría 529 habitantes, con una proyección en el año 2018 tiene que haber 24.117 habitantes aproximadamente.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula de confiabilidad obteniendo como resultado 378 personas sujetos a la aplicación de encuestas como parte de las técnicas de ésta investigación.

CONFIANZA AL 95%

N	24117		
PQ	0,25		
Z	1,96	3,8416	
E	0,05	0,0025	

N	Población
PQ	Varianza al cuadrado
Z	Valor confianza de Z al 95%
e	Error Muestral (5%); 0,05

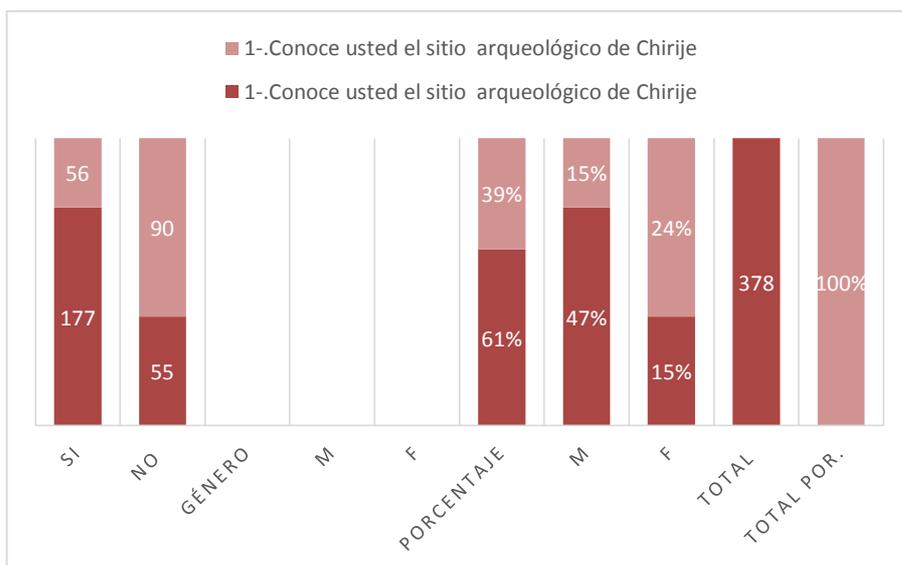
$$n = \frac{N * PQ * Z^2}{(N * E^2) + (PQ * Z^2)}$$

$$n = \frac{23161,9668}{61,2504}$$

$$n = 378$$

1-¿Conoce usted el sitio arqueológico de Chirije?

Cuadro N. 1



Elaborado por: Ariana Argandoña O

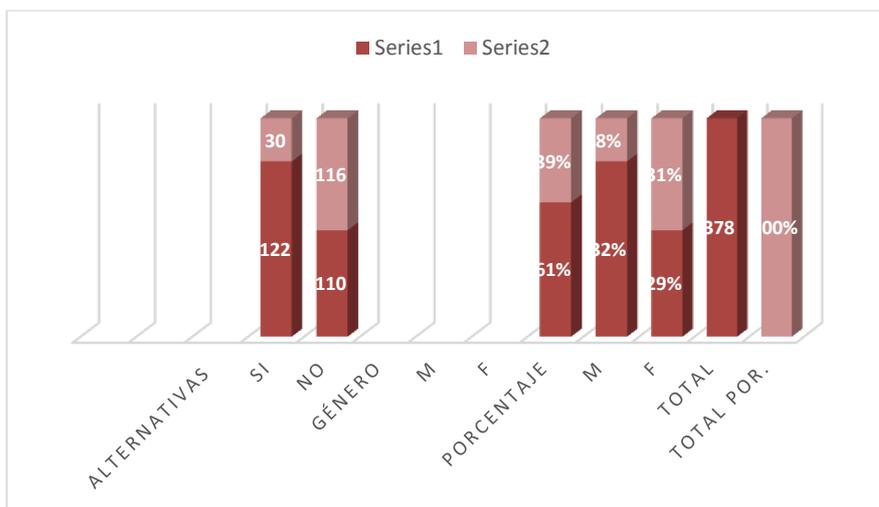
En el resultado de la pregunta uno arrojó el si con un porcentaje mayor en el género masculino y en un grado menor en el género femenino.

Lo que significa que Chirije es conocido en la localidad por la frecuencia de paso de los pescadores de la zona.

Se llega a la conclusión que la mayoría de los ciudadanos de esta zona conocen el centro arqueológico Chirije. El género masculino es el que con mayor frecuencia esta en Chirije porque por ese territorio se dedican a pescar.

2.- ¿Ha visitado el sitio arqueológico Chirije?

Cuadro N. 2



Elaborado por: Ariana Argandoña O

Con respecto a esta pregunta se comprobó que el género masculino es quien más ha visitado el sitio arqueológico Chirije, por el género femenino no es muy visitado el lugar.

De acuerdo a la encuesta se puede observar que la mayor parte de la población conocen Chirije el género masculino por sus grandes playas en las cuales tienen el placer de hacer pesca, el género femenino no es de muchos visitar el lugar.

3.- ¿En su visita al sitio arqueológico Chirije, que fue lo que más llamo su atención?

Cuadro N. 3



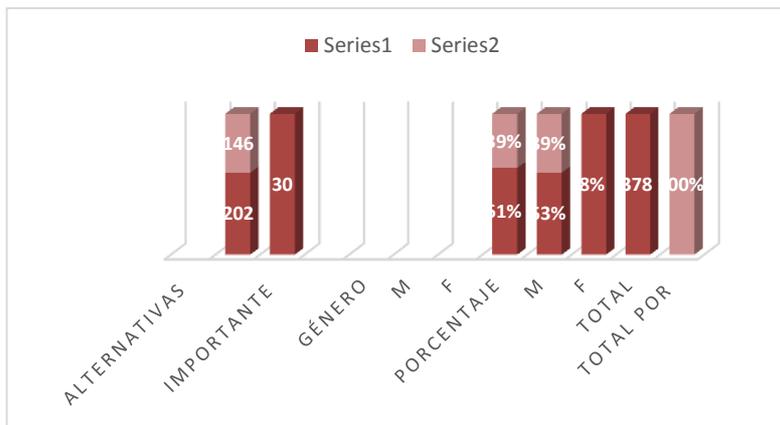
Elaborado por: Ariana Argandoña O

Con relación a la pregunta 3 arrojó que casi todos los habitantes de estos lugares les llama la atención la historia de Chirije un porcentaje medio les gusta su infraestructura y un poco de ellos su ovni puerto.

A las personas que se hizo las encuestas les gusta la historia de Chirije más que todo lo que podemos encontrar en el lugar.

4.- ¿Cree usted que Chirije es un centro Arqueológico Turístico importante para impulsar la actividad turística de la zona?

Cuadro N. 4



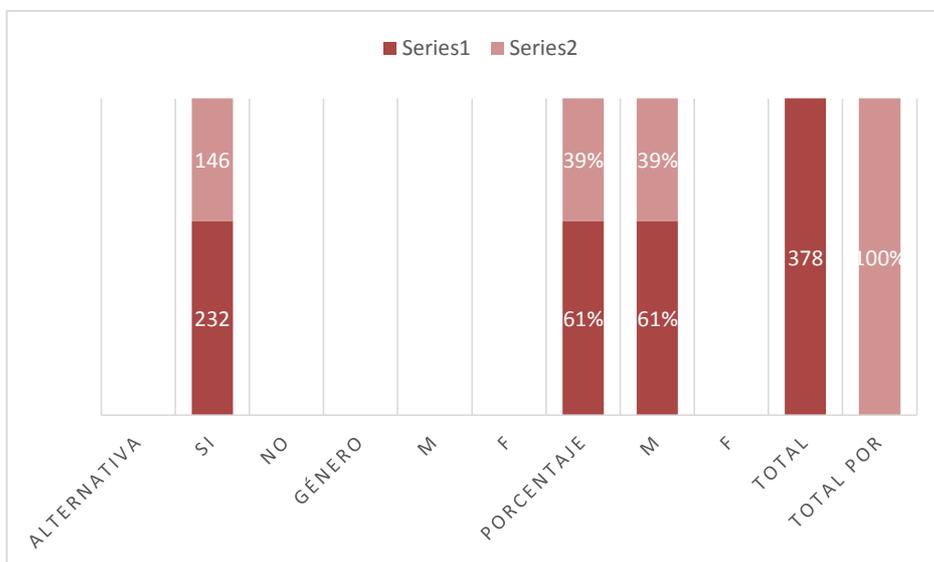
Elaborado por: Ariana Argandoña O

Con concordancia a esta interrogante. La población de género masculino y femenino les parece muy importante que el centro arqueológico para impulsar el turismo.

Se entiendo que es muy importante para la población de esta zona volver a impulsar la actividad turística.

5.- ¿Cree usted conveniente que se reaperture el Centro arqueológico Chirije para fomentar el turismo en la zona Norte Cantón Sucre?

Cuadro N. 5



Elaborado por: Ariana Argandoña O

Con respecto a la pregunta 5 el género masculino y femenino están de acuerdo que se reaperture el centro arqueológico Chirije para la mejora del turismo en la zona Norte de Manabí.

Se entendió que lo más conveniente es abrir las instalaciones del centro arqueológico Chirije para fomentar el turismo en esta zona.

2.1.3. Entrevista

La entrevista se la realizó a la Tnlga. Verónica Tamariz propietaria del sitio Arqueológico Chirije. En esta conversación se obtuvo información relevante mediante las siguientes preguntas:

1. ¿En qué año se descubrió Chirije?

En el año 1.995 el sitio arqueológico Chirije fue comprado por la familia Tamariz Dueñas.

2. ¿Cuántos piezas arqueológicas hasta ahora hay en Chirije?

La tecnóloga jamás menciona el número de piezas, por lo tanto eso quiere decir que hay una deficiencia en el control de su muestra museográfica. No tienen catalogada las piezas.

3. ¿Qué pasó con Chirije?

Siendo un lugar representativo de las culturas Jama Coaque y Guangala, Chirije hace dos años perdió todo su potencial turístico, por motivo del desastre que causó el terremoto en el lugar.

4. ¿Qué afectó a Chirije?

La principal decadencia que tuvo Chirije fue desde el 16 de abril de 2016 por el terremoto que hubo en Ecuador.

5. ¿Cuáles fueron los factores que afectaron al turismo en la zona?

Fueron muchos pero los principales han sido:

La falta de recursos

El terremoto

Y la falta de promoción.

6-. ¿Qué tipo de promoción harían para volver a reapertura Chirije?

Ya han hecho solo que no les funcionan. Aunque si decidiera en reaperturar el lugar trabajaría nuevamente con un plan de marketing y promociones.

7. ¿Se trata de un establecimiento privado o públicos?

Siempre ha sido privado

2.1.3.1. RESULTADOS:

Según la Tecnóloga, Tamariz dice que por falta de recursos no reaberturan el lugar pero ella si quisiera. Aunque tendría que hacer un estudio de todo (piezas arqueológicas, mejorar la infraestructura, la ruta que tienen en el centro).

2.1.3.2. Análisis del F.O.D.A

El análisis FODA nos lleva a que, en principio y hasta no existir un objetivo claro, la empresa no posee ni fortalezas ni debilidades y (por supuesto tampoco oportunidades ni amenazas). Además si estas no son lo suficientemente estables no se va a poder comunicar confianza en el mercado. Por otra parte, ese mercado está en permanente ebullición y sus variables están cambiando en forma constante, dando por resultado que las empresas deban estar adaptándose en forma continua para no perder participación en el mercado. (Luis, 2015)

F.O.D.A	
FORTALEZA	OPORTUNIDAD
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura ecológica. • Contenido histórico y cultural • Presencia de museo en el mismo lugar • Ubicación privilegiada al pie del mar. • Arquitectura del museo es única 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de productos turísticos. • Vías de acceso de primer orden • Asociarse a redes de Museos
DEBILIDAD	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura interna con necesidad de restauración. <p>Carencia de señalética en el sitio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso escaso de tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> • Erosión del suelo y otros fenómenos naturales. • Entrada gratuita a museos de Chirije. • Sitios turísticos con mayor afluencia.

Elaboración: Ariana Argandoña O

CAPITULO III

Propuesta: Elaboración de estrategias de promoción turística para la repotenciación del Centro Arqueológico Chirije.

3.1. Justificación de la Propuesta

A través de los resultados obtenidos aplicando el método histórico y lógico reflejó en la investigación el reconocimiento de Chirije en la zona como un atractivo turístico de gran importancia a pesar de no estar en funcionamiento lo que permitió plantear estrategias de posicionamiento como propuesta final de caso del estudio.

Una campaña publicitaria con la finalidad de posicionar Chirije como el principal sitio arqueológico, incrementando la oferta turística del cantón Sucre mediante ofertas de servicios como, hospedaje, restauración, senderismo y guías.

La visión del proyecto será desarrollar el centro Arqueológico Chirije en los próximos años como el principal sitio arqueológico con infraestructura ecológica, ofertando productos y servicios ecoturísticos a disposición del público en general.

3.1.1. Objetivo General

Elaborar las estrategias mediante las necesidades del centro arqueológico Chirije.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Diseñar un plan de comunicación.
- Crear publicidad para repotenciar Chirije
- Establecer el posicionamiento del Centro arqueológico Chirije.

3.1.2.1. Estrategias

Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica. (Halten, 1987)

Marketing Turísticos Cultural

En los últimos años el turismo cultural se ha convertido en un motor económico del territorio. Los destinos turísticos clásicos que fundamentaban su oferta en sol y playa, deportes y turismo activo, han visto en los recursos histórico-artísticos un valor para desestacionalizar la oferta y buscar un segmento de turista más

exigente, con mayor poder adquisitivo y que diversifica sus vacaciones durante todo el año. El turismo cultural puede ir ligado al patrimonio histórico-artístico o a eventos esporádicos (exposiciones, jornadas, recreación histórica, conciertos). (Mera, 2017)

El marketing del turismo cultural tiene como objetivos la puesta en valor y la promoción de un segmento específico de la oferta turística, así como la mejora de imagen de un determinado destino turístico. Las condiciones básicas que se han de dar para desarrollar la estrategia de marketing del turismo cultural son la accesibilidad y la programación de la oferta cultural. Los instrumentos de marketing del turismo cultural, según el objetivo al que van dirigidos, pueden ser la promoción, que se dirige al consumidor final, o la comercialización, dirigida a operadores especializados. (Eve, Abril 2016)

3.1.2.2. Las falencias del Centro arqueológico Chirije las más relevantes son:

- Accesos en mal estado
- Falta de señaléticas
- Infraestructuras en malas condiciones
- Sendero no adecuado
- Falta de recursos económicos

3.1.3. Plan de comunicación

Objetivos	Formatos de estrategias	Actividades de difusión	Tareas	Recursos
Dar a conocer más el centro Arqueológico Chirije	Estrategia la comunicación integral	Foros de intercambio de experiencias	Consolidar datos al público	Espacios para eventos en Chirije
Incrementar usuarios a las actividades del centro arqueológico Chirije	Creación de comunidades para incrementar el turismo.	Gestión de redes sociales	Crear contenidos para campañas y activaciones en redes sociales.	Áreas creativas para trabajos

3.1.4. Estrategias de servicios

3.1.4.1. Implementación de Señalética

Para esta estrategia se propone la creación de señalética turística que permita saber en qué lugar del sitio se encuentran ubicados los visitantes y en qué dirección debe ir. Para la creación de estos letreros se debe tener en cuenta la temática del lugar, además que debe ser llamativa a la vista de los visitantes, se recomienda textura de piedras para el fondo, y colores que resalten para las letras, debido al tema solar que maneja el sitio.

Se deben implementar los letreros que sean necesarios para cada área que hay en el museo, ovni centro, adentro de las cabañas y a la vez también dentro del museo. La altura máxima que deberán ser ubicadas será de 1,80 m, y serán ubicadas en lugares visibles para que los turistas puedan fácilmente observarlas.

3.1.4.2. Ampliación del Mercado

Establecer guion para turistas extranjeros

El guión debe ser traducir a idioma extranjero preferiblemente inglés, esto permitirá a los guías del lugar estar preparados para recibir turistas extranjeros, a la vez que incursionar en este mercado, de esta manera cubrir las necesidades de agencias de viajes que trabajen con este tipo de turistas. Se recomienda que la traducción se realice en centros especializados para evitar errores gramaticales.

3.1.4.3. Rediseño de la marca



Elaborado: Ariana Argandoña O

Esta maniobra permitirá al Centro arqueológico Chirije tener un logotipo acorde a los requerimientos, el cual podrá ser utilizado tanto en fotos, trípticos, volantes, letreros, afiches, entre otras para posesionar la marca. Por lo que el logo posee colores fuertes, llamativos a la vista del turista, cumple con esta temática del sitio, de igual manera es necesario recalcar que dentro del logo debe estar la frase Chirije.

3.1.4.4. Descuento para instituciones educativas

Debido a que la actividad turística se caracteriza por la estacionalidad, esta estrategia permitirá motivar la visitación de este espacio durante la época de menor afluencia. Está dirigida a las instituciones educativas que realicen salidas de campo, Para esto se debe presentar una propuesta a estas instituciones y lograr convenios para que periódicamente visite el museo.

3.1.4.5. Incentivos para visitantes recurrentes

Está dirigida para aquellas personas que sin ser operadores turísticos, se encuentran involucrados en esta actividad. Aquellas personas que hayan visitado el lugar más de 3 veces en un año tendrán ingreso libre por lo que sobre de este,

esto permitirá motivar aquellos visitantes que estén familiarizados con el lugar, pero que estén acompañados con nuevos visitantes.

3.1.4.6. Oferta de Días Festivos

El propósito de esta estrategia es de estimular a los visitantes a ingresar a Chirije, este tipo de premios no serán entregados a todos los visitantes pero a personas específicas. Se propone que aquellas personas que se encuentren cumpliendo años el día de su visita, no cancelen el precio de la entrada, esto permitirá motivar a los visitantes a pasar. A la vez que los días de la madre, del padre, y del niño se deberá dar acceso gratuito a cada uno de los homenajeados.

3.1.4.7. Alianza con Redes de Museos

Ingresar a la "Red de Museos" permitirá al sitio ser parte de los beneficios de estas organizaciones, entre estos se encuentran el asesoramiento técnico, financiera y de coordinación de trabajos, la comunicación y marketing, que incluye lo que es la difusión, comunicación, promoción y campañas, a su vez al gestión de públicos a través de programaciones de rutas, promociones entre otras.

3.1.4.8. Agencias de Viajes

Se debe realizar convenios con agencias de viajes, para tal efecto se deberá presentar un tríptico, el cual contara con información del sitio, el cual será entregado en cada una de las empresas.

3.1.4.9. Internet

Se debe aprovechar las ventajas de páginas webs, que permitan la programación de tours a los atractivos turísticos registrados en el mismo, se debe realizar el registro en este tipo de sitios webs antes descritos en las estrategias de promoción.

3.1.5. Proyección de la propuesta

Situación Actual	Situación deseada
Desconocimiento de los atractivos turísticos existentes en el sitio arqueológico Chirije.	Mediante la implementación del diseño estratégico, se pretende promocionar el producto a través de vincular el marketing y redes sociales.
Atractivo turístico sin infraestructura básica que facilite el acceso y la seguridad de los visitantes	Se puede gestionar a las autoridades para implementar obras básicas como vías de acceso, energía eléctrica, agua potable y telefonía fija.
Sitio arqueológico con poca proyección como atractivo turístico.	A través del diseño se pretende motivar la inversión que permita adecuar la infraestructura para ofertar un servicio de calidad

3.1.6. Plan de acción.

Plan de acción de las estrategias

1.- Producto

- Formulación o mejora de los servicios.
- Implementación de señaléticas
- Rediseño de la marca.

Precio

- Aspectos psicológicos.
- Mantener precios
- Descuentos para instituciones educativas
- Incentivos para visitantes recurrentes.
- Ofertas de ventas
- Ofertas por días festivos.
- Promoción publicitaria
- Páginas de internet
- Utilización de internet

3.1.7. Presupuesto:

El presupuesto es el único instrumento de marketing que proporciona ingresos y un indicador de calidad para muchos visitantes.

El precio de los paquetes promocionales para visitar el Museo de Chirije, deben ser analizados cuidadosamente tomando en cuenta las características de la población que visita y como referencia la fijación de precios de los competidores.

3.1.8. Impacto de la Propuesta:

La elaboración de estrategias de promoción turística permitirá la repotenciación de Chirije, ya que tendrá un impacto positivo en la comunidad.

Estamos convencidos que el Museo Arqueológico de Chirije será un atractivo para propios y para quienes nos visiten, con la activación del museo también se remueve el turismo, lo que significa que se incrementará el flujo de turistas, así como el consumo de todo lo que puede ofrecer el sitio.

Creemos que la restauración del Museo arqueológico de Chirije va más a fomentar el turismo generará fuentes de trabajo en la comunidad, además se dará la oportunidad a los hoteles y a la gastronomía local.

Conclusiones:

- El Museo de Chirije actualmente se encuentra cerrado por falta de promoción y publicidad, se encuentra descuidado y no es evidente su mantenimiento.
- El estudio que se realizó para la reestructuración del museo de Chirije, representa una alternativa que fomenta la oferta turística en el Cantón Sucre.
- Las limitaciones administrativas del Museo, han logrado reducir el nivel de inversión y limitada capacidad de creación de fuentes de trabajo.
- El Diseño de estrategias permite la repotenciación del Centro Arqueológico Chirije, comprende la reestructuración de su infraestructura, el modelo de gestión y los métodos publicitarios empleados. Esta propuesta puede representar el futuro éxito del producto turístico como centro arqueológico.

Recomendaciones:

- Se recomienda gestionar ante las autoridades locales, la apertura del Centro Arqueológico Chirije, con la finalidad de fomentar el turismo en la que se pondere el desarrollo global y la conservación de los recursos naturales.
- Diseñar y ejecutar una campaña arqueológica que consista en recuperar las piezas arqueológicas pertenecientes esta cultura. Para fomentar el cantón Sucre.
- Estructurar un Sistema de alianza estratégica con los sindicatos arqueológicos del mundo, de este modo Chirije será considerado como uno de los puntos a visitar en el Ecuador.
- Crear una campaña permanente donde los bosques tropicales húmedos y secos sean preservados y así preservar los nichos ecológicos existentes, para tener éxito en un futuro en el centro arqueológico Chirije.

ANEXOS

Cuadro de resultados de la 1ra pregunta

ALTERNATIVA		
Si	177	56
NO	55	90
GÉNERO		
M	✘	
F		✘
PORCENTAJE	61%	39%
M	47%	15%
F	15%	24%
Total	378	
Total porcentaje		100%

Cuadro de resultados de la 2da pregunta

ALTERNATIVA		
Si	122	30
NO	110	116
GÉNERO		
M	✘	
F		✘
PORCENTAJE	61%	39%
M	32%	8%
F	29%	31%
Total	378	
Total porcentaje		100%

Cuadro de los resultados de la 3era pregunta

ALTERNATIVA		
Historia de Chirije	187	136
Infraestructura	28	10
Ovni	17	
GÉNERO		
M	✘	
F		✘
PORCENTAJE	61%	39%
M	49%	36%
F	7%	3%
M ovni	4%	
Total	378	
Total porcentaje		100%

Cuadro de resultados de la 4ta pregunta

ALTERNATIVA		
Muy Importante	202	146
Importante	30	90
Sin importancia		
GÉNERO		
M	✘	
F		✘
PORCENTAJE	61%	39%
M	53%	39%
F	8%	
Total	378	
Total porcentaje		100%

Cuadro de los resultados de la 5ta pregunta

ALTERNATIVA		
Si	232	146
NO		
GÉNERO		
M	✘	
F		✘
PORCENTAJE	61%	39%
M	61%	39%
F		
Total	378	
Total porcentaje		100%

Evidencias fotográficas de visita a Chirije estado actual (2018)



Evidencias fotográficas de Chirije años atrás



Bibliografía

- Añorga, J. A. (Diciembre 2013). La Educacion Avanzada y el Mejoramiento Profesional . *VARONA*, 27.
- Arenas, J. F. (1996). Origen del museo. *Nueva Museología* , 123.
- Arroyo, M. V. (2017). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *RECUS*, 46.
- Babbie. (1979). *Identificacion de tipos de investigacion*.
- Cortada, D. M. (2006). Turismo, Cultura y Desarrollo. *Para la Educacion la ciencia y la Cultura*, 5.
- Davallon. (1999). Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia. *Alteridades*, 10.
- Eckstein y Wolpin. (1995). Metodos empiricos. *Adventures turism*, 53.
- Espinosa, R. (2015). Estrategias de Marketing. *Welcome to the new marketing*, 25.
- Estrada. (2006). Pueblos hispanicos en las Costas de Manabi. *Bulletin*, pág. 35.
- Estrada, E. (Abril 2012). *Conexion de Amor con la Madre Naturaleza*. Guayaquil: Chirije Ecuador.
- Eve. (Abril 2016). Marketing del Turismo Cultural . *Museos, Innovacion* , 13.
- Gimenez. (1996). Museos, territorio y patrimonio in situ. *científica de America*, 2.
- Graburn. (1977). Los museos y una nueva era .
- Guerrero, T. V. (2000). *Turismo* . Madrid.
- Halten. (1987). Planificacion estrategicas . *Gestionpolis*, 43.
- Herzog. (17 de Mayo de 2013). Los museos de arte en la historia . *Arte contemporáneo* , pág. 2.
- ICOM. (1982). *Museos arqueologicos* .
- Jafari, J. (Julio 2005). La cientificación del Turismo. *Contribuciones a la Economía*, 45.
- Lareu, F. (1991). *Turismo de masas y calidad de servicios*. España.: palma de Mayorca.
- Layuno. (2007). Museos, territorio y patrimonio in situ. 48.

- Lizana, M. R. (2007). El turismo y los museos. *Dialnet*, 199.
- Luis, G. F. (2015). Evoluciones Dinámicas de FODA . *Sistemas de informacion* , 5.
- Medina. (9 de Febrero de 2014). Museos in sitio - Arqueología Mexicana. En A. Solano, *La Nacion* . Mexico.
- Mera, C. (2017). Turismo Cultural. *Marketing Turístico* , 33.
- Norton.E. (3 de 1983). EstudiO en la provincia de Manabi. *Bulletin*, pág. 35.
- Pakr. (1988). *La demanda de productos de calidad en el turismo internacional*.
- Palomo, M. F. (31 marzo 2008). *Importacia del Turismo en la Humanidad* . México : El observador .
- Raul Martinez, E. R. (2000). *Manual de la metodologia de la investigacion* .
- Ruiz, E. (Octubre 2007). *Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Casa del libro Yala.
- S, R. I. (2017). La Importancia de la elaboracion de marketing . *Economía Latinoamericana* , 17.
- Savelli. (1990). *Objeto, vida y cultura*. Italia : Ficción y migración .
- Selltiz. (1965). *Tipos de metodos* .
- Selltiz. (1965)).
- Tamariz, P. (1996). *El secreto de paraiso. Texto informativos sobre investigaciones de Chirije*.
- Thompson, I. (Octubre 2006). Conozca cuál es la Definición de Marketing . *Marketing free* , 7.
- Thompson, I. (Octubre 2006). Plan de Marketing . *Marketing-free*, 56.