



# Uleam

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

Diagnóstico de los recursos culturales: Casa Americana, Casa Vesubio como un aporte a la oferta de productos turísticos diferenciados

**Autora:**

Kely Romina Falcones Mieles

Extensión Sucre 1016 E01– Bahía de Caráquez  
Licenciatura en Turismo  
2025 - Bahía de Caráquez

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Facultad de Facultad Educación Turismo Artes y Humanidades de la Extensión Sucre 1016E01 de Bahía de Caráquez de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el informe de proyecto de investigación, bajo la autoría de la estudiante **Kely Romina Falcones Mielles**, legalmente matriculado/a en la carrera de Turismo, periodo académico 2024-2025, cumpliendo un total de 384 horas, bajo la opción de titulación de informe de proyecto de investigación, cuyo tema del problema o núcleo problemático es **“Diagnóstico de los recursos culturales: Casa Americana, Casa Vesubio como un aporte a la oferta de productos turísticos diferenciados”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación, que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Bahía de Caráquez, Enero 2025



Lic. Carlos Chica Medranda, Mg.

**DOCENTE TUTOR**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de investigación, resultados y conclusiones emitidas de este trabajo pertenece exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez.

El autor

Romina Falcones.

Kely Romina Falcones Mieles

## APROBACIÓN DEL TRABAJO

Previo del cumplimiento de los requisitos de Ley, el tribunal de grado otorga la calificación de:

---

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

---

CALIFICACIÓN

---

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

---

CALIFICACIÓN

---

S.E. Ana Isabel Zambrano Loo

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación está dedicado a todas las personas que, de una u otra forma, han sido una fuente de inspiración y apoyo a lo largo de este camino.

A mi familia, por su amor incondicional, paciencia y comprensión durante las horas de esfuerzo y dedicación. A mis hermanos y sobrinos, por ser un soporte emocional y motivarme en los momentos de dificultad.

A mis profesores y tutor, por guiarme con su conocimiento, sabiduría y compromiso, impulsándome siempre a dar lo mejor de mí.

Y, en especial, a mis padres Hilda y Javier, quienes con su ejemplo de perseverancia y bondad me inspiraron a alcanzar mis metas y a nunca rendirme.

Con gratitud y profundo respeto, dedico este trabajo a todos ustedes.

**Kely Romina Falcones Mieles**

## **AGRADECIMIENTO**

A lo largo de la realización de este proyecto de investigación, han sido muchas las personas que, con su apoyo, orientación y confianza, han hecho posible este logro.

En primer lugar, agradezco a Dios por permitir llegar hasta aquí. A mis padres, por ser el pilar que me sostiene, por su apoyo incondicional, comprensión y amor en cada etapa de este proceso. Su confianza en mis capacidades ha sido mi mayor motivación.

A mi familia, por sus palabras de aliento y por acompañarme en los momentos de desafío y esfuerzo, demostrando que sus enseñanzas son esenciales en este camino, llamado Vida.

Agradezco a mi tutor Lic. Carlos Chica por su guía invaluable, sus consejos precisos y su compromiso con el desarrollo de este trabajo. Sus aportes y paciencia fueron fundamentales para alcanzar los objetivos propuestos.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de forma directa o indirecta, contribuyeron al éxito de este proyecto.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

**Kely Romina Falcones Mieles**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	II
APROBACIÓN DEL TRABAJO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VI
RESUMEN.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	1
DISEÑO TEÓRICO. - Problema Científico.....	2
CAPÍTULO I.....	4
1. Marco teórico.....	4
1.1 Variable independiente.....	4
1.1.1 Recursos Culturales.....	4
1.1.2 Patrimonio Cultural.....	5
1.1.3 Espacios Culturales.....	6
1.1.4 Valor del Patrimonio Tangible e Intangible.....	7
1.1.5 Categorías de los Recursos Culturales.....	7
1.1.6 Impacto de los Recursos Culturales al Turismo Local.....	9
1.2 Variable dependiente.....	9
1.2.1 Producto Turístico.....	9
1.2.2 Recursos Turísticos.....	10
1.2.2.1 Categorías de los Recursos Turísticos.....	11
1.2.2.2 Características de Recursos Turísticos.....	11
1.2.3 Facilidades Turísticas como clave en el Producto Turístico.....	12
1.2.4 Importancia del Producto Turístico.....	12
1.2.5 Componentes del Producto Turístico.....	13

1.2.6 Etapas del Producto Turístico.....	14
<b>CAPÍTULO II</b> .....	15
<b>2. DISEÑO METODOLÓGICO. - Métodos de Investigación</b> .....	15
<b>Método analítico</b> .....	15
<b>Método descriptivo en modalidad cuantitativa</b> .....	15
<b>Técnicas de Investigación</b> .....	16
<b>Encuesta</b> .....	16
<b>Datos estadísticos</b> .....	16
<b>2.1. Diagnóstico y/o estudio del trabajo de campo</b> .....	18
<b>2.2. Análisis e Interpretación de las encuestas realizadas</b> .....	18
<b>2.3. Análisis de los datos de la encuesta aplicada en la ciudad de Bahía de Caráquez</b> .....	18
<b>2.4. Análisis de las preguntas de la encuesta aplicada</b> .....	19
<b>2.5. Análisis de la entrevista realizada a la Lic. Yadira Arroyave, Directora del Departamento de Turismo en el Cantón Sucre</b> .....	27
<b>2.6. Análisis cruzado de información</b> .....	28
<b>CAPÍTULO III</b> .....	29
<b>3. Diseño de la Propuesta</b> .....	29
<b>3.1. Antecedentes</b> .....	29
<b>3.3. Objetivos</b> .....	30
<b>3.4. Desarrollo de la propuesta</b> .....	30
<b>3.4.1. Identificación y valoración de los recursos culturales de Bahía de Caráquez</b> .....	30
<b>3.5. Impacto de la aplicación de la propuesta</b> .....	37
<b>CONCLUSIONES</b> .....	38
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	39
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	40
<b>ANEXOS</b> .....	46



## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Muestra</i> .....	17
<i>Tabla 2. Conoce las casas patrimoniales</i> .....	19
<i>Tabla 3. Visita</i> .....	20
<i>Tabla 4. Patrimonio Cultural</i> .....	21
<i>Tabla 5. Atractivo Turístico</i> .....	22
<i>Tabla 6. Método de valoración</i> .....	23
<i>Tabla 7. Valor</i> .....	24
<i>Tabla 8. Plan estratégico</i> .....	25
<i>Tabla 9. Avenida cultural</i> .....	26
<i>Tabla 11. Inventario</i> .....	31
<i>Tabla 12. Infraestructura y Desarrollo</i> .....	34
<i>Tabla 13. Diseño</i> .....	35
<i>Tabla 14. Fomento y Participación</i> .....	36
<i>Tabla 15. Promoción</i> .....	36
<i>Tabla 16. Presupuesto</i> .....	37

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<i>Ilustración 1. Fuente: Google Maps</i> .....	18
---	----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1. Casas patrimoniales</i> .....	19
<i>Gráfico 2. Visita</i> .....	20
<i>Gráfico 3. Patrimonio cultural</i> .....	21
<i>Gráfico 4. Atractivo turístico</i> .....	22
<i>Gráfico 5. Método de valoración</i> .....	23
<i>Gráfico 6. Valor</i> .....	24
<i>Gráfico 7. Plan estratégico</i> .....	25
<i>Gráfico 8. Avenida cultural</i> .....	26

## RESUMEN

El presente trabajo se ha realizado para determinar la importancia que tienen los espacios culturales con fines turísticos, para esto se ha llevado a cabo un estudio de las nuevas casas patrimoniales que tiene Bahía de Caráquez y su posible proyección para actividades que están en beneficio de la población en general. Se utilizaron diferentes metodologías como la teórica, analítica para diagnosticar si la dinamización de la misma era efectiva, dando como resultado la creación de una avenida cultural en dicho sitio. El capítulo I hace un análisis de los principales conceptos y teorías sobre el patrimonio cultural y sus efectos en el turismo de grandes masas algunas instituciones hacen sus referencias como OMT, ICOM, entre otras sobre la importancia del cuidado del patrimonio cultural. El capítulo II, se ha realizado el trabajo de campo con 67 encuestados que llegaron hasta Bahía de Caráquez y conocer de cerca la opinión que tienen para el desarrollo de la actividad cultural y turística en el sector central de la misma ciudad, también se realizó una entrevista al director de turismo para conocer y cruzar información que sea relevante para afirmar la investigación en sus preguntas e hipótesis. El capítulo III, es una propuesta de creación de una avenida cultural, la misma que integra varios edificios patrimoniales y que los mismos son un ingrediente para la creación de esta avenida que es una contribución al desarrollo de las actividades culturales y turísticas para Bahía de Caráquez.

**Palabras Claves:** Patrimonio cultural, actividad turística, población, proyección, avenida cultural.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector importante en la economía del Ecuador, varios años atrás hasta antes de la pandemia, a este país ingresaba cerca de un millón y medio de turistas internacionales que la ubicaba en el cuarto puesto de la economía nacional después del petróleo, el camarón y el banano. Este desarrollo significativo en el turismo vino a la provincia de la Manabí y acudió al cantón Sucre, generando una inversión importante en el sector; es decir, hoteles, bares, restaurantes, áreas recreativas y actividades turísticas.

Los últimos años, el municipio de Sucre ha hecho una inversión sustancial en el cuidado y mantenimiento a su patrimonio cultural, entre esos está la Casa Americana, la Casa Vesubio y otros sectores que están siendo alineados al cuidado y protección del patrimonio cultural.

El presente trabajo de investigación es un diagnóstico de ese patrimonio cultural: Casa Americana y la Casa Vesubio para medir y establecer el impacto que ha tenido desde la óptica del turista, la regeneración de estas dos casas patrimoniales, y a esto se le puede agregar la nueva apertura del museo, convirtiéndolo a este sector de la ciudad de Bahía de Caráquez como el nuevo espacio cultural que tiene el municipio de Sucre.

*“El Patrimonio no es un producto de la sociedad, es parte de la sociedad, vive y cambia con ella, así mismo no existe un solo patrimonio, las lecturas y percepciones del mismo son infinitas, diferenciadas no solo en el espacio sino también en el tiempo” (TORRES, 2020)*

Esto significa que el patrimonio está en constante evolución y destaca sus múltiples interpretaciones, en cuanto a diferentes grupos sociales y momentos históricos. La cooperación entre actores emerge como factor esencial al promover un turismo inclusivo y accesible para todos, según (PRADA, 2018) nos manifiesta que: *“El Turismo Cultural se está convirtiendo en un producto para experimentar, en el que la visita se juzga por todos los atributos de la atracción y no sólo por los culturales”*.

Así, se reconoce que los turistas buscan experiencias en términos más enriquecedores como accesibilidad, comodidad, gastronomía local, etc. convirtiendo al turismo cultural como un producto holístico, en donde valoren aspectos de atracción y no solo los culturales. Es por medio de estos conceptos que nace un aumento en el turismo, causando popularidad y relevancia en la industria turística, para potenciar el interés y crecimiento en la demanda.

El Municipio ha motivado a una regeneración en las casas patrimoniales: Casa Americana y Casa Vesubio; en donde, a eso se le añade la nueva apertura del Museo Bahía de Caráquez, el cual fue cerrado con el terremoto de 2016, pero que, a su vez, no se ha diagnosticado el impacto que están causando estos tres edificios patrimoniales que se localizan cerca, en cuanto al alcance o actividad que están generando en beneficio de la ciudad.

### **DISEÑO TEÓRICO. - Problema Científico**

¿De qué manera los recursos turísticos casas patrimoniales contribuyen al desarrollo recreativo de la ciudad de Bahía de Caráquez?

El problema científico abordado en la presente investigación se centra en el diagnóstico de los recursos culturales: Casa Americana y Casa Vesubio, que permitirá un aporte a la oferta de productos turísticos diferenciados en la ciudad de Bahía de Caráquez. Este estudio se llevará a cabo con el objetivo de analizar de qué manera colaboran como producto diferenciador en dicha ciudad y determinando si estos recursos culturales logran una revitalización de un espacio turístico cultural e identificando si son atractivas para los turistas por medio de estrategias efectivas para el desarrollo promocional de las mismas.

### **Objeto**

Recursos Culturales

### **Campo**

Productos Turísticos

### **Objetivos**

#### **General**

- Diagnosticar los recursos culturales: Casa Americana, Casa Vesubio como un aporte a la oferta de productos turísticos diferenciados.

#### **Específicos**

- Investigar los conceptos y definiciones de los diferentes autores que afirman sobre las casas Patrimoniales como un recurso turístico.
- Diagnosticar la importancia de las casas Patrimoniales a los visitantes y gestores del proyecto en el GAD Sucre.
- Proponer la creación de la avenida cultural en la ciudad de Bahía de Caráquez.

**Variables**

**Variable independiente**

Recursos Culturales

**Variable dependiente**

Productos Turísticos

## CAPÍTULO I

### **i. Marco teórico**

#### **1.1 Variable independiente**

##### **1.1.1 Recursos Culturales**

Un Recurso Cultural, revela conceptos dinámicos y cambiantes que engloban no solo los bienes materiales, sino las prácticas, valores y representaciones que le dan forma a las interacciones sociales.

(Venegas, Pardo, & Pérez, 2024) sostiene que los recursos culturales, son elementos donde ha intervenido la mano del hombre a lo largo del tiempo; es decir, son creados por ellos los cuales se dividen en: Históricos (Arquitectura antigua, construcciones y sitios históricos, fiestas tradicionales y folklore) Contemporáneos no comerciales (Obras artísticas, museos, zoológicos, institucionales de enseñanzas, murales y salas de conferencia), creados con fines educativos, contemporáneos comerciales, creados con el objetivo de atraer visitantes o turistas para ofrecer diversión distracción esparcimiento (Parques de diversiones, teatros, estadios deportivos, exposiciones artesanales, mercados y centros de salud).

Los recursos culturales, son aquellos que forman parte del patrimonio cultural, ya sean estos materiales e inmateriales, y que en su mayoría tienen un valor fundamental para la identidad de las comunidades. (Vargas-Martínez, 2022). Durante la década de 1930, el Cuerpo de Conservación Civil (CCC) añaden que un recurso cultural es cualquier cosa que nos da evidencia de la vida pasada de la gente, objetos que tengan más de 50 años se pueden considerar como un recurso cultural y así entender su historia. Estos recursos pueden ser:

- Herramientas en piedra
- Latas
- Cerámica
- Armas
- Edificios
- Senderos
- Puentes
- Minas abandonadas
- Arte Rupestre
- Carreteras
- Botellas de vidrio

Cada uno de los mencionados recursos abarcan evidencias de carácter histórico y de actividades humanas pasadas. Es por ello, que incluyen artefactos y sitios arqueológicos, paisajes u objetos con valor cultural; dicho esto, pueden ser de manera tradicional, religiosa o simbólica. Además, nos permiten contribuir a la preservación de la identidad cultural y el patrimonio de diferentes grupos humanos y a entender la evolución de las sociedades a lo largo del tiempo.

Según (MARTÍNEZ LOZADA, 2024) en su revista sobre el “Análisis Turístico”, sugiere que los recursos culturales son un conjunto de bienes y prácticas que pueden ser consumidos en el contexto de la industria turística. Ya que él hace referencia que el valor de los recursos culturales radica en su conservación para la posteridad y en la capacidad de generar ingresos a través de su comercialización y presentación a visitantes.

### **1.1.2 Patrimonio Cultural**

El Patrimonio Cultural es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes y prácticas sociales para que sean mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades y organizaciones culturales. Fue lo que determina el (Álvarez, 2024)

(H., 2021) indica que “Patrimonio Cultural es un legado que se hereda ya sea material o espiritual, por medio del cual nos permite “dibujar” la identidad de los pueblos, culturas y nacionalidades determinando una identidad cultural”. Para que el término de Patrimonio Cultural sea considerado de esa forma, se configura a través de un proceso social y cultural de asignación de valores, funciones y significados. Esto implica que no es algo inmutable, sino el resultado de un proceso continuo, complejo y a menudo de construcción para que los bienes sean preservados y adquiridos cuando se les otorgue nuevos significados dentro de la cultura actual.

(RIERA, 2022) El patrimonio cultural es determinado por los bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos luego resignificados de una época a otra, o de una generación a las siguientes.

El verdadero valor de estos bienes y expresiones culturales no reside en la recuperación del pasado, sino en la relación activa que las personas y sociedades establecen en el presente con esas huellas antiguas. Así, los ciudadanos nos solo serian receptores de ese patrimonio, sino actores que conocen, interpretan y transforman, permitiendo la aparición de nuevas formas de utilizar el patrimonio cultural. Es aquellos que nos distingue de otras culturas y con la cual se transmite como un legado de identidad, cultura, expresiones y tradiciones.

### 1.1.3 Espacios Culturales

“Espacio cultural es un término sugestivo y apropiado para aquellos espacios indicados como territorios de la cultura o de los modos culturales diversos ya practicados en un lugar”, es lo que sostienen en la revista (INPC, 2024). Por el contrario, los conceptos contemporáneos de espacio cultural resultados de una política cultural, como los equipamientos, implican una desterritorialización de la cultura; es decir, que las prácticas culturales iniciales de determinados lugares pasan a ser manifestadas en otros lugares con los que no están relacionados histórica o socialmente.

Asimismo, (CARBÓ, 2015) manifiesta que “Un espacio cultural es una expresión que resulta más inclusiva para considerar tanto equipamientos culturales “clásicos” como otros lugares que pueden cumplir otro tipo de funciones alrededor de lo cultural. En este sentido, la noción de espacio cultural nos remite a un espacio socialmente construido para la práctica cultural tanto en un sentido territorializado como desterritorializado”.

Por otra parte, (CHILE, 2023) propone que esta producción social del espacio se compone por tres instancias que se interrelacionan:

- El espacio percibido: relacionado con la dimensión física y dada del espacio que puede ser percibida por las personas en su uso cotidiano
- El espacio concebido: relacionado a las ideas y abstracciones realizadas sobre el espacio por parte de especialistas para proponer o imponer determinadas representaciones de cómo debería ser el espacio
- El espacio vivido o de representación: relacionado al espacio experimentado socialmente y, por tanto, tiene un carácter subjetivo y simbólico.

Los espacios culturales cuentan con diversas formas de conectar a las personas con las manifestaciones culturales que albergan. Estos mecanismos pueden incluir exposiciones, conciertos, talleres, rituales, entre otras actividades. Dichas acciones pueden ser ocasionales, como eventos específicos o la forma de procesos territoriales de largo plazo.

En este contexto, las personas pueden interactuar con el espacio cultural de dos maneras: como espectadores, cuando asisten a observar una manifestación cultural (galería o teatro), como participantes, cuando acuden en dicha manifestación (espacios públicos o centros de talleres). De esta forma, una exhibición en una galería o una presentación de danza en un espacio público son ejemplos de cómo se comparten y se experimentan estas expresiones culturales.



#### **1.1.4 Valor del Patrimonio Tangible e Intangible**

El término "valor" puede interpretarse como un concepto ambiguo, subjetivo y cambiante, ya que depende de cómo se perciba un bien, ya sea tangible o intangible. Los defensores del patrimonio cultural, conscientes de la importancia de su valor cultural e histórico, trabajamos para mostrar y enseñar este patrimonio con el fin de que todos puedan apreciarlo y aprender de él. Es importante señalar que el valor de un bien depende del contexto social e histórico en el que se analiza, y no está relacionado con su utilidad funcional, que obviamente no será la misma desde su origen hasta el presente.

El valor del patrimonio tangible es la composición de bienes muebles e inmuebles, dejados por los antepasados de una colectividad, de cual son objeto de estudio, con la única finalidad de preservarlos y mantenerlos muchos años más, conversando la identidad cultural para el futuro (DÍAZ, 2021).

Conjunto de bienes que evidencia el pasado, rico en tradiciones y manifestaciones culturales de una determinada localidad, que resalta los sucesos más notables de la época. (LÓPEZ, 2018).

(MORENO, 2023) Definen, el valor del patrimonio intangible como la combinación de "expresiones vivas" relacionadas con la veneración a la naturaleza o el universo; que fueron transmitidas de generación a generación a través de sus descendientes para conservar intacta su esencia.

A partir de los conceptos anteriores se llega a la conclusión que, el valor de los patrimonios tangibles e intangibles incluye un conjunto de prácticas que se llevan a cabo en un contexto temporal específico, a través de rituales que pueden ser de carácter religiosos, ciclo agrícola o la vida. La cual por medio de sus expresiones artísticas o de idioma se logran distinguir por los conocimientos, técnicas y prácticas que utilizan un grupo de personas para interactuar y convivir con su entorno.

#### **1.1.5 Categorías de los Recursos Culturales**

Si bien sabemos que un recurso cultural son los elementos donde interviene la mano del ser humano en el paso del tiempo. Según las palabras de (GARCÍA, 2021). A diferencia de los recursos naturales, los ya antes mencionados se dividen en tres categorías:

##### **1.1.5.1 Históricos**

Son manifestaciones culturales que se transmiten de generación en generación y requieren de prácticas de restauración y conservación para que puedan subsistir. Su aprovechamiento requiere campañas publicitarias que promuevan el turismo hacia ellos.

- Vestigios prehispánicos.

- Arquitectura no moderna.
- Construcciones y sitios históricos
- De interés etnográfico (fiestas, folklore).

#### **1.1.5.2 Contemporáneos no comerciales**

Se crean con un fin cultural o de servicio y no de atracción.

- Obras artísticas.
- Salas de conferencias y congresos.
- Instituciones de enseñanza.
- Museos y pinturas murales.
- Zoológicos.

#### **1.1.5.3 Contemporáneos comerciales**

Son temporales, creados con un fin específico (normalmente para atraer visitantes y ofrecerles distracción y esparcimiento); y con el paso del tiempo requieren modernizarse.

- Parques de diversiones.
- Espectáculos (teatros, estadios deportivos, cine).
- Exposiciones nacionales e internacionales.
- Comercios y mercados.
- Centros de salud.

#### **1.1.5.4 Recursos culturales como bienes comunes**

El análisis que realiza (GUARDIA, 2020) en su revista “Turismo y Patrimonio” argumentó que al igual que los recursos naturales, los bienes culturales pueden gestionarse de manera sostenible mediante reglas colectivas y acuerdos comunitarios.

#### **1.1.5.5 Capital cultural**

(SERRANO-BARQUÍN, 2020) indica que “El Capital Cultural como uno de los tipos de capital, junto al económico y social, configura las dinámicas de poder en la sociedad. Propuso tres subcategorías de capital cultural:

- Incorporado: Conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo del tiempo.
- Objetivado: Bienes culturales materiales, como libros, obras de arte.
- Institucionalizado: Títulos académicos y certificados.

Actualmente quienes trabajan en temas vinculados a la actividad turística reconocen ampliamente la importancia de los recursos culturales, y de cómo estas han venido evolucionando con el pasar del tiempo a medida que cambian nuestras formas de entender y gestionar los recursos culturales. Es esencial que un bien natural o cultural sea un testimonio fiel de la evolución natural del planeta o del intercambio y desarrollo cultural en distintas regiones del mundo durante períodos históricos específicos. Para cumplir esta función de testimonio del pasado, es crucial que los objetos creados en ese tiempo conserven sus características originales, sin haber sido alterados o modificados de manera que afecte su forma auténtica.

### **1.1.6 Impacto de los Recursos Culturales al Turismo Local**

La promoción del patrimonio cultural, tanto tangible e intangible ha generado un aumento en el interés por experiencias auténticas y sostenibles. El fortalecimiento del turismo cultural ha permitido diversificar la economía local, especialmente en la postpandemia, cuando los viajeros buscan conexiones más profundas con la cultura y tradiciones locales. Esto no solo ha ayudado a revitalizar el patrimonio cultural, sino también a promover el desarrollo sostenible, alineándose con las necesidades de conservación ambiental y bienestar comunitario, lo que argumenta (MALDONADO, 2022).

El impacto de los recursos culturales en el turismo de Bahía de Caráquez ha sido fundamental para la revitalización del patrimonio cultural local, junto con una estrategia enfocada en el turismo cultural, ha permitido diversificar la gestión de conservación de los recursos culturales de la ciudad. Este modelo demuestra cómo este tipo de turismo puede fomentar un crecimiento económico responsable y sostenible, preservando la identidad y el patrimonio cultural de la región.

## **1.2 Variable dependiente**

### **1.2.1 Producto Turístico**

Un producto turístico es “Una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital”. (ONU, 2022)

Los productos turísticos son uno de los pilares más importantes de la industria turística, ya que ayudan a atraer visitantes a un destino. Además, la combinación adecuada de productos turísticos puede garantizar una experiencia única que dejará a los viajeros recuerdos duraderos.

Se engloban dentro de la oferta que un destino turístico ofrece a sus visitantes. Se trata de los servicios, experiencias y comodidades que hacen que un destino sea atractivo para los viajeros. Por ejemplo, estos productos abarcan desde atracciones naturales como playas, montañas y parques hasta atracciones creadas por el hombre, como pueden ser monumentos, museos y otras atracciones culturales. Los productos turísticos también incluyen transporte, alojamiento, comida y bebida, entretenimiento y compras. Este concepto nos plantea la (ELGREMIO, 2023).

(KOTLER, 2004) definen el producto turístico como una combinación de bienes y servicios que incluye experiencias, alojamientos, transporte, comidas, entretenimiento y otros aspectos intangibles que el turista consume durante su viaje. El producto turístico como una amalgama de diferentes componentes como atractivos, servicios, infraestructura, y experiencias que forman parte de un destino. Los turistas no solo compran bienes o servicios, sino que buscan una experiencia holística, menciona (BUHALIS, 2000) p.35.

Es así como se llega a la conclusión de que el producto turístico es la combinación de servicios y elementos, tanto tangibles como intangibles, diseñados para cumplir con las expectativas de los turistas. Este concepto abarca una variedad de componentes, como alojamiento, transporte, actividades recreativas, gastronomía y servicios complementarios que, al ensamblarse de manera adecuada, generan una experiencia completa para el viajero. No se trata solo de satisfacer las necesidades básicas de los turistas, sino también de ofrecerles vivencias únicas y memorables, que les proporcionen tanto beneficios funcionales como emocionales.

Además, el producto turístico debe adaptarse a los intereses específicos de cada visitante, considerando factores como la cultura, la naturaleza o la aventura, y fomentando así el desarrollo de un turismo sostenible y responsable que valore y preserve el entorno y las comunidades locales. En conjunto, el producto turístico busca crear una experiencia enriquecedora que motive a las personas a viajar, generando tanto satisfacción personal como beneficios económicos para los destinos.

### **1.2.2 Recursos Turísticos**

Un recurso turístico es todo aquel bien y servicio presente en un determinado ámbito geográfico capaz de atraer por sí mismo visitantes y que hacen posible la actividad turística, satisfaciendo las necesidades de la demanda mediante la acción del hombre y de los medios que cuenta. (OMT, 2022) De tal manera (CASTILLO, 2022) destaca que “Un recurso turístico es todo elemento natural, actividad humana o resultado de esta que puede generar un desplazamiento por motivos de ocio”. Los recursos se dan en todas partes y no se debe confundir “recurso” con “producto”, ya que el primero deriva del traslado de los turistas;

mientras que el segundo, es la combinación de recursos turísticos, infraestructura, equipamientos y servicios.

Por último, la (CESUMA, 2021) menciona que “los recursos turísticos son objetos y características específicas del entorno (naturales, climáticas, históricas, socioculturales, etc.), que son (o pueden ser) de interés para los turistas y pueden inducirles a viajar. Donde no hay recursos turísticos, el turismo no puede desarrollarse”. Además, clasifican a los recursos turísticos en tres categorías y con características específicas.

### **1.2.2.1 Categorías de los Recursos Turísticos**

- Recursos turísticos naturales: Clima, relieve, paisajes, objetos hidrológicos, bosques, parques, zonas de playa, zonas protegidas, monumentos naturales, etc.
- Recursos históricos y culturales: Estructuras arquitectónicas, palacios, fortalezas, museos, esculturas, necrópolis históricas, obras de arte, etc.
- Recursos socioeconómicos o de infraestructura: Hoteles, cafeterías y restaurantes, oficinas de excursiones, campamentos, balnearios, complejos de entretenimiento, etc.
- Recursos directos: Objetos naturales e históricos y culturales utilizados directamente en la organización de la actividad turística.
- Recursos indirectos (adicionales): Son los recursos materiales, financieros, laborales y de información que se atraen para el desarrollo de los recursos turísticos directos.

### **1.2.2.2 Características de Recursos Turísticos**

- Atractivo del recurso
- Accesibilidad (del transporte)
- Valor científico, cultural y turístico
- Reserva potencial (capacidad) del recurso
- Características paisajísticas y ecológicas
- Las formas y la intensidad del uso del recurso

Los recursos turísticos incluyen todo lo que favorece su desarrollo, ya sean: montañas, mares, bosques, lagos, monumentos históricos y objetos culturales. (SÁNCHEZ, 2021), señala que un recurso turístico no solo se destacan los paisajes hermosos y pirámides arquitectónicas, sino también factores como la calidad del lugar, la oferta de entretenimiento y la hospitalidad de los habitantes locales. Desde la perspectiva de la geografía recreativa, una disciplina científica relativamente nueva, trata de que los recursos turísticos son

elementos de origen natural o humano que tienen un valor variado y pueden utilizarse para organizar actividades de ocio, promover la salud y enriquecer la experiencia cultural de los visitantes. Actualmente, la industria turística genera ingresos significativos para los países que la desarrollan de manera activa. Aproximadamente el 8% de la población mundial está involucrada en este sector.

### **1.2.3 Facilidades Turísticas como clave en el Producto Turístico**

Para (MORRISON, 2022) Las Facilidades Turísticas son un componente clave del "mix" turístico, que mejora la satisfacción y permanencia del turista. Mientras, para (BUHALIS, 2020) la importancia de las facilidades en la oferta turística, integrándolas con el entorno y los atractivos, son fundamentales para el éxito del producto turístico, ya que complementan los atractivos y así el turista promueve la competitividad del mercado turístico global.

Es apropiado decir que la relación entre facilidades turísticas con producto y un destino turístico es coordinada, porque el destino provee la alimentación, recetas, chefs, y aspectos culturales que hacen de los recursos un producto ideal para la facilidad por parte de los turistas. Estos productos son ofertados a los visitantes a través de varios canales de distribución, tales como redes sociales, medios de comunicación, etc. (LEAL, 2015).

Conforme a ello, se busca que el producto turístico, sea un éxito crucial; ya que permiten que los destinos sean accesibles, cómodos y atractivos para los visitantes. Con infraestructura y servicios adecuados, incluso los destinos más atractivos pueden resultar insatisfactorios para los turistas. La combinación de alojamientos, transporte, restaurantes, servicios de información y seguridad contribuyen a la experiencia global del turista. Sin embargo, estas facilidades incrementan la competitividad de los destinos al mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del visitante, lo que a su vez favorece la repetición de visitas y la recomendación del destino a otros viajeros.

### **1.2.4 Importancia del Producto Turístico**

El producto turístico en la industria del turismo engloba los bienes y servicios que el turista consume durante su viaje. Su importancia radica en varios aspectos clave: garantiza la satisfacción y fidelización del visitante, impulsa el desarrollo económico local a través de la creación de empleos y negocios, y permite la diferenciación en mercados competitivos al ofrecer productos únicos. Cabe mencionar que, fomenta la preservación del medio ambiente y las culturas locales, sirviendo como base de las estrategias de marketing y contribuyendo a mejorar la infraestructura local. Si bien es cierto que un producto turístico de la manera justa gestionada promueve tanto el crecimiento económico como el fortalecimiento cultural.

En su teoría del producto turístico, (SMITH, 2023) sugiere que este es una construcción compleja que abarca cinco niveles: físico, de servicio, experiencia, hospitalidad y libertad de elección. Su enfoque destaca la importancia de la calidad de servicio y la experiencia como factores críticos para el éxito del producto turístico.

Mientras que (REBOLLO, 2021) en su obra *Análisis Territorial del Turismo*, subrayan que los productos turísticos son fundamentales para el desarrollo regional y la competitividad de los destinos. Ellos argumentan que, la diversificación del producto turístico es clave para atraer diferentes segmentos de mercado y promover un desarrollo sostenible.

La importancia en un producto turístico es esencial no solo para atraer visitantes, sino también para un desarrollo equilibrado y sostenible en las regiones. Una oferta variada y de alta calidad mejora la experiencia del turista y beneficia a las localidades. Para que un producto turístico tenga éxito y aborde todos estos aspectos de manera integrada, la calidad en cada uno de sus servicios ayuda a crear un estilo turístico completo y satisfactorio.

### **1.2.5 Componentes del Producto Turístico**

Según (TURISMO, 2023) dice que, los productos turísticos que se desarrollan en torno a un atractivo turístico, deben contar con componentes, servicios o espacios, que complementen la experiencia de visita, facilitando el acceso al sitio, el desarrollo de actividades, acceso a servicios de alimentación y compra de recuerdos, es decir, que todos estos servicios integrados, brinden la mayor satisfacción y cumplimiento de expectativas de los visitantes en un solo espacio. Por lo que sus componentes principales del producto turístico son los siguientes:

- Accesibilidad (Parqueaderos, transportes)
- Recepción (Información, Servicios)
- Facilidades
- Restaurantes-Cafeterías
- Tiendas de Recuerdos

Por otra parte, (AZUAY, 2020) mencionan que los componentes de un producto turístico son: Atractivos propios del destino, accesibilidad (vialidad, transporte), servicios turísticos (alojamiento, restauración, operación, servicios de guías, comercialización).

El posicionamiento del producto turístico logra comprender y optimizar cada componente del producto turístico es esencial para crear experiencias enriquecedoras que no solo beneficien a los visitantes, sino que

también contribuyan al bienestar de las comunidades locales y al entorno natural. Esta integración de elementos tangibles e intangibles no solo mejora la competitividad del destino, sino que también fomenta un turismo más responsable y consciente.

### **1.2.6 Etapas del Producto Turístico**

(CESUMA, 2024) hace referencia que “El proceso de desarrollo de un producto turístico implica cuatro etapas, las cuales son:

- Estudio de mercado: Oferta y demanda, desarrollo del programa turístico, su estudio económico y de precios.
- Evaluación experimental del servicio y del producto turístico desarrollado: Es decir, primer viaje de prueba, presentación del producto y publicidad, análisis de la demanda prevista para el producto turístico dado.
- Presentación del producto turístico: Elaboración de la documentación tecnológica (contratos, horarios de llegada, programas de servicios, etc.), formación del personal, su estimulación.
- Formación de un sistema de gestión para la producción y comercialización del nuevo producto turístico: Garantizando su aplicación y mejora continua de acuerdo con las demandas de los consumidores.

Un producto turístico atraviesa una serie de etapas sucesivas en su desarrollo, que se caracterizan por las fluctuaciones en el volumen de ventas y los beneficios. Por lo que la (CEUPE, 2022) describe a las siguientes etapas como el ciclo de vida de los productos turísticos, estos se manifiestan como: De introducción, de crecimiento, de madurez y de declinación. Las etapas del desarrollo de un producto turístico son primordiales para asegurar que el producto no solo sea atractivo y competitivo, sino que también satisfaga las expectativas de los turistas. Desde la investigación inicial hasta el mantenimiento y la mejora continua, cada etapa desempeña un papel crucial en la creación de experiencias memorables que fomenten la lealtad de los clientes y contribuyan al éxito del destino turístico. Un enfoque sistemático y estratégico en cada etapa permite maximizar el potencial del producto turístico y asegurar su viabilidad a largo plazo.



## CAPÍTULO II

### 2. DISEÑO METODOLÓGICO. - Métodos de Investigación

**Métodos teóricos.** - En esta investigación, se va a trabajar con los siguientes métodos. Según (ORTIZ, 2012) los métodos teóricos se utilizan de manera reiterada desde la elaboración del diseño investigativo, a partir del estudio del estado del arte sobre el problema científico, hasta la interpretación de los datos y hechos constatados y las correspondientes conclusiones y recomendaciones. Esto se alinea a una aplicación continua que van convirtiendo estos métodos en representaciones para la información producida de ellos mismos.

#### **Método analítico**

El Método Analítico se refiere a un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos. En este enfoque, el análisis se centra en el diagnóstico detallado de recursos culturales, siendo esencial comprender la observación de los cambios que se han dado en este territorio con un aumento del turismo en este espacio para obtener un producto novedoso. A través de este método, se busca descomponer un todo en sus partes, así se presentan diferencias específicas que dependen del campo de realidad en el que se centran y los objetivos que se persiguen. (FCHAVARRÍA, 2010)

La utilización del método Analítico en la presente investigación se justifica por presentar un producto turístico novedoso con la apertura de esta casa patrimonial que es un aporte fundamental para Bahía de Caráquez. Desglosar este proceso en partes específicas permite una comprensión más profunda de las relaciones causales y los factores determinantes, además, la observación de los cambios que se han dado en este territorio con un aumento del turismo en este espacio.

#### **Método descriptivo en modalidad cuantitativa**

El Método Descriptivo, en su modalidad cuantitativa, se define como la recopilación objetiva de datos que se enfocan principalmente en números y valores. Los resultados derivados de este tipo de observación cuantitativa se obtienen mediante el empleo de métodos de análisis estadísticos y numéricos, abarcando variables como la edad, la forma, el peso, el volumen, la escala, entre otros. (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020)

La utilización del Método Descriptivo, específicamente la investigación tipo cuantitativa, en la presente investigación se justifica por su capacidad para recopilar datos de manera objetiva y cuantificable. Dada la naturaleza del estudio sobre el diagnóstico de los recursos culturales por presentar un producto turístico

novedoso con la apertura de esta casa patrimonial que es un aporte fundamental para Bahía de Caráquez, es esencial contar con información numérica precisa para comprender y analizar la magnitud de este beneficio en dicho sitio. La observación cuantitativa al centrarse en números y valores va a facilitar la aplicación de análisis estadísticos que permitirán una evaluación detallada de variables clave, como la cantidad de recursos, productos turísticos, y otros aspectos cuantificables.

### **Técnicas de Investigación**

Entre las técnicas que se utilizarán para el desarrollo del trabajo de investigación será la encuesta.

#### **Encuesta**

Una encuesta es una técnica de recolección de datos donde se interroga a una muestra de individuos mediante una serie de preguntas estructuradas. Según (BABBIE, 1988), *"La encuesta es un instrumento de recolección de datos que utiliza cuestionarios para obtener información sobre las características, actitudes y comportamientos de una población"*. Las encuestas son esenciales en diversas disciplinas como la sociología, la psicología, el marketing y la investigación de mercado para obtener datos relevantes y tomar decisiones informadas.

La utilización de encuestas en la presente investigación se fundamenta en la necesidad de obtener información detallada y estructurada sobre diversos aspectos relacionados con la apertura de esta casa patrimonial que es un aporte fundamental para Bahía de Caráquez. Al emplear cuestionarios estandarizados, se busca recopilar datos cuantitativos y cualitativos de manera sistemática y uniforme, lo que permite obtener una visión integral de las percepciones, actitudes y comportamientos de los individuos y grupos involucrados en el fenómeno.

#### **Datos estadísticos**

Se plantea realizar la tabulación de datos por medio de la aplicación de Excel, la elección de utilizar la plataforma de Excel para la tabulación de datos se basa en su amplia aceptación y versatilidad. Excel ofrece herramientas robustas para el análisis de datos, incluyendo funciones estadísticas, capacidades de manejo de grandes conjuntos de datos, y una interfaz intuitiva que facilita la personalización del proceso de tabulación.

#### **Población**

Para analizar los resultados de esta investigación se tomó como población a los turistas y personal de las diferentes casas patrimoniales de la ciudad de Bahía de Caráquez que según los datos del Municipio del

Cantón de Sucre del año 2024 cuenta con una población de 20.000 personas. (Municipio del cantón Sucre, 2023) Se plantea realizar una muestra de 67 personas.

### Muestra

CONFIANZA AL 90%			
N	20000		
PQ	0,25		
Z	1,64		2,6896
E	0,10		0,01
N	Población		
PQ	Varianza al cuadrado		
Z	Valor confianza de Z al 90%		
E	Error Muestral (10%); 0,10		
n=	$\frac{N * PQ * Z^2}{(N * E^2) + (PQ * Z^2)}$		
n=	$\frac{13448}{200,6624}$		
n=	67		

*Tabla 1. Muestra*

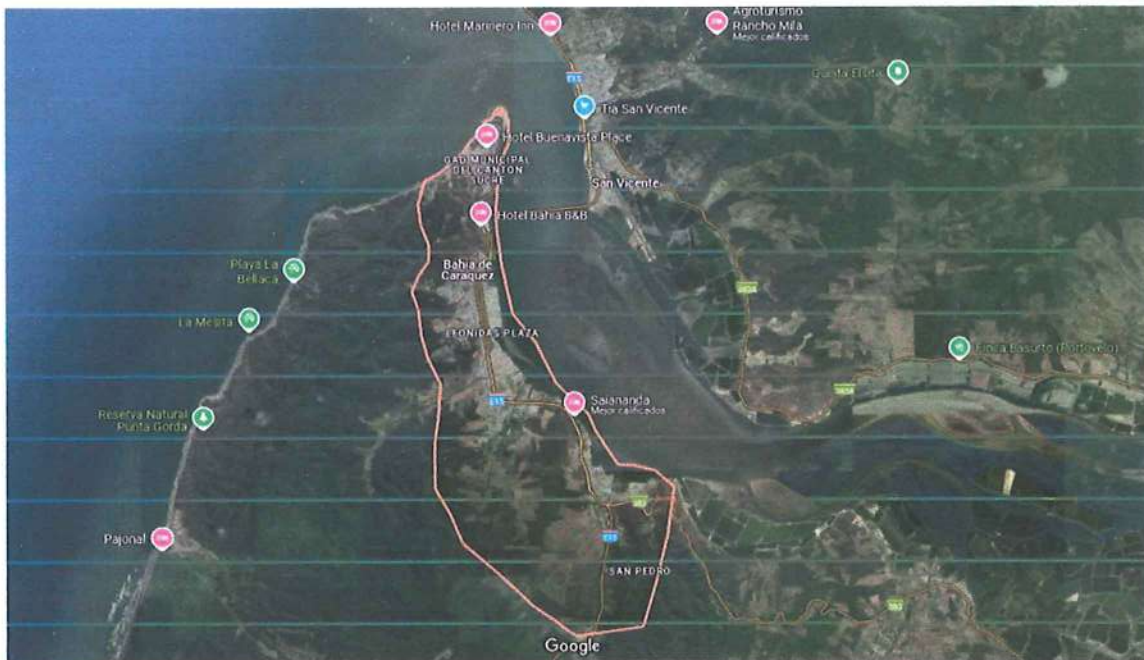
### Método de muestreo

La muestra que se utilizará será el muestreo no probabilístico, este tipo de muestreo se realizará a los habitantes de la ciudad de Bahía de Caráquez que se encuentran ubicados en el Cantón Sucre para poder realizar el diagnóstico respectivo de la dinamización metodológica de la misma. Es decir, se haría la encuesta a un total de 67 habitantes.

## 2.1. Diagnóstico y/o estudio del trabajo de campo

La siguiente investigación fue desarrollada en la ciudad de Bahía de Caráquez, perteneciente al Cantón Sucre de la Provincia de Manabí.

- **Vista Satelital de donde se realizó la investigación.**



*Ilustración 1. Fuente: Google Maps*

## 2.2. Análisis e Interpretación de las encuestas realizadas

La información obtenida de la encuesta aplicada se analizó mediante la plataforma Microsoft Forms para el ingreso de los datos y la tabulación.

### 2.2.1. Interpretación de los datos

Se elaboró el instrumento de la encuesta y fue aplicado con 8 preguntas estructuradas de forma estratégica, dirigido a personas de la ciudad de Bahía de Caráquez que conocen de los recursos culturales existentes.

## 2.3. Análisis de los datos de la encuesta aplicada en la ciudad de Bahía de Caráquez

### 2.3.1. Fiabilidad del instrumento aplicado

En relación con la fiabilidad se demostró por medio de Microsoft Forms un resultado de 0,965 que es equivalente al 96% en el que se evidencia que el instrumento aplicado es confiable.

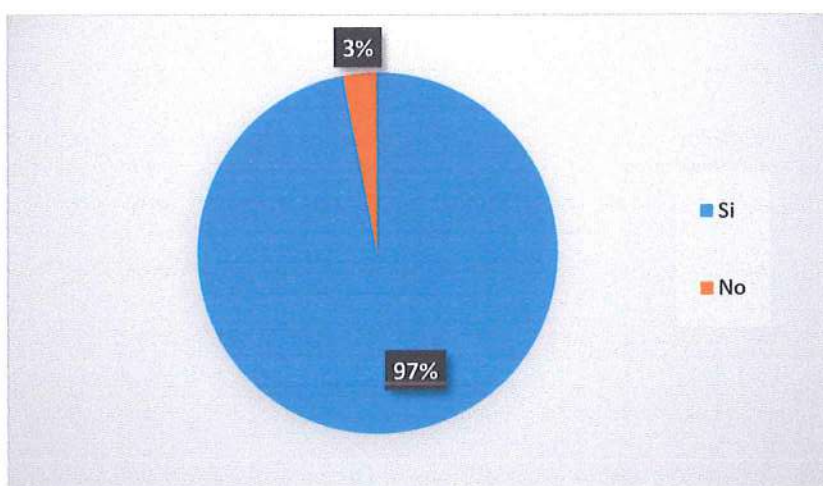
## 2.4. Análisis de las preguntas de la encuesta aplicada.

### 1. Conoce usted la casa Vesubio y la casa americana en Bahía de Caráquez

*Tabla 2. Casas patrimoniales*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	97%
No	2	3%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

*Gráfico 1. Casas patrimoniales*



#### **Interpretación**

La gran mayoría de los encuestados un 97% respondieron que sí conocen estos lugares. Esto sugiere que las Casas Americana y Vesubio son conocidas debido a su valor histórico, cultural o turístico; mientras que el 3% reveló que no tienen conocimiento de estas casas patrimoniales en la ciudad de Bahía de Caráquez.

#### **Análisis**

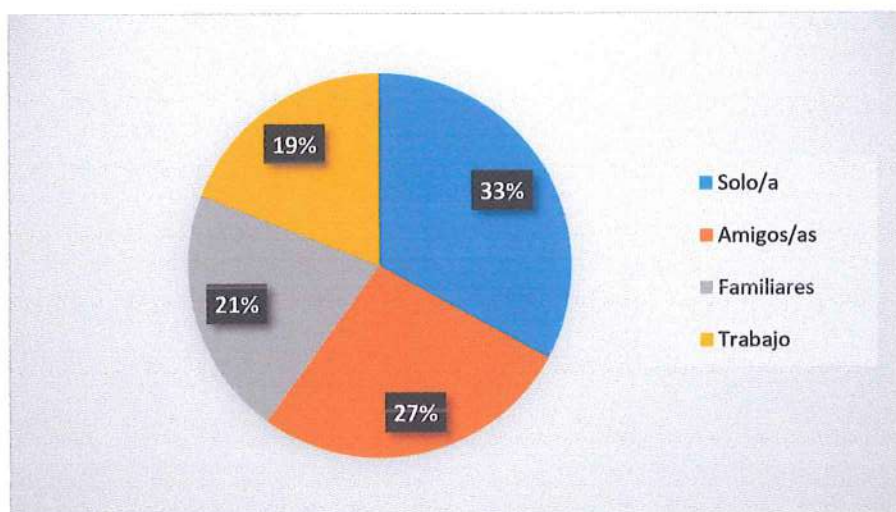
Esto refleja que las personas encuestadas si tienen conocimiento de estas casas patrimoniales, lo que en gran parte podría indicar que son lugares emblemáticos de la ciudad.

## 2. ¿Con quién visitó estas casas patrimoniales?

Tabla 3. Visita

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Solo/a	22	33%
Amigos/as	18	27%
Familiares	14	21%
Trabajo	13	19%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico 2. Visita



### Interpretación

El 33% de los visitantes exploran estas casas de manera individual, lo cual podría estar relacionado con interés personales. El 27% optan por acudir en compañía de amigos. El 21% refleja que es mediante familiares para fortalecer la convivencia y un 19% netamente laboral.

### Análisis

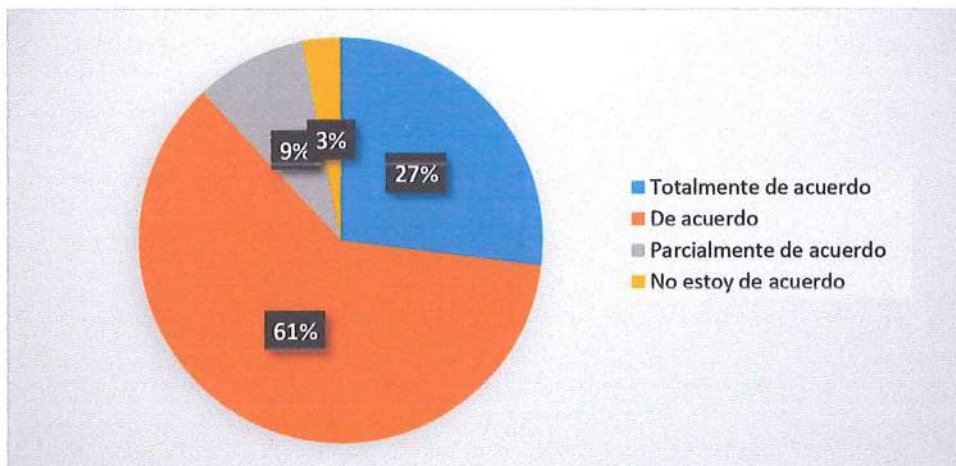
El gráfico refleja que la mayoría de los visitantes prefieren visitar estas casas patrimoniales de manera individual o con amigos, lo que podría indicar que estos sitios son vistos como un espacio de convivencia social. Aunque existen motivos laborales o familiares que también son importantes y en los que se muestra las múltiples funciones como: Educativas, recreativas y profesionales.

**3. ¿Considera usted que la casa americana y la casa Vesubio son un patrimonio cultural para la ciudad de Bahía de Caráquez?**

**Tabla 4. Patrimonio Cultural**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	18	27%
De acuerdo	41	61%
Parcialmente de acuerdo	6	9%
No estoy de acuerdo	2	3%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 3. Patrimonio cultural**



**Interpretación**

La suma de “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” alcanzan un 88% lo que demuestra un fuerte consenso respecto a que las casas americana y Vesubio son patrimonio cultural. El 9% refleja dudas sobre su valor histórico o la conservación actual. Para finalizar el 3% está en desacuerdo por lo que no altera la opinión de los demás.

**Análisis**

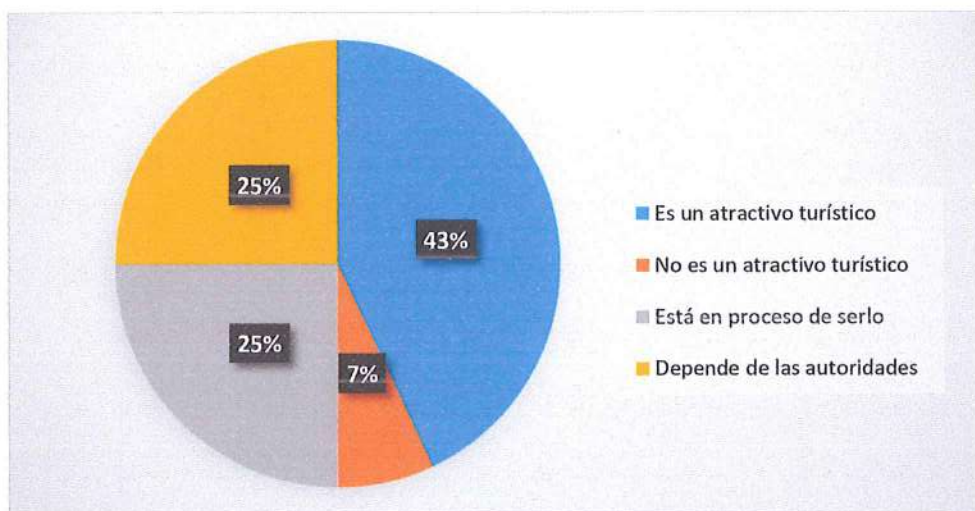
Se evidencia que la mayoría de los encuestados consideran a las casas Vesubio y Americana como patrimonio cultural de Bahía de Caráquez. Este amplio reconocimiento refuerza la necesidad de preservar y valorar estos bienes patrimoniales como parte integral de la identidad cultural y turística de la ciudad.

4. ¿Cree usted que las casas patrimoniales: ¿Casa Americana y Casa Vesubio son un atractivo turístico importante para la ciudad?

Tabla 5. Atractivo Turístico

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Es un atractivo turístico	29	43%
No es un atractivo turístico	4	7%
Está en proceso de serlo	17	25%
Depende de las autoridades	17	25%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4. Atractivo turístico



**Interpretación**

La mayoría de los encuestados consideran que el 43% es un atractivo turístico, el 25% opina que está en proceso de serlo, el otro 25% depende de las autoridades y un 7% cree que no es un atractivo turístico.

**Análisis**

Según los encuestados, coinciden en que estas casas patrimoniales tienen un valor turístico significativo que lo considera como un atractivo turístico. Sin embargo, menciona la depende de las autoridades para potenciar su atractivo en la ciudad de Bahía de Caráquez.

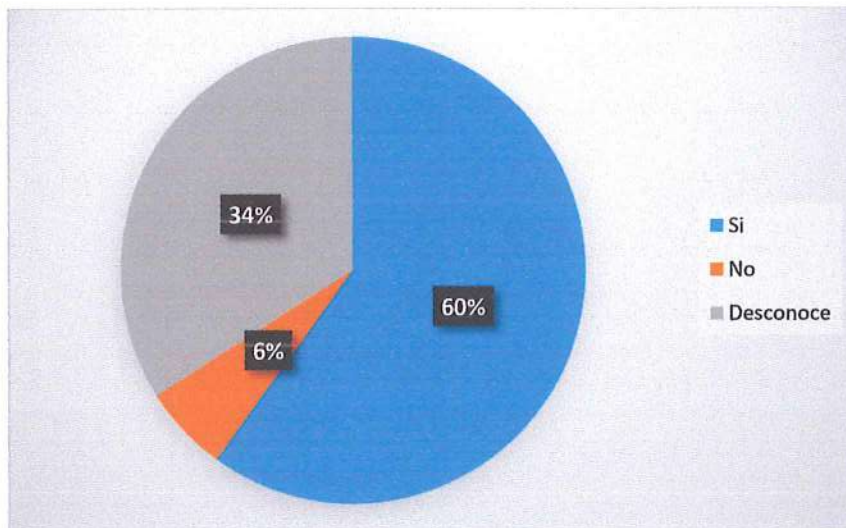


5. ¿Cree usted que se debería aplicar un método de valoración del patrimonio cultural Casa Vesubio y Casa Americana para fines de conservación y mantenimiento económico adecuado?

Tabla 6. Método de valoración

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	60%
No	4	6%
Desconoce	23	34%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico 5. Método de valoración



**Interpretación**

Un 60% de los encuestados está a favor de aplicar un método de valoración, el 34% desconoce sobre el tema y el 6% se opone a la aplicación de este método, lo que representa a la minoría.

**Análisis**

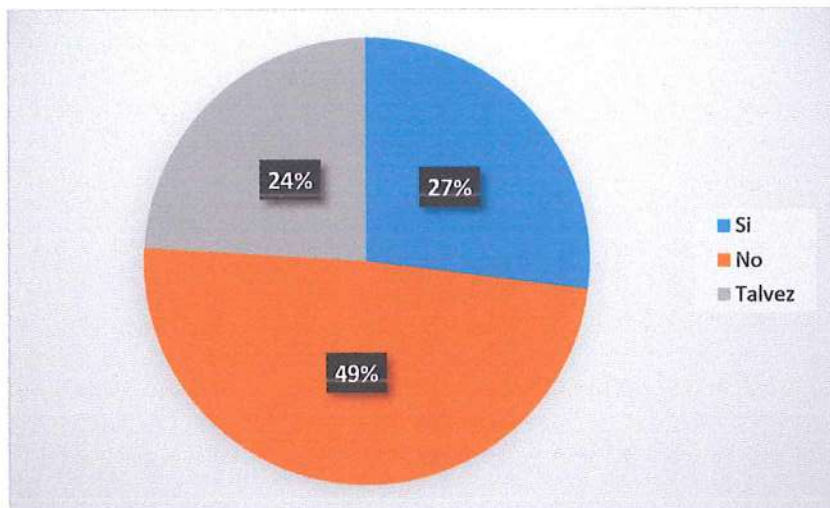
Este gráfico muestra un incremento importante en el apoyo a la aplicación del método de valoración del patrimonio cultural, acompañado de una reducción en el desconocimiento. Esto sugiere que las personas han adquirido más información sobre el tema.

**6. ¿Cree usted que se debería cobrar un valor simbólico para visitar la casa americana y Casa Vesubio con fines de ayudar a mejorar el servicio al turismo local?**

**Tabla 7. Valor**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	27%
No	33	49%
Talvez	16	24%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 6. Valor**



**Interpretación**

El grupo de encuestados destaca que un 27% considera el cobro de un valor simbólico, por otra parte, el 49% no está de acuerdo con la idea de cobrar, ya que lo consideran inapropiado y el 24% expresó una postura indecisa en cuanto al monto o la forma que se utilizaran estos fondos.

**Análisis**

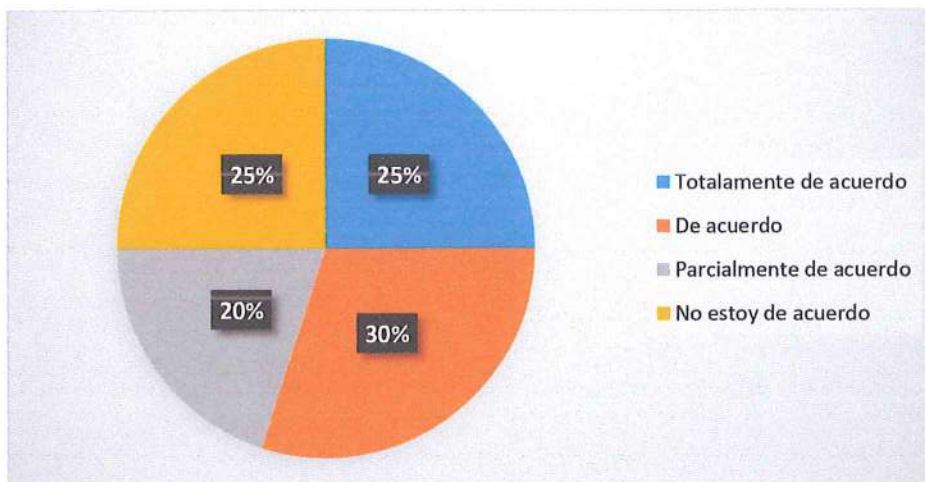
La mayoría de las personas no está a favor del cobro por visitar estas casas patrimoniales. Sin embargo, existe un grupo indeciso en esa decisión, lo que se sugiere una propuesta clara y transparente para beneficiar a todos los habitantes de la localidad.

**7. ¿Se deberían desarrollar planes estratégicos de marketing para promover la actividad cultural en las casas americana y Vesubio mejorando la afluencia de visitas al patrimonio?**

**Tabla 8. Plan estratégico**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	17	25%
De acuerdo	20	30%
Parcialmente de acuerdo	13	20%
No estoy de acuerdo	17	25%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 7. Plan estratégico**



**Interpretación**

El 50% de los encuestados está “Totalmente de acuerdo” y “En Desacuerdo” con el desarrollo de planes estratégicos de marketing para estas casas patrimoniales. El 30% representa el mayor porcentaje y aunque no con total firmeza y un 20% tiene dudas con las condiciones de implementación de dichos planes.

**Análisis**

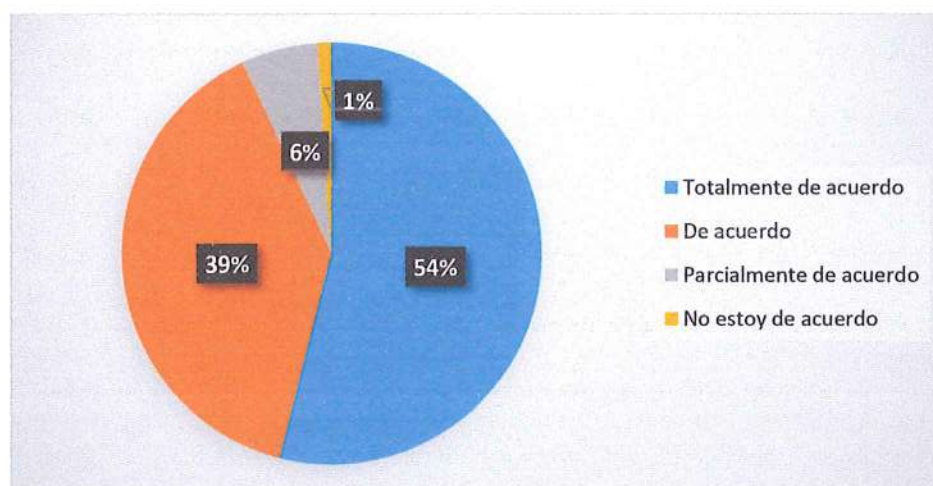
Existe un buen respaldo en cuanto al desarrollo de planes estratégico para las casas patrimoniales americana y Vesubio. Sin embargo, el otro porcentaje no está de acuerdo en la implementación de los mismos.

**8. ¿Está usted de acuerdo en la creación de una avenida cultural que integre a la Casa Vesubio y Casa Americana para mejorar la actividad turística de la localidad?**

**Tabla 9. Avenida cultural**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	36	54%
De acuerdo	26	39%
Parcialmente de acuerdo	4	6%
No estoy de acuerdo	1	1%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 8. Avenida cultural**



**Interpretación**

La mayoría de los encuestados está a favor de que se cree una avenida cultural, reflejando el 54% de apoyo. El 39% está “de acuerdo” con la propuesta, un 6% duda de la efectividad de esta y el 1% rechaza la creación de avenida cultural.

**Análisis**

Existe un amplio respaldo hacia la creación de una avenida cultural que integre a las casas americana y Vesubio con el objetivo de mejorar la actividad turística e impulsar su patrimonio cultural mediante este proyecto en la ciudad de Bahía de Caráquez.

## **2.5. Análisis de la entrevista realizada a la Lic. Yadira Arroyave, Directora del Departamento de Turismo en el Cantón Sucre**

- 1. ¿Cree usted como directora de turismo del GAD de Sucre, que las casas patrimoniales Casa Americana y Casa Vesubio son consideradas un producto turístico importante para la ciudad?**

Como primer punto un producto turístico, es un conjunto de elementos que pueden ser materiales o no materiales en cuanto a los servicios, estos deben combinarse para ofrecer una experiencia al visitante o turista. Entonces, si venimos al tema de las casas patrimoniales hoy por hoy, pueden ofrecer una experiencia tangible, como el hecho de visitar el lugar, en el caso de la Casa Americana conocen parte del lugar, pero no ofrece la parte del servicio. En cambio, en la casa Vesubio, funciona un restobar que brindan un servicio gastronómico y así logran cumplir con los requisitos de la combinación de elementos del producto turístico tanto en la parte física, es que es la casa patrimonial como en el servicio ofrecido.

Según palabras de la directora, No las consideraría al cien por ciento un producto turístico, aunque sí se podría potenciar este tema a través de un proyecto brindando información de tipo histórico.

- 2. ¿Cree usted como autoridad del señor alcalde que se debería aplicar un método de valoración del patrimonio cultural Casa Vesubio y Casa Americana para fines de conservación y mantenimiento económico adecuado y por qué?**

Las casas patrimoniales fueron recientemente restauradas, tanto la Vesubio como la americana, es así, que cuentan con una planificación en coordinación general, los cuales son los encargados de dar el correcto mantenimiento a estas casas patrimoniales. A parte de eso, cada uno de los espacios están asignados a cada dirección o institución. Por ejemplo: Casa Vesubio tiene Patronato, Dirección Social y el Restobar; por lo que, debe de cumplir con ciertos lineamientos en base al servicio que presta por temas de seguridad o plan de emergencia.

- 3. ¿Cree usted como responsable de la actividad turística del GAD de Sucre que se debería cobrar un valor simbólico para visitar la casa americana y la Casa Vesubio con fines de ayudar a mejorar el servicio al turismo local?**

Si se ofreciera un servicio como tal sí, pero no es lo que se oferta. En cambio, si en la planta alta de la Casa Vesubio fuera un museo estaría a favor de que se solicite un cobro, un valor mínimo como contribución al mantenimiento. En cuanto a la casa americana, se ha sugerido, que cuando se realicen eventos, se debería cobrar una tasa de uso para mantenimiento de espacio físico, aunque todavía no se ha aprobado nuestro requerimiento.

**4. ¿Desde la visión del GAD de Sucre considera usted que se deberían desarrollar planes estratégicos de marketing para promover la actividad cultural en las casas americana y Vesubio mejorando la afluencia de visitas al patrimonio?**

Totalmente a favor, ellos cuentan con una jefatura de cultura y si se debiera de mantener un plan estratégico que promocióne los doce meses del año todas las actividades que tienen programadas. La Dirección de Turismo cuenta con una planificación anual, en donde ellos tienen conocimiento de las actividades que se van a realizar el siguiente año. Por lo que, si se trabajara en conjunto podrían programar actividades en donde se brinde información de manera colectiva a la ciudadanía para que ellos entiendan y sean parte de las programaciones; así poder atraer y llamar la atención de la demanda a nivel nacional.

**5. ¿Cómo funcionaría del GAD de Sucre está usted de acuerdo en la creación de una avenida cultural que integre a la Casa Vesubio y Casa Americana para mejorar la actividad turística de la localidad o tienen alguna otra sugerencia?**

Depende la propuesta que se considere una avenida cultural, sería algo interesante e innovador. Aunque contamos con un proyecto que se llama “Sucre simplemente encantador”, que abarca todo lo cultural por medio de una Ruta Cultural, empezando en la balsa (Entrada de Bahía de Caráquez) continua Casa Americana, Museo, Casa Vesubio, Palacio Municipal, Parque del Obelisco, Mirador del Paseo Roberto, El Faro, Parque del Indio Cara, Mirador de la Cruz y la Iglesia de la Merced. Entonces esta es la propuesta que la Dirección de Turismo tiene para ofrecer como un “Producto Cultural” que haga alusión a la historia de la ciudad de Bahía de Caráquez. Es así como, propuestas como esta de la avenida cultural se llevarán a cabo, para proponer un Tour de los sitios icónicos culturales de Bahía de Caráquez, denominado “Recorrido Cultural a pie”.

## **2.6. Análisis cruzado de información**

Existe un alto interés y respaldo hacia propuestas que impulsen la conservación del patrimonio cultural y el turismo, especialmente cuando las acciones son visibles y no generan costos directos a la población. La creación de una avenida cultural y la implementación de estrategias de marketing son proyectos con gran potencial y aceptación social. Por otro lado, la resistencia a cobros simbólicos indica que cualquier mecanismo de financiamiento debe ser transparente y cuidadosamente comunicado, destacando los beneficios económicos y culturales para la comunidad.

Para finalizar, según la entrevista realizada a la directora de turismo, considera que la creación de una avenida cultural sería algo innovador e interesante para a futuro poder implementar tours o recorridos a pie de los sitios emblemáticos que posee esta linda ciudad de Bahía de Caráquez.

## CAPÍTULO III

### 3. Diseño de la Propuesta

Creación de la Avenida cultural en la ciudad de Bahía de Caráquez.

#### 3.1. Antecedentes

La avenida cultural representa un aporte a la actividad turística desde el ámbito del campo amplio como es la cultura, estos edificios que han sido restaurados por el GAD de Sucre y otros con aportes de recursos extranjeros en este caso casa americana, serán fundamental para ampliar la oferta del turismo en una zona de mayor protección como es esta avenida entre el centro y el malecón Alberto F Santos en el centro de Bahía de Caráquez.

El terremoto y la pandemia del coronavirus 2019 (COVID-19) ha sido impredecible y sus consecuencias aún no se han cuantificado (Sharif et al., 2020; Wesarat et al., 2017). Las restricciones a las reuniones masivas y los requisitos de distanciamiento social han limitado las actividades económicas, especialmente al turismo, lo que lleva a una disminución de las ganancias y un aumento de los costes (World Health Organisation, 2020). A nivel mundial, la fuerza laboral se ha visto profundamente afectada por la pandemia

Esto ha llevado a un cambio en el entorno laboral con profundas consecuencias e implicaciones para Manabí. Ante esta situación, la propuesta de políticas sólidas orientadas a estimular el crecimiento y la sostenibilidad económicos han de acompañarse (Shepherd, 2020) en un futuro sostenible de procesos de integración laboral, que deberían ser una preocupación prioritaria para los responsables políticos.

En otros municipios de Manabí se han desarrollado otros proyectos culturales como es el caso de Calle Viva nació hace un año, como una iniciativa del Municipio de Portoviejo para legitimar al artista en el espacio público y aportar a la reactivación del centro de la ciudad desde la propuesta artística. En este año, se unió a la UTM para realizar su segunda edición con una propuesta que integró el arte y las ferias de emprendimientos locales.

Esta nueva propuesta articula y fortalece el desarrollo de actividades artísticas en el espacio público como teatro, música, danza, artes plásticas, exposiciones de fotografía, etc., con circuitos alternativos de comercialización directa desde la presentación de un modelo de gestión diferenciado, dando a los miembros de la comunidad local, provincial y turistas nacionales o extranjeros, la posibilidad de consumir arte y adquirir productos locales, propiciando espacios para el disfrute de todo tipo de público.

### 3.2. Justificación

Las instituciones culturales y de desarrollo que se han unido a esta propuesta liderada por el GAD Municipal de Sucre y la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí son: Museo Bahía, Casa Americana, Casa Vesubio, Iglesia Católica, Parque de Sucre, Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Manabí, Casa de la Cultura Ecuatoriana - Núcleo de Manabí, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural - Regional 4. Desde diferentes localidades se puede presentar una propuesta que puedan llegar desde todas partes de la zona norte de Manabí a los emprendedores para ofrecer los más variados productos, que tengan buena acogida por quienes se den cita a partir cada vez que se desarrolle una actividad en el espacio conocido como la avenida cultural, todas estas iniciativas con fines de lograr que todo el público sin límite de edad puedan disfrutar de todos los espacios.

### 3.3. Objetivos

#### 3.3.1. Objetivo General

Diseñar la creación de la Avenida cultural en la ciudad de Bahía de Caráquez como una iniciativa para fortalecer la actividad turística de la zona.

#### 3.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar y valorar los recursos culturales del sector, como iglesia, casas patrimoniales, museos, parques y paisajes, para su integración en el diseño de la avenida cultural.
- Ampliar los servicios turísticos de la comunidad, garantizando la accesibilidad y comodidad para los turistas.
- Fomentar la participación de la comunidad local en el proceso de planificación y gestión del turismo, asegurando que los beneficios sean distribuidos de manera equitativa.

### 3.4. Desarrollo de la propuesta

#### 3.4.1. Identificación y valoración de los recursos culturales de Bahía de Caráquez

Inventario de recursos culturales:

Recurso Cultural	Descripción	Ejemplo en Bahía	Potencial Turístico
Iglesia	Estructuras religiosas y construcciones históricas que representan el legado cultural de la ciudad de Bahía.	Iglesia Católica la Merced, como un icono a la arquitectura de la época de la república.	Atracción histórica y cultural para visitantes nacionales y extranjeros.
Casa Americana	Estructura y arquitectura americana que representa los	La Casa Americana es un ejemplo del tipo de construcción durante los	Estructura totalmente restaurada para fines



	años dorados de la ciudad de Bahía de Caráquez.	años 1900 donde estuvo un consulado para los tramites respectivos.	administrativos, turísticos y culturales.
<b>Casa Vesubio</b>	Estructura y arquitectura clásica de los años del transporte marítimo, totalmente restaurada lo que representa una excelente imagen para el ornato de la ciudad.	La casa Vesubio fue un hotel de la familia Santos, y durante muchos años fue un importante colegio público, fue restaurado para fines.	Espacios adecuados para la presentación de obras pictóricas, culturales y todo tipo de eventos que tenga relación con la actividad cultural de la ciudad.
<b>Museo Bahía</b>	Manifestaciones culturales, este centro representa una exposición fundamental para mostrar a nacionales y extranjeros las sociedades que se asentaron por miles de años en la costa del Ecuador.	Exposición de primer nivel sobre la historia arqueológica en las costas de Manabí.	Impulsan el turismo cultural y arqueológico de la provincia de Manabí en especial del cantón Sucre.
<b>Parque Sucre</b>	Espacios culturales únicos que rodean la comunidad y complementan su patrimonio histórico.	El parque contiene un monumento al mariscal Sucre junto a un cañón original de la naciente república.	Ideal para actividades de caminatas y turismo histórico – cultural.
<b>Gastronomía</b>	Platos tradicionales que reflejan la herencia culinaria de la zona norte de Manabí.	Los exteriores de los bienes patrimoniales y culturales son espacios adecuados para exponer productos gastronómicos del cantón Sucre.	La gastronomía local es un excelente aporte para completar la actividad en la avenida cultural.

*Tabla 10. Inventario*

### 3.4.2. Estudio de Viabilidad: de la avenida cultural

El estudio de viabilidad representa la base con el cual se quiere institucionalizar una zona restaurada para fines culturales y turísticos de un destino que ha sido golpeado por muchos factores externos e internos, el estado de conservación de las zonas mencionadas en este proyecto permite elevar el estado de conservación de su patrimonio cultural y la promoción de su identidad. Este proceso incluye un análisis integral de los recursos culturales, logísticos y sociales de la avenida cultural. Las acciones fundamentales son:

- 1. Inventario detallado de recursos culturales:** Identificar, documentar y clasificar los recursos culturales en la avenida malecón Alberto F Santos y avenida Bolívar: la iglesia la Merced, Casa Vesubio, Casa Americana, Museo Bahía, parque Sucre y su extraordinaria gastronomía. Esto proporcionará una base estructurada para el desarrollo turístico.

2. **Estudio de accesibilidad:** Evaluar la infraestructura de accesibilidad, para personas comunes, turismo nacional e internacional y personas con algún tipo de discapacidad, identificando áreas acordes a las necesidades de cada grupo de personas.
3. **Análisis del atractivo turístico:** Examinar las particularidades que tienen las casas patrimoniales y su valor histórico cultural considerando su capacidad para atraer distintos perfiles de turistas.
4. **Diagnóstico de la capacidad de carga:** Revisar la gobernanza local, departamento de turismo y cuáles son sus habilidades administrativas y disposición para participar en actividades turísticas.
5. **Identificación de impactos potenciales:** Determinar los beneficios económicos, turísticos y sociales, así como posibles riesgos para la comunidad y el entorno natural.

Esta nueva propuesta articula y fortalece el desarrollo de actividades artísticas en el espacio público como teatro, música, danza, artes plásticas, exposiciones de fotografía, etc., con circuitos alternativos de comercialización directa desde la presentación de un modelo de gestión diferenciado,

#### **3.4.3. Sensibilización y capacitación local: Fortaleciendo a la Comunidad**

La sensibilización y capacitación de los habitantes de Bahía de Caráquez son elementos esenciales para garantizar la sostenibilidad del turismo cultural en esta nueva ruta cultural que debe tener dimensiones de una oferta turística totalmente distinta. Estas actividades buscan empoderar a la población, promoviendo la valoración y preservación de su patrimonio, así como el desarrollo de competencias para participar activamente en la actividad turística. Las acciones incluyen:

1. **Campañas de socialización:** Informar a la comunidad sobre los beneficios del turismo sostenible en especial del turismo cultural, fomentando una actitud proactiva y responsable.
2. **Talleres formativos:** Crear la oficina de información turística en los espacios existentes Casa Americana o Casa Vesubio, la misma que pueda brindar información en áreas clave como atención al visitante, guianza turística, promoción cultural, organización de eventos dentro de la avenida cultural.
3. **Fortalecimiento del sentido de pertenencia:** Realizar actividades educativas y culturales en escuelas, colegios y universidades que destaquen el valor histórico y simbólico de los recursos patrimoniales, promoviendo su cuidado y protección.
4. **Creación de redes de colaboración:** Establecer alianzas estratégicas con entidades gubernamentales, instituciones académicas y organizaciones no gubernamentales para respaldar las iniciativas locales y garantizar su continuidad.

5. **Fomento de prácticas responsables:** Guiar a la población local sobre la importancia de mitigar impactos negativos en el medio ambiente y preservar la autenticidad de la comunidad frente al crecimiento turístico.

Existe una relación mutua entre el turismo cultural y el desarrollo urbano de los sitios patrimoniales. El turista tradicional se ha transformado en un visitante cuyo impulso principal es viajar a un lugar para experimentar las culturas vivas a través del aprendizaje, el descubrimiento y la experiencia del patrimonio tangible e intangible de las sociedades locales.

#### 3.4.4. Mejoramiento en la infraestructura básica y desarrollo de servicios turísticos:

Área de Mejora	Acciones Específicas	Objetivo	Impacto Esperado
<b>Mejoras en la Infraestructura Básica</b>	Mejoras en accesibilidad: Construir áreas de accesibilidad para personas con discapacidad y tercera edad.	Garantizar un acceso seguro y cómodo a los turistas que tengan problemas de accesibilidad.	Facilitará el acceso de turistas con problemas de discapacidad, mejorando el ingreso a los espacios propuestos.
	<b>Señalización turística:</b> Instalación de nuevas señaléticas de la avenida cultural en la calle Bolívar y el ingreso por el malecón en puntos clave ingreso a la ciudad.	Guiar a los turistas hacia los puntos de interés en la nueva avenida cultural en Bahía de Caráquez.	Posicionar la avenida cultural como un lugar de nuevas experiencias destacando la riqueza cultural de la zona.
	<b>Servicios básicos:</b> Se espera mejora en los servicios básicos como: agua potable, electricidad y acceso a sanitarios, junto a esto está la posibilidad de internet gratis en estos espacios.	Proveer las comodidades básicas para asegurar una estancia confortable.	La nueva avenida cultural constituye un espacio de digno de una ciudad cosmopolita y organizada que satisfaga las necesidades mínimas de un turismo especializado.
<b>Desarrollo de Servicios Turísticos</b>	<b>Alojamientos:</b> Impulsar el proyecto de casas de hospedaje certificados, ya que la ciudad no cuenta con suficientes hoteles que empuje al desarrollo hotelero en sus mejores ofertas.	Ofertar opciones de alojamiento a un costo accesible para un segmento del turismo de bajo costo.	El proyecto de la avenida cultural es aumentar de manera progresiva y significativa el turismo de primer nivel a la golpeada ciudad de Bahía de Caráquez.
	<b>Restaurantes:</b> Ya existe en estos momentos un restaurante que ha sido adecuado para dar servicios dentro de la casa Vesubio que es sin lugar a	Mejorar la gastronomía local como un atractivo turístico adicional en la famosa y llamada ruta gastronómica del	Incremento del turismo gastronómico en todos sus aspectos lo que implica la apertura de nuevos locales y otros

	dudas un proyecto que empuja el proyecto final.	Montubio que la lidera Iche.	espacios que diversifiquen la variedad de la oferta.
	<b>Tiendas de artesanías:</b> Establecimiento de puntos de artesanías local y de los cantones de Sucre y San Vicente para darle empuje a los emprendimientos.	Impulsar el trabajo local de las artesanías de las comunidades como parte integral de la experiencia del visitante.	Mejorar los ingresos para los artesanos locales mejorando las condiciones económicas por las ventas de sus productos.
	<b>Operación turística:</b> Mejorar la operación turística de los visitantes con profesionales con experiencia en operación turística.	Facilitar el desplazamiento de los turistas dentro de la ciudad y con seguridad por los temas que pasa el país.	Conectividad con agencias de viajes y operadoras de turismo que mejoren la afluencia de grupos de turistas para el cantón Sucre.

**Tabla 11. Infraestructura y Desarrollo**

### 3.4.5. Diseño e integración de rutas turísticas

Área de Mejora	Acciones Específicas	Objetivo	Impacto Esperado
Diseño de Rutas Turísticas	<b>Diseño de rutas integradas:</b> Se debe en el menor tiempo diseñar nuevas rutas turísticas en la avenida cultural, la misma que permita conectar los principales recursos culturales de la avenida como: Museos, salas de exposiciones, iglesia, parque Sucre, y casa Vesubio.	Ofertar nuevos productos turísticos culturales que integran a sus diferentes patrimonios arquitectónicos, artísticos, gastronómicos y turísticos en esta importante ruta de la avenida cultural en Bahía de Caráquez.	Las rutas turísticas integradas son productos fundamentales en el nuevo turismo cultural, ciudades que lo han logrado como Cuenca, Baños entre otras son un modelo para integrar toda esta diversidad cultural que tiene la localidad.
	<b>Rutas históricas de casas patrimoniales:</b> La ruta de casas patrimoniales es una nueva propuesta que se viene dando desde la academia en sus proyectos históricos y arqueológicos, las mismas que pueden agregar valor a la avenida cultural como son las artes, la cultura, las danzas entre otras.	Comercializar los productos novedosos ofertantes en las nuevas rutas que son trazadas según los segmentos de mercado personalizadas y únicas.	Mejorar la economía local con nuevas alternativas de turismo cultural, promoviendo la diversidad, la integración y las comunidades en este nuevo tipo de turismo.
	<b>Promoción digital y redes sociales:</b> Desarrollar materiales informativos	Mayor velocidad de información para los consumidores de	Mejor orientación e información de publicidad y promoción de productos

	digitales (aplicaciones móviles, sitios web) y todo tipo de información que llega a la mano de los consumidores de contenidos digitales para este nuevo proyecto cultural.	productos en internet que promueva las rutas y facilitar la navegación de los turistas, maximizando el alcance de la información.	turísticos y rutas en el destino Sucre logrando integrar al otro cantón San Vicente para que mejore la afluencia de los mismos en todo el sector.
	<b>Rutas con experiencias interactivas:</b> Diseñar puntos de información turística de promoción de las rutas logrando interactuar con la población interesada, visitas guiadas por artistas o historiadores capacitados, y actividades participativas como danzas y música en vivo.	Crear una experiencia totalmente nueva como las grandes ciudades del mundo que han cultivado el arte y la cultura en todos sus aspectos, la conservación y difusión del patrimonio del Cantón Sucre y la provincia de Manabí.	Experiencia turística total, permitiendo una permanencia prolongada del visitante mejorando la economía y la dinamización turística en el territorio.

**Tabla 12. Diseño**

### 3.4.6. Fomento y participación de toda la comunidad en el nuevo proyecto de la avenida cultural

El plan de fomento y participación comunitario es un trabajo que ha tomado meses y años pensarlo desde la restauración de las casas patrimoniales que son varios años, hasta la puesta en marcha de otros proyectos que le han dado un componente fundamental para el turismo y la cultura del cantón Sucre, este proyecto y plan debe ser sostenido en el tiempo y busca sobre todas las cosas integrar de manera activa a los residentes locales en cada fase del proceso turístico, los emprendedores, los restaurantes, los artesanos, la música la danza entre otros factores propia de la cultura.

<b>Estrategia</b>	<b>Descripción Detallada</b>
<b>Plan de Involucramiento entre instituciones</b>	Involucrar a varias instituciones de la localidad en todas las fases del proyecto (planificación, ejecución y evaluación). Se realizarán talleres, reuniones y consultas para recoger sus opiniones y necesidades, promoviendo su participación activa. Estas instituciones son Museo Bahía, Casa Americana, Casa Vesubio, Iglesia Católica la Merced.
<b>Capacitación y Sensibilización</b>	Se organizarán actividades de capacitación para conocer en detalle cómo serán los aspectos fundamentales para iniciar la operación turística y cultural de la avenida cultural en la zona regenerada de Bahía de Caráquez, el presente proyecto es una contribución positiva al desarrollo del sector.
<b>Comité de Gestión Local</b>	Crear un comité con representantes de la cada institución involucrada, autoridades municipales, dueños de locales dentro de cada casa patrimonial y actores turísticos, a. Este comité será responsable de la toma de decisiones y supervisión de la implementación de la avenida cultural.
<b>Monitoreo y Evaluación Continua</b>	La responsabilidad del monitoreo debe ser por el comité quien supervisará la sostenibilidad del proyecto, gestionando recursos económicos, infraestructura y evaluando impactos en el patrimonio cultural y la sobre carga de turismo.

<b>Distribución Equitativa de Beneficios</b>	Se debe establecer que los principales beneficios sean a favor de los emprendedores e instituciones que son parte de la avenida cultural esto es Museo Bahía, Casa Americana, Casa Vesubio, Iglesia la Merced, parque Sucre, restaurante y centros de emprendimientos en cada una de las casas patrimoniales que los tienen con sus respectivos servicios.
--	--

*Tabla 13. Fomento y Participación*

### 3.4.7. Promoción de productos turísticos culturales

<b>Estrategia</b>	<b>Descripción Detallada</b>
<b>Objetivo</b>	El objetivo fundamental de esta estrategia es integrar los productos turísticos culturales en la oferta turística que tiene el cantón Sucre brindando a los turistas una experiencia más auténtica y apoyando la economía local.
<b>Áreas de Colaboración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Artesanos locales:</b> Incluir productos artesanales como tejidos, cerámica, productos de playas, joyería y otros productos manuales tradicionales de la zona.</li> <li>- <b>Productores de alimentos y bebidas típicas:</b> promover la venta de alimentos autóctonos y potenciar la gastronomía local como platos típicos enfocado hacia el marisco, frutas, vegetales, bebidas tradicionales (como jugos naturales, licor local, etc.) que sean representativos de la región.</li> </ul>
<b>Métodos de Promoción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Mercados locales y ferias:</b> Organizar ferias o mercados periódicos en los excelentes patios que tienen la casa americana y casa Vesubio con eventos culturales, donde los turistas puedan comprar productos locales directamente de los productores.</li> <li>- <b>Talleres y eventos culturales:</b> Crear espacios donde los turistas puedan aprender sobre el proceso de fabricación de productos locales, como talleres de cerámica o degustaciones de alimentos tradicionales.</li> <li>- <b>Alianzas con operadores turísticos:</b> Este punto es fundamental en el desarrollo de los productos locales como parte de las experiencias turísticas ofrecidas, en paquetes o excursiones que presenten la cultura local de forma integral.</li> </ul>
<b>Beneficios Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Generación de ingresos locales:</b> El turismo es un negocio que debe ser rentable por eso es fundamental que los emprendedores y productores locales se beneficien directamente al vender sus productos a los turistas.</li> <li>- <b>Preservación cultural:</b> Se fomentará la conservación y promoción del patrimonio local, ya que los turistas se llevarán un pedazo tangible de la cultura de la ciudad</li> <li>- <b>Sostenibilidad económica:</b> La venta de productos típicos ofrecerá a la comunidad nuevas fuentes de ingresos y oportunidades económicas, diversificando las fuentes de ingresos más allá del turismo nacional a un turismo internacional.</li> </ul>

*Tabla 14. Promoción*

### 3.4.8. Presupuesto de implementación

Categoría	Actividad	Costo Estimado (USD)
<b>Capacitación y Empleo Local</b>		
Programas de capacitación	- Talleres de atención al cliente, Formación de guías turísticos, conservación del patrimonio, y gestión de negocios turísticos.	15,500
Logística de capacitación	- Alquiler de espacios para talleres (por 10 eventos). - Transporte y alojamiento de formadores.	5,000
<b>Mejoramiento de Infraestructura</b>		
Mejora de la infraestructura básica	- Instalación de señalización turística. - Creación de la oficina turística local y regional para el impulso del proyecto.	4,500
Desarrollo de servicios turísticos	- Mejoramiento de la imagen de restaurantes, tiendas de artesanías.	6,000
<b>Promoción de Productos Locales</b>		
Creación de puntos de venta y ferias	- Instalación de puestos de venta de productos locales (mercados o ferias). - Organización de eventos para promoción (material promocional, carteles).	8,000
Alianzas con operadores turísticos	- Costos asociados con alianzas, comisiones de distribución de productos locales.	3,000
<b>Gestión del Turismo Local</b>		
Creación de comités y gestión local	- Honorarios de miembros del comité de gestión (si corresponde).	1,500
Promoción turística	- Creación de material promocional (folletos, videos, carteles). - Publicidad digital y en medios tradicionales.	6,000
<b>Total General</b>		49,500

*Tabla 15. Presupuesto*

### 3.5. Impacto de la aplicación de la propuesta

Con el desarrollo de la propuesta y de la avenida cultural en la ciudad de Bahía de Caráquez, se espera que el turismo se incremente en todos sus aspectos, esto es darle un plus a varios factores que han golpeado a la ciudad por más de 10 años seguidos esto es terremoto año 2016, luego la pandemia del COVID y ahora la inseguridad, Bahía y otros destinos merecen un crecimiento sostenido y para esto hay que proponer nuevos productos turísticos que sean llamativos para el consumidor final que es el turismo nacional o internacional, pues para esto se debe trazar una hoja de ruta que es creando nuevos espacios culturales para el disfrute de la población general.

## CONCLUSIONES

- El análisis de las casas patrimoniales como recurso turístico exige un enfoque que valore su importancia histórica, arquitectónica y simbólica. Por lo que, estas edificaciones son claves para el turismo, al vincular el pasado con el presente y así atraer visitantes interesados en experiencias auténticas. Además, su conservación ayuda a la preservación de la identidad cultural y educa a las nuevas generaciones sobre el papel del turismo cultural.
- El diagnóstico sobre las casas patrimoniales en el GAD Sucre resalta la importancia de equilibrar las expectativas de visitantes y los gestores. Por tanto, los primero buscan conectar con la historia y la cultural local; mientras que el segundo son activos estratégicos que requieren inversión y cuidado para la conservación a largo plazo.
- Para finalizar, la creación de una avenida cultural en Bahía de Caráquez impulsa el turismo patrimonial y revitaliza la ciudad como destino atractivo. Este espacio trae consigo galerías, exposiciones, talleres y demás; fortaleciendo el sentido de pertenencia y dinamizando la economía local, posicionando a la ciudad como un modelo de gestión patrimonial.



## RECOMENDACIONES

- Promocionar en todos los espacios digitales del patrimonio cultural del cantón Sucre y la nueva avenida cultural para ofrecer experiencias turísticas auténticas y enriquecedoras.
- Realizar actividades programadas con calendarios entre las instituciones que la ofertan, de esta manera se integra al patrimonio existente como es Casa Americana, Casa Vesubio, Museo Bahía, Iglesia la Merced para que estos espacios sean llenados con la misma gente en sus diferentes recorridos.
- Involucrar e integrar a las instituciones públicas y privadas para que las actividades culturales sean de beneficios para todos los que componen este nuevo producto turístico, desarrollando las actividades económicas, productivas y de emprendimiento para todos aquellos que son parte de esta ruta.
- Difundir de manera efectiva los nuevos productos turísticos culturales y la nueva avenida cultural, la misma que es un aporte para el turismo nacional e internacional mejorando las condiciones económicas de los negocios que tienen sus actividades en los espacios por donde se ha activado esta ruta turística

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, M. M. (2024). Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/10081/17187>
- AZUAY, C. (2020). Obtenido de <https://conagopareazuay.gob.ec/w30/wp-content/uploads/2020/12/PRODUCTO-TURISTICO.pdf>
- BABBIE, E. (1988). Métodos de investigación por encuesta. In *Métodos de investigación por encuesta.*, 439. Obtenido de <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-138959>
- Barroco. (2016). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/3169-Article%20Text-19531-2-10-20180301.pdf>
- Bravo & Choez. (2021). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/upacifico,+/+externo+Bravo.pdf>
- BUHALIS. (2000). Obtenido de [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/Portadas\\_indices/ET-189\\_01.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/Portadas_indices/ET-189_01.pdf)
- BUHALIS. (2020). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/755/75524557004.pdf>
- CARBÓ, G. (2015). Obtenido de <https://nodosculturalesperu.com/a-que-llamamos-espacios-culturales/>
- CASTILLO. (2022). Obtenido de <https://www.um.es/documents/3239701/9597895/recursos.pdf/5be347a0-dd58-4d6d-a97d-41819f878941>
- Cayotopa, C. (2017). Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4184/Cayotopa%20Ylatoma.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CESUMA, U. (2021). Obtenido de <https://www.cesuma.mx/blog/clasificacion-de-los-recursos-turisticos.html>
- CESUMA, U. (2024). Obtenido de <https://www.cesuma.mx/blog/planificacion-del-programa-de-un-producto-turistico.html#:~:text=El%20proceso%20de%20desarrollo%20y,estudio%20econ%C3%B3mico%20y%20de%20precios.>
- CEUPE. (2022). Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/ciclo-de-vida-de-los-productos-turisticos.html>

- CEUPE, E. (2022). Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/ciclo-de-vida-de-los-productos-turisticos.html>
- Chen & Huan. (2016). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/3169-Article%20Text-19531-2-10-20180301.pdf>
- CHILE, P. C. (2023). Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2023/11/patrimonio-cultural-en-cifras-2022.pdf>
- COELHO, T. (2009). Obtenido de <https://nodosculturalesperu.com/a-que-llamamos-espacios-culturales/>
- Cooper & Hall. (2008). Obtenido de <https://journals.openedition.org/viatourism/445?lang=es>
- Corredor, Morante-Higuera & Acuña. (2013). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000100165](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165)
- DIAZ. (2021). Obtenido de <http://www.ubp.edu.ar/wp-content/uploads/2013/12/112010ME-Criterios-yConceptos-sobre-el-Patrimonio-Cultural-en-el-Siglo-XXI.pdf>
- ECHAVARRÍA, J. G. (2010). El método analítico como método natural. *Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- ELGREMIO, E. (2023). Obtenido de <https://escuelagremio.com/blog-artes-y-oficios/productos-turisticos-tipos/#:~:text=Por%20ejemplo%2C%20estos%20productos%20abarcan,y%20bebida%2C%20entretimiento%20y%20compras.>
- Estudios turísticos. (s.f.). Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/42949891/Administracin\\_y\\_politica\\_turistica\\_1978\\_a\\_20160222-7100-t4dot1-libre.pdf?1456181240=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAdministracion\\_y\\_politica\\_turistica\\_1978.pdf&Expires=1716480615&Signature=X](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/42949891/Administracin_y_politica_turistica_1978_a_20160222-7100-t4dot1-libre.pdf?1456181240=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAdministracion_y_politica_turistica_1978.pdf&Expires=1716480615&Signature=X)
- Fierro, J. (2017). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/523556567001.pdf>
- GARCÍA, A. (2021). Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-PatrimonioInmaterialRecursoTuristicoYEspirituDeLos-3769849.pdf>
- García, N. (2017). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaFomentarElDesarrolloTuristicoDe-6311570.pdf>

Gonzales & Rivas. (2008). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275001.pdf>

González, M. V. (2005). Obtenido de [https://d1wqtxst1xzle7.cloudfront.net/42949891/Administracin\\_y\\_poltica\\_turstica\\_1978\\_a\\_2016\\_0222-7100-t4dot1-libre.pdf?1456181240-&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAdministracion+y+politica+turistica+1978.pdf&Expires=1716480615&Signature=X](https://d1wqtxst1xzle7.cloudfront.net/42949891/Administracin_y_poltica_turstica_1978_a_2016_0222-7100-t4dot1-libre.pdf?1456181240-&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAdministracion+y+politica+turistica+1978.pdf&Expires=1716480615&Signature=X)

GUARDIA, B. (2020). Obtenido de [https://catedraunesco.usmp.edu.pe/portfolio\\_item/revista-turismo-y-patrimonio-no-12/](https://catedraunesco.usmp.edu.pe/portfolio_item/revista-turismo-y-patrimonio-no-12/)

Guevara, G. P., Verdesoto, A. E., & Castro, N. E. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Obtenido de Recimundo: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>

H., P. (2021). Obtenido de <https://nuso.org/articulo/patrimonio-cultural/>

Hjalager y Richards. (2002). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/523556567001.pdf>

INPC. (2024). Obtenido de <https://revistas.patrimoniocultural.gob.ec/ojs/index.php/PCI/issue/view/35/32>

KOTLER, B. (2004). Obtenido de [https://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lmk/fonseca\\_g\\_a/capitulo2.pdf](https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/fonseca_g_a/capitulo2.pdf)

LEAL, M. (2015). Obtenido de <https://journals.openedition.org/viatourism/445?lang=es>

Lopez & Sanchez. (2012). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/157589102.pdf>

LÓPEZ, A. (2018). Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

Luis & Kenia. (2022). Obtenido de <https://munayi.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2022/09/Ruta-gastrono%CC%81mica-para-el-desarrollo-turi%CC%81stico.pdf>

MAESTROMEY&WILCHES. (2007). Los recursos culturales bajo la óptica contable. *In XXVIII Jornadas Universitarias de Contabilidad*. Obtenido de <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/979/1/00477.pdf>

MALDONADO, C. (2022). Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TDUEX\\_2022\\_Maldonado\\_Erazo.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TDUEX_2022_Maldonado_Erazo.pdf)

- MARTÍNEZ LOZADA, N. &. (2024). Obtenido de <https:// analisis-turistico.aecit.org/index.php/AECIT/issue/view/47/9>
- Menoya. (2017). Obtenido de <https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1123/1/TTT30.pdf>
- Mera, P. (2019). Obtenido de <https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1050/1/TTMT13.pdf>
- MINTUR. (2007). Obtenido de [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf)
- Mitchell. (2002). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/157589102.pdf>
- Mondragon. (2012). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000100165#B16](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165#B16)
- MORENO, G. &. (2023). Obtenido de <https://mdc.ulpgc.es/files/original/02238b43f3a0712265eab916c2aefbb7c5f97d6f.pdf>
- MORRISON. (2022). Obtenido de <https://gestdestinos.pbworks.com/f/DIM+parte+3.pdf>
- Municipio del canton Sucre. (2023). *SUCRE*. Obtenido de GAD SUCRE: <https://sucre.gob.ec/sucre>
- Municipio del cantón Sucre. (2023). *SUCRE*. Obtenido de GAD SUCRE: <https://sucre.gob.ec/sucre>
- NASIMBA&CEJAS. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 22-39. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Nasimba-Maribel/publication/333221285\\_Articulo\\_de\\_revision\\_DISENO\\_DE\\_PRODUCTOS\\_TURISTICOS\\_Y\\_SUS\\_FACILIDADES/links/5ce2cde7299bf14d95aa8667/Articulo-de-revision-DISENO-DE-PRODUCTOS-TURISTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nasimba-Maribel/publication/333221285_Articulo_de_revision_DISENO_DE_PRODUCTOS_TURISTICOS_Y_SUS_FACILIDADES/links/5ce2cde7299bf14d95aa8667/Articulo-de-revision-DISENO-DE-PRODUCTOS-TURISTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf)
- Navarro. (2015). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000100165#B18](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165#B18)
- OMT. (1999). Obtenido de [file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Copyright\\_1999\\_Organizacion\\_Mundial\\_del.pdf](file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Copyright_1999_Organizacion_Mundial_del.pdf)
- OMT. (2022). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/3169-Article%20Text-19531-2-10-20180301.pdf>

- ONU. (2022). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20ONU,espec%C3%ADfico%20de%20inter%C3%A9s%2C%20que%20representa>
- ONU. (2022). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20ONU,espec%C3%ADfico%20de%20inter%C3%A9s%2C%20que%20representa>
- Ortega, & Machado. (2017). Obtenido de <https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1123/1/TTT30.pdf>
- ORTIZ, E. (2012). Los Niveles Teóricos y Metodológicos en la investigación Educativa. *Cinta de moebio*, 14-23. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2012000100002>
- PLANDETUR. (2020). Obtenido de <https://files.goraymi.com/2021/05/14/28f074da85f39fcd09ba4ebe0f943e2b.pdf>
- PRADA, C. (2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.*, 55-72. Obtenido de [https://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118\\_04.pdf](https://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_04.pdf)
- REBOLLO, V. (2021). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=675851>
- RIERA, L. D. (2022). Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/5148-Texto%20del%20art%C3%ADculo-22627-2-10-20221010%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/5148-Texto%20del%20art%C3%ADculo-22627-2-10-20221010%20(1).pdf)
- SÁNCHEZ. (2021). Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362018000100164#B16](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#B16)
- SENDAPLES. (2013). Obtenido de [file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764%20(1).pdf)
- SERRANO-BARQUÍN, R. (2020). Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/5645/8682>
- SIISE. (2010). Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/volvn17/art07.pdf>
- SMITH. (2023). Obtenido de <https://dspace.uclv.edu.cu/server/api/core/bitstreams/11bae728-27c0-454c-bdf5-a19ba4761dec/content>

TORRES, H. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador.

TURISMO. (2023). Obtenido de [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual\\_estructura\\_productos\\_base\\_atractivo\\_sub2021.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual_estructura_productos_base_atractivo_sub2021.pdf)

Vargas & Gama. (2018). Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/6413/1/BAZURTO%20LOOR%20YANDRY%20JAVIER.pdf>

Vargas-Martínez, E. E.-V.-C. (2022). Obtenido de <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/issue/view/109/102>

Venegas, G. J., Pardo, G. L., & Pérez, A. M. (2024). Obtenido de <https://www.pasosonline.org/es/colecciones/pasos-edita/202-numero-31-pueblos-magicos>

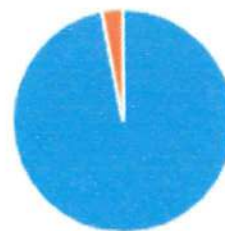
**ANEXOS**  
**ENCUESTAS**

**Encuesta sobre Proyecto de Investigación**

67 Respuestas 01:18 Tiempo medio para finalizar Activo Estado

**1. Conoce usted la Casa Vesubio y la Casa Americana en Bahía de Caráquez**

● Si	65
● No	2



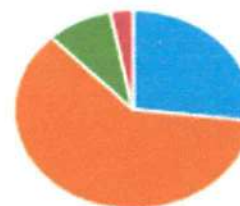
**2. ¿Con quién visitó estas Casas Patrimoniales?**

● Solo/a	22
● Amigos/as	18
● Familiares	14
● Trabajo	13



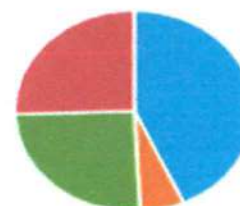
**3. ¿Considera usted que la Casa Americana y la Casa Vesubio son un patrimonio cultural para la ciudad de Bahía de Caráquez?**

● Totalmente de acuerdo	18
● De acuerdo	41
● Parcialmente de acuerdo	6
● No estoy de acuerdo	2



**4. ¿Cree usted que las casas patrimoniales: Casa Americana y Casa Vesubio son un producto turístico importante para la ciudad?**

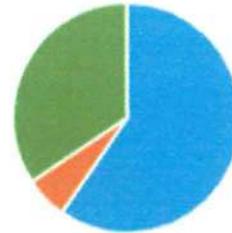
● Es un producto turístico	29
● No es un producto turístico	4
● Está en proceso de serlo	17
● Depende de las autoridades	17





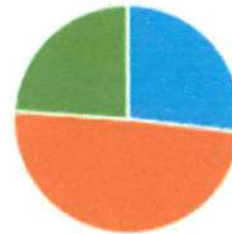
5. **¿Cree usted que se debería aplicar un método de valoración del patrimonio cultural: Casa Vesubio y Casa Americana para fines de conservación y mantenimiento económica adecuada?**

● Sí	40
● No	4
● Desconoce	23



6. **¿Cree usted que se debería cobrar un valor simbólico para visitar la Casa Americana y Casa Vesubio con fines de ayudar a mejorar el servicio al turismo local?**

● Sí	18
● No	33
● Talvez	16



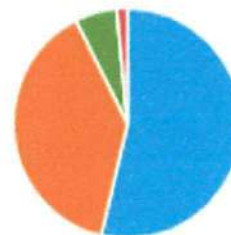
7. **¿Se deberían desarrollar planes estratégicos de marketing para promover la actividad cultural en las Casas Americana y Vesubio mejorando la afluencia de visitas al patrimonio?**

● Totalmente de acuerdo	17
● De acuerdo	20
● Parcialmente de acuerdo	13
● No estoy de acuerdo	17



8. **¿Está usted de acuerdo en la creación de una avenida cultural que integre a la Casa Vesubio y Casa Americana para mejorar la actividad turística de la localidad?**

● Totalmente de acuerdo	36
● De acuerdo	26
● Parcialmente de acuerdo	4
● No estoy de acuerdo	1



**ENTREVISTA A LA FUNCIONARIA DEL GAD SUCRE**

