



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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MUSEO  
COSTUMBRISTA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**AUTORA:  
ANDREA JOHANNA RODRIGUEZ BUSTOS**

**TUTOR:  
Ab. Diego Romero Oseguera, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador  
2014**



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

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Rodríguez Bustos Andrea Johanna, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en administración de empresas turísticas y hoteleras.

**TUTOR (A)**

---

**Ab. Diego Romero Oseguera, Mgs.**

**REVISOR(ES)**

---

**Ing. César Bustamante Chong, Mgs**

---

**Lcda. Catalina Cevallos Lecaro, Mgs**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 28 del mes de Enero del año 2014.**



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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Andrea Johanna Rodríguez Bustos**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **“Estudio de factibilidad para la implementación de un museo costumbrista en la ciudad de Guayaquil”** Es previa a la obtención del Título **de Ingeniera en administración de empresas turísticas y hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 28 del mes de Enero del año 2014**

**EL AUTOR (A)**

---

**Andrea Johanna Rodríguez Bustos**



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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Andrea Johanna Rodríguez Bustos**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación “**Estudio de factibilidad para la implementación de un museo costumbrista en la ciudad de Guayaquil**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 28 del mes de Enero del año 2014**

**EL (LA) AUTOR(A):**

---

**Andrea Johanna Rodríguez Bustos**

## **AGRADECIMIENTO**

Quisiera agradecer a mis padres, por ser mi pilar durante estos 4 años de carrera universitaria. Por guiarme por el camino correcto y darme la fuerza para terminar esta carrera de manera exitosa.

También quisiera agradecer a mis amigas, que las conocí gracias a esta carrera y fueron mis compañeras durante este trayecto.

Agradezco a mi novio por la comprensión en todas esas veces que no nos pudimos ver por trabajar en este proyecto

Mi más inmenso agradecimiento es a Dios. Por permitirme concluir una etapa más de mi vida.

Quisiera agradecer al Ing. José Medina por todos sus consejos y ayuda durante la tesis. Gracias por la paciencia y el ánimo que siempre me brindó.

**Andrea Johanna Rodríguez Bustos**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mi mamá. Quien fue pilar importante en este camino, sin su apoyo y consejos no hubiera podido llegar hasta el final de este trayecto.

También se lo dedico a mi hermana, que fue la que me guió en la parte financiera del proyecto. Sin su asesoramiento, esto no hubiera sido posible. De todo corazón, gracias ñaña.

**Andrea Johanna Rodríguez Bustos**

## ÍNDICE GENERAL

### **CAPITULO I..... 19**

<b>1.1 JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>19</b>
<b>1.2 ANTECEDENTES.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA.....</b>	<b>50</b>
1.3.1 PROBLEMA CIENTÍFICO .....	53
<b>1.4 OBJETIVOS.....</b>	<b>54</b>
<b>1.5 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DEL ESTUDIO .....</b>	<b>55</b>

### **CAPITULO II..... 56**

<b>2.1 MARCO TEÓRICO. ....</b>	<b>56</b>
2.1.1 CULTURA.....	56
2.1.1.1 La Antropología y la cultura.....	56
2.1.1.2. Definiciones y origen del término.....	57
2.1.1.3 Puntos básicos de la cultura.....	59
2.1.1.4 Conclusión sobre las definiciones cultura. ....	59
2.1.1.5 Cultura y sociedad.....	60
2.1.1.6. Diversidad cultural.....	60
2.1.1.6.1. Principios y declaraciones de la UNESCO referente a la diversidad cultural.....	61
2.1.1.7. Contenido cultural.....	61
2.1.1.8. Actividades, bienes y servicios culturales. ....	61
2.1.1.9. Identidad cultural .....	62
2.1.1.10. Manifestaciones culturales. ....	63
2.1.1.11. Definición de sociedad y su origen. ....	64
2.1.1.12. Enculturación y aculturación. ....	65
2.1.1.13. Definición del proceso y generalidades del término aculturación. ....	66
2.1.1.14. La cultura y la UNESCO.....	67
2.1.1.15. Recomendación de la UNESCO sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular. ....	69
2.1.2 FOLCLORE. ....	70
2.1.2.1 Origen y definición del término.....	70
2.1.2.2. Clasificación del Folclore. ....	71
2.1.2.3. Etapas del Folclore.....	72
2.1.2.4. Características del hecho folclórico. ....	72
2.1.2.5. La UNESCO y el folclore. ....	73

2.1.2.6. UNESCO y la OMPI - Derechos de Propiedad Intelectual y Protección de Folklore.....	75
2.1.3 TURISMO.....	76
2.1.3.1. Evolución del concepto .....	76
2.1.3.2. Tipos de turismo. ....	77
2.1.4 TURISMO CULTURAL. ....	79
2.1.4.1 Evolución y generalidades del término.....	79
2.1.4.2. El marco del turismo cultural. ....	81
2.1.4.3. Ventajas y desventajas del turismo cultural.....	86
2.1.4.4. El turista cultural y sus motivaciones.....	87
2.1.4.5. Grados de motivación en el turismo cultural .....	87
2.1.5. MUSEO.....	88
2.1.5.1. Origen del término.....	88
2.1.5.2. Evolución del concepto.....	89
2.1.5.3. Tipos de museos.....	93
<b>2.2. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>96</b>
2.2.1 MUSEO COSTUMBRISTA: .....	96
2.2.2. ANTROPOLOGÍA: .....	96
2.2.3. IDIOSINCRASIA: .....	96
2.2.4. GLOBALIZACIÓN: .....	96
2.2.5. MANIFESTACIÓN CULTURAL: .....	97
2.2.6. PATRIMONIO CULTURAL:.....	97
2.2.7. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL. ....	97
2.2.8. ATRACTIVO TURÍSTICO:.....	98
2.2.9. ARTESANÍAS: .....	98
2.2.10. TRADICIÓN: .....	98
2.2.11. REGENERACIÓN URBANA:.....	99
2.2.12. AMORFINOS: .....	99
2.2.13. AÑO VIEJO: .....	99
2.2.14. OMT: .....	100
2.2.15. UNESCO: .....	100
2.2.16. OMPI:.....	100
2.2.17. ICOMOS: .....	100
<b>2.3. MARCO REFERENCIAL: .....</b>	<b>102</b>
2.3.1 MUSEO COSTUMBRISTA DE SONORA (ÁLAMO, MÉXICO): .....	102
2.3.2. MUSEO COSTUMBRISTA “JUAN DE VARAS” (LA PAZ, BOLIVIA): .....	104
2.3.4 MUSEO COSTUMBRISTA “CASA DEHEZA” (SUCRE, BOLIVIA):.....	106
<b>2.4. MARCO LEGAL .....</b>	<b>108</b>
2.4.1. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. ....	108



2.4.1.1. Requisitos para la creación de una compañía anónima .....	108
2.4.1.2. SRI. Registro Único de Contribuyentes .....	109
2.4.1.3. Permisos municipales. ....	111
2.4.3. CÁMARA DE TURISMO. ....	113
2.4.3.1. Negocios que deben afiliarse a la Cámara de turismo .....	113
2.4.3.2. Requisitos para afiliarse siendo una persona natural. ....	114
2.4.3.3. Requisitos para afiliarse siendo una persona jurídica.....	114
2.4.4. MINISTERIO DE TURISMO. ....	115
2.4.4.1. Crédito con el banco nacional del fomento .....	115
2.4.4.2. Requisitos para el registro en el Ministerio de Turismo .....	117

**CAPÍTULO III..... 118**

**3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... 118**

<b>3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>118</b>
3.1.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	119
3.1.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA. ....	119
<b>3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>121</b>
3.2.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	121
<b>3.3. TIPO DE MUESTREO APLICAR.....</b>	<b>124</b>
<b>3.4. TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.....</b>	<b>125</b>
3.4.1. FUENTES DE DATOS PRIMARIAS .....	125
3.4.1.1. Encuestas o cuestionarios .....	125
3.4.1.2. Entrevistas .....	126
3.4.2. FUENTES DE DATOS SECUNDARIAS .....	126
<b>3.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.....</b>	<b>128</b>
<b>3.4. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....</b>	<b>128</b>
3.4.1. PREGUNTA 1.....	129
3.4.1.1. Análisis: .....	130
3.4.2. PREGUNTA 2.....	131
3.4.2.1. Análisis: .....	132
3.4.3. PREGUNTA 3.....	133
3.4.3.1. Análisis: .....	134
3.4.4. PREGUNTA 4.....	135
3.4.4.1. Análisis: .....	136
3.4.5. PREGUNTA 5.....	137
3.4.5.1. Análisis: .....	138

3.4.6. PREGUNTA 6.....	139
3.4.6.1. Análisis: .....	140
3.4.7. PREGUNTA 7.....	141
3.4.7.1. Análisis: .....	142
3.4.8. PREGUNTA 8.....	143
3.4.8.1. Análisis: .....	144
3.4.9. PREGUNTA 9.....	145
3.4.9.1. Análisis: .....	146
3.4.10. Pregunta 10.....	147
3.4.10.1. Análisis: .....	148
<b>3.5 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS.</b>	<b>149</b>
3.5.1. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A AUTORIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO. .....	149
3.5.2. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A AUTORIDAD DEL MUSEO NAHÍM ISAÍAS .....	152
3.5.3. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS. ....	154

## **CAPÍTULO VI..... 155**

### **4. ANÁLISIS EXTERNO ..... 155**

<b>4.1. ANÁLISIS GENERAL DE ECUADOR. ....</b>	<b>155</b>
4.1.1. POLÍTICO:.....	155
4.1.2. ECONÓMICO:.....	158
4.1.3. SOCIOCULTURALES:.....	165
4.1.3.1. Seguridad en el Ecuador .....	173
4.1.4. TECNOLÓGICOS: .....	177
4.1.5. AMBIENTALES: .....	186
<b>4.2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA. ....</b>	<b>188</b>
4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO. ....	188
4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	189
4.2.3. INTRODUCCIÓN .....	190
<b>4.2.4. NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO. ....</b>	<b>191</b>
4.2.5 LOGO DEL MUSEO. ....	191
4.2.6. ORGANIGRAMA. ....	192
4.2.7. ANÁLISIS FODA.....	193
4.2.8. MISIÓN DEL PROYECTO.....	195
4.2.9. VISIÓN DEL PROYECTO. ....	195
4.2.10. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO. ....	196

4.2.11. SALAS DEL MUSEO.....	196
4.2.12. EL PERSONAL Y SUS FUNCIONES.....	197
4.2.13. CLASIFICACIÓN DEL PÚBLICO.....	201
<b>4.3. GENERALIDADES DEL ESTABLECIMIENTO .....</b>	<b>202</b>
4.3.1. MENÚ DEL RESTAURANTE “LA COCINA TÍPICA” .....	202
4.3.1.1. Piqueos. ....	202
4.3.1.2. Platos Fuertes.....	203
4.3.1.3. Bebidas.....	204
4.3.1.4. Postres. ....	205
4.3.2. HORARIO DE ATENCIÓN DEL MUSEO: .....	206
4.3.3. HORARIO DE ATENCIÓN DEL RESTAURANTE “LA COCINA TÍPICA”: .....	206
<b>4.4. INGENIERÍA DEL ESTABLECIMIENTO.....</b>	<b>207</b>
4.4.1. LOCAL DONDE SE UBICARÁ EL MUSEO COSTUMBRISTA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. .....	207
4.4.2. DISEÑO DE LA PLANTA .....	208
4.4.3. ESTUDIO DE LOS MATERIALES PARA ADECUACIÓN DEL LOCAL. ....	209
4.4.4. INSTALACIÓN ELÉCTRICA .....	211
<b>4.5. ANÁLISIS DE IMPACTOS .....</b>	<b>212</b>
4.5.1. MATRIZ DE VALORACIÓN.....	212
4.5.2. ESCALA DE IMPACTOS.....	213
4.5.3. IMPACTO ECONÓMICO.....	214
4.5.3.1. Análisis. ....	216
4.5.4. IMPACTO SOCIO CULTURAL .....	218
4.5.4.1 Análisis. ....	220
4.5.5. IMPACTO AMBIENTAL.....	221
4.5.5.1. Análisis. ....	223
4.5.6. IMPACTO EMPRESARIAL .....	224
4.5.6.1. Análisis. ....	226
4.5.7. IMPACTOS GENERALES.....	227
4.5.7.1. Análisis. ....	228
<b><u>CAPÍTULO V .....</u></b>	<b><u>229</u></b>
<b><u>5. ANÁLISIS FINANCIERO.....</u></b>	<b><u>229</u></b>
<b><u>5.1. INVERSIÓN INICIAL REQUERIDA.....</u></b>	<b><u>229</u></b>
<b>5.2 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....</b>	<b>232</b>

<b>5.3. AMORTIZACIÓN ACTIVOS PRE OPERACIONALES.....</b>	<b>233</b>
<b>5.4. ROL DE PAGOS. ....</b>	<b>234</b>
<b>5.5 DECLARACIÓN Y PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA. ....</b>	<b>235</b>
5.5.1. DESGLOSE ROL DE PAGO.....	236
<b>5.6. FINANCIAMIENTO. ....</b>	<b>240</b>
<b>5.7. PROYECCIONES DE VENTAS.....</b>	<b>244</b>
<b>5.8 CÁLCULO DEL COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA Y OTROS SUELDOS INDIRECTOS.</b> .....	<b>247</b>
5.8.1. COSTOS DIRECTOS .....	247
5.8.2. COSTOS INDIRECTOS.....	248
<b><u>5.9 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS ANUALES. ....</u></b>	<b><u>250</u></b>
<b><u>CONCLUSIONES.....</u></b>	<b><u>253</u></b>
<b><u>RECOMENDACIONES .....</u></b>	<b><u>256</u></b>
<b><u>BIBLIOGRAFÍA.....</u></b>	<b><u>257</u></b>
<b><u>ANEXOS.....</u></b>	<b><u>266</u></b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Incendio Guayaquil.....	24
Gráfico 2. Guaguas y colada morada.....	26
Gráfico 3. Amorfinos .....	27
Gráfico 4. Criolla bonita .....	30
Gráfico 5. Carnaval .....	31
Gráfico 6. Años viejos .....	32
Gráfico 7. Juego del yoyo.....	33
Gráfico 8. Juego de bolichas.....	34
Gráfico 9. Juego de la rayuela .....	34
Gráfico 10. Juego del trompo.....	36
Gráfico 11. Juego del palo encebado.....	37
Gráfico 12. Juego de la naranja.....	38
Gráfico 13. Malecón 2000 .....	40
Gráfico 14. Malecón del Salado.....	41
Gráfico 15. Barrio Las Peñas .....	43
Gráfico 16. Museo Municipal.....	45
Gráfico 17. Museo Julio Jaramillo.....	46
Gráfico 18. Metrovía.....	48
2.4.1.3.2. Patentes municipales.....	111
2.4.1.3.3. Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de Servicios.....	112
2.4.1.3.4. Requisitos para registro de construcción .....	112
Gráfico 20. Pastel pregunta 1.....	129
Gráfico 21. Pastel pregunta 2.....	131
Gráfico 22. Pastel pregunta 3.....	133
Gráfico 23 Pastel pregunta 4.....	135
Gráfico 24 Pastel pregunta 5.....	137
Gráfico 25 Pastel pregunta 6.....	139
Gráfico 26 Pastel pregunta 7.....	141
Gráfico 27 Pastel pregunta 8.....	143
Gráfico 28 Pastel pregunta 9.....	145
Gráfico 29 Pastel pregunta 10 .....	147
Gráfico 30 Buen vivir.....	156
Gráfico 31 Riesgo país .....	157
Gráfico 32 PIB .....	158
Gráfico 32 crecimiento América del sur .....	159
Gráfico 33 Actividades económicas.....	160
Gráfico 34 INFLACIÓN ANUAL DEL IPC Y POR DIVISIONES DE CONSUMO .....	161

Gráfico 35. Productos de mayor ingreso.....	162
Gráfico 36. Inflación en América latina y Estados Unidos .....	163
Gráfico 37. Inflación anual del IPP Nacional en diciembre de cada año.....	164
Gráfico 38. Buen vivir.....	166
Gráfico 39. Buen vivir.....	167
Gráfico 40. Buen vivir.....	168
Gráfico 41. Desocupación total y por sexo .....	169
Gráfico 42. Subocupación total y por sexo. ....	170
Gráfico 43. Población urbana en condiciones de pobreza .....	172
Gráfico 44. Víctimas de algún robo .....	173
Gráfico 45. Qué tan seguro se siente la población .....	174
Gráfico 46. PRINCIPALES PROBLEMAS DE SEGURIDAD .....	175
Gráfico 47. Buen vivir.....	177
Gráfico 48. Buen vivir.....	187
Gráfico 49. Mapa de la provincia del Guayas .....	188
Gráfico 50. Museo Miniatura de Guayaquil.....	189
Gráfico 51. Logo del museo costumbrista.....	191
Gráfico 52. Organigrama del museo .....	192
Gráfico 54. Diseño de la planta.....	208

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de turismo.....	77
Tabla 2. Tipos de recursos de turismo cultural según Swarbrooke.....	81
Tabla 3. Tipos de recursos de turismo cultural según Smith.....	84
Gráfico 19. Categorías de fuentes de datos.....	127
Tabla 6. Sociocultural.....	166
Tabla 7. Sociocultural.....	167
Tabla 8. Sociocultural.....	168
Tabla 9. Clasificación de la población.....	171
Tabla 10. Tecnológico.....	177
Tabla 11. Acceso a internet nivel nacional.....	178
Tabla 12. Acceso a internet sierra.....	178
Tabla 13. Acceso a internet costa.....	179
Tabla 14. Acceso a internet Amazonía.....	179
Tabla 15. Uso internet nivel nacional.....	180
Tabla 16. Uso internet Sierra.....	181
Tabla 17. Uso internet Costa.....	181
Tabla 18. Uso internet Amazonía.....	182
Tabla 19. Uso computadoras nivel nacional.....	183
Tabla 20. Uso computadoras Sierra.....	184
Tabla 21. Uso computadoras Costa.....	184
Tabla 22. Uso computadoras Amazonía.....	185
Tabla 23. Ambiental.....	187
Tabla 24. Piqueos.....	202
Tabla 25. Platos Fuertes.....	203
Tabla 26. Bebidas.....	204
Tabla 27. Postres.....	205
Tabla 28. Adecuaciones.....	209
Tabla 29. Instalación eléctrica.....	211
Tabla 30. Nivel de impacto.....	212
Tabla 31. Escala de impactos.....	213
Tabla 32. Impacto Económico.....	214
Tabla 33. Impacto sociocultural.....	218
Tabla 34. Impacto ambiental.....	221
Tabla 35. Impacto empresarial.....	224
Tabla 36. Impactos generales.....	227
Tabla 37. Activos fijos.....	230
Tabla 38. Activos intangibles y diferidos.....	231
Tabla 39. Depreciación activos fijos.....	232

Tabla 40. Activos intangibles y diferidos .....	234
Tabla 41. Rol de pagos mensuales .....	234
Tabla 42. Tabla de impuesto a la renta .....	236
Tabla 43. Nómina de empleados .....	236
Tabla 44. Provisiones .....	237
Tabla 45. Rol de pago mensual .....	238
Tabla 47. Provisiones e impuestos mensuales .....	238
Tabla 47. Rol de pago año 1 .....	239
Tabla 48. Provisiones e impuestos año 1 .....	239
Tabla 49. Financiamiento .....	240
Tabla 50. Amortización .....	240
Tabla 51. Amortización del préstamo mensual .....	242
Tabla 52. Incremento visitantes .....	245
Tabla 53. Incremento precio entradas .....	246
Tabla 54. Dólares/años .....	247
Tabla 55. Costo mano directa .....	247
Tabla 56. Costo mano de obra indirecta .....	248
Tabla 57. Incremento anual costo mano de obra directa .....	249
Tabla 58. Incremento anual costo mano de obra indirecta .....	249
Tabla 59. Estado de pérdidas y ganancias .....	250
Tabla 60. Flujo de caja .....	251
Tabla 61. Proyección anual de flujo de caja .....	251
Tabla 62. Evaluación financiera .....	252
Tabla 1. Tipos de turismo .....	77
Tabla 2. Tipos de recursos de turismo cultural según Swarbrooke .....	81
Tabla 3. Tipos de recursos de turismo cultural según Smith .....	84
Gráfico 19. Categorías de fuentes de datos .....	127
Tabla 6. Sociocultural .....	166
Tabla 7. Sociocultural .....	167
Tabla 8. Sociocultural .....	168
Tabla 9. Clasificación de la población .....	171
Tabla 10. Tecnológico .....	177
Tabla 11. Acceso a internet nivel nacional .....	178
Tabla 12. Acceso a internet sierra .....	178
Tabla 13. Acceso a internet costa .....	179
Tabla 14. Acceso a internet Amazonía .....	179
Tabla 15. Uso internet nivel nacional .....	180
Tabla 16. Uso internet Sierra .....	181



Tabla 17. Uso internet Costa.....	181
Tabla 18. Uso internet Amazonía .....	182
Tabla 19. Uso computadoras nivel nacional .....	183
Tabla 20. Uso computadoras Sierra.....	184
Tabla 21. Uso computadoras Costa. ....	184
Tabla 22. Uso computadoras Amazonía .....	185
Tabla 23. Ambiental .....	187
Tabla 24. Piqueos .....	202
Tabla 25. Platos Fuertes.....	203
Tabla 26. Bebidas .....	204
Tabla 27. Postres .....	205
Tabla 28. Adecuaciones .....	209
Tabla 29. Instalación eléctrica.....	211
Tabla 30. Nivel de impacto.....	212
Tabla 31. Escala de impactos .....	213
Tabla 32. Impacto Económico.....	214
Tabla 33. Impacto sociocultural .....	218
Tabla 34. Impacto ambiental. ....	221
Tabla 35. Impacto empresarial.....	224
Tabla 36. Impactos generales. ....	227
Tabla 37. Activos fijos. ....	230
Tabla 38. Activos intangibles y diferidos .....	231
Tabla 39. Depreciación activos fijos .....	232
Tabla 40. Activos intangibles y diferidos .....	234
Tabla 41. Rol de pagos mensuales .....	234
Tabla 42. Tabla de impuesto a la renta.....	236
Tabla 43. Nómina de empleados .....	236
Tabla 44. Provisiones .....	237
Tabla 45. Rol de pago mensual .....	238
Tabla 47. Provisiones e impuestos mensuales .....	238
Tabla 47. Rol de pago año 1 .....	239
Tabla 48. Provisiones e impuestos año 1 .....	239
Tabla 49. Financiamiento .....	240
Tabla 50. Amortización .....	240
Tabla 51. Amortización del préstamo mensual .....	242
Tabla 52. Incremento visitantes .....	245
Tabla 53. Incremento precio entradas.....	246
Tabla 54. Dólares/años.....	247
Tabla 55. Costo mano directa .....	247

Tabla 56. Costo mano de obra indirecta .....	248
Tabla 57. Incremento anual costo mano de obra directa. ....	249
Tabla 58. Incremento anual costo mano de obra indirecta. ....	249
Tabla 59. Estado de pérdidas y ganancias .....	250
Tabla 60. Flujo de caja.....	251
Tabla 61. Proyección anual de flujo de caja .....	251
Tabla 62. Evaluación financiera.....	252

## **RESUMEN**

El turismo cultural es una modalidad de turismo que, en países desarrollados y en vías de desarrollo, ha aumentado estrambóticamente en los últimos años, convirtiéndose así en una fuente de ingresos altamente rentable.

Este tipo de turismo surge a comienzos del siglo XVIII, pero no es hasta el año 1976 que se formaliza su concepto gracias a un “Seminario Internacional Turismo y Humanismo” que declara que este tipo de turismo se basa en la comercialización de la cultura de una región.

Las costumbres y modismos de una sociedad, forman parte de su folklore y debido a la demanda por conocer más sobre una cultura, emergen los museos costumbristas.

Los museos costumbristas son considerados como los museos principales y obligados a visitar cuando se visita una ciudad.

Guayaquil carece de este tipo de museos, y por eso este proyecto, tiene como objetivo satisfacer esa necesidad, y propone la creación de uno, en una de las zonas más concurridas de la ciudad.

**Palabras claves:** Turismo cultural, museo costumbrista, folklore, costumbres, modismo, cultura

## **ABSTRACT**

Cultural tourism is a category of tourism that, in first world countries and emerging countries, has increased in the last years, becoming a source of incomes highly profitable.

This type of tourism emerged in the early eighteenth century, but it was not until 1976 that its concept is formalized through an "International Seminar on Tourism and Humanism" which states that this type of tourism is based on the commercialization of culture in a region.

Society's manners and idioms are part of its culture and due claim of learn more about culture, traditional museums appear.

Because to the lack of this kind of museum in Guayaquil, one of the purposes of this project is to satisfy the need to know more about culture and this thesis propose the creation of a traditional museum, in one of the busiest place in the city.

**Keywords:** Cultural tourism, traditional museum, folklore, manners, idiom, culture.

## **INTRODUCCIÓN**

Guayaquil es una ciudad que en los últimos años ha recibido a cientos de turistas extranjeros que recorren a pie o en carro, a diario, por el centro de Guayaquil. Es una imagen que se vuelve cada vez más familiar. Los turistas han incluido a la ciudad en su agenda, por sugerencia de las agencias de viaje o por la propaganda oficial o privada. (Diario El Universo, 2012).

El INEC cita que en el 2011, por ejemplo, entraron 1'141.037 extranjeros al Ecuador. De ellos, el 26,42% (unos 270 mil) llegaron a Guayaquil. Entre los visitantes actuales están originarios de Alemania, Canadá, Estados Unidos, Argentina, entre otros. (Diario El Universo, 2011).

Guayaquil es una ciudad que, gracias a la regeneración urbana, se ha convertido en una ciudad moderna y altamente atractiva para los extranjeros. Además cuenta con todas las comodidades y servicios turísticos de alta calidad, brindados por personas muy capacitadas.

Es una ciudad llena de historias que contar y costumbres únicas que llaman la atención de los visitantes extranjeros. Con edificaciones remodeladas y costumbres de antaño, Guayaquil brinda al visitante una serie de atracciones y cultura ancestral que compartir.

Las principales atracciones de la urbe están ubicadas en el centro de la ciudad, en donde las más concurridas son El cerro Santa Ana, El Barrio "Las Peñas", el Malecón Simón Bolívar y el IMAC.

Los museos más visitados de la ciudad son el Museo Municipal el cual es el que contiene la mayor cantidad de historia y uno muy particular que se creó en el año 2008 que es el "Museo de la música popular Julio Jaramillo" que está ubicado en el Puerto Santa Ana.

A pesar de que los dos museos, anteriormente mencionados, contienen fragmentos de la historia de la ciudad, ninguno de ellos brinda información sobre las costumbres y tradiciones con las que Guayaquil fue forjado.

El puerto principal del país, es una ciudad que tiene un sinnúmero de costumbres ancestrales, tales como los amorfinos, los rodeos montubios y las serenatas. Todas con una historia interesante que contar. Así mismo, Guayaquil fue la cuna de una serie de juegos tradicionales, tales como el rombo, la perinola, la rayuela y las bolichas.

Por otra parte, esta ciudad es una de las mayores aportadoras de platos a la gastronomía del país. Una ciudad que es la cuna de la famosa “resbaladera” y la colada morada

Habiendo mencionado todos estos factores, queda en evidencia que Guayaquil es una ciudad que cuenta con un recurso cultural no explotado y el cual puede ayudar a rescatar y mantener viva las costumbres. Al mismo tiempo, llamar la atención de los extranjeros, y dar a conocer las tradiciones con las que esta ciudad fue formada.

## **CAPITULO I**

### **1.1 Justificación**

Con el pasar de los años, nacen nuevas costumbres, modismos, vocabulario, gastronomía y lamentablemente, lo ancestral queda un tanto relegado.

Los dichos, refranes, hábitos tradicionales y platos típicos vienen desde la época de nuestros antepasados y se han ido perdiendo debido a la aparición de nuevos términos en nuestro vocabulario y nuevas maneras de hacer las cosas.

La cultura guayaquileña ha estado en constante cambio y transformación a través de los años debido a la constante migración de personas procedentes de distintos lugares del país y otros de países adyacentes, al perpetuo desarrollo de la ciudad y su diversidad poblacional, y a su estatus de eje comercial de la nación.

No toda la culpa la tiene la tecnología o la globalización. Al ser Guayaquil un puerto principal recibe a muchos foráneos que llegan con nuevas costumbres y que a su vez el nativo las adopta como parte de ellos

La regeneración urbana en la ciudad de Guayaquil ha potencializado la visita de personas de otras partes del país y de extranjeros. Guayaquil es uno de los puntos más visitados en todo el Ecuador.

Con la creación de nuevas vías de acceso, la constante adecuación de carreteras y mejoras en la infraestructura, Guayaquil se ha convertido en un lugar turístico que llama la atención en el ámbito mundial.

La creación de este espacio pretende informar a niños, jóvenes y adultos de la comunidad guayaquileña, el origen de las costumbres, léxico guayaquileño y

gastronomía ancestral; Así mismo, pretende generar interés en conocer el origen de los miles de refranes utilizados por nuestros antepasados y las costumbres de antaño.

La falta de un espacio en donde se conmemore el antiguo Guayaquil, es uno de los elementos principales que ha inspirado en efectuar este proyecto. Este proyecto es innovador para Guayaquil ya que tiene como objetivo convertirse en una fuente de información ancestral, así mismo, como un punto de diversión por esto, estará ubicado en el corazón de la ciudad.



## **1.2 Antecedentes.**

Santiago de Guayaquil, es la ciudad con mayor número de habitantes en Ecuador y además la más grande en extensión. La ciudad de Guayaquil se encuentra entre las ciudades más grandes de América Latina. La ciudad es la cabecera cantonal del cantón homónimo y la capital de la provincia de Guayas. Guayaquil está localizado en la costa del pacífico en la región litoral de Ecuador, el este de la ciudad está a orillas del río Guayas a unos 20 kilómetros de su desembocadura en el Océano Pacífico, mientras está rodeada por el Estero Salado en su parte suroccidental.

La ciudad se divide en 16 parroquias urbanas, aunque dentro de una nueva administración municipal, su organización consiste de 74 sectores. Es la ciudad con mayor densidad poblacional en el Ecuador, con un total de 2.526.927 habitantes. (Archivo Histórico del Guayas, 2009)

La temperatura media anual en la Cabecera Cantonal es de 25.5°C, con variaciones anuales en la estación lluviosa o la seca, registrándose una temperatura máxima absoluta promedio anual de 33,5 C y una mínima absoluta promedio anual de 18.9°C. (Archivo Histórico del Guayas, 2009)

Según las cifras presentadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC en el censo realizado en 2010, la composición etnográfica del cantón de Guayaquil es: Mestizos 66,8%, Blancos 11,4%, Afro ecuatorianos 13,9%, Montubios 6,0%, Indígenas 1,4%, Otros 0,5%.

La población guayaquileña se caracteriza por ser calurosa y amable. Es muy común encontrar ayuda si se necesita saber la dirección de algún lugar donde se necesita acudir.

Actualmente, las calles de la ciudad de Guayaquil son un escenario para cientos de artistas callejeros, que con la mayor picardía, se paran en los semáforos para lograr obtener dinero a cambio de un poco de entretenimiento.

Los artistas callejeros que se encuentran en la urbe, en su mayoría son afroecuatorianos pero Guayaquil es un espacio que no le cierra la puerta a nadie, y por lo tanto los artistas callejeros también provienen de Chile, Argentina y Colombia.

La historia de la ciudad de Guayaquil está llena de derrotas y victorias. Es una ciudad que ha pasado muchos momentos duros pero gracias a las gestiones del municipio y de sus habitantes, ha resurgido de las cenizas.

Así mismo, Guayaquil ha tenido épocas de oro en donde su economía ha despuntado de manera estrepitosa. Tal es el caso de la época “la pepa de oro” es en cual el cacao era un producto en auge.

El cacao fue fuente de riqueza para el ahora considerado puerto principal. Guayaquil en la historia, es vinculado estrechamente con la producción masiva del cacao y por lo tanto, una ciudad con grandes ingresos de dinero.

Muchas familias guayaquileñas hicieron grandes fortunas con su comercio, provocando como consecuencia, un cambio considerable en la fisionomía de la urbe, que se vio embellecida por la riqueza de sus edificios y la elegancia de sus edificaciones.

La época de “la pepa de oro” se dio a mediados del siglo XIX y duró hasta la segunda década del siglo XX. En estos tiempos, la comercialización del cacao, elevó a Guayaquil a un magnifico nivel de prosperidad. (Archivo Histórico del Guayas, 2009)

Es difícil imaginar que después de tanto lujo y prosperidad, una ciudad caiga de manera tan abrupta. Pero lamentablemente fue lo que sucedió cuando las

páginas de la historia de Guayaquil se pintaron de sangre debido a una serie de incendios.

Uno de las mayores tragedias ocurridas ha sido el denominado “Gran incendio”

Esta gran tragedia que ocasionó la pérdida inconmensurable de vidas de ciudadanos guayaquileños y de edificaciones, ocurrió la noche del 05 de octubre de 1896 a las 23:00 horas. Esta desgracia llegó a convertir en cenizas y escombros lo más bello de la urbe. (El Incendio Grande | M. I. Municipalidad de Guayaquil, 23 de septiembre de 2013)

Las causas reales del incendio jamás fueron descubiertas, aunque existe la hipótesis de que fue un posible sabotaje.

Se dice que fue sabotaje porque para ese entonces se estaba preparando una convención donde se definiría el nuevo estado geopolítico de la nación; tendencia política planteada por el aquel entonces Presidente, General Eloy Alfaro, y mediante el cual el país se convertiría en estado confederado. Este acto se llevaría a cabo en el edificio de la Gobernación.

El esfuerzo por aminorar las llamas fue inútil ya que el fuego devoraba toda la urbe vorazmente.

El incendio cogió varias direcciones: de este a oeste por la calle Aguirre; de norte a sur por el Malecón; y en dirección sudeste por la calle 9 de octubre. Todo quedó en cenizas mientras el monumento de Rocafuerte veía pensativo consumirse la ciudad por la cual luchó.

En la siguiente imagen, se muestra como quedó la ciudad de Guayaquil después del incendio:

### **Gráfico 1. Incendio Guayaquil**



Fuente: Archivo histórico del Guayas.

Gracias a hombres y mujeres que de generación en generación han luchado constantemente, esta ciudad se ha podido reconstruir.

El crecimiento y progreso de Guayaquil fue más tangible a inicios del siglo XX, pues quedó destruida luego del Gran Incendio de 1896, todo lo que se veía en ella desde la calle Aguirre hacia el norte serían construcciones de nueva data.

Este pueblo, que se caracterizó siempre por desplegar una febril actividad, hizo surgir desde la nada a una ciudad entera, en la que se incluirían programas de embellecimiento y ornato pensados para celebrar el centenario de su Independencia.

Mejoras en parques y avenidas; construcciones de plazas y monumentos (como el Parque del Centenario); proliferación de edificios particulares bajo sistemas constructivos distintos a los convencionales, que desplazaban a los

tradicionales; fueron los elementos que confirieron una imagen nueva y pujante a esta "Ciudad Jardín".

Guayaquil se convirtió en una urbe bella, renovada, representada por sus nuevas avenidas y edificios, que como los del Museo y la Gobernación dejaban ver el extraordinario desarrollo que la ciudad había experimentado

Si hay un factor digno de destacar para este entonces es la imagen que Guayaquil presentaba a mediados de la década de los treinta, debido principalmente a la proliferación de construcciones en hormigón con características que evocaban los elementos neoclásicos de la Europa del siglo XVII e inicios del XIX.

La llegada de arquitectos italianos a nuestra ciudad, unida al deseo de mejorarla por parte de capitalistas privados, dio como resultado la construcción de algunos importantes edificios que embellecieron aún más la urbe.

La costumbre de que cada 2 de noviembre las familias del Ecuador recuerdan a sus seres queridos con nostalgia y pesar, se remonta a los principios del año 1900. A partir de ahí, el conglomerado guayaquileño, adoptó nuevas costumbres. Muchos meditan la muerte, sus misterios y la finalización de la vida material. En las tumbas se depositan lágrimas de dolor, después de adornarlas con flores y tarjetas, vienen las oraciones y plegarias. Luego regresan a sus casas.

La tradición es evidente en lo Gastronómico con la característica *Colada Morada*, elaborada con harina de maíz negro, mortiño (una planta nativa de los páramos) que, junto a la hierba sangorache, da el color y sabor al potaje, flor de la canela (ishpingo), clavo de olor, hierba luisa, hojas de naranja. La elaboración puede ser variada, pero la mayoría incluye cuadrados pequeños de piña

vertidos al final de la cocción que, independientemente de la receta, es invariablemente de color rojo amoratado. Como parte de las tradiciones gastronómicas del día de los difuntos, también existen Las Guaguas de pan, pero estas tienen origen en las regiones andinas del Ecuador.

En la siguiente imagen se muestra el plato típico consumido en el día de los difuntos, la colada morada y las guaguas de pan:

**Gráfico 2. Guaguas y colada morada**



Fuente: [www.laylita.com](http://www.laylita.com)

Guayaquil ha perdido de a poco la costumbre de realizar grandes banquetes para los difuntos. Una costumbre que aún se la guarda en los pueblitos aledaños. Esta tradición de antaño se basa en cocinar grandes cantidades de comida para los que ya no se encuentran en la tierra. Los platos se prepararán de acuerdo a los gustos del difunto.

Adelantándonos unos años luego de que la ciudad había renacido luego de tantas caídas, ya en la década de los sesentas, nacieron nuevas costumbres.

Una de ellas y la que aún no ha desaparecido pero se ha visto bastante deteriorada son los amorfinos.

Los Amorfinos son composiciones cortas poéticas o canciones de origen popular; pertenecen a la tradición oral de los pueblos en donde diferenciando de la copla, se mezcla lo romántico con sentimientos impuestos por alguna vivencia del corazón. El humor es parte esencial de esta típica forma de expresión de los pueblos, pueblos como el ecuatoriano y el peruano. (Tradiciones de Guayaquil, 2012)

### **Gráfico 3. Amorfinos**



CARLOS BARROS / EL UNIVERSO

Fuente: Diario “El Universo”, fotografía por Carlos Barros

El Amorfino además es una forma de expresión popular, natural y que expresa un sentimiento enmadrado en la comicidad por la fatalidad, en algunos casos el amorfino es sólo una manera de expresar una opinión ante un grupo de amigos. Lo importante es que ayuda a transmitir una idea de forma que agrade al oído y que de forma sencilla se conecte a los temas del gusto popular. (Tradiciones de Guayaquil, 2012)

El amorfino es usualmente utilizado en las fiestas campesinas mediante el llamado “Baile del sombrero” el mismo que consiste simplemente en tomar un

sombrero en la mano y se canta: "El baile del sombrero, se baila de esta manera y dando la media vuelta y dando la vuelta entera..." inmediatamente se busca una pareja para entregar el sombrero y así se le invita a decir un amorfino.

Todo aquel que tenía el sombrero en la mano tenía que recitar un amorfino, después que la pareja un hombre y una mujer han recitado un amorfino se volvía a cantar el baile del sombrero y se seguía pasando el sombrero y se continuaba con los amorfinos.

Los instrumentos más empleados en estas celebraciones eran la vihuela (antepasado de la guitarra), la tambora y las flautas de caña guadúa, con los cuales los montubios tenían la capacidad para improvisar versos que transmitían filosofías del campo, homenajes a la naturaleza o para enamorar.

Otra tradición de antaño y que se ha ido actualizando a medida del paso de los años son las serenatas.

Esta costumbre se ha ido actualizando hasta el punto que se ha comercializado de tal manera que hoy en día existen los conocidos lagarteros, serenos y mariachis, de origen mexicano. Estas tres actividades son muy requeridas en fechas especiales como día de la madre, día del padre y cumpleaños. Pero estas tienen su origen en los años sesenta.

Como se menciona anteriormente, esta tradición ha evolucionado pero en su origen, esta tradicional costumbre era cantada por novios, esposos y amigos. Estos, contrataban dúos o tríos de artistas para que frente al balcón de su amada, recitaran las más románticas canciones. Si el pretendiente tenía la capacidad vocal, cantaba el mismo acompañado de una guitarra.

El número de canciones dependía del grado de amistad y relación.



Dentro del folklore costeño, el rodeo montubio es una de las fiestas tradicionales que no ha perdido vigencia. Esto, a pesar que esta fecha dejó de ser, hace una década, fiesta cívica de descanso obligatorio. Anteriormente, se celebraban desfiles estudiantiles en las poblaciones del Litoral.

Es una tradición guayaquileña en la que los vaqueros del campo en el litoral ecuatoriano, muestran las costumbres y habilidades adquiridas en el trabajo diario con el ganado en las haciendas en las que trabajan.

Para la colectividad montubia el rodeo es una fiesta en la cual los vaqueros participan con mucha convicción y alegría, más por dejar en alto el nombre de su hacienda o de la asociación a la que representan, que por ganar un trofeo o un premio en metálico.

La entrega de los competidores es total, demostrando mucho valor y pericia para realizar las suertes y destrezas, ya sea con caballos, toros o con el lazo, arriesgando su físico y sufriendo, en ocasiones lesiones, y heridas.

Las categorías a competir son el Cepo, donde el jinete va montado a pelo, sin silla, y debe sostener la rienda con una sola mano mientras la otra va en el aire con un tiempo mínimo de 8 segundos; el Caracoleo, donde se monta un caballo chúcaro y el vaquero utiliza las espuelas a pie descalzo.

También están la Monta de toros donde el jinete va montado sobre un toro; el Lazo, donde se debe enlazar a los animales con la mano o el pie, de espaldas o con los ojos vendados; y el Pial que es una competencia por equipos donde los vaqueros deben demostrar destreza al lacear el cuello y las patas del caballo.

Otro de los atractivos es la elección de la Criolla Bonita. La reina de cada hacienda no solo es calificada por belleza sino además por las destrezas sobre el caballo. (Diario El Comercio, 2011)

#### **Gráfico 4. Criolla bonita**



Fuente: Diario “La Hora”

Una tradición que aún se celebra es el Carnaval. La palabra viene del latín “Carnem Levare”, que significa 'quitar la carne'. Esta celebración se da durante los tres días anteriores a la abstinencia de Cuaresma, en Guayaquil, la gente celebraba la misa del Dios Momo en las primeras horas del Domingo de Carnaval, se escogía a la Reina del Carnaval, su Princesa y al Rey Momo.

A inicios del siglo anterior se jugaba con agua, los proyectiles eran cascarones de huevo o de cera o se lanzaba el líquido con un mate, también se hacían papeles de colores picados, limones, chirimoyas, estrellas, corazones, peces, etc. El juego tenía sus reglas, las personas pedían permiso para jugar en ese entonces..

En sus inicios, no existían los globos de agua, ni los chisquetes, ni los spray con espuma perfumada pero poco a poco el mercado Guayaquileño se las ingenió para crear nuevas maneras de “jugar” carnaval.

A pesar de que es una tradición que aún no se ha perdido en el país, si se ha visto erosionada en la ciudad de Guayaquil, debido a que sus habitantes optan por visitar en los balnearios y la sierra del país, por el gran feriado que carnaval representa.

### **Gráfico 5. Carnaval**



Fuente: andes.info.ec

Una muy particular costumbre guayaquileña es la elaboración de monigotes para festejar el fin de año. A estos monigotes se les conoce como los “años viejos”. Si bien la costumbre está popularizada en todo el país, es la ciudad de Guayaquil quien posee de los mejores artesanos esculpidores de estas obras de arte. En un principio los monigotes eran construidos con ropa vieja y rellenos de papel periódico o aserrín y luego se les colocaba una careta o máscara que era bien elaborada y hecha a base de papel periódico y engrudo casero. Esta máscara era elaborada a partir de un rostro de quien se consideraba un personaje importante en el año que se estaba dejando detrás.

A medida que pasaron los años, los hogares guayaquileños dejaron de elaborar los monigotes y en cambio, los compraban ya hechos.

La calle 6 de Marzo, al sur de Guayaquil, es la zona donde se encontraban y aún se encuentran a los mejores escultores y en donde se realizan los monigotes más elaborados. Los monigotes son construidos de cartón, papel periódico y goma y pintados con las características del personaje que representan. Estos personajes trascendentes en el año van desde políticos, deportistas, artistas, cantantes, personajes de televisión hasta superhéroes.

### **Gráfico 6. Años viejos**



Fuente: Diario “El Universo”

La noche del 31, los años viejos, eran expuestos en las puertas de las casas con los famosos, en muchas zonas tanto urbanas como rurales hombres se travestían de viudas y en las calles pedían caridad por el viejo que se muere. Esta tradición aún se conserva pero en solo ciertos hogares de la urbe.

Los monigotes son quemados a la 12 de la noche en las calles de las ciudades, frecuentemente con bastante estruendo ya que es común que se rellene el muñeco con petardos, y luego todo esto es seguido por una cena.

Existen un sinnúmero de juegos tradicionales guayaquileños que nacieron gracias a la imaginación de nuestros ancestros.

Uno de estos juegos tradicionales es el que se hace con el Yo-Yo. El juego consistía en hacer subir y bajar el yo-yó de manera hábil. Es un juguete elaborado en madera o plástico, que consta de dos partes iguales separadas por un corte hecho alrededor del mismo, por donde pasa una cuerda (guaralillo) que mide aproximadamente tres metros. Esta se anudaba al dedo del jugador, quien luego de enrollar la cuerda en el corte que divide las dos tapas, lanzará el Yo-yo para hacerlo descender, ascender y girar sobre sí mismo, dependiendo del estilo y modalidad seleccionada por éste. (Diario El Comercio, 2012)

#### **Gráfico 7. Juego del yoyo**



Fuente: Diario “Expreso” suplemento “Gráficos Nacionales”.

Otro juego que viene desde la época de nuestros antepasados es jugar con las bolichas o bolillas. Para jugar solo se necesitaba 1 sucre, bolillas y ñocos. Los ñocos eran unos huecos de unos 3 centímetros de profundidad y diámetro, donde debían ingresar las bolillas (canicas) que tiraban los jugadores. El que llegaba al último ñoco lo quemaba y decía cojo veneno (eso quiere decir que la persona se adueña de él) y nadie puede volver a ingresar durante el juego. Los vencedores cobraban según la apuesta, puede ser una bolilla o solo 1 sucre. Cada uno participaba con un color diferente. (Diario El Comercio, 2012)

### **Gráfico 8. Juego de bolichas**



Fuente: Diario “Expreso” suplemento “Gráficos Nacionales”.

La rayuela es otro de los juegos tradicionales, que aunque aún se juega en ciertos barrios de Guayaquil, solía ser mucho más popular antes de las consolas de videojuegos. En un espacio de aproximadamente 75 centímetros por 150 centímetros, se dividen seis superficies iguales y se numeran del 1 al 6 como muestra la figura. (Diario El Comercio, 2012)

### **Gráfico 9. Juego de la rayuela**



Fuente: Diario “Expreso” suplemento “Gráficos Nacionales”.

El juego comienza tirando una piedra en el cuadro número 1, empujándola con un solo pie al 2, luego al 3, evitando que la piedra se plante en la raya que delimita los cuadros o salga fuera de ellos. En el cuadro 3 se descansa (se

apoyan los dos pies), luego se pasa al 4, al 5, y por último al 6, cuadro denominado el mundo, finalizando el juego.

El trompo era otro de los juegos populares en la época de antaño. Este dispositivo estaba realizado con una pieza de madera dura en forma cónica (de pera) con una punta de metal (pico, púa o rejón) sobre el que se lo hacía girar. En la parte superior tenía una especie de cilindro chato o sombrero, llamado espiga, que servía de apoyo para enrollar el hilo. (Diario El Comercio, 2012)

Para lograr que el trompo gire, se enrollaba una piola o desde la púa hacia la espiga, y luego se lo lanzaba al trompo al suelo con un movimiento brusco, sosteniendo el piolín desde el cabo que quedó sobre la espiga. Así se desenroscaba al llegar al suelo, y comenzaba un movimiento giratorio sobre la púa, con un ritmo y duración que varían según el tipo de trompo, el impulso que se le haya dado, y la superficie sobre la que estaba "bailando". Luego se comenzaba a inclinarse hacia los costados, hasta que perdía su movimiento, y se expresaba que el trompo está "muerto".

**Gráfico 10. Juego del trompo**



Fuente: Diario "Expreso" suplemento "Gráficos Nacionales".



El “Palo encebado” es uno de los juegos que a pesar de existir hace muchos años, aun se practican en las fiestas de los barrios y pequeños pueblos. Este juego consiste en un palo de 20 centímetros de diámetro y de 5 a 6 metros de alto que se encuentra enterrado en tierra. El palo untado en grasa deberá ser trepado para alcanzar el premio que está en la cima. (Diario El Comercio, 2012)

**Gráfico 11. Juego del palo encebado.**



Fuente: Diario “Expreso” suplemento “Gráficos Nacionales”.

El objetivo es subir, resbalando una y otra vez hasta que uno de los competidores logra atrapar el premio que puede consistir en billetes, juguetes, caramelos y más. Por lo general los primeros concursantes no tienen éxito porque el palo está muy encebado. Los últimos ganan después que el sebo o jabón se ha ido con los anteriores.

El “Baile de la naranja” es un juego tradicional en el que se formaban parejas y se ponía música con diferentes melodías. Las parejas debían bailar sujetando una naranja con la frente y sin utilizar las manos. Las parejas que perdían la naranja iban siendo eliminadas. Ganaba la pareja que conservaba la naranja. (Diario El Comercio, 2012)

**Gráfico 12. Juego de la naranja.**



Fuente: Diario “Expreso” suplemento “Gráficos Nacionales”.

Guayaquil es una ciudad con unas ganas constantes de cambio. A partir del año 1992, se emprendió un masivo trabajo que resolvió la mayoría de los problemas que tenía la ciudad de Guayaquil. La ciudad inicia un proceso lleno de cambios. Pero todo toma forma desde que Jaime Nebot toma la tutela de la Municipalidad de Guayaquil en el año 2000.

Calles llenas de basura, un malecón incompleto y poco vistoso, eran muchas de las falencias que se presentaban previos a la administración del alcalde Nebot.

Los trabajos en la urbe toman el nombre de "Regeneración Urbana" y "Guayaquil Más Ciudad" y se emprendieron en la forma de innumerables programas y proyectos que le confirieron un aspecto totalmente nuevo, más organizado y estructurado. Las edificaciones, plazas y parques, así como las arterias primarias y secundarias cambiaron su fisonomía, dando a las edificaciones de su entorno una imagen renovada que se vio mejorada, más

aún, con la decisión municipal de pintar todos y cada uno de los edificios de las áreas regeneradas.( Enciclopedia del Ecuador, 2012)

Como resultado de este esfuerzo conjunto entre la Municipalidad y los ciudadanos de Guayaquil, en el año 2003, el Programa de las Naciones Unidas, confirió al Municipio de Guayaquil una distinción. Reconocimiento a esta ciudad como una experiencia ejemplar en gobernabilidad y desarrollo humano a nivel local, en América Latina.

El éxito de esta regeneración es que el Municipio no solo regeneró la Urbe, sino también se rescató la autoestima de los ciudadanos.

Malecón Simón Bolívar, hasta hace poco en decadencia, significó el inicio de una regeneración urbana notable, hoy conocido como Malecón 2000 se destaca por su singular belleza y ejecución, es sin lugar a dudas uno de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad. A lo largo de este sitio encontraremos, entre otros, el Hemiciclo de la Rotonda, construido al estilo jónico con mármol de Carrara, la Torre Morisca; el Palacio de Cristal (antiguo Mercado del Sur), el MACC, etc

Gráfico 13. Malecón 2000



Fotografía por Martin Zeise.

El Malecón 2000 se construyó a orillas del Río Guayas y otra gran obra como el Malecón del Estero Salado se construyó a las riberas de ese brazo de mar.

El Estero Salado, a la altura del Puente 5 de Junio, también tiene su historia pues este escenario se convirtió en un balneario que estaba dividido en 2 secciones, el lado izquierdo del puente era para mujeres; mientras que el lado derecho para varones y esta disposición se cumplía a cabalidad, cuentan nuestros historiadores. Desafortunadamente, los efluentes de las industrias asentadas en las estribaciones del norte, las aguas servidas y la basura vertida por la población del suburbio oeste, contaminaron al Estero Salado. (Avilés, 2012)

Gráfico 14. Malecón del Salado



Fotografía por Chanco Panza.

Sin embargo, hoy se puede admirar un cambio notable, que se inicia en el Parque Rodolfo Baquerizo, donde en su parte central se encuentra un edificio que en su sótano tiene un parqueo para aproximadamente 110 vehículos, un ágora para presentaciones culturales, un espacio para exposiciones y en su segundo piso una gran sala de reuniones. Continuando el recorrido desde la Universidad Estatal hasta el Colegio Vicente Rocafuerte se encuentran restaurantes y patios de comida así como una amplia terraza en ambos

sectores interconectados por un puente peatonal, de relevancia arquitectónica, levantado sobre el Puente Cinco de Junio. (Avilés, 2012)

El sector que se asienta sobre el antiguo parque de la Ciudadela Ferroviaria, junto al Puente 5 de Junio, donde se han instalado juegos infantiles, áreas verdes, etc. y que ahora es un punto de encuentro y diversión de niños, y toda el área hasta finalizar en el Puente Velero también experimentaron la transformación que hoy se puede disfrutar. Otra de las áreas, últimamente regeneradas, es aquella conocida como Parque Lineal, ubicada desde el Puente 5 de Junio hasta la Universidad Católica.

En el nuevo Malecón del Salado, el 30 de Octubre del 2012, se inauguraron un conjunto de fuentes que potenciaron la visita masiva de ciudadanos guayaquileños y extranjeros.

El Barrio Las Peñas, ubicado en el Cerro Santa Ana, sitio donde se fundó la ciudad, no conserva su arquitectura colonial debido a los numerosos incendios que sufrió. Las pocas edificaciones existentes, son de principios de siglo. Con sus más de 500 escalinatas para alcanzar el Faro, sus casas de madera reconstruidas y pintadas con alegres colores, sus pequeñas tiendas, restaurantes típicos, su ambiente bohemio, etc. ofrecen al visitante un escenario de frescura y alegría que estimulan a volver en más de una ocasión.

**Gráfico 15. Barrio Las Peñas**



Fotografía por Epiovesan

Algo muy importante que debe ser resaltado son las obras que no se ven a simple vista, por estar bajo el nivel del suelo, como son los trabajos de infraestructura sanitaria y pluvial así como los arreglos en los sistemas de agua potable. En la actualidad, el Estero Salado está siendo recuperado de su contaminación ambiental y se espera que vuelva a ser el balneario de Guayaquil.

En esta regeneración también se rescatan los museos, parte fundamental para rescatar la autoestima del pueblo guayaquileño que previo a esto estaba perdido.

Se procura motivar la visita a uno de los museos más grandes de Guayaquil, El Museo Municipal el cual es el que contiene la mayor cantidad de historia. Este museo nace gracias al señor Armando Pareja Coronel, un 15 de septiembre de 1908, con la sugerencia del presidente del Ilustre Concejo Cantonal, propuso la creación de un museo histórico. De esta manera se dio pie a la transformación del antiguo Museo Industrial.

Esta iniciativa de Pareja da origen a una ordenanza que concretaría el establecimiento de una sección dedicada a la Historia Patria, a las Ciencias y a las Artes, así como la responsabilidad del Director de la Biblioteca para con el nuevo Museo al que le tocaría dirigir también.

La propuesta fue dictada el 16 de diciembre de 1908, disponía que se inaugurara esta nueva dependencia el 10 de agosto de 1909 y sería parte de las festividades a llevarse a cabo en la conmemoración de los 100 años del "Primer Grito de la Independencia".



Gráfico 16. Museo Municipal



Fuente: [www.clave.com.ec](http://www.clave.com.ec)

El evento realizado en la noche del 9 de agosto consistió en una muy concurrida y lucida ceremonia en la que los invitados observaron más de 1.000 piezas perfectamente clasificadas y expuestas en vitrinas diseñadas para el efecto; Estas piezas fueron distribuidas en secciones tales como la Arqueológica, Colonial, Numismática, de Historia Nacional y de Historia Natural. El trabajo de clasificación, organización y montaje corrió a cargo del director de la Biblioteca Municipal, Sr. Don Camilo Destruge Illingworth, quien a partir de esa fecha pasaría a ser el primer director del museo ya como Museo Municipal (Museo Municipal de Guayaquil, 2013)

Guayaquil nunca se durmió en los laureles y trata de seguir con esta transformación. Y es así que nacen nuevos museos como el MAAC y el “museo Miniatura Guayaquil en la historia”, ambos ubicados en el Malecón 2000.

Otro museo, muy particular que se crea en el año 2008 es el “Museo de la música popular Julio Jaramillo” que está ubicado en el Puerto Santa Ana. El

museo fue financiado por “Cervecería Nacional” y su inversión no es mencionada. Sin embargo, lo que si se menciona es que la alcaldía es la responsable del mantenimiento.

**Gráfico 17. Museo Julio Jaramillo**



Fuente: Diario “El Comercio”

La historiadora Jenny Estrada acotó que este Museo de la Música Popular invita al reencuentro con nuestra identidad musical, rescatando los valores de la música porteña.

El espacio cuenta con aproximadamente 300 metros cuadrados y trata de reflejar en cada rincón la historia de la música de Guayaquil a lo largo de un siglo, destacó Estrada, quien estuvo a cargo de la investigación, guió el museo y es la directora del nuevo museo.

El impacto positivo de toda esta regeneración se traduce en el aumento de ingresos provenientes por concepto de turismo nacional e internacional y

también en el plano social donde sus habitantes han recuperado el orgullo de vivir en esta hermosa y noble ciudad

Guayaquil es una de las ciudades que mayor desplazamiento tiene. Las estadísticas apuntan a que es la ciudad del Ecuador que mayor número inmigrantes. Los colombianos son la comunidad con mayor asentamiento en el puerto principal. Así mismo, los chinos, taiwaneses y cantoneses son una comunidad que ha acaparado con los negocios en Guayaquil. (Museo de la Música Popular Guayaquileña Julio Jaramillo, 2013)

Guayaquil es una ciudad de gran extensión y por ende, existen diferentes tipos de transporte.

Como toda ciudad cosmopolita, cuenta con una gran cantidad de autos propios o particulares. La marca de autos que predomina en la ciudad es de la casa "Chevrolet"

Así mismo tiene servicio de taxis de cooperativas y taxis informales. En los últimos años, los taxis informales han aumentado, debido a que muchos de los ciudadanos ven una fuente de ingreso continua en brindar este servicio.

Existen una gran cantidad de líneas de autobuses. Estos han sido reducidos debido a la aparición de la metrovía. La metrovía funciona desde el 31 de julio de 2006 y es parte de la regeneración urbana. Son buses que tienen un trayecto que va desde el sur hasta el centro de la ciudad y del centro a la Vía a Daule. Fue creado en la alcaldía del abogado Jaime Nebot Saadi y fue creado con la finalidad de brindar ordenamiento, seguridad y eficiencia al transporte público de la ciudad. (Fundación metrovía, 2013)

### **Gráfico 18. Metrovía**



Fuente: [www.lacalle.com.ec](http://www.lacalle.com.ec)

En cuanto a transporte turístico aéreo cuenta con un relativamente nuevo aeropuerto.

La terminal aérea de Guayaquil que anteriormente llevaba el nombre de “Simón Bolívar” fue restaurada y renombrada como José Joaquín de Olmedo el 27 de julio del 2006. El nuevo aeropuerto funciona en la misma pista pero el edificio es otro. Un edificio que cuenta con más de 50.000 metros cuadrados de construcción. Este aeropuerto está destinado para el arribo nacional e internacional. (Diario El Universo, 2006.)

En cuanto a transporte turístico terrestre, Guayaquil cuenta con una serie de flotas que llegan a todos los puntos del Ecuador y otras flotas que llevan a Colombia, Perú, Chile y todos los lugares en donde es posible el acceso en carro, También posee un bus de dos pisos, llamado “Guayaquil Visión” el cual lleva a sus pasajeros a los sitios más importantes de la urbe.

### 1.3 Planteamiento de problema

Aquellos afortunados que vivieron en los años dorados de Guayaquil allá por los años 60, de seguro recordarán que la ciudad estaba llena de tradiciones de colores y sabores que marcaron un hito en la historia del puerto principal.

Comida tradicional como el chocolate caliente junto con el delicioso pan tostado con jamón y queso, conocido en sus principios como “aplanchado”, despertaban los sentidos de los transeúntes de la avenida 9 de Octubre.

O los juegos tradicionales como el trompo, la perinola y las bolichas que eran las actividades que realizaban los niños para divertirse.

Estas acciones, que se pueden catalogar como exclusivamente de un “guayaco”, quedaron relegadas. Las nuevas generaciones saben de ellas pero no muestran mayor interés en revivirla debido a los nuevos hábitos existentes.

¿Por qué actualmente en los barrios se escucha cada vez menos al gasfitero, albañil, vendedor de frutas o al peluquero vociferando sus servicios? ¿Será que acaso estas tradiciones se perdieron o simplemente se practican cada vez menos?

Existen tradiciones culturales, artísticas, gastronómicas y musicales que debido a la evolución constante de la sociedad quedaron rezagadas para darle paso a unas nuevas tradiciones.

El avance de la tecnología, la modernización de la sociedad y de los sistemas de comercio han generado un cambio en el método de adquirir las cosas y de realizar las actividades.

Es decir aquellos vendedores de barquillos y helados que gritaban sus servicios en la av. Quito fueron desplazados desde que aparecieron las heladerías y estas crecieron vertiginosamente.

Esto no es un indicativo malo porque todos los pueblos deben evolucionar. Pero vemos de manera nostálgica cómo la facilidad de ofrecer estos productos popularmente fueron reemplazados por métodos diferentes de comercialización como comprar en tiendas, gasolineras, supermercados, etc.

La salida de ciudadanos guayaquileños a países extranjeros es cada vez mayor. Así mismo, el asentamiento de extranjeros en la ciudad de Guayaquil se ha incrementado escandalosamente en los últimos años.

Estos dos factores previamente mencionados son las dos causas más grandes de la erosión de las costumbres y léxico autóctono, ya que la mezcla de culturas da como resultado una ciudad con nuevos hábitos.

A todo esto, se le suma el hecho de que los ciudadanos jóvenes siempre están en busca de algo nuevo. Estos, prefieren mantenerse actualizados y no caer en lo anticuado.

En la ciudad de Guayaquil existen varios museos, pero ninguno de ellos tiene la misión de recuperar las costumbres de antaño.

La creación de este museo costumbrista en la ciudad de Guayaquil buscará afirmar entre los ciudadanos la conciencia de su identidad a través de su historia, tradiciones y costumbres.

Mediante un entretenido recorrido a través del Guayaquil de antes, este museo, recordará las tradiciones debido a que se expondrán las numerosas costumbres ancestrales y sabores del pasado.



### **1.3.1 Problema científico**

¿Cómo contribuye el estudio de factibilidad al desarrollo de la ciudad de Guayaquil, la creación de un museo de costumbres y comida tradicional?

## **1.4 Objetivos**

### **General:**

Analizar la factibilidad de implementar un espacio con costumbres guayaquileñas y alimentos tradicionales para lograr la recuperación de la cultura guayaquileña.

### **Específicos:**

1. Analizar las diversas variables sociales y macroeconómicas que inciden en la realización del presente proyecto.
2. Realizar un estudio técnico, para establecer el lugar idóneo en donde se va efectuar el proyecto.
3. Diagnosticar los potenciales asistentes del museo, dando a conocer el concepto del museo costumbrista.

### ***1.5 Contribución potencial del estudio***

La ciudad de Guayaquil posee varios museos, pero lamentablemente no existe uno que tenga la misión de recuperar las costumbres de antaño.

Este proyecto contribuye a la ciudad de Guayaquil ya que busca rescatar la cultura ancestral.

## **Capítulo II**

### **2.1 Marco teórico.**

#### **2.1.1 Cultura.**

##### **2.1.1.1 La Antropología y la cultura.**

De acuerdo al libro Antropología: La Cultura (Martínez, 2010), para los antropólogos, un concepto básico y central de su disciplina es el de cultura. El término cultura utilizado en un contexto antropológico tiene un sentido mucho más extenso que el que abarca en el habla ordinaria. El desarrollo del concepto de la cultura y la insistencia en considerar cada cultura como todo un integrado, han sido unas de las principales aportaciones de la Antropología a las Ciencias Sociales.

En un principio, este concepto surgió de la necesidad de acoger un término que caracterizase los aspectos comunes de ciertas formas de conducta propias del ser humano. En el caso de los animales, generalmente ellos demuestran las mismas pautas de comportamiento, en una especie dada, pero con los humanos no ocurre lo mismo. Al contrario, es fácilmente observable la gran complejidad de conductas de los distintos grupos de humanos. Una de las respuestas más acertadas a las causas de esta variedad, se encuentra en el hecho de que el comportamiento humano es, en gran parte, producto de un aprendizaje. (Martínez, 2010)

Pero a gran interrogante que surge es ¿Cómo adquirió el hombre la capacidad de crear cultura? Se puede suponer que fue mediante una prolongada respuesta a situaciones ambientales determinantes, en las que los procesos biológicos de la selección natural habrían dado también lugar a una clara y evidente evolución biológica. Como resultado de este proceso evolutivo, los seres humanos adquirieron algo que les diferenciaba y separaba del resto de

las especies animales, la capacidad de crear cultura. Pero, a la vez, iban a convertirse en producto de sus propias culturas.

Aunque se pensaba que la cultura iba a surgir de una manera simple, a medida que pasó el tiempo, fue evidente que este término se iba desarrollando, adquiriendo una gran variedad de definiciones.

#### **2.1.1.2. Definiciones y origen del término.**

El diccionario de la Real Academia Española (2001), define a la cultura como “el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico” en otro contexto, la define como el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industria, en una época, grupo social, etc. Refiriéndose a ella en el campo físico, la define como “El conjunto de conocimientos sobre gimnasia y deportes, y práctica de ellos, encaminados al pleno desarrollo de las facultades corporales” Y finalmente, en el campo popular, señala que es “el conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.”

Según su origen, la palabra cultura deriva del latín *cultus*, cuyo significado es cultivo, y se refiere a la actividad de cultivar en el sector agrícola. (María Isabel Pozzo, & Konstantin Soloviev, 2011)

Resulta sumamente difícil dar una sola definición de un término tan controvertido como es el de cultura, debido a que en varias ocasiones no se distingue claramente entre el propio concepto y las cosas a la que se refiere. Sin embargo, el autor, explica que como veremos en la mayoría de ocasiones, las definiciones tienen en común el contemplar la cultura como producto de un aprendizaje que se produce en el seno de la propia sociedad.

Volviendo a la antropología, el libro señala que se puede distinguir dos grupos, según el sentido que den al concepto de cultura. El primer grupo son los llamados materialistas, que consideran que la cultura es el comportamiento observado y los objetos materiales que facilitan la adaptación de un grupo a un entorno social. En el segundo grupo, se encuentran los denominados mentalistas, que consideran la cultura como una abstracción, es decir, una serie de reglas o normas dadas para el comportamiento y la fabricación de objetos materiales. (Martínez, 2010).

Según E.B. Tylor (1872) la cultura es un complejo que incluye el conocimiento, las ciencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre, ubicando esta definición en el primer grupo antes mencionado.

Hoebel, tiene un concepto muy parecido al de E. B Tylor, también ubicado en el primer grupo de los materialistas. Hoebel (1973) expresa que la cultura es un sistema integrado de pautas de conductas aprendidas que no son fruto de la herencia biológica.

Según los mentalistas, Kroeber y Kluckhohn (1952) la cultura es una abstracción de la conducta humana concreta, pero no es en sí misma conducta. Otros antropólogos, también se ubican en este segundo grupo, como Beals y Herskovits, que siguen esta línea de entender la cultura como una abstracción. Este grupo de mentalistas concibe el concepto de cultura como una teoría que ayuda a comprender una serie de hechos, ordenándolos y dándoles un sentido en cuanto a su relación con un grupo determinado de individuos.

#### 2.1.1.3 Puntos básicos de la cultura.

1. La cultura como referencia a todos los comportamientos de un grupo social.
2. Todos los aspectos de la cultura de un grupo determinado responden a un modelo único.
3. Todas las culturas están sujetas a procesos de cambio con mayor o menor intensidad, como resultado del contacto con otros grupos, de las interacciones con el medio ambiente y/o de las divergencias internas que surgen en el seno del propio grupo.
4. Cada cultura responde a un conjunto de símbolos determinados, mediante el cual establecen sus relaciones y se comunican los individuos del grupo.
5. La vida social se desarrolla dentro de un grupo
6. Dentro de cada cultura existe un margen de permisibilidad en el comportamiento de los individuos, lo que significa que las reglas no son completamente rígidas,
7. Cada cultura se transmite de generación en generación mediante unos mecanismos específicos y acordados tradicionalmente.

#### 2.1.1.4 Conclusión sobre las definiciones cultura.

Estos conceptos de cultura, sirven en el mundo contemporáneo ya que se puede entender que su utilidad fundamental está en la ayuda que brinda este concepto para la búsqueda constante del hombre de entenderse a sí mismo. Por otra parte, las definiciones de cultura proporcionan una gran ayuda para el hombre ya que puede ser de gran aporte en el camino a la predicción de la propia conducta humana.

#### 2.1.1.5 Cultura y sociedad.

Estos dos términos, constantemente se los confunde entre sí pero vale aclarar que cada uno tiene su propio significado y no son lo mismo. Se puede decir que un individuo pertenece a una sociedad, pero un individuo no puede pertenecer a una cultura. (Martínez, 2010)

La sociedad es una agrupación de individuos que en cualquier grado, sea alto o bajo, mantienen una comunicación y cooperación. Es en este momento en que se puede calificar como cultura.

#### 2.1.1.6. Diversidad cultural.

Según la UNESCO, la diversidad cultural encierra la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Esas expresiones se transmiten dentro y entre grupos y las sociedades.

La cultura, en su rica diversidad, posee un valor intrínseco tanto para el desarrollo como para la cohesión social y la paz

La diversidad cultural es una fuerza motriz del desarrollo, no sólo en lo que respecta al crecimiento económico, sino como medio de tener una vida intelectual, afectiva, moral y espiritual más enriquecedora. Esta diversidad es un componente indispensable para reducir la pobreza y alcanzar la meta del desarrollo sostenible, gracias, entre otros, al dispositivo normativo, hoy día ya completo, elaborado en el ámbito cultural. (Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, 2007)

Simultáneamente, el reconocimiento de la diversidad cultural, lleva al diálogo entre civilizaciones y culturas, al respeto y a la comprensión mutua.



#### **2.1.1.6.1. Principios y declaraciones de la UNESCO referente a la diversidad cultural.**

El día 2 de noviembre del año 2001 la UNESCO declaró:

##### ANEXO A

La UNESCO se comprometió a tomar las siguientes medidas respecto a la diversidad cultural:

##### ANEXO B

#### 2.1.1.7. Contenido cultural.

De acuerdo a la UNESCO, es todo sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales que las expresan.

#### 2.1.1.8. Actividades, bienes y servicios culturales.

La UNESCO explica que son los que desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir por si, contribuir a la producción de bienes y servicios culturales. (Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, 2011)

#### 2.1.1.9. Identidad cultural

De acuerdo al artículo “Identidad cultural un concepto que evoluciona” de la revista “Ópera” el concepto de “Idea, como la identidad cultural” encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de una manera continua de la influencia del exterior. (Molano L., Olga Lucía. (2005). Pag. 6)

Los estudiosos de la antropología y la sociología, comparten que, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Aunque el concepto de identidad trasciende fronteras, el origen de este concepto se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio.

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumentos de comunicación, entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. De acuerdo a Gonzales Varas (2000), un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad.

La identidad es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad, puede estar por lo general ubicada geográficamente, pero de manera necesaria. Al decir que no está necesariamente ubicada de manera geográfica, se refiere a los casos de los refugiados, desplazados, emigrantes, etc. Hay manifestaciones culturales que se presentan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de las otras actividades que son parte del diario vivir.

“La identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente a su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad (...) Dicha identidad, implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural (...) El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos” (Bákula, 2000).

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro

#### 2.1.1.10. Manifestaciones culturales.

La UNESCO define una manifestación cultural como toda fiesta, ritual, baile, danza, música de una región determinada. Bajo estas especificaciones, la UNESCO ha registrado a estas actividades como “patrimonio cultural inmaterial”.

La UNESCO las define como las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades que poseen un contenido cultural.

Según Cabral (1973) las manifestaciones culturales son las diversas formas por las cuales se expresa, de manera individual o colectiva, esta síntesis, en cada etapa de la evolución de la sociedad o grupo humano en cuestión.

Los primeros hombres sobre la tierra, encontraron de manera progresiva, las primeras manifestaciones culturales. Fabricar herramientas de piedras o madera, utilizar fuego y pintar en las paredes de sus cavernas, fueron las manifestaciones culturales pioneras de la humanidad.

#### 2.1.1.11. Definición de sociedad y su origen.

El diccionario de la Real Academia Española, define a la sociedad como una Reunión mayor o menor de personas, familias, pueblos o naciones. Por otro lado, señala que es Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

La Real Academia de la lengua (2001), indica que el origen de la palabra sociedad viene del latín *societas*, que por su vez deriva de la palabra *socius*, la cual significa compañero.

Martínez (2010), explica que la sociedad es un agregado de individuos que están unidos por una serie de principios comunes, que actúan juntos para conseguir metas comunes y que mantienen una serie de relaciones interpersonales.

A diferencia de la cultura, la sociedad no se presenta como algo abstracto. La sociedad si se presenta como una realidad, como algo absolutamente tangible.

Una sociedad es como un nicho que se puede identificar por unos rasgos comunes. Normalmente es fácil de identificarlo, pero en ocasiones, sus límites no están definidos con claridad.

Otro aspecto que se debe destacar al hablar de la sociedad es la gran relevancia que tienen las representaciones simbólicas que actúan estableciendo lazos afectivos o emocionales entre los individuos del grupo.

Tratando de separar los conceptos de cultura y sociedad, se puede decir que cultura es el modo de vida de un pueblo, y la sociedad es el agregado de individuos que siguen un mismo modo de vida. La sociedad está compuesta por entes, y la forma en que se comportan es su propia cultura.

#### 2.1.1.12. Enculturación y aculturación.

Definición del proceso y generalidades del término enculturación.

De acuerdo a la Real Academia Española (2001), el término enculturación proviene de la unión de *en* y *cultura* y lo define como “el proceso por el cual una persona adquiere los usos, creencias, tradiciones, etc., de la sociedad en que vive”.

Según esto, se puede concluir que la enculturación es un proceso en el que la cultura de una sociedad permanece casi intacta, y que a pesar de los años, esta se va heredando de generación en generación.

Este término alude al aprendizaje, tanto consciente como inconsciente, por el que las generaciones más jóvenes adquieren los conocimientos sociales y los modos de comportamiento de las generaciones mayores. Mediante este proceso se consigue la perfecta adaptación del individuo a la vida social. Todas

las personas integradas en una sociedad experimentan la enculturación. (Jacqueline Graff Munaro, 2010)

La enculturación se presenta de una manera compleja. Es fundamental en los primeros años de la vida del individuo, en su infancia, pues es en esa época cuando se aprende los comportamientos esenciales, tales como el modo de comer, hablar, dormir, el aseo personal, etc. Sin embargo, este es un proceso que no termina en la niñez, sino que se continúa hasta la etapa adulta de la persona y la única manera de acabar este proceso es con la muerte del individuo. (Jacqueline Graff Munaro, 2010)

Mediante al proceso de enculturación es que las culturas sobreviven, pero no se debe olvidar que no siempre se repite el comportamiento de una manera exacta. Se puede ver modificado algunos aspectos del comportamiento y, así mismo, agregarse nuevos aspectos de la conducta.

Lo antes mencionado, se puede entender como una interrupción en el proceso de enculturación, abriéndose así, un nuevo camino para cambios de todo tipo en un grupo social determinado. Sin embargo, se debe tener en cuenta que los factores de cambio operan a una velocidad muy lenta y no siempre en todos los individuos, mientras que el proceso de enculturación si actúa en cada individuo desde el momento de su nacimiento.

#### 2.1.1.13. Definición del proceso y generalidades del término aculturación.

De acuerdo a la Real Academia Española (2001), el término aculturación proviene de la unión de “a” que significa “sin” y cultura y lo define como “el proceso en el cual se recepta y asimila elementos culturales de un grupo humano por parte de otro”.

Para los antropólogos, la aculturación es un término que usan para referirse al proceso en que una persona, parte de una sociedad adquiere nuevos aspectos de otra cultura, generalmente de forma involuntaria.

Según la antropología, en el proceso de aculturación actúan diferentes niveles de pérdida, persistencia, autoridad, tenacidad, soporte, alteración y adaptación de las culturas nativas tras el contacto intracultural.

“Aculturación es el desarrollo de las capacidades sociales y culturales, que permiten a la gente interactuar con distintos grupos étnicos” (Izumi, 2007)

Algunos autores presentan la aculturación como el conjunto de fenómenos que resultan de que unos grupos de individuos de culturas diferentes entran en contacto continuo y directo con los consiguientes cambios que surgen en los modelos culturales originales de uno o de los dos grupos. (Redsfield, Linton y Herskovits, 1936)

Después de un contacto inicial, el proceso de cambio se mantiene, y puede tardar días, semanas, meses, años e incluso pasar por varias generaciones, especialmente en las sociedades culturalmente diversas donde los grupos conservan las características de su bagaje etnocultural. La adaptación derivada de un constante contacto cultural suele ser estresante, pero frecuentemente resulta en alguna forma de mutua acomodación (Berry, 2007)

#### **2.1.1.14. La cultura y la UNESCO.**

La UNESCO expone su definición más aceptada de cultura, y lo hace en la Conferencia Mundial sobre políticas Culturales, que se llevó a cabo en el país de México en el año de 1982. En esta definición se contempla que la cultura es un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. También contempla que la cultura engloba, además de las artes y las letras, los modos

de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias.

La UNESCO explica que la cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo y que es ella la que hace de los individuos seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por la cultura es que una persona diferencia los valores y se da cuenta de las opciones que posee antes de actuar. Por esta cultura es que el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca insaciablemente nuevos significados y crea obras que trascienden.

La UNESCO esta consiente de la inestabilidad de la cultura tradicional y enfatiza el hecho de que se pierdan las tradiciones orales. Por otra parte, sugiere que los gobiernos deberían de darle importancia y protección a la cultura tradicional autóctona de cada comunidad y plantea que se elabore un registro de cada cultura y que se elabore un programa de difusión entre los habitantes de las diferentes comunidades para que acojan como parte de su identidad cultural, o a extranjeros, para asegurar su preservación. La UNESCO pretende con esto, conservar la cultura de cada pueblo ya que esta forma parte de la historia de la población.

En el año 2001, Tras la adopción de la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, la Asamblea General de las Naciones Unidas proclamó el 21 de mayo "Día Mundial de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo".

El día ofrece una oportunidad de profundizar las reflexiones sobre los valores de la diversidad cultural para aprender a "vivir mejor" en conjunto. Es la razón por la que la UNESCO apela a los Estados Miembros y a la sociedad civil para celebrar este día asociando al mayor número de actores y colaboradores.



### **2.1.1.15. Recomendación de la UNESCO sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular.**

Del 17 de octubre al 16 de noviembre de 1989 en París, se llevó a cabo la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

En la que se consideró que la cultura tradicional y popular forma parte del patrimonio universal de la humanidad y que es un poderoso medio de acercamiento entre los pueblos y grupos sociales existentes y de afirmación de su identidad cultural.

Así mismo, se tomó nota de su importancia social, económica, cultural y política, de su papel en la historia de los pueblos, y del lugar que ocupa en la cultura contemporánea

También se subrayó la naturaleza específica y la importancia de la cultura tradicional y popular como parte integrante del patrimonio cultural y de la cultura viva.

Por otra parte, se reconoció la extrema fragilidad de ciertas formas de la cultura tradicional y popular y, particularmente, la de sus aspectos correspondientes a las tradiciones orales, y el peligro de que estos aspectos se pierdan.

También se señaló la necesidad de reconocer la función de la cultura tradicional y popular en todos los países y el peligro que corre frente a otros múltiples factores.

Se consideró que los gobiernos deberían desempeñar un papel decisivo en la salvaguardia de la cultura tradicional y popular, y actuar cuanto antes.

Se decidió, en su 24a. reunión, que la "salvaguardia del folklore" debería ser objeto de una recomendación a los Estados Miembros, a tenor de lo dispuesto en el párrafo 4 del Artículo IV de la Constitución y aprueba la siguiente Recomendación, el día quince de noviembre de 1989:

La Conferencia General recomendó a los Estados Miembros que apliquen las disposiciones relativas a la salvaguardia de la cultura tradicional y popular, adoptando las medidas legislativas o de otra índole que sean necesarias, conforme a las prácticas constitucionales de cada Estado, para que entren en vigor en sus territorios respectivos los principios y medidas que se definen en esta recomendación.

La Conferencia General recomendó a los Estados Miembros que comuniquen la recomendación a las autoridades, servicios u órganos que tengan competencia para ocuparse de los problemas que plantea la salvaguardia de la cultura tradicional y popular, que la pongan en conocimiento también de las organizaciones o instituciones que se ocupan de la cultura tradicional y popular y que fomenten el contacto con las organizaciones internacionales apropiadas que se ocupan de la salvaguardia de ésta.

## **2.1.2 Folclore.**

### **2.1.2.1 Origen y definición del término.**

La palabra "folklore" fue creada por el arqueólogo inglés William John Thoms el 22 de Agosto de 1846. Etimológicamente deriva de "folk" que en la lengua inglesa significa pueblo, gente o raza y de "lore" que deriva de saber o ciencia, y se designa con ella el "saber popular".

En reconocimiento a Thoms, la UNESCO designó en 1960, que el 22 de agosto de cada año se celebraría el “Día Mundial del Folclore”

La Real Academia de la Lengua Española (2001), define folclore como el conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc., tradicionales de un pueblo. Así mismo señala que bajo el mismo nombre, se encuentra la ciencia que estudia estas materias.

Los antropólogos definen el folclore como el conjunto de creencias, costumbres y prácticas que son tradicionales de un pueblo o cultura. Así mismo, señalan que se conoce como folclore, a la disciplina que estudia estas materias. (Thompson, E.P. (s. f.). Folklore, antropología e historia social)

Es una expresión de la cultura de un pueblo que incluye las danzas, música, leyendas, cuentos, chistes, costumbres, proverbios, supersticiones entre otros factores, común a una población concreta, incluyendo las tradiciones de dicha cultura, subcultura o grupo social.

#### **2.1.2.2. Clasificación del Folclore.**

Para el autor Carvalho Netto (1956), las especies folclóricas se clasifican en seis grupos:

- Folclore poético: Comprende los romances, canciones, refranes, coplas, adivinanzas y dichos.
- Expresión de folclore narrativo: Encierra las fábulas, cuentos, leyendas y chistes.
- Folclore lingüístico: Abarca los aforismos, pregones, deformaciones del lenguaje.
- Folclore mágico: Comprende lo espiritual, las supersticiones, y la misma magia.

- Folclore social: Encierra los bailes, costumbres, juegos, tertulias, actividades sociales, la familia, etc.
- Folclore ergológico: Incluye todo aspecto material, utensilios de trabajo, aperos, arte popular, la alfarería, pintura de arte popular. Además de estudiar la recopilación de bebidas, comidas, potajes, etc.

### 2.1.2.3. Etapas del Folclore

Los estudiosos distinguen entre cuatro etapas del folclore:

**Muerto:** El correspondiente a una cultura extinta, conservado sólo en registros de viajeros, archivos, códices y otras fuentes escritas, o en restos arqueológicos, pinturas, etc.

**Moribundo:** Cuando la cultura a la que pertenece conserva sólo algunos elementos de esos hechos, habiéndose perdido la mayoría. Típicamente, cuando por motivos demográficos sólo los ancianos del grupo lo conservan, pero no así los jóvenes.

**Vivo:** Se sigue practicando en la vida cotidiana o está integrado a su cultura de origen.

**Naciente:** Rasgos culturales de creación reciente, que con el tiempo se convertirán en costumbres. (Thompson, E.P. (s. f.). Folklore, antropología e historia social)

### 2.1.2.4. Características del hecho folclórico.

Para que un hecho o actividad sea considerada como parte del folclore, según algunos autores, debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Debe de ser anónimo. No se debe conocer a su autor.
2. Su transmisión debe de ser vía oral exclusivamente.
3. Debe de ser popular, es decir, debe de ser patrimonio colectivo de la comunidad que representa el lugar en donde se manifiesta el fenómeno.

4. Debe de tener varias versiones, es decir, que no exista una versión oficial del fenómeno que se manifiesta, sino que se reformule cada vez que surja.
5. Que exista tanto una versión rural, como una urbana, sin ser una superior a la otra.
6. Debe ser funcional, es decir, tener algún provecho pragmático.
7. Debe ser duradero y perdurable por un tiempo considerablemente largo.
8. Debe ser aglutinante, es decir pertenecer o fundar una categoría, corriente, estilo, género o tipo. (Manuel Dannemann. (s. f.). El folklore como cultura. 1983)

#### **2.1.2.5. La UNESCO y el folclore.**

El estudio de la protección jurídica de la cultura tradicional y popular, comúnmente conocida como el folclore, se amplió considerablemente en 1999.

Un simposio subregional y cuatro consultas regionales se organizaron en cumplimiento del Plan de Acción aprobado por el Foro UNESCO / OMPI Mundial sobre la Protección del Folclore, organizado en Phuket, Tailandia, en colaboración con el Gobierno de Tailandia, del 8 al 10 abril de 1997.

El Simposio sobre la protección de los conocimientos tradicionales y las expresiones de las culturas indígenas de las islas del Pacífico se organizó en cooperación con la Secretaría General de la Comunidad del Pacífico, y las cuatro consultas regionales sobre la protección de las expresiones del folclore se organizaron en colaboración con la OMPI:

- para África, en Pretoria, del 23 al 25 de marzo de 1999
- para la región de Asia-Pacífico, en Hanoi, del 21 al 23 de abril de 1999

- para los Estados árabes, en Túnez, del 25 al 27 de mayo de 1999
- para América Latina y el Caribe, en Quito, del 14 al 16 junio de 1999.

Los representantes de 83 Estados y observadores de 21 organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales regionales participaron en estas reuniones.

Los objetivos de estas consultas regionales fueron:

- Hacer un balance de las experiencias nacionales en materia de protección jurídica y para la identificación, preservación, conservación y difusión del folklore y de la necesidad de que los Estados para que la sociedad en su conjunto con más detalle en la preservación de este patrimonio;
- Explorar los medios más adecuados para garantizar la protección jurídica nacional eficaz de ambos aspectos de este patrimonio: expresiones artísticas tradicionales y los conocimientos tradicionales, constantemente en peligro de extinción, de la distorsión perjudicial y la explotación económica no deseados;
- Explorar las posibilidades de proporcionar protección jurídica internacional de este patrimonio a través del régimen existente de normas de los tratados de protección de la propiedad intelectual y la necesidad de elaborar una nueva forma de protección internacional, que es más específico, más operativa y más factible, y que va a lograr un amplio consenso tanto entre los países en desarrollo y los países industrializados;
- Orientar las medidas prioritarias de la asistencia práctica que la comunidad internacional debe tomar para ayudar a los países en desarrollo en sus esfuerzos para garantizar la protección jurídica, así

como la preservación y conservación de este rico patrimonio de la humanidad.

- Los resultados de los trabajos de estas reuniones regionales se ilustran en el resumen de las discusiones y de la Declaración Final adoptada en cada una de las reuniones.

#### **2.1.2.6. UNESCO y la OMPI - Derechos de Propiedad Intelectual y Protección de Folklore**

La Recomendación de 1989 pide a los Estados miembros a llamar la atención de las autoridades a la labor de la UNESCO y la OMPI en el ámbito de la utilización de los derechos de propiedad intelectual (DPI) para salvaguardar el folklore.

Con esto se refiere a un solo aspecto de la protección del folclore y hace hincapié en la urgente necesidad de adoptar medidas específicas en una variedad de otras áreas.

Con esta medida, lo que se pretende es que existan derechos de propiedad intelectual de los creadores e intérpretes del folclore y expresiones tradicionales para así evitar su aprovechamiento ilícito y la distorsión a través de la comercialización.

Lo que se debe destacar de esta acción, es que se busca proteger jurídicamente, no solo el producto, sino también el acto espontáneo de creación y el contexto social y cultural que fomenta su producción

### **2.1.3 Turismo.**

#### 2.1.3.1. Evolución del concepto

En 1930, Arthur Borman definió a el turismo como “El conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.”

Walter Hunziker y Kurt Krapf (1942), dijeron que el turismo es “El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa.”

En la década de los 60s surgió el término "turismología" pero fue el yugoslavo Zivadin Jovicic (científico considerado padre de la turismología) quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972.

Jovicic consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión. Planteaba que ni la geografía, ni la economía, ni la sociología podían hacerlo por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología.

En 1995, la OMT oficializa el significado del turismo y lo define como “Las actividades realizadas por las personas durante sus viajes, en un tiempo inferior a un año, por motivos de recreación, negocios, investigación entre otros.”



### 2.1.3.2. Tipos de turismo.

Tabla 1. Tipos de turismo.

Tipo de turismo	Consiste en:
Cultural	Se concentra en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico.
Deportivo	Basado en el ejercicio físico y el deporte no competitivo al aire libre.
De diversión	Es aquel turismo que se realiza con la única finalidad de placer.
GLBT	Turismo homosexual o también denominado "turismo gay", es una modalidad de turismo que está dirigido a las personas lesbianas, gays, bisexuales y transexuales.
Espacial	Es un tipo de turismo que se realiza a más de 100 kilómetros de altura de la tierra.

De naturaleza	Es una modalidad de turismo en la que el individuo se pone en contacto con el medio ambiente.
Rural	Es una modalidad turística que se lleva a cabo en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos étnicos o indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo que manejan la actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales, culturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios.
De salud	También conocido como turismo médico es un fenómeno global en el que el individuo se traslada a otra ciudad o país con la finalidad de recibir algún tipo de tratamiento médico o atención o del tipo de bienestar como tratamientos estéticos o en spa.
Religioso	Es una modalidad de turismo cuya única finalidad es la fe.

Fuente: Elaboración propia

## **2.1.4 Turismo Cultural.**

### **2.1.4.1 Evolución y generalidades del término.**

Una de las primeras definiciones oficiales del término se dio en Bélgica, en el año 1976, durante el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo. Esta definición fue dada por parte de ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) a través de la Carta del Turismo Cultural. En esta carta, se considera al turismo como un hecho social, humano, económico y cultural irreversible. Y empieza a ser visto como uno de los fenómenos para ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre, en general, y de los monumentos y sitios.

ICOMOS indica que el turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y en cuanto contribuye para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada.

Otro hecho trascendente, que deja huella en el concepto de turismo cultural, es la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT) realizada por la UNESCO en el año 1982. En esta conferencia se reafirmó la importancia de la dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos. El turismo, comienza a visualizarse como una actividad que no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales.

Tres años más tarde, en 1985, la OMT (Organización Mundial del Turismo), aporta una nueva definición, esta vez, con carácter técnico e indica que el turismo cultural consiste en el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la Naturaleza, el Arte, el Folclore, y las peregrinaciones.

Años más tarde, los cambios continuaron. Se hacen modificaciones a la definición de la ICOMOS en 1976 y el término turismo cultural continúa evolucionando.

Se considera que la palabra turismo es fácil de conceptualizar, pero en su contraparte, la palabra cultura tiene miles de definiciones. Es por eso que no existe un concepto único para turismo cultural, al contrario, existen varias definiciones.

McIntosh y Goeldner (1986), son uno de los autores que comparten con la sociedad su perspectiva del turismo cultural e indican que es todo aspecto del turismo, a través de los cuales los viajeros aprenden sobre la historia y el patrimonio de otros, o sobre sus actuales estilos de vida y formas de pensar.

Por su lado, Swarbrooke (1996) afirma que el turismo cultural es fácil de definir en términos generales y asegura que cualquier tipo de turismo incluye turismo cultural si está motivado por el deseo de observar, aprender y participar en la cultura del destino turístico. Además, menciona que la relación entre cultura y turismo está delimitada.

Richards (2000), es un referente a la hora de definir turismo cultural. Este señala que en la cultura se puede ver algo que abarca lo que piensan las personas, lo que hacen las personas y lo que fabrican las personas. Señala que la cultura se compone de procesos.

Richards asegura que el turismo cultural no solo implica la visita de lugares y monumentos, sino que también el tipo de vida que se lleva en las zonas que se visitan. De este modo, define el turismo cultural como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales.

#### 2.1.4.2. El marco del turismo cultural.

La variedad de definiciones de turismo cultural, previamente citadas, ha favorecido la consideración de diferentes marcos. El marco se puede exponer de los tipos de recurso que agrupan las diferentes formas de turismo cultural. Swarbrooke (1996) clasificó estos tipos de recursos de la siguiente manera:

**Tabla 2. Tipos de recursos de turismo cultural según Swarbrooke**

Tipos de recursos de turismo cultural	Ejemplo
1. Atracciones turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museos y centros patrimoniales</li> <li>• Castillos casas señoriales y monumentos</li> <li>• Jardines históricos</li> <li>• Paisajes históricos</li> <li>• Aldeas y pueblos históricos</li> </ul>
2. Festivales y acontecimientos especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Folklore</li> <li>• Artes escénicas</li> <li>• Eventos deportivos</li> <li>• Interés particular</li> <li>• Acontecimientos tradicionales</li> </ul>
3. Industria y comercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas a lugares de trabajo</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atracciones de agricultura y silvicultura</li> <li>• Tiendas famosas</li> <li>• Mercados</li> <li>• Complejos comerciales de ocio</li> <li>• Fábricas</li> </ul>
4. Lugares religiosos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Templos</li> <li>• Santuarios</li> <li>• Iglesias</li> <li>• Catedrales</li> </ul>
5. Arquitectura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edificios singulares</li> </ul>
6. Idioma	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idioma indígena predominante</li> <li>• Idioma minoritarios y regionales</li> <li>• Dialectos y acentos</li> <li>• Escuela de idiomas</li> </ul>
7. Arte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artefactos históricos, creativos</li> </ul>
8. Artesanía tradicional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teatros</li> <li>• Galerías de arte</li> </ul>
9. Actividades deportivas y de ocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deportes individuales y de equipo</li> </ul>
10. festivales de interés especial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activo y pasivo</li> <li>• Espectador</li> <li>• Juegos y deportes tradicionales</li> <li>• Balnearios</li> <li>• En el hogar</li> <li>• Fuera del hogar</li> </ul>
11. Comida y bebida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía local</li> </ul>

12. Excursiones e itinerarios temáticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cosechas</li> <li>• Productos procesados</li> <li>• Platos tradicionales</li> <li>• Centros de catering</li> </ul>
13. Cultura popular moderna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exteriores de cine</li> <li>• Exteriores de tv</li> <li>• Parques temáticos</li> </ul>

**Fuente:** Sustainable Tourism Management (1996)

A partir de este modelo de clasificación de Swarbrooke, Smith (2003) se encarga de completar y modificar y asegura que muchas de las categorías que Swarbrooke mencionó, se pueden dividir en subconjuntos:

**Tabla 3. Tipos de recursos de turismo cultural según Smith.**

Tipos de recursos de turismo cultural	Lugares típicos / actividades de interés
1. Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas a castillos, palacios, casas de campo</li> <li>• Yacimientos arqueológicos</li> <li>• Monumentos</li> <li>• Arquitectura</li> <li>• Museos</li> <li>• Lugares religiosos</li> </ul>
2. Turismo artístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas al teatro</li> <li>• Conciertos</li> <li>• Galerías</li> <li>• Festivales, carnavales y eventos</li> <li>• Lugares literarios</li> </ul>
3. Turismo creativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Pintura</li> <li>• Cerámica, gastronomía</li> <li>• Artesanía</li> <li>• Aprendizaje de idiomas</li> </ul>
4. Turismo de cultura urbana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudades históricas</li> <li>• Ciudades industriales rehabilitadas</li> <li>• Atracciones de arte y patrimonio</li> <li>• Compras</li> <li>• Vida nocturna</li> </ul>



5. Turismo de cultura rural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pueblo, granja o turismo agrícola</li> <li>• Ecomuseos</li> <li>• Paisajes culturales</li> <li>• Parques nacionales</li> <li>• Rutas vinícolas</li> </ul>
6. Turismo de cultura indígena	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecoturismo</li> <li>• Visitas a centros culturales</li> <li>• Arte y artesanía</li> <li>• Representaciones culturales</li> <li>• Festivales</li> </ul>
7. Turismo de cultura popular	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parques temáticos y de atracciones</li> <li>• Centros comerciales</li> <li>• Conciertos pop</li> <li>• Eventos deportivos</li> <li>• Exteriores de tv y cine</li> <li>• Lugares de patrimonio industrial</li> <li>• Museos de moda y diseño</li> </ul>

Fuente: The tourism product (2000)

En términos de turismo cultural, la clasificación de Smith, parece ser más útil a medida que se aceptan definiciones más amplias de este fenómeno. Esto sucede por el simple hecho de que es una clasificación vigente, y el turismo cultural es un fenómeno que está en constante actualización.

#### **2.1.4.3. Ventajas y desventajas del turismo cultural.**

De acuerdo a las varias definiciones anteriormente citadas, se concluye que ni la cultura ni el turismo cultural tienen un límite espacial. Los impactos del turismo cultural son numerosos y variados debido a que no es un fenómeno homogéneo.

La mayoría de estos impactos se traducen en ventajas para la población local pero es importante una planificación previa porque de no hacerlo, el destino se puede estropear irrevocablemente.

El turismo cultural puede parecer atractivo para los gobiernos y por lo tanto una ventaja, ya que esto implica que se muestre interés en una comunidad, en su patrimonio, sus tradiciones y también en los recursos de sus países, tanto naturales como artificiales.

Puede llevar la mejora de la imagen y de las relaciones internacionales de un país, lo cual siempre es una prioridad para sus órganos internacionales.

En la actualidad, el turista cultural, es considerado como un individuo con mejor educación o conocimientos superiores respecto a otros tipos de turistas. Es por ello que la preparación de los guías turísticos o el responsable de mostrar los atractivos, debe de ser una persona muy bien preparada

Una desventaja se podría presentar en el caso de las pequeñas comunidades en donde la vida es muy precaria y sencilla. La visita masiva de turistas puede implicar el deterioro de su patrimonio físico. Si bien es cierto que el desarrollo turístico de una comunidad o pueblo depende enteramente de la misma comunidad, vale recalcar que se debe llevar un control.

#### **2.1.4.4. El turista cultural y sus motivaciones.**

Según McIntosh y Goeldner (1986), las motivaciones del turismo cultural han existido desde los siglos XVII Y XVIII. En aquellos tiempos, existían personas que se aventuraban con el propósito de encontrar nuevas expresiones culturales y vivir nuevas experiencias. En el año 1985, la OMT indicó de que estos viajes ya no eran exclusivos de personas adineradas, sino más bien, el turismo cultural ya era una actividad realizada por personas de toda clase social. Algo que es un hecho es que no a todas las personas les interesa de la misma manera. Existen unas personas más interesadas que otras.

#### **2.1.4.5. Grados de motivación en el turismo cultural**

Una investigación de Spielberg (1995) indica que hay cinco grados diferentes de motivación en el turismo cultural.

- En el primer grupo ubica a las personas que se encuentran muy motivadas por la cultura. Estas personas, por lo general, son de clase alta y viajan a un destino para asistir especialmente a sus teatros, a sus museos o a sus festivales culturales.
- En el segundo grupo ubica a los individuos que están motivados “en parte”. Con esto se refiere a personas que viajan a una ciudad por las posibilidades culturales que ofrece y también para ver a sus amigos o familiares.
- En el tercer grupo ubica a las personas para las que la cultura está “adjunta” a otra motivación principal. Es decir, el individuo no se desplaza a una ciudad por una razón de índole cultural, sino de otro tipo, pero que durante su estancia organiza y asiste a actividades culturales.
- En el cuarto grupo ubica a aquellos que Spielberg llama como “turista cultural accidental”. Ésta es un sujeto que no tiene la intención de participar o visitar ningún tipo de acción turística o cultural, pero que de

manera casual acompaña a unos amigos o familiares a espacios culturales. En conclusión, esta persona, no planifica sus actividades culturales, sino que las realiza porque surgen de improviso.

- Finalmente, existe un último grupo de personas que no asisten nunca a ninguna actividad cultural por falta de interés.

## **2.1.5. Museo**

### **2.1.5.1. Origen del término.**

El primer museo surge a finales del siglo XVIII, y este es creado con carácter público. A partir de la creación del primer museo, se barajan varios conceptos de museo, cada definición es concebida como una realidad dinámica que se va desarrollando hasta la actualidad.

De acuerdo a Hernández (1997) los museos se originan debido a dos hechos trascendentes tales como el coleccionismo y la ilustración.

El Coleccionismo, desarrollado a lo largo de las distintas etapas históricas, tiene sus antecedentes en tiempos remotos. Algunos quieren situar su origen en el momento del saqueo de Babilonia por los Elamitas en el Antiguo Oriente, quienes trasladaron a su ciudad los objetos más valiosos, exponiéndolos posteriormente (1176 a.c.).

En Europa, dicho Coleccionismo alcanza su auge con las monarquías absolutas.

De hecho, paralelamente al coleccionismo estatal u oficial, se desarrolla el

Coleccionismo privado. Este fenómeno, aunque generalizado en toda Europa, tendrá sus mejores exponentes en países como Holanda y Gran Bretaña. Esta tradición europea va a encontrar eco al otro lado del Atlántico donde la formación de los primeros museos americanos será debida al coleccionismo

privado. Evidentemente, esta iniciativa privada va a condicionar de una manera positiva el futuro de dichas instituciones que, al carecer de la tradición cultural europea y unido al hecho de la rápida ascensión como potencia económica, será la iniciativa privada la promotora de crear este tipo de instituciones como forma de paliar el vacío cultural.

El segundo factor que impulsará la creación de museos es consecuencia directa de la Ilustración, proceso que culminará con la Revolución Francesa. En este momento tiene lugar la creación, con carácter público, del museo del Louvre (1793), que servirá de modelo a los grandes museos nacionales europeos. Sin embargo, antes de este gran acontecimiento, se inaugura en 1683 el Ashmolean Museum que depende de la Universidad de Oxford. Este tiene la particularidad de que se crea a partir de colecciones privadas de diversa índole: de Historia Natural, de Arqueología y Numismática, etc., con la doble función de educar y conservar. Dicho acontecimiento prueba que, además de los dos factores mencionados anteriormente, existía dentro del ambiente cultural de la época la necesidad de crear este tipo de instituciones

#### **2.1.5.2. Evolución del concepto.**

Espasa (1918) es uno de los pioneros en dar un significado a este término e indica que un museo es un edificio o lugar destinado para el estudio de las ciencias, letras y artes. Lugar en el que se guardan curiosidades pertenecientes a la ciencia y las artes como la pintura, medallas, máquinas y armas

De acuerdo a Foyles (1929), museo es una institución en la que la meta es la conservación de los objetos que ilustran los fenómenos de la naturaleza y los trabajos del hombre y la utilización de estos objetos para el desarrollo de los conocimientos humanos y la ilustración del pueblo.

Las primeras definiciones oficiales del término museo surgen en este siglo y surgen del Comité Internacional de Museos creado en 1946. En sus estatutos de 1947, el artículo 3 reconoce la cualidad de museo a toda Institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, de educación y deleite. Esta definición marcará un hito importante en el desarrollo del Museo Moderno y será un punto de referencia que tendrá resonancias prácticas en la política museística de los diversos países.

En el año de 1979, Eliseef indica que museo es un conjunto, especializado o diverso, en el que las funciones son múltiples. El punto común de todos los museos es el interés que reportan al patrimonio natural y cultural de la humanidad

Según Crispolti (1971), un museo brinda servicio cultural, público, relacionado con la documentación y con la experiencia de las inquietudes figurativas, visuales y objetuales de nuestro siglo. Servicio activo y no sólo centro de conservación de obras aunque solo sea en un sentido no estadístico.

En 1974, el ICOM vuelve a dar una nueva definición en sus Estatutos. Así, en el título 2, artículo 3, afirma que el museo es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su medio.

En su artículo 4 y respondiendo a esta definición incluye también los siguientes elementos:

a) Los Institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de Archivos y Bibliotecas.

b) Los lugares y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales y los sitios y monumentos históricos, teniendo la naturaleza de un nuevo museo por sus actividades de adquisición, conservación y comunicación.

e) Las Instituciones que presentan especímenes vivientes tales como los jardines botánicos y zoológicos.

En 1983, la Asamblea General del ICOM, añade al artículo anterior lo siguiente:

d) Los parques naturales, los arqueológicos e históricos.

e) Los centros científicos y planetarios.

Los parques están considerados como una organización de interés público con vocación científica y cultural, responsables de un territorio controlado y delimitado, conservados en su cualidad de unidad representativa de tipos de naturaleza salvaje o humanizada propicios a la preservación de faunas y floras salvajes o domésticas donde esta unidad constituye el hábitat permanente.

La definición de 1974 amplía el concepto de Museo tanto por lo que respecta a los bienes muebles, como a los inmuebles que ya gozaban, anteriormente, de ciertas medidas de protección. Entre los bienes muebles incluye todos los testimonios de la vida cultural, como son las representaciones más o menos realísticas o simbólicas que tengan un significado religioso, político o social.

Ello ha conducido a la creación de museos surgidos a partir de cualquier motivación: museo del ocio, museo del terror, etcétera.

Las definiciones que surgen del ICOM determinan los ejes teóricos en los que se basa el término museo hoy, y sirven de marco general al desarrollo de estas instituciones en otros países. En España, por ejemplo, el Real Decreto (1987) de aprueba el reglamento de los museos, en su artículo 1 define a los museos como instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan,

investigan, comunican y exhiben, para fines de estudio, educación y contemplación, conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural.

Para León (1988), el museo es una institución al servicio de la sociedad que adquiere, comunica y, sobre todo, expone con la finalidad del estudio, del ahorro, de la educación y de la cultura, testimonios representativos de la evolución de la naturaleza y el hombre

La ICOM (2007) de acuerdo a su última Conferencia general realizada en Viena, Austria, establece que un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.

El diccionario de la Real Academia Española (2004) indica que la palabra museo se deriva del latín *musĕum*, y este del griego μουσεῖον señala cuatro diferentes conceptos para esta palabra:

- 1.** Lugar en que se guardan colecciones de objetos artísticos, científicos o de otro tipo, y en general de valor cultural, convenientemente colocados para que sean examinados.
- 2.** Institución, sin fines de lucro, abierta al público, cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición de los objetos que mejor ilustran las actividades del hombre, o culturalmente importantes para el desarrollo de los conocimientos humanos.
- 3.** Lugar donde se exhiben objetos o curiosidades que pueden atraer el interés del público, con fines turísticos.



4. Edificio o lugar destinado al estudio de las ciencias, letras humanas y artes liberales.

### **2.1.5.3. Tipos de museos.**

El Consejo Internacional de Museos (ICOM) clasifica los museos en virtud de la naturaleza de las colecciones:

1. De arte: bellas artes, artes aplicadas, arqueología.

- Museos de pintura.
- Museos de escultura.
- Museos de grabado.
- Museos de artes gráficas.
- Museos de arqueología.
- Museos de artes decorativas y aplicadas.
- Museos de arte religioso.
- Museos de música.
- Museos de arte dramático, teatro y danza.

2. De historia natural:

- Museos de geología y mineralogía.
- Museos de botánica y jardines botánicos.
- Museos de zoología, jardines de zoología y acuarios.

- Museos de antropología física.
  3. De etnografía y folklore.
  4. Históricos:
- Museos biográficos (de grupo).
- Museos de objetos y recuerdos de época.
- Museos conmemorativos.
- Museos biográficos (de un personaje) o casas-museo.
- Museos histórico-arqueológicos.
- Museos de la guerra y el ejército o museos militares.
- Museos de la marina.
  5. De las ciencias y de las técnicas:
- Museos de física.
- Museos de los mares u oceanográficos.
- Museos de medicina y cirugía.
- Museos de técnicas industriales.
- Museos de manufacturas y productos manufacturables.
  6. De ciencias sociales y servicios sociales:
- Museos de pedagogía, enseñanza y educación.
- Museos de justicia y policía.
  7. De comercio y de las comunicaciones:
- Museos de la moneda.

- Museos de los transportes.
- Museos de correos.
  8. De agricultura y de productos del suelo.

## **2.2. Marco conceptual**

### **2.2.1 Museo costumbrista:**

Es una institución permanente, sin fines de lucro y al servicio de la comunidad. Esta entidad, abierta al público en general, efectúa investigaciones sobre testimonios materiales del hombre y del ambiente donde se ha desarrollado con la finalidad de dar vida a los recuerdos y la historia. Lo que lo diferencia de otros tipos de museos, es que su propósito es rescatar la cultura y costumbres de la comunidad en donde se sitúa.

### **2.2.2. Antropología:**

La palabra se deriva de *anthropos* que significa hombre o humano y de *logos* que significa conocimiento. Es la ciencia que se encarga de estudiar a través de un enfoque holístico, la realidad del ser humano. Esta ciencia analiza al hombre en el contexto cultura, y social del que forman parte.

### **2.2.3. Idiosincrasia:**

El término proviene de un vocablo griego que significa “temperamento particular” y se define como las características hereditarias que definen el temperamento y carácter distintivos de individuo o de una población.

Este término se utiliza para identificar extensos conjuntos de personas sin detallar cada pormenor que los relaciona entre sí. También se utiliza para resaltar las diferencias entre personas de diversos orígenes y hábitos.

### **2.2.4. Globalización:**

Se considera a la globalización como un proceso dinámico de tipo económico, tecnológico social y cultural a gran escala, el cual consiste en una comunicación e interdependencia creciente entre los distintos países del mundo agrupando

sus mercados. Se produce principalmente por las sociedades que viven bajo un capitalismo democrático y que han dado paso a la revolución informática.

#### **2.2.5. Manifestación cultural:**

Son actividades públicas cuya característica principal es producir un acto de comunicación alrededor de un grupo. Esta actividad es un medio para expresarse de una región determinada, puede ser por medio de danzas, canciones, música, artes, etc. Cada pueblo tiene su propia manifestación folclórica.

#### **2.2.6. Patrimonio Cultural:**

El patrimonio cultural no es solo monumentos y colecciones de objetos, sino que también comprende tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes. Estas tradiciones pueden ser orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradición.

#### **2.2.7. Patrimonio cultural inmaterial.**

Es un concepto que surgió en los años 1990 como contrapartida al Patrimonio de la Humanidad, que se centra en aspectos esenciales de la cultura.

En el 2001, la Unesco realizó una encuesta entre estados y ONG para intentar acordar una definición, y una Convención<sup>3</sup> fue adoptada en 2003 para su protección.

La Unesco define el patrimonio oral e inmaterial como el conjunto de creaciones basadas en la tradición de una comunidad cultural expresada por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de una comunidad en la medida en que reflejan su identidad cultural y social. Lengua,

literatura, música y danza, juegos y deportes, tradiciones culinarias, los rituales y mitologías, conocimientos y usos relacionados con el universo, los conocimientos técnicos relacionados con la artesanía y los espacios culturales se encuentran entre las muchas formas de patrimonio inmaterial. El patrimonio inmaterial es visto como un depósito de la diversidad cultural, y la expresión creativa, así como una fuerza motriz para las culturas vivas. Como se puede ser vulnerable a las fuerzas de la globalización, la transformación social y la intolerancia, La Unesco alienta a las comunidades para identificar, documentar, proteger, promover y revitalizar ese patrimonio.

#### **2.2.8. Atractivo turístico:**

Es un lugar u objeto de interés que debido a su valor cultural, significancia histórica, belleza artificial o natural, originalidad, rareza, misterio o por diversión y recreación, es visitado por turistas.

#### **2.2.9. Artesanías:**

Es todo tipo de elemento que es realizado a mano por un individuo y que tiene un grado significativo de creatividad y originalidad. La artesanía es una de las primordiales creaciones del ser humano cuando este descubrió la posibilidad de trabajar con los materiales naturales que lo rodeaban para transformarlos en algo diferente, más complejo y bello.

#### **2.2.10. Tradición:**

Es el resultado de la transmisión de hechos históricos, elementos socioculturales, composiciones literarias, doctrinas, ritos y costumbres hecha de una generación a otra.

### **2.2.11. Regeneración urbana:**

Es un proceso de cambios positivos que toman lugar en la ciudad de Guayaquil a partir del año 1992 con el alcalde León Febres Cordero y que continúa con el actual alcalde de la ciudad Jaime Nebot. Es uno de los componentes para alcanzar los objetivos de un desarrollo sostenible de la ciudad y que tiene como objetivo principal Atraer el turismo nacional e internacional, revalorizando el patrimonio histórico y monumentos, y creando nuevos espacios públicos donde los ciudadanos tengan acceso al conocimiento, cultura y ocio sin restricciones de ninguna índole.

### **2.2.12. Amorfinos:**

Los amorfinos son composiciones poéticas o canciones de origen popular y pertenecen a la tradición oral de los pueblo. A diferencia de las coplas, el amorfino mezcla lo romántico, los sentimientos producidos por el amor y el humor. Estas composiciones son típicas de los pequeños pueblos de la costa ecuatoriana.

### **2.2.13. Año viejo:**

Es un monigote, que en un principio era hecho a partir de ropa vieja, aserrín y una máscara de papel y goma, y que representa el año que está por concluir. En la actualidad para su elaboración se usa papel, cartón, madera y se lo rellena de juegos pirotécnicos que en muchas ocasiones son ilegales. La tradición es quemarlo en la media noche del 31 de diciembre. Estos monigotes son realizados en varios países latinoamericanos como Ecuador, Colombia, Venezuela, México y Uruguay.

#### **2.2.14. OMT:**

Sus siglas significan Organización Mundial del Turismo y es un organismo internacional creado en 1925 que tiene como propósito promover el turismo. Tiene su sede en Madrid y cuenta con 154 estados miembros. (OMT, 2013)

#### **2.2.15. UNESCO:**

Por sus siglas en inglés *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, es la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, es un organismo especializado de las Naciones Unidas. Se fundó el 16 de noviembre de 1945 con el objetivo de contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo mediante la educación, la ciencia, la cultura y las comunicaciones. La Unesco cuenta con 195 Estados miembros y 8 Miembros asociados.(UNESCO, 2013)

#### **2.2.16. OMPI:**

Es un organismo especializado del Sistema de Naciones Unidas creado en 1967. La OMPI está dedicada a fomentar el uso y la protección de las obras del intelecto humano. Es uno de los 16 organismos especializados del sistema de las Naciones Unidas. Tiene a su cargo la administración de 26 tratados internacionales que abordan diversos aspectos de la regulación de la propiedad intelectual. La Organización tiene 186 Estados miembros.(OMPI, 2012)

#### **2.2.17. ICOMOS:**

Por sus siglas en inglés *International Council on Monuments and Sites*, es el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, es una asociación civil no gubernamental, ubicada en París, ligada a la ONU, a través de la Unesco. Fue fundado en 1965 y es responsable de proponer los bienes que reciben el título de Patrimonio Cultural de la Humanidad. Su principal objetivo es el de promover



la teoría, la metodología y la tecnología aplicada a la conservación, a la protección y a la valorización de monumentos e de sitios de interés cultural. (ICOMOS, 2011)

### **2.3. Marco referencial:**

#### **2.3.1 Museo costumbrista de Sonora (Álamo, México):**

En la ciudad colonial de Álamos, se ha creado a partir de una iniciativa del Gobierno del Estado de Sonora, un museo costumbrista.

El inmueble que lo hospeda fue construido en 1868 y forma parte del Catálogo de Monumentos Históricos de la ciudad minera de Álamos, declarada Monumento Nacional, mediante ley promulgada el 29 de enero de 1952.

El ahora museo costumbrista, inicialmente funcionó como casa habitación que perteneció a la familia Gómez Lamadrid y posteriormente como mercería La paz y escuela de artesanías en los años ochenta. En 1984 el Gobierno del Estado adquirió y restauró el inmueble para convertirlo en museo.

La misión de este museo es afirmar entre los habitantes de Sonora, la conciencia de su identidad a través su historia, tradiciones, usos y costumbres.

Su acervo consta de más de 4,800 piezas entre las que destacan colecciones fotográficas del doctor Alfonso Ortiz Tirado. Cuenta con colecciones de numismática acuñadas en la Casa de Moneda de Álamos, sección de carruajes de tracción animal, así como once salas permanentes y dos temporales, auditorio, hemeroteca y librería. Ofrece talleres de danza, teatro y pintura, eventos artísticos y visitas guiadas. Su director es el señor Antonio Estrada Cantúa. (Sitio Web del Museo Costumbrista de Sonora : Sistema de Información Cultural, CONACULTA, 2013)

Álamo es una de las ciudades más importantes en el estado de Veracruz. Esta se encuentra al norte del estado y tiene como actividad principal la cosecha de

naranjas. Al igual que Guayaquil, es una ciudad en donde las costumbres se han ido deteriorando y el Estado de Sonora tuvo como iniciativa la creación de un Museo que tenga como objetivo la recuperación de sus costumbres e idiosincrasia ancestral. A pesar de que Álamo y Guayaquil son ciudades que no comparten las mismas tipologías, ya que Guayaquil es una ciudad cosmopolita y Álamo es una ciudad mucho más reservada y con menos habitantes, el objetivo de mencionarla es señalar que si un museo costumbrista tiene éxito en una ciudad mucho más pequeña que Guayaquil, porque no puede funcionar la idea de este museo costumbrista en la Perla del Pacífico.

### **2.3.2. Museo costumbrista “Juan de Varas” (La Paz, Bolivia):**

Creado en mayo de 1978, el Museo Costumbrista “Juan de Varas”, encierra un caudal de historias y tradiciones paceñas que se fueron perdiendo con el paso de los años, rescatadas en una remodelada vieja casona construida en la época Colonial.

Este destino turístico de La Paz, tiene como objetivo difundir entre la población y sobre todo entre los estudiantes y visitantes, los tiempos más relevantes de la idiosincrasia paceña.

Cuenta con dos salas de exhibición, una de exposición permanente, donde se encuentran maquetas ubicadas en la planta alta y otra que es área donde se presentan muestras temporales, de forma eventual de las diferentes obras de artistas contemporáneos.

El Museo Costumbrista “Juan de Vargas” es en un lugar de visita obligatoria para quienes desean adentrarse en una realidad reflejada en miniaturas artísticas que reviven momentos de la vida histórica, cotidiana y anecdótica de los habitantes de la Sede de Gobierno.

Al iniciar el recorrido, se encuentran todos los dioramas que son de vital importancia porque mediante pequeñas piezas se observan reflejados diferentes pasos cronológicos de la historia, como La Fundación de La Paz.

Los visitantes permanecen mayor tiempo es la exposición permanente de danzas contemporáneas de la ciudad y del altiplano, cuyas piezas fueron hechas en cerámica y denotan la belleza incomparable del folklore boliviano, que por la perfección, parecen tener movimiento si el visitante los observa fijamente.

Una de las atracciones principales son las pinturas en tamaño real de La Paz de antaño en las que se rinde honores a la chola paceña y la elegancia de su vestimenta, además de escenas del antiguo tranvía de la ciudad.

La Paz o también conocida como “Nuestra Señora de La Paz” es un departamento de Bolivia y sede del Gobierno boliviano.

Es la ciudad con mayor número de habitantes al igual que Guayaquil en Ecuador.

El Museo Costumbrista “Juan de Varas” es un modelo idóneo para medir el grado de la aceptación de los habitantes en una ciudad cosmopolita. Ambas ciudades comparten las mismas características, tales como el número de habitantes, el desgaste progresivo de las costumbres hereditarias y la necesidad de un espacio para la recuperación de las mismas. (Sitio Web del Museo Costumbrista Juan de Vargas, 2011)

#### **2.3.4 Museo Costumbrista “Casa Deheza” (Sucre, Bolivia):**

El “Museo Costumbrista “Casa Deheza” presenta una exhibición de trajes, vestidos y objetos de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. La colección perteneció a la señora María Luisa Zelada de Gantier.

Se hace el montaje de la exhibición permanente en los predios de la Casa Deheza, un inmueble colonial del 1800 que es idóneo para la presentación de esta colección; abre sus puertas al público en general en abril de 2010, con gran aceptación, de parte de la sociedad chuquisaqueña, la colección da una muestra de la vivencia de esa época de oro que se desarrolla en la ciudad de Chuquisaca, cada una de sus salas alberga distintas facetas de la vida cotidiana de sociedad de entonces.

La colección está distribuida en diez salas muy bien ordenadas, que ocupan todo el inmueble, permitiendo al visitante un recorrido por todos los ambientes del lugar sin repetir ningún salón, cada uno con la señalización correspondiente permitiendo un recorrido por toda la casa que también es un atractivo por sus características arquitectónicas del siglo XVIII.

Se realiza el fumigado de las salas, de exposición una vez al mes, por las características de la colección pues está compuesta básicamente por objetos de distintas telas y textiles, siendo nuestro mayor enemigo la polilla, gracias a este método los objetos se encuentran en buenas condiciones.

Dentro de las acciones del museo es norma que cada inicio de año se realice la invitación a los distintos centros educativos de la ciudad de Sucre, para que se visite el museo y se conozca las maravillas que encierra el museo, con la finalidad de llegar de esta forma a la niñez y adolescencia con el objetivo de mostrar cuales las costumbres y tradiciones de la sociedad de fines del siglo XIX y principios del siglo XX.

El Museo Costumbrista Casa Deheza, ofrece el servicio de guianza a cada uno de los visitantes al museo sin la necesidad de formar grupos como en otros sitios turísticos, cada visitante tiene la atención personalizada ya sea en el idioma inglés o español, también se brinda el servicio de información turística en general, tanto a visitantes nacionales, locales y extranjeros.

Bolivia es un país que tiene mucha similitud a Ecuador, por lo tanto comparten las mismas particularidades. Sucre es la capital de Chuquisaca que es un departamento de Bolivia, no uno de los más grandes pero si uno de los más representativos por estar lleno de cultura e historia. Al igual que Guayaquil, Sucre tiene mucha de la historia del país en su territorio. Es por esto que se lo ha planteado como un modelo a seguir. El Museo Costumbrista “Casa Deheza”, cuenta con gran aceptación entre la población de este peculiar ciudad que es la capital oficial de Bolivia. Es por esto que se ha tomado como ejemplo para indicar que un museo costumbrista gozaría de una gran aceptación en una ciudad como Guayaquil. (Sitio Web Museo Costumbrista “Casa Deheza”, 2012)

## **2.4. Marco legal**

### **2.4.1. Superintendencia de compañías.**

Si la compañía ha incluido en el nombre con que vaya a girar las palabras “turístico”, “turismo”, o cualquier otra derivada de ellas, solas o asociadas con las palabras “parador”, “nacional”, “provincial”,

“regional”, “servicio”, “transporte” y otras típicamente inherentes al sector turístico, se deberá obtener la autorización correspondiente del Ministerio de

Turismo para el registro y uso de tales términos, en razón de ser reservados para las dependencias oficiales de turismo. Así lo dispone el Art. 51 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico.

#### **2.4.1.1. Requisitos para la creación de una compañía anónima**

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;



- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

#### **2.4.1.2. SRI. Registro Único de Contribuyentes.**

Para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente.
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas

y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o

certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

#### **2.4.1.3. Permisos municipales.**

##### 2.4.1.3.1. Uso de suelo

- Pago de tasa de trámite.
- Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

##### **2.4.1.3.2. Patentes municipales**

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica

4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

#### **2.4.1.3.3. Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de**

##### **Servicios**

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
- Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
- Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
- Copia del RUC actualizado.
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
- Autorización a favor de quien realiza el trámite.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
- Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

#### **2.4.1.3.4. Requisitos para registro de construcción**

- Copia a color del comprobante de pago del impuesto predial del año en curso
- (Recibo definitivo, no provisional).
- Copia del consentimiento de normas de construcción.
- Copia de la escritura del terreno patentada y catastrada

- Copia a color del carnet de registro municipal (actualizado), otorgado por el
- Municipio de Samborondón.
- Si la construcción cuenta con 3 o más plantas se deben presentar cartas de responsabilidad de los profesionales encargados de los diseños: sanitario, arquitectónico, sanitario, eléctrico y estructural, además se deberá presentar un estudio de suelo debidamente notariado.
- Dos juegos de planos: arquitectónicos, estructurales, eléctricos y sanitarios de cada planta se efectuará en la edificación, con las respectivas firmas de los responsables de cada diseño y por el propietario un juego de planos en cada carpeta en formato A2.
- Estudio del impacto eco-ambiental aprobado por la prefectura (vivienda de tres o más plantas).
- Un cd que contenga los archivos de auto -cad de los planos arquitectónicos, eléctricos, sanitarios y estructurales y de toda la documentación solicitada; así como escaneada.

### **2.4.3. Cámara de turismo.**

La Cámara de Turismo del Guayas, gestiona varios proyectos para capacitación especialmente en áreas de servicio al cliente, mercadeo, ventas, finanzas, higiene y manipulación de alimentos, normas técnicas, y así como brinda asesoría en trámites y documentación requeridos para el funcionamiento de los locales con organismos de control como Ministerio de Turismo, Municipios, Intendencia, Comisarias, SRI, Dirección de Salud, Bomberos, etc.

#### **2.4.3.1. Negocios que deben afiliarse a la Cámara de turismo**

Las actividades que la Ley determina como Turísticas son:

1. Alojamiento
2. Servicio de Alimentos y Bebidas:
3. Restaurantes, Cafeterías, Fuentes de Soda
4. Bares y Discotecas
5. Transportación: aéreo, Marítimo, terrestre, alquiler de vehículos
6. Agencias de Viajes

Pero, además, todos los empresarios que busquen una entidad que los apoye, los beneficie y los represente

#### **2.4.3.2. Requisitos para afiliarse siendo una persona natural.**

1. Copia del Registro Único Contribuyente (RUC).
2. Copia de la cedula de identidad del propietario.
3. Copia del certificado de votación del propietario.
4. Llenar la solicitud entregada por CAPTUR Guayas.

#### **2.4.3.3. Requisitos para afiliarse siendo una persona jurídica.**

- Solicitud debidamente llena.
- Copias de la Escritura de Constitución, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil.
- Copia de los Nombramientos del/ los Representantes Legales, inscritos en el Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes del establecimiento.
- Copia de la Cédula de Identidad del/ los Representantes Legales.
- Copia del certificado de votación del/los Representantes Legales.

#### **2.4.4. Ministerio de turismo.**

El Ministerio de Turismo pone a disposición el Acuerdo 2005015 y el Instructivo para la cancelación del Impuesto de Uno x Mil de los activos fijos, obligación que debe ser cumplida por las personas naturales y jurídicas propietarias de establecimientos turísticos del Estado ecuatoriano.

Todo establecimiento nuevo oferente de servicios turísticos y registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de cancelar el 1 x 1000 sobre los activos fijos, desde el año 2003, año en que entro en vigencia este mandato legal. Por primera vez se cancela a través de un inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), que conforman el establecimiento y debe presentar original y 3 copias del formulario diseñado para el efecto, firmado por el propietario o representante del establecimiento, además del original y dos copias del depósito.

##### **2.4.4.1. Crédito con el banco nacional del fomento**

Emprendimientos en funcionamiento o por instalarse privados y comunitarios, en las siguientes líneas:

- Microcréditos  
Línea créditos
- Créditos asociativos para turismo organizado
- Sectores susceptibles de financiamiento

Las siguientes actividades turísticas tendrán acceso a las líneas de crédito del Banco Nacional de Fomento:

- **Alojamiento Hotelero:** (Hotel, hotel residencia, hotel apartamento (apart-hotel), hostel, residencia, pensión, hostería, paraderos, cabaña, refugio, parador, albergue, hotel boutique, hacienda turística, (\*) se exceptúan moteles.
- **Alojamiento Extra Hotelero:** Complejos vacacionales, apartamentos turístico, campamentos turísticos (camping), ciudades vacacionales, centro turístico comunitario.
- **Servicio de alimentos y bebidas:** Restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de soda, *drive inn*.
- **Servicio de Entretenimiento:** Termas y balnearios, boleras, pistas de patinaje, centros de recreación turística.
- **Transportación:** Marítimo, lanchas de pasajeros, lanchas de tour diario, fluvial (canoas), terrestre (buses, vans, mini vans, vehículos 4x4, vehículos livianos, tricar, cuadrones, motos, bicicletas, carretas, tricimotos, equipos enmarcados en el programa info taxi)
- **Agencias de viajes y turismo:** Agencia de viajes mayorista, agencia de viajes internacional (\*), agencia de viajes operadora y agencia dual.
- **Hipódromos y parques:** Hipódromos y parques de atracciones estables.
- **Intermediación:** Centros de convenciones y salas de recepciones y banquetes
- Organización de eventos, congresos y convenciones
- **Servicios complementarios a la cadena de valor del sector turístico:** cabinas telefónicas y comunicaciones, compañías de equipamiento y venta de accesorios para los turistas y/o establecimientos turísticos (camping, montañismo, etc.)



## **Destino del crédito**

- Financiamiento de capital de trabajo: Adquisición de insumos, materia prima, materiales, mercaderías, suministros, pago de mano de obra y servicios (incluye promoción y asistencia técnica especializada – sistemas de mejoramiento de procesos, certificaciones de calidad, asesoría técnica para la elaboración de herramientas técnicas de gestión, investigación de mercado, marketing, comercialización y afines).
- Activos fijos tangibles: Obras civiles (Proyectos nuevos, ampliación, mejoramiento y remodelación), adquisición de terrenos en zonas rurales, maquinaria, equipos, menaje, mobiliario, muebles y enseres, lencería, elementos decorativos, transporte turístico, semovientes, adecuación de locales turísticos en sitios propios o arrendados. La tasa de interés solía ser de 15% pero fue reducida al 10%.

### **2.4.4.2. Requisitos para el registro en el Ministerio de Turismo**

- Copia certificada de la escritura o minuta pública.
- Nombramiento del representante legal de la empresa; mismo que debe estar incorporado en el registro mercantil si fuese persona jurídica.
- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Incremento de capital si fueren personas jurídicas.
- Patente municipal.
- Copia de cédula de identidad.
- Permiso sanitario.
- Certificado del Instituto de Propiedad
- Intelectual (IEPI); si el nombre comercial no está registrado.
- Afiliación a la sociedad de autores y compositores.
- Copia de título de propiedad o contrato arrendatario del lugar a nombre del dueño; este debe estar patentado en el Juzgado de Inquilinato.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Metodología de la investigación**

#### ***3.1 Enfoque de la Investigación***

Existen diversos tipos de investigación científica dependiendo del método y de los objetivos que se pretenden alcanzar. Sabino (2000) define la investigación como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento

Por otro lado, Cervo y Bervian (1989) definen la investigación como una actividad encaminada a la solución de problemas. Su Objetivo consiste en hallar respuesta a preguntas mediante el empleo de procesos científicos.

Por su lado, Eyssautier de la Mora en su libro “Metodología de la investigación: desarrollo de la inteligencia” (2006) indica que la ciencia es investigación en cuanto a que ésta se puede definir también como una actividad de investigación empírica y de estudio sistemático que utiliza la observación y experimentación para establecer nuevos hechos o principios.

Este proyecto de investigación se desarrollará mediante el tipo de estudio mixto, con esto se refiere a que será de tipo cuantitativo y cualitativo. Esta propuesta será de tipo exploratoria que es derivada del enfoque cualitativo, y descriptiva que es derivada del enfoque cuantitativo.

De esta manera se podrá recopilar información a través de entrevistas y encuestas, con la finalidad de obtener un mejor panorama de la demanda turística y la aceptación de un museo costumbrista en la ciudad de Guayaquil.

### **3.1.1. Investigación exploratoria.**

Según Eyssautier de la Mora (2006), muchos estudios exploratorios tienen como objetivo la formulación de un problema para que sea posible una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Es importante tener en cuenta que los estudios exploratorios simplemente llevan a descubrir aspectos de la hipótesis, mas no son comprobadas.

Este tipo de investigación no pretende dar una explicación sobre el problema, sino más bien recopilar los antecedentes generales y estadísticas, para que de esta manera sea posible informar más sobre el problema. De acuerdo con Sellriz (1980) este tipo de investigación puede ser dirigidos a la formulación más precisa de un problema de investigación y conducentes al planteamiento de una hipótesis.

Con este tipo de investigación se pretende investigar sobre cuál es la percepción de la comunidad guayaquileña sobre los museos existentes en la ciudad, cuales son las expectativas del consumidor, que tipo de interés existe en la comunidad y el impacto de esta propuesta en el turismo interno.

### **3.1.2. Investigación descriptiva.**

Se busca describir las características del objeto de investigación (Finalidad cognoscitiva), el análisis estadístico es univariado, nos permite estimar parámetros (propósito estadístico) en la población de estudio a partir de una muestra.

Según Mario Bunge (1969), la investigación descriptiva responde a las siguientes interrogantes:

- ¿Qué es? (orientado a buscar correlatos).
- ¿Cómo es? (orientado a la identificación de propiedades o características).
- ¿Dónde está? (identificación de lugares).
- ¿Cuándo ocurre? (precisión del tiempo).
- ¿De qué está hecho? (identificación de la composición del fenómeno).
- ¿Cuántos? (identificar cantidad, intensidad).

Este enfoque, se caracteriza por tener preguntas específicas y precisas.

De acuerdo a Rodríguez Moguel (2005), este enfoque comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente, Rodríguez Moguel (2005), también indica que la investigación descriptiva trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de la presentar una interpretación correcta.

## **3.2. Investigación de mercado**

### **3.2.1. Tamaño de la muestra**

De acuerdo a Salkind (1998), se tiene que tener mucho cuidado al tomar una muestra debido a que una demasiado pequeña no será una representación verdadera de la población, y que una muestra demasiado grande sería una exageración. Una muestra demasiado grande no aumenta la precisión de la prueba de la pregunta en un grado que justifique el costo y trabajo de obtener una muestra de ese tamaño. Salkind (1998), también señala que cuanto mayor sea la muestra, mayor será el margen de error de muestreo presente.

Este autor, indica que la muestra es la representación de una fracción de la población que se va a tomar como referencia para luego generalizarla.

En conclusión, para determinar el tamaño de la muestra de esta investigación se considera la población de la ciudad de Guayaquil que según el último censo realizado en Ecuador, corresponde a 2.350.915 habitantes.

### 3.2.2. Cálculo de la muestra.

La fórmula para adquirir el tamaño de la muestra para la proporción poblacional es la citada a continuación:

$$Z^2 * p * q$$

$$n = \frac{\text{-----}}{E^2}$$

$$E^2$$

Donde:

**n**= tamaño de la muestra

**Z**= grado de confianza que se va a trabajar

**p**= probabilidad a favor

**q**= probabilidad en contra

**E**= error de estimación

Debido a que la propuesta toma lugar en la ciudad de Guayaquil, y esta es una ciudad con más de 500.000 habitantes, se aplica la fórmula para poblaciones infinitas. Por el hecho de que el enfoque de esta investigación es cualitativo, se adopta un nivel de confianza de 95% (Z) que es equivalente a 1,96.

Ya que no existen estudios previos en este tema, se considera que el universo es desconocido y por ello se designa el 50% de probabilidad a favor y el 50% de probabilidad en contra (p) (q), que son equivalentes a 0.5. El margen de error (E) puede ser hasta de 10%, pero a medida que se tome un valor mas alto, disminuye su validez, es por eso que se aplica un valor intermedio como 5% con la finalidad de adquirir una información confiable.

Se aplica la fórmula y se reemplaza los valores:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

El desarrollo de la fórmula para el cálculo de la muestra, arroja como resultado un total de 384 encuestas a ser realizadas. Estas encuestas se deberán efectuar a ciudadanos y turistas de Guayaquil.

### **3.3. Tipo de muestreo aplicar.**

Existen varios tipos de muestreo, pero en este caso particular de este proyecto se trabajará con el muestreo no probabilístico.

La segunda categoría principal de estrategias de muestreo, es el muestreo no probabilístico. Salkind (1998), indica que este tipo de muestreo comprende aquellas en las que se desconoce la probabilidad de escoger un solo individuo.

El muestreo por conveniencia se encuentra dentro del muestreo no probabilístico y su definición es justo lo que indica su nombre. Un entrenador de fútbol da a cada miembro de su equipo un cuestionario. El público, que es el equipo al que repartió el cuestionario, es cautivo y es una forma muy cómoda de generar una muestra. Es muy fácil pero no es aleatorio. Salkind (1998)



### **3.4. Técnicas para recolección de datos.**

#### **3.4.1. Fuentes de datos primarias**

Eyssautier de la Mora (2006), explica que las fuentes de datos primarias o fuentes primarias se refieren a aquellos portadores originales de la información que no han retransmitido o grabado en cualquier medio o soporte la información. Esta información de fuentes primarias la tiene la población misma. Para extraer los datos de esta fuente se utiliza el método de encuesta, de entrevista, experimental o por observación.

##### **3.4.1.1. Encuestas o cuestionarios**

Al cuestionario se le define como una hoja de cuestiones o de preguntas que se hacen o se proponen para averiguar la verdad de un tema. Se lo utiliza para entrevistar a la población o una parte de la misma que sea representativa del universo (Eyssautier de la Mora, 2006)

Las encuestas realizadas en este proyecto, tienen como objetivo determinar el interés de la población de Guayaquil por un espacio como el que se está proponiendo. Estas preguntas que están dirigidas a la comunidad guayaquileña también buscan conocer la frecuencia con la que se visita lugares similares al que se está proponiendo en esta investigación.

Las preguntas que se encuentran en este cuestionarios tendrán respuestas ya planteadas y que se deberán seleccionar por el entrevistado Algunas de estas preguntas son de tipo cerradas, en la que el encuestado solo escogerá una opción y otras preguntas serán de opción múltiple, en la que el encuestado podrá escoger más de una respuesta.

Las encuestas se realizaron entre estudiantes de la facultad de economía de la “Universidad Católica de Santiago de Guayaquil” y entre estudiantes de la FIEC de la “Escuela Politécnica del litoral”

### **3.4.1.2. Entrevistas**

Otro de los métodos a utilizar para obtener información primaria será la entrevista.

La entrevista se la realizará a Renato Cevallos, coordinador nacional de programa de capacitación turística del Ministerio de turismo del Ecuador y a un empleado del Ministerio de cultura de Ecuador y ayudante del director del museo “Nahím Isaías”, el señor Danilo Vaca.

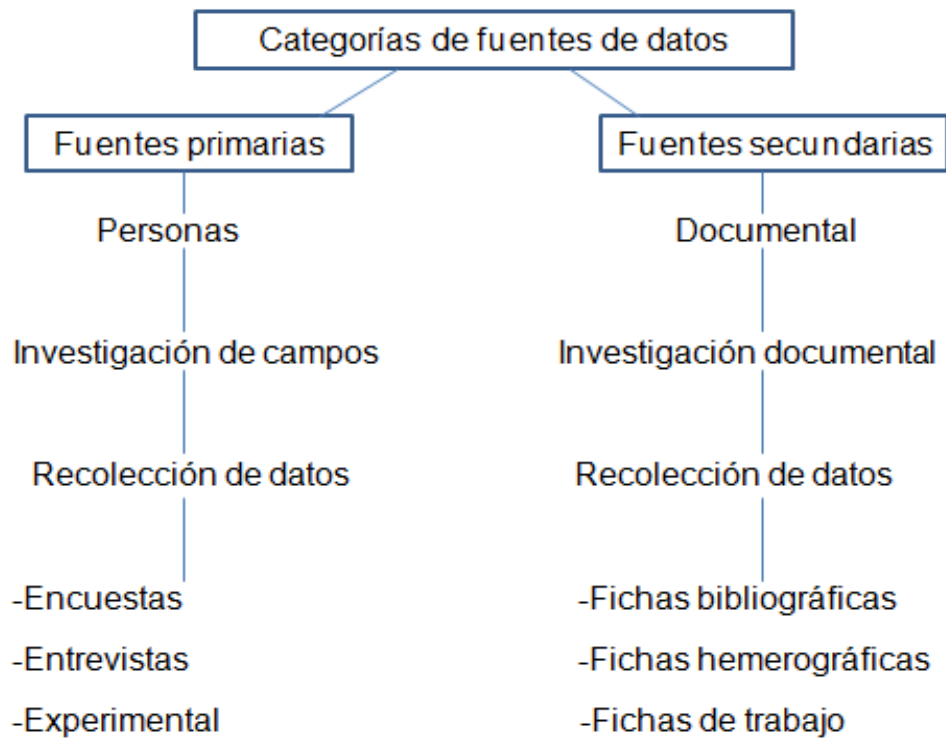
La entrevista busca obtener un panorama general de cuál sería la aceptación de un museo de este tipo en una ciudad como Guayaquil y quien mejor que el director de turismo de la ciudad para proporcionar esa información.

### **3.4.2. Fuentes de datos secundarias**

Como indica Eyssautier de la Mora (2006), las fuentes secundarias se refieren a todos aquellos portadores de datos e información que han sido previamente retransmitidos o grabados en cualquier soporte y que utilizan el medio que sea.

En el siguiente mapa conceptual se expone los niveles de información:

**Gráfico 19. Categorías de fuentes de datos**



Fuente: Metodología de la investigación: desarrollo de la inteligencia (2006)

### **3.3. Técnicas de análisis de datos.**

Una vez que se haya recaudado los datos, se debe analizar la información o los datos obtenidos en el estudio. Se pueden hacer dos tipos de análisis: cualitativo o cuantitativo. La primera parte del análisis consistirá en identificar cuales datos son cuantitativos y cuales son cualitativos.

Dentro de la metodología cualitativa se encuentra la etnografía, estudio de casos y la investigación acción. Una característica de los análisis cualitativos es que dado las técnicas que se emplean el análisis no es un proceso estandarizado, por lo tanto las conclusiones pueden ser replicables, pero las operaciones para obtenerlos no lo son. "En estos estudios, a diferencia de los estudios cuantitativos se busca recaudar información sobre las peculiaridades de los sujetos estudiados. Así que su manera de trabajar es en no estructurar el modo en que se recoge los datos, independientemente de la técnica que se haya empleado". **(León y Montero, 2003)**.

Después de la clasificación de los datos, se tiene que realizar una tabulación de los datos cuantitativos, que serán expuestos mediante gráficos y tablas.

### **3.4. Tabulación y análisis de las encuestas.**

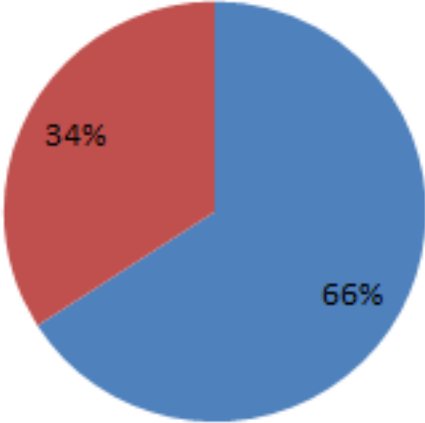
Tabulación de las encuestas a 384 personas. Las encuestas fueron digitalizadas y graficadas en forma de torta en la aplicación Microsoft Excel.

3.4.1. Pregunta 1.

Gráfico 20. Pastel pregunta 1

# Pregunta 1: ¿Dónde nació?

■ Guayaquil ■ Otra ciudad ■



Elaboración propia.

#### **3.4.1.1. Análisis:**

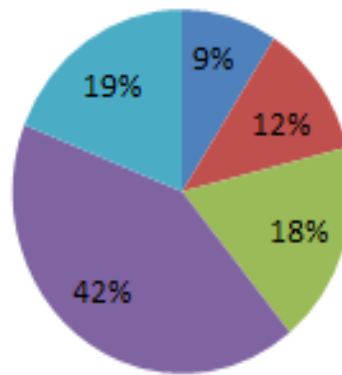
La primera pregunta se realizó para conocer cuántos de los encuestados provienen de la ciudad de Guayaquil. Lo cual queda demostrado en el gráfico, en donde se indica que el 66% de los entrevistados nacieron en la ciudad de Guayaquil, mientras que el 34% provienen de otras ciudades. Este, no es un resultado sorpresivo ya que de acuerdo al INEC (2011), Guayaquil es la ciudad en el Ecuador con más desplazados.

### 3.4.2. Pregunta 2

*Gráfico 21. Pastel pregunta 2*

## **Pregunta 2: ¿Qué clase de turismo realiza en Guayaquil?**

■ Cultural ■ Deportivo ■ Religioso ■ De recreación ■ Otro



Elaboración propia.

### **3.4.2.1. Análisis:**

La segunda pregunta se realiza con la finalidad de conocer qué tipo de turismo es el que se realiza con más frecuencia en el puerto principal de Ecuador.

El turismo de recreación es el turismo predominante entre los habitantes de Guayaquil con un 42% de los encuestados. Este, es un tipo de turismo en el que encierra salir a discotecas, realizar compras y visitar parques.

Le sigue la categoría de “otros” con 19%. Muchos de los encuestados mencionaron entre los otros tipos de turismo el turismo de salud y turismo de diversión.

Muy de cerca se encuentra el turismo religioso, con 18%. Algo no muy sorprendente ya que Guayaquil es una ciudad con muchos feligreses.

El turismo deportivo ocupa el cuarto lugar, y es que mucha gente realiza los actuales 5 kilómetros que se realizan al menos una vez al mes. Así mismo, muchos habitantes de Guayaquil participan en triatlones y maratones.

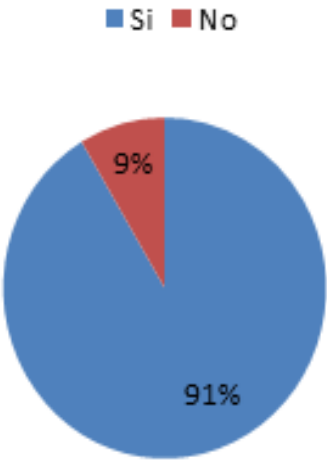
El último puesto lo ocupa el turismo cultural con el 9% de los entrevistados. El turismo cultural es aquel que tiene motivación el conocer más sobre las costumbres de un pueblo o comunidad.



3.4.3. Pregunta 3

Gráfico 22. Pastel pregunta 3

**Pregunta 3: ¿Ha visitado algún museo en la ciudad de Guayaquil?**



Elaboración propia

#### **3.4.3.1. Análisis:**

La tercera pregunta se la realiza con el objetivo de conocer cuántas personas han visitado un museo.

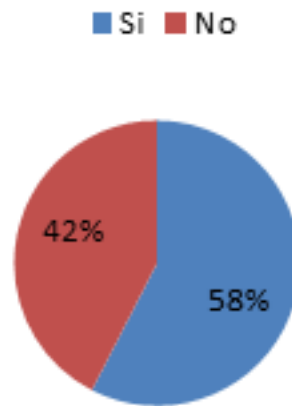
El 91% de los entrevistados contestó que sí han asistido al menos en una ocasión a un museo. Una estadística predecible ya que las escuelas y colegios realizan paseos anuales a museos.

La cifra de los que no han ido a un museo es muy baja, con un 9% de los entrevistados. Hay que recordar que muchos de los encuestados son de ciudades pequeñas en las que no existen museos y es por eso que no han asistido a uno.

#### 3.4.4. Pregunta 4

*Gráfico 23 Pastel pregunta 4*

### **Pregunta 4: ¿Tiene conocimiento de las costumbres de antaño de Guayaquil?**



Elaboración propia.

#### **3.4.4.1. Análisis:**

La cuarta pregunta se la realiza para conocer cuántas personas conocen sobre las costumbres de antaño de la ciudad más poblada del Ecuador.

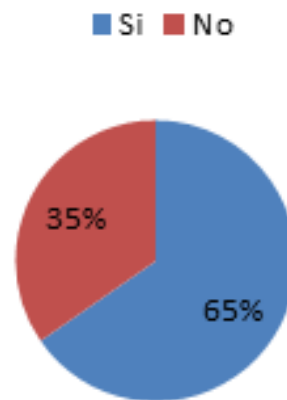
Es así que se demuestra que más de la mitad de los encuestados, o sea, un 58% tiene conocimiento de las mismas.

Mientras que un 42% de los entrevistados no saben de ella. La entrevista ha sido realizada a estudiantes de universidades, que tienen un rango de edad de 18 a 26 años, el resultado de la encuesta no es inesperado, ya que muchos jóvenes y adultos de esta edad no tienen conocimiento de las costumbres de Guayaquil antiguo.

### 3.4.5. Pregunta 5

*Gráfico 24 Pastel pregunta 5*

**Pregunta 5: ¿Cree usted que las costumbres forman parte de la identidad cultural Guayaquileña?**



Elaboración propia.

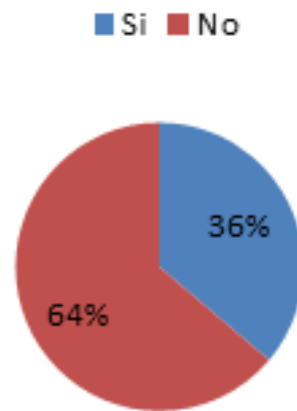
#### **3.4.5.1. Análisis:**

La mayoría de los encuestados piensa que de hecho, las costumbres forman parte de la identidad cultural guayaquileña. Un 65% de los entrevistados concuerdan que hábitos de la comunidad son parte de la identidad cultural guayaquileña. Un 35% piensa lo contrario.

### 3.4.6. Pregunta 6

*Gráfico 25 Pastel pregunta 6*

## Pregunta 6: ¿Conoce el concepto de “museo costumbrista”?



Elaboración propia.

#### **3.4.6.1. Análisis:**

Se realiza esta pregunta para saber si los entrevistados están familiarizados con el concepto de un museo costumbrista ya que sobre este concepto se realizará este estudio de factibilidad.

Un museo costumbrista es en el que se pretende rescatar los hábitos y cultural ancestral de una comunidad y el 64% de los encuestados desconoce sobre el tema.

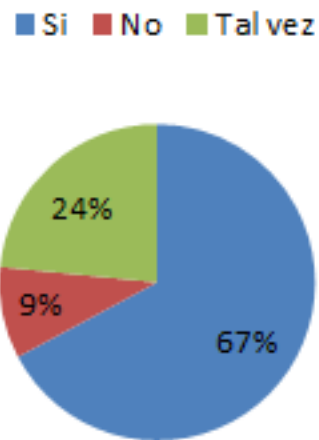
El 36% de los entrevistados, conoce sobre el concepto. La encuesta se la realizó en Guayaquil, una ciudad que no posee este tipo de museo y 36% es una cifra realmente alta para ser una ciudad en la que no existe un museo de este tipo.



### 3.4.7. Pregunta 7.

*Gráfico 26 Pastel pregunta 7*

**Pregunta 7: Si existiera un museo de costumbres guayaquileñas, ¿Usted lo visitaría?**



Elaboración propia.

#### **3.4.7.1. Análisis:**

La séptima pregunta se la incluyó en la encuesta con la finalidad de conocer cuántos de los entrevistados visitarían el museo propuesto en esta investigación si se creara.

La mayoría de los entrevistados contestaron que si estarían dispuestos a asistir a un museo de este tipo. Esta es una grata y alentadora estadística ya que demuestra que un 67% asistiría al museo propuesto en esta tesis.

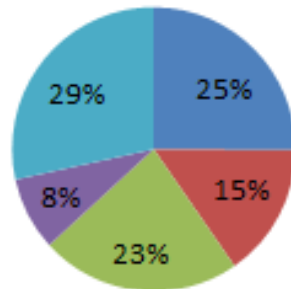
Tan solo un 9% de los entrevistados dijo que no visitarían un museo de estas características si se creara. Mientras que un 24% está indeciso. Algo que es positivo ya que este porcentaje de indecisos se lo puede transformar a asistentes una vez que el museo este en marcha.

### 3.4.8. Pregunta 8

*Gráfico 27 Pastel pregunta 8*

## Pregunta 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por entrar a un museo?

■ - \$1,00 ■ - \$2,00 ■ - \$3,00 ■ - \$4,00 ■ - Nada



Elaboración propia.

#### **3.4.8.1. Análisis:**

La octava pregunta se la incluye en el cuestionario para saber qué cantidad de dinero, los asistentes, estarían dispuestos a pagar por su visita a un museo.

Un 29% opina que la entrada a un museo debería ser gratuita. Es una posibilidad, si se consigue varios tipos de auspiciantes y la colaboración de las autoridades guayaquileñas.

El 25% pagaría \$1,00 por entrar, el 23% pagaría \$3,00 y el 15% podría cancelar hasta \$2,00. Una cifra más aislada es la de \$4 ya que solo 9% de los entrevistados estaría a pagar este valor.

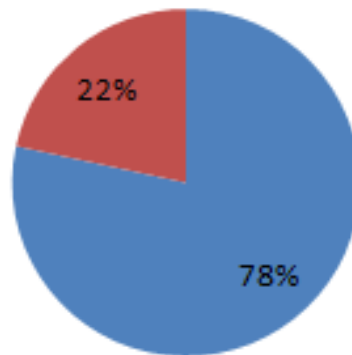
Se concluye que la entrada al museo oscilaría de \$1 a \$3 y sería bien recibida entre los asistentes.

### 3.4.9. Pregunta 9

*Gráfico 28 Pastel pregunta 9*

## **Pregunta 9: Cuando asiste a un museo, prefiere:**

■ Tener un guía durante el recorrido   ■ Hacer el recorrido por si solo



Elaboración propia

#### **3.4.9.1. Análisis:**

Cuando se asiste a un museo, muchos prefieren hacer el recorrido por si solos, mientras que otros están más cómodos si son guiados y se les explica sobre los atractivos durante el recorrido. Se realiza esta pregunta con la finalidad de saber si en el museo costumbrista de esta propuesta los tours serán guiados o el visitante recorrerá las instalaciones por si solo.

La mayoría, es decir, 78% de las personas que realizaron esta encuesta, dicen que prefieren tener un guía durante el recorrido. El museo contaría con guías especializados y bien instruidos que puedan resolver las dudas del visitante.

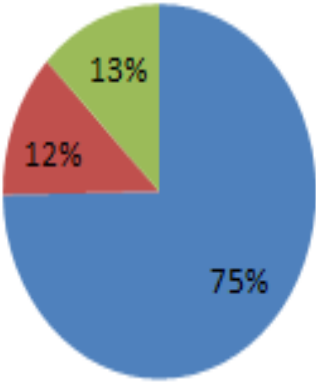
El 22% de los encuestados prefiere hacer el recorrido por si solos. El museo podría contar con la opción de hacer el recorrido guiado por un empleado o hacerlo por sí solo. De ambas maneras el visitante se instruirá, ya que toda atracción estará debidamente descrita.

3.4.10. Pregunta 10

Gráfico 29 Pastel pregunta 10

**Pregunta 10: La idea de poder degustar comida tradicional después del tour de un museo le parece:**

■ Muy interesante   ■ Poco llamativa   ■ Indiferente



Elaboración propia.

#### **3.4.10.1. Análisis:**

La mayoría de los individuos que realizaron esta encuesta, les parece llamativa la idea de que al terminar el recorrido, se pueda degustar comida tradicional. Esta estadística refleja que la idea de poner un restaurante dentro del museo es muy factible.

Tan solo al 13% no le llama la atención esta idea, y a el 12% le es indiferente



### **3.5 Presentación y análisis de los resultados de las entrevistas realizadas.**

#### **3.5.1. Transcripción de la entrevista dirigida a autoridad del sector turístico.**

Entrevistado: Renato Cevallos B.

Cargo: Coordinador nacional de programa de capacitación turística del Ministerio de turismo del Ecuador.

##### **1. ¿Qué es para usted el turismo cultural?**

“Es una modalidad de turismo sostenible cuya principal motivación se centra en el aprovechamiento del patrimonio cultural de una localidad o zona para que la experiencia del visitante sea adecuada en relación al servicio, la calidad de información y la calidad del lugar. Es importante comprender que el patrimonio cultural abarca muchos temas como lo arqueológico, lo religioso, lo artístico, las expresiones materiales e inmateriales, los monumentos, entre otros.”

##### **2. ¿Cree usted que el turismo cultural se puede explotar en la ciudad de Guayaquil? ¿Por qué?**

“Sí porque Guayaquil posee una historia interesante y refleja todo el bagaje cultural de la ciudad desde la época indígena hasta la época republicana con Nebot; lo cual se evidencia concretamente en varios elementos materiales e inmateriales que siguen presentes en la ciudad. Este potencial permite que se desarrolle e implemente nuevas alternativas de actividades culturales aprovechando las manifestaciones que brinda la ciudad respecto al patrimonio tangible e intangible.”

**3. ¿Qué opina de la creación de un museo costumbrista en la ciudad de Guayaquil?**

“Considero que puede ser una alternativa didáctica relevante para la ciudad, sobre todo si se plantean medios interactivos que permitan al visitante vivir una experiencia diferente, como ser parte de la cultura de Guayaquil. Podría ser una de las experiencias pioneras de museos en el Ecuador siempre y cuando se proponga un manejo de las TIC mezclado con lo tradicional de la cultura guayaquileña.”

**4. ¿Cuál cree que sería la ubicación ideal para la creación de este museo?**

“Como alternativas deberían ser sitios de visitación interesantes, como por ejemplo: Malecón del Salado, Parque Seminario, Parque Centenario, tal vez en el Cerro Santa Ana o en el Parque Histórico de Guayaquil.

Sugiero que no sea en el Malecón 2000 porque ya existen opciones de visita, y sería recomendable en otros sitios.”

**5. Con sus años de experiencia en el ámbito turístico, ¿Cree usted que un proyecto de este tipo tendría éxito en la comunidad guayaquileña?**

“Sí sobre todo si el mensaje es construido de forma estratégica y contiene aspectos de la historia, cultura y humor, que permita a los visitantes disfrutar el recorrido. No debe ser muy típico el museo ni tampoco muy largo porque va a cansar a la audiencia. El mensaje debe ser construido para la audiencia guayaquileña y también para otros visitantes del país o del mundo.

Considero que se requiere un buen manejo publicitario a través de redes sociales y medios TICS que impacten a la comunidad guayaquileña. Depende

mucho el target que se desea atender o captar, de allí partirán las opciones de canales y mejores iniciativas para su ejecución.”

### **3.5.2. Transcripción de la entrevista dirigida a autoridad del museo Nahím Isaías**

Entrevistado: Danilo Vaca

Cargo: Ayudante del Director del museo Nahím Isaías

Empleado del Ministerio de cultura de Ecuador

#### **1. ¿Qué es para usted el turismo cultural?**

“Es una modalidad de turismo que se enfoca en que los visitantes tanto nativos como extranjeros conozcan sobre la cultura que se posee en la región que visitan. Es un nuevo tipo de turismo que ha resultado muy productivo en diferentes zonas de todo el mundo.”

#### **2. ¿Cree usted que el turismo cultural se puede explotar en la ciudad de Guayaquil? ¿Por qué?**

“Sin duda que sí, debido a que Guayaquil tiene mucha historia y gracias al Ministerio de turismo, al Ministerio de cultura y a la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil existen varios atractivos con adecuada infraestructura para ser explotada.”

#### **3. ¿Qué opina de la creación de un museo costumbrista en la ciudad de Guayaquil?**

“Me parece que este tipo de museo sería muy beneficioso, no solamente para el mismo proyecto, sino también para la comunidad guayaquileña. A mí me llama mucho la atención aprender más sobre las costumbres que tenían mis antepasados y como surgieron. Me gustaría conocer más sobre los amorfinos, los rodeos.”

Yo tuve el gusto de trabajar en el parque histórico de Guayaquil, y ese es un lugar en el que se puede encontrar “La casa montubia” y “La casa hacienda” que son lugares regenerados que para mí tratan de recuperar la cultura de nuestros antepasados.”

**4. ¿Cuál cree que sería la ubicación ideal para la creación de este museo?**

“No debería ser un lugar muy apartado. Debería ser en el centro ya que así se lo puede incluir en los recorridos de museos. Así mismo deberá estar ubicado en donde haya fácil vía de acceso. El costo de entrada no deberá ser muy elevado ya que se debería pretender la visita masiva del mismo.”

**5. ¿Cree usted que un proyecto de este tipo tendría éxito en la comunidad guayaquileña?**

“Llevo un buen tiempo en el Ministerio de cultura, y esto me ha demostrado que muchos ciudadanos guayaquileños y visitantes extranjeros, demandan la creación de más museos. Pretenden conocer más sobre esta cultura. Lo que más demandan son museos arqueológicos y contemporáneos pero estoy seguro que de existir un museo costumbrista, tendría una gran asistencia de público.”

### **3.5.3. Análisis de las entrevistas realizadas.**

El turismo cultural es una nueva modalidad de turismo. Es así que se llega a la conclusión, después de haber realizado dos entrevistas, que el turismo cultural busca dar a conocer a sus demandantes, sobre el patrimonio cultural de una zona o comunidad determinada.

Guayaquil es la ciudad idónea para establecer este tipo de museo, debido a que es dueña de una interesante y extensa historia que contar. La historia de Guayaquil es muy entretenida y digna de resaltar ya que es la que forja la cultura y costumbres que hoy en día se encuentran en sus habitantes.

La creación de un museo costumbrista en la ciudad de Guayaquil sería un gran aporte para el turismo de la urbe. Por otro lado, un museo de este tipo también sería beneficioso para la comunidad guayaquileña, ya que este, le permitirá ponerse en contacto con sus raíces y así fortalecería el amor por la ciudad.

De acuerdo a los entrevistados, la ubicación del museo podría ser en cualquiera de los lugares turísticos de Guayaquil, tales como el malecón del salado, el parque seminario y el malecón 2000.

Esta tesis propone un proyecto que sería exitoso de llevarse a cabo siempre y cuando la logística del mismo vaya de acuerdo con el comportamiento de los visitantes. Es decir, que el museo no sea solo un recorrido cultural, ya que muchos lo considerarían poco interesante, sino más bien incluir algo de humor y entretenimiento junto con la historia.

## **CAPÍTULO VI**

### **4. Análisis externo**

#### ***4.1. Análisis general de Ecuador.***

##### **4.1.1. Político:**

Ecuador es un estado constitucional, republicano y descentralizado. La función ejecutiva está bajo el mando del presidente electo Rafael Correa Delgado, acompañado de su actual vicepresidente, Jorge Glas. Ambos han sido elegidos para gobernar por un periodo de cuatro años y están buscando que se apruebe la reelección indefinida. De lo contrario, este sería el último periodo como gobernante para el economista Rafael Correa Delgado.

De acuerdo al “Plan del Buen Vivir” de Ecuador, se debe Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular.

### Gráfico 30 Buen vivir



#### Objetivo 1

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

**Tabla 5. Político.**

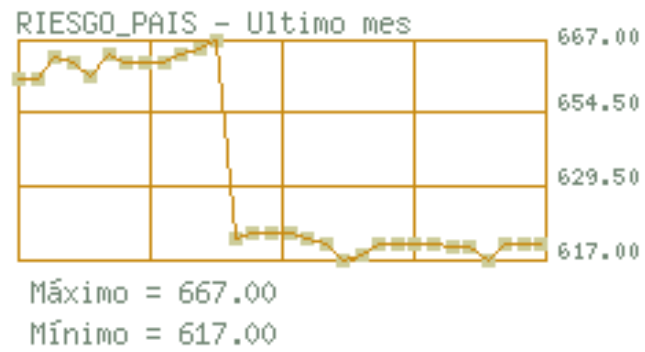
META	INDICADOR
1.1. Alcanzar el 100% de entidades operativas desconcentradas, creadas a nivel distrital	Entidades operativas desconcentradas creadas a nivel distrital
1.2. Alcanzar el 100% de distritos con al menos una intervención intersectorial	Porcentaje de distritos con al menos una intervención intersectorial (social y seguridad)
1.3. Alcanzar el 50% de los GADs que cumplan al menos un programa de fortalecimiento institucional	Gobiernos autónomos descentralizados beneficiarios de programas de fortalecimiento insitucional
1.4. Alcanzar el 100% de las instancias estatales de decisión pública descorporativizadas	Primacía del interés común en instancias estatales de decisión pública
1.5. Aumentar el índice de capacidad institucional regulatoria a 7 puntos	Índice de capacidad institucional regulatoria
1.6. Alcanzar el 14% de ocupados afro ecuatorianos, indígenas y montubios en el sector público	Porcentaje de ocupados en el sector público afro ecuatorianos, indígenas y montubios
1.7. Aumentar el índice de percepción de la calidad de lo servicios públicos a 8 puntos	Índice de percepción de la calidad de los servicios públicos en general
1.8. Alcanzar el 100% de los Consejos Ciudadanos Sectoriales (CCS) conformados	Porcentaje Consejos Ciudadanos Sectoriales (CCS) conformados

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>



## RIESGO PAÍS EN ECUADOR HASTA AGOSTO 2013

**Gráfico 31 Riesgo país**



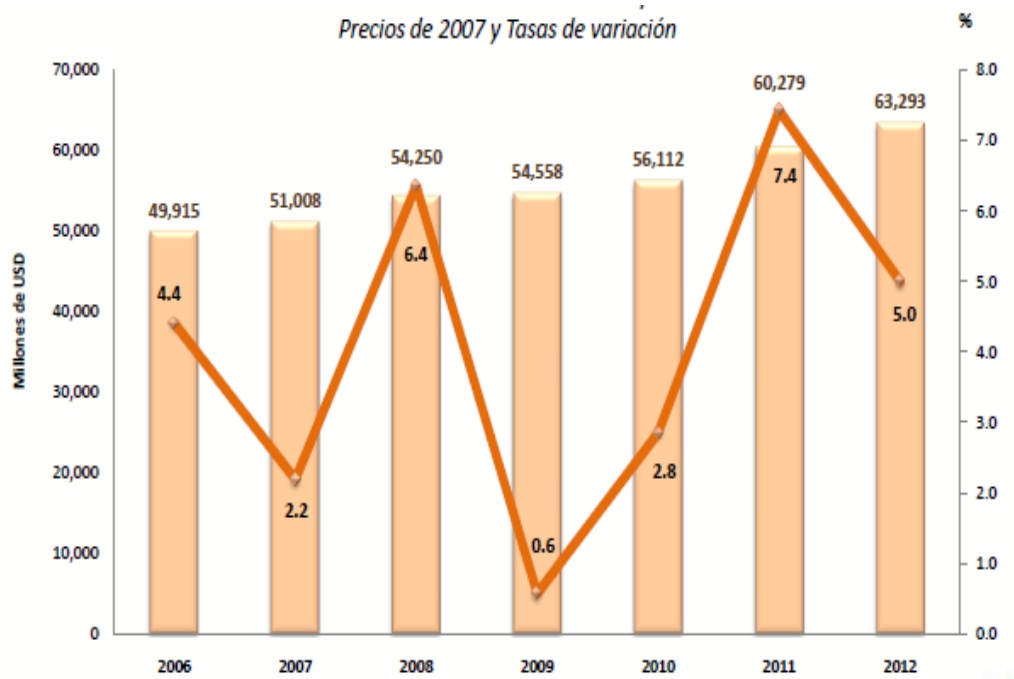
Fuente: Banco Central del Ecuador.

#### 4.1.2. Económico:

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador, en el año 2012 el PIB se ubicó en 63,293 millones de US dólares constantes y su crecimiento, con relación al año 2011, fue de 5.0%.

**Gráfico 32 PIB**

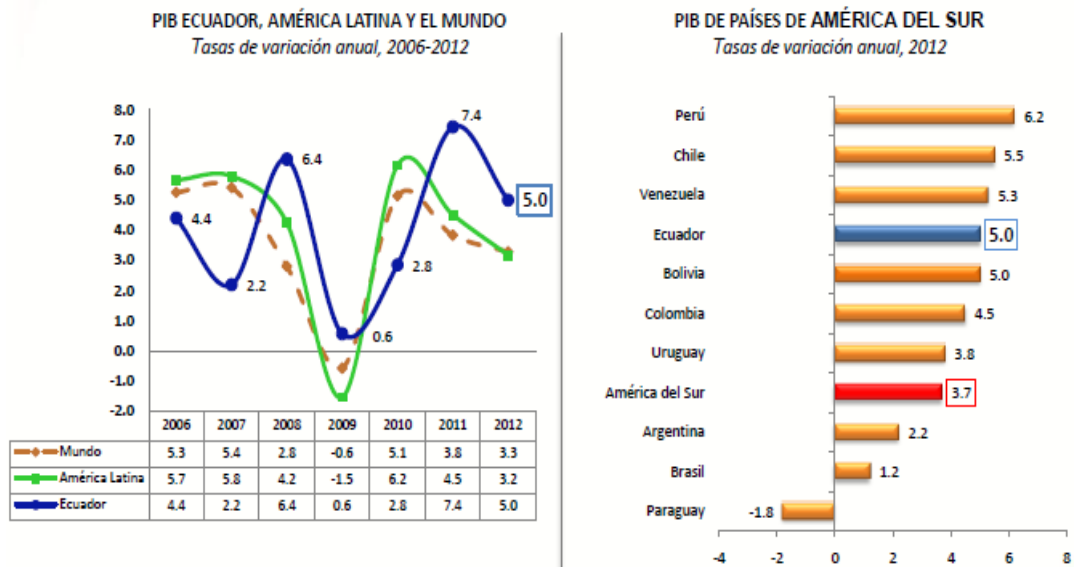
#### PRODUCTO INTERNO BRUTO, PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

De acuerdo al Banco central del Ecuador, Ecuador tuvo un muy buen desempeño y está en el grupo de países de mayor crecimiento de América del Sur (3.7%), registrando una tasa de 5.0%

**Gráfico 32 crecimiento América del sur**



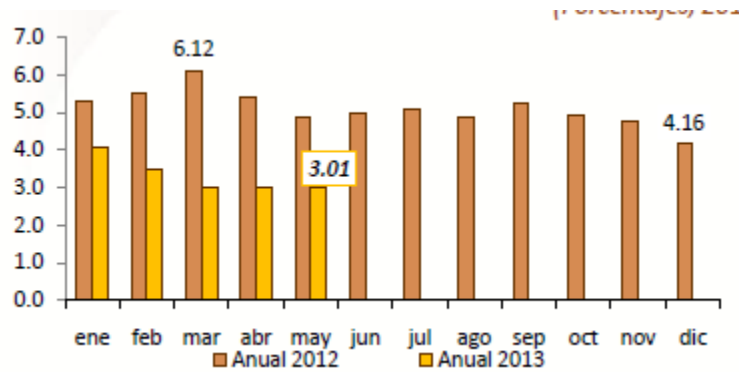
Fuente: Banco Central del Ecuador



## INFLACIÓN ANUAL DEL IPC Y POR DIVISIONES DE CONSUMO

Según el Banco Central del Ecuador la inflación anual del IPC de mayo 2013, se ubicó en 3.01%, porcentaje similar al de los 2 meses inmediatamente anteriores.

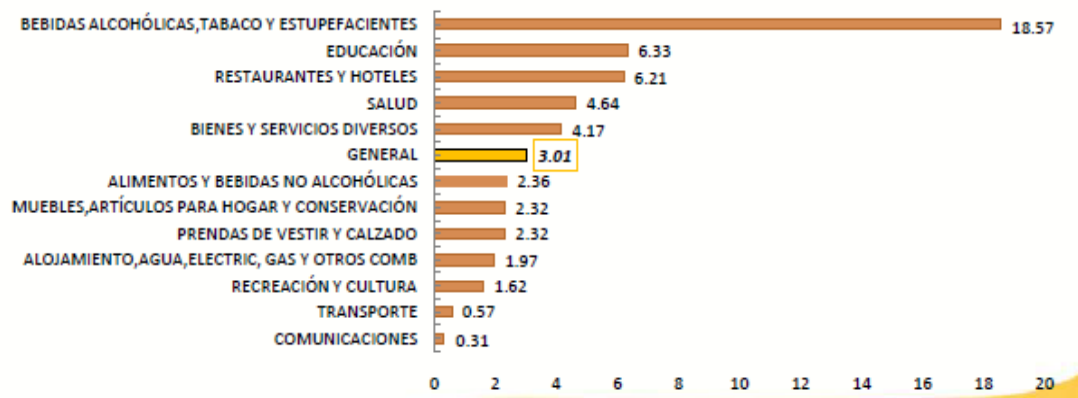
**Gráfico 34 INFLACIÓN ANUAL DEL IPC Y POR DIVISIONES DE CONSUMO**



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Por divisiones de consumo 5 agrupaciones se ubicaron por sobre el promedio general, destacando el mayor porcentaje de Bebidas Alcohólicas, Tabaco y Estupefacientes.

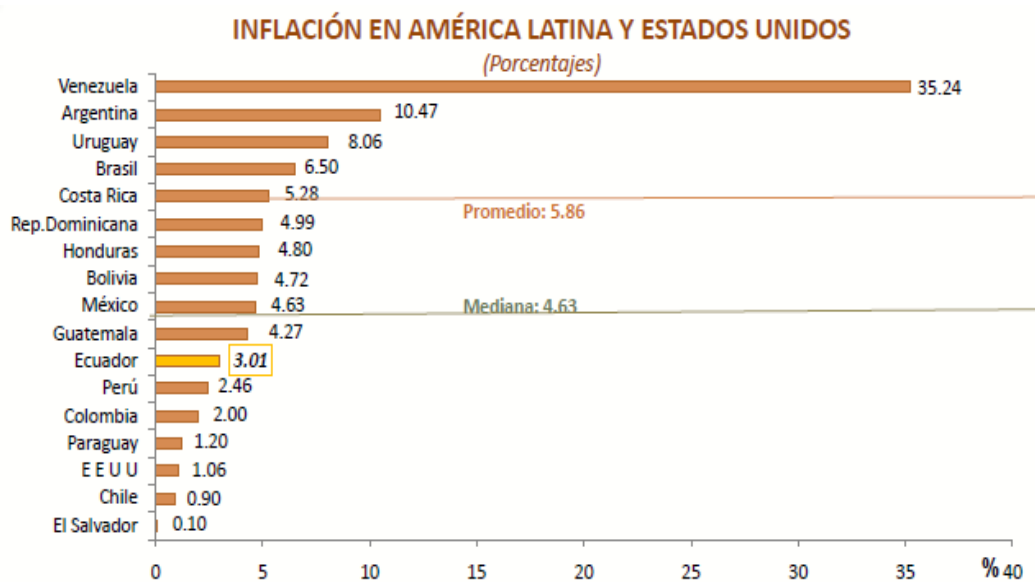
**Gráfico 35 Productos de mayor ingreso**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Según el Banco Central del Ecuador, La inflación en Mayo del 2013 de un grupo de 17 países analizados, en su mayoría de Latinoamérica, Ecuador se ubica por debajo de la mediana y del promedio.

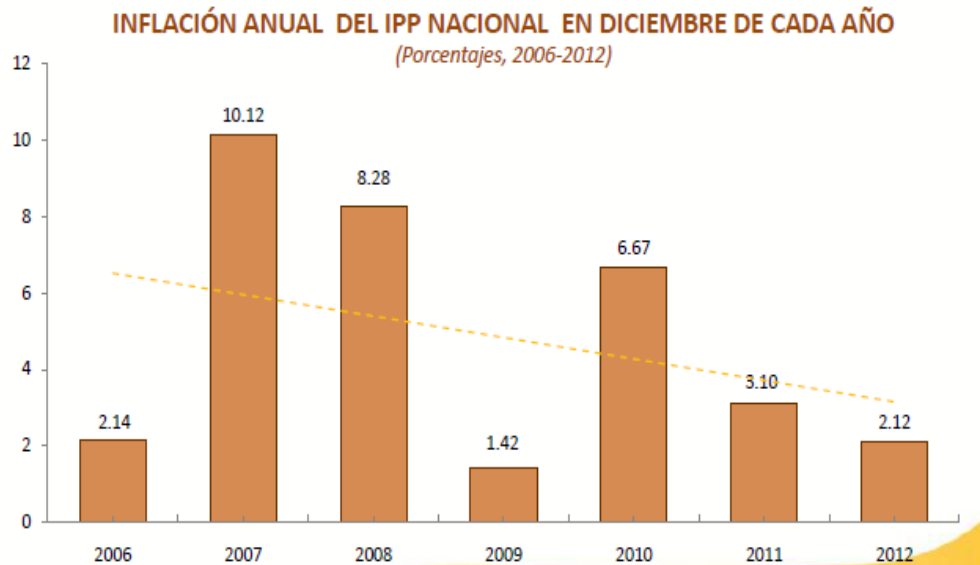
**Gráfico 36. Inflación en América latina y Estados Unidos**



Fuente: Bancos Centrales y estudios de estadísticas de cada país analizado.

Según el Banco Central del Ecuador a partir del año 2007 el Índice de Precios al Productor (IPP) muestra una leve tendencia a la baja. Los años 2007 y 2008 son los años de mayor porcentaje debido en gran parte a fenómenos económicos internacionales. El comportamiento general de la inflación depende de ciertos productos como: los *alimenticios*, *las bebidas*, *el tabaco*, *los textiles*, *las prendas de vestir* y del sector de la *Agricultura*, *silvicultura* y *pesca* que en su conjunto aportan cerca del 50% de la canasta del IPP.

**Gráfico 37. Inflación anual del IPP Nacional en diciembre de cada año**



Fuente: Banco central del Ecuador.



#### **4.1.3. Socioculturales:**

De acuerdo al “Plan del Buen Vivir” se debe Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.

### Gráfico 38. Buen vivir



### Objetivo 2

Tabla 6. Sociocultural.

META	INDICADOR
2.1. Reducir la incidencia de la pobreza por ingresos al 20%, y erradicar la extrema pobreza	Incidencia de extrema pobreza por ingreso
2.1. Reducir la incidencia de la pobreza por ingresos al 20%, y erradicar la extrema pobreza	Incidencia de pobreza por ingreso
2.2. Reducir el coeficiente de Gini a 0,44	Coeficiente de Gini
2.3. Reducir la relación entre el 10% más rico y el 10% más pobre a 20 veces	Relación entre el 10% más rico vs el 10% más pobre
2.4. Universalizar la tasa neta de asistencia a educación básica media y básica superior	Tasa neta de asistencia a educación básica media (9-11 años)
2.4. Universalizar la tasa neta de asistencia a educación básica media y básica superior	Tasa neta de asistencia a educación básica superior (12-14 años)
2.5. Alcanzar una tasa neta de asistencia a bachillerato del 80%	Tasa neta de asistencia a bachillerato
2.6. Universalizar la cobertura de programas de primera infancia para niños/as menores de 5 años en situación de pobreza y alcanzar el 65% a nivel nacional	Niños/as menores de cinco años que participan en programas de primera infancia públicos y privados (nacional)
2.6. Universalizar la cobertura de programas de primera infancia para niños/as menores de 5 años en situación de pobreza y alcanzar el 65% a nivel nacional	Niños/as menores de cinco años que participan en programas de primera infancia públicos y privados (situación de pobreza)
2.7. Reducir el analfabetismo en la población indígena y montubia entre 15 y 49 años al 4%	Analfabetismo de 15 a 49 años (indígena)
2.7. Reducir el analfabetismo en la población indígena y montubia entre 15 y 49 años al 4%	Analfabetismo de 15 a 49 años (montubio)

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

Otro de los objetivos del “Plan del Buen vivir” ligado a los aspectos socioculturales es Mejorar la calidad de vida de la población.

### Gráfico 39. Buen vivir



### Objetivo 3

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

**Tabla 7. Sociocultural**

META	INDICADOR
3.1. Reducir la mortalidad materna en 29%	Razón de mortalidad materna (por 100.000 nacidos vivos)
3.2. Reducir la tasa de mortalidad infantil en 41%	Tasa de mortalidad infantil (por 1.000 nacidos vivos)
3.3. Erradicar la desnutrición crónica en niños/as menores de 2 años	Prevalencia de la desnutrición crónica en niños/as menores de dos años
3.4. Revertir la tendencia de la incidencia de obesidad y sobrepeso en niños/as de 5 a 11 años y alcanzar el 26%	Incidencia de obesidad y sobrepeso en niños/as de 5 a 11 años
3.5. Reducir la mortalidad por dengue grave al 2%	Mortalidad por dengue grave o hemorrágico
3.6. Aumentar al 64% la prevalencia de la lactancia materna exclusiva en los primeros 6 meses de vida	Prevalencia de lactancia materna exclusiva en los primeros 6 meses de vida
3.7. Eliminar las infecciones por VIH en recién nacidos	Porcentaje de recién nacidos con VIH
3.8. Reducir el porcentaje de hogares que viven en hacinamiento al 7% a nivel nacional y rural al 8%	Hogares que viven en hacinamiento (nacional)
3.8. Reducir el porcentaje de hogares que viven en hacinamiento al 7% a nivel nacional y rural al 8%	Hogares que viven en hacinamiento (rural)
3.9. Reducir el déficit habitacional cuantitativo nacional a 9% y el rural en 5 puntos porcentuales	Déficit habitacional cuantitativo de vivienda (rural)
3.9. Reducir el déficit habitacional cuantitativo nacional a 9% y el rural en 5 puntos porcentuales	Déficit habitacional cuantitativo de la vivienda (nacional)

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

Según el “Plan del Buen vivir” se debe Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

**Gráfico 40. Buen vivir**



**Objetivo 9**

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

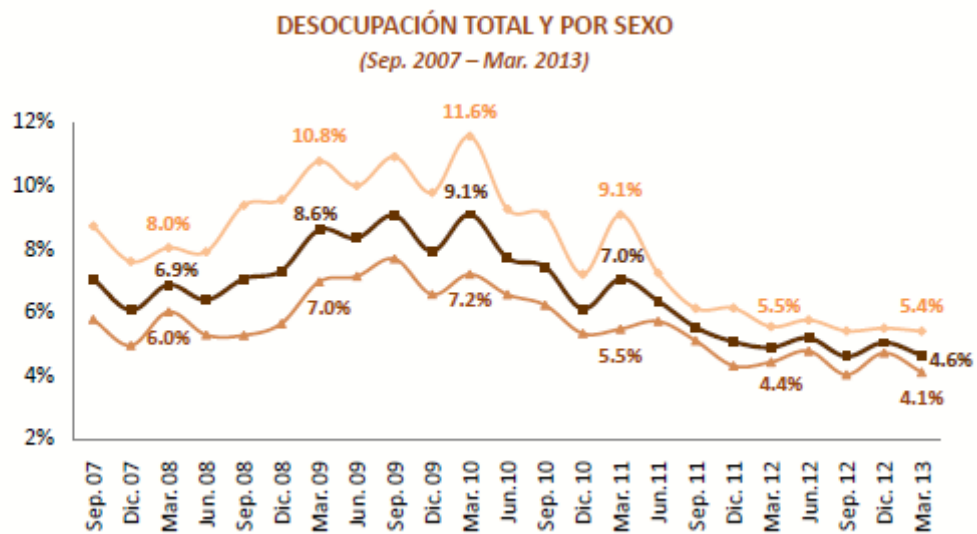
**Tabla 8. Sociocultural**

META	INDICADOR
9.1. Alcanzar el 55% de la PEA con ocupación plena	Tasa de ocupación plena (15 y más años)
9.2. Disminuir el subempleo de la PEA al 40%	Tasa de subempleo (15 y más años)
9.3. Reducir el desempleo juvenil en 15%	Tasa de desempleo juvenil (18 a 29 años)
9.4. Reducir la informalidad laboral al 42%	Tasa de ocupación en el sector informal (15 y más años)
9.5. Erradicar el trabajo infantil de 5 a 14 años	Trabajo infantil (5 a 14 años)
9.6. Alcanzar el 21% de trabajadores capacitados	Porcentaje de ocupados que reciben capacitación
9.7. Aumentar la PEA afiliada a la seguridad social contributiva al 60%, y a nivel rural al 50%	Porcentaje de personas (15 años o más) afiliadas a la seguridad social contributiva (IESS, ISSFA, ISSPOL) a nivel rural
9.7. Aumentar la PEA afiliada a la seguridad social contributiva al 60%, y a nivel rural al 50%	Porcentaje de personas (15 años y más) afiliadas a la seguridad social contributiva IESS-Seguro Campesino, ISSFA, ISSPOL a nivel rural
9.8. Aumentar en 10 puntos el porcentaje de hogares que cubren la canasta básica	Hogares con ingresos superiores a la canasta básica familiar

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

Según el Banco Central del Ecuador la tasa de desocupación total en el mes de marzo del 2013 fue de 4.6%. Por sexo el 5.4 % de las mujeres que conformaron la PEA se encontraron desocupadas, mientras que la desocupación de los hombres se ubicó en 4.1%. Las dos tasas con respecto a la PEA de su respectivo género.

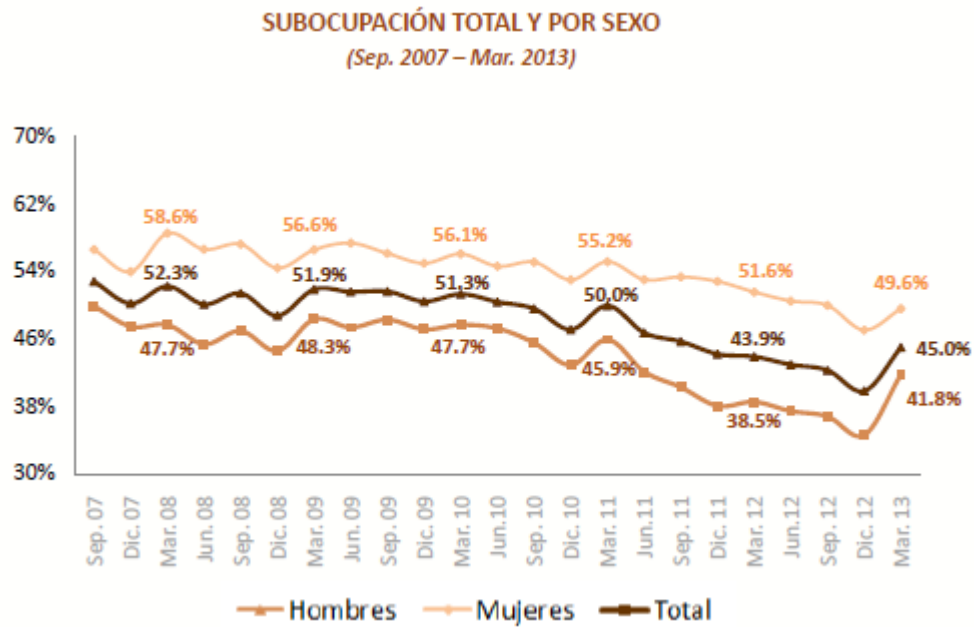
**Gráfico 41. Desocupación total y por sexo**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Según el Banco central del Ecuador La *tasa de subocupación total* en marzo de 2013 (45.0%) superó en 1.1 puntos porcentuales a la tasa observada en marzo del 2012. Por sexo, el 49.6% de la PEA de las mujeres se encontraba subocupada, en tanto que la tasa de subocupación en los hombres fue 41.8%.

**Gráfico 42. Subocupación total y por sexo.**



Fuente: Banco Central del Ecuador

El Banco Central del Ecuador, a través de un cuadro muestra los indicadores de mercado laboral.

## RESUMEN NACIONAL URBANO DE LOS INDICADORES DE MERCADO LABORAL

**Tabla 9. Clasificación de la población**

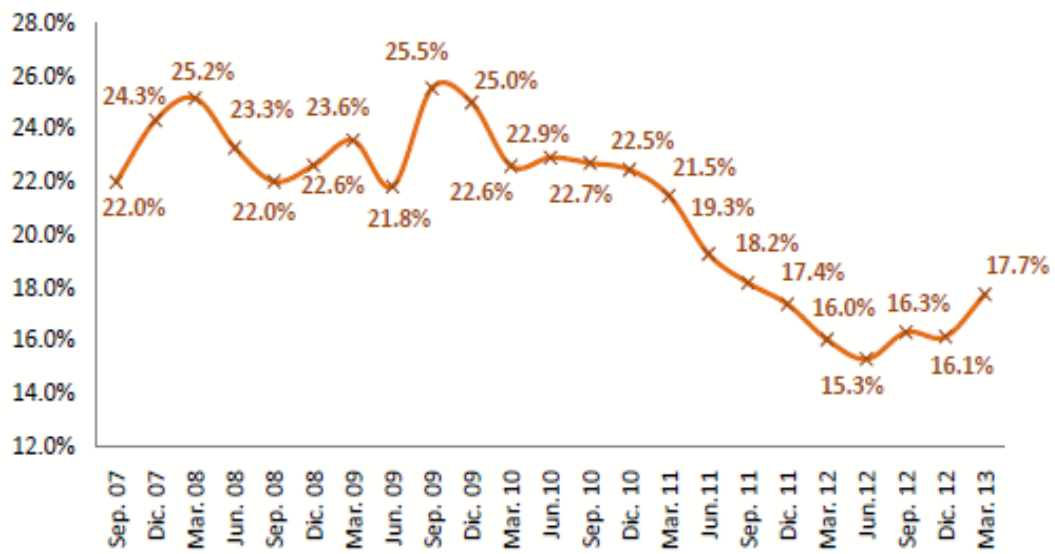
<b>CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN</b>		2009	2010	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2013
		Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.
Población en Edad de Trabajar (PET)		82.9%	83.0%	83.6%	83.5%	84.0%	84.5%	84.6%	83.5%	83.7%	83.9%	83.9%	84.3%	84.9%	84.7%
Población Económicamente Activa (PEA)		57.1%	59.1%	56.6%	57.2%	54.6%	55.5%	54.6%	55.2%	55.4%	57.2%	56.6%	55.1%	54.7%	54.9%
Ocupados		92.1%	90.9%	92.3%	92.6%	93.9%	93.0%	93.6%	94.5%	94.9%	95.1%	94.8%	95.4%	95.0%	95.4%
Ocupados No clasificados		2.8%	2.0%	1.6%	1.0%	1.2%	1.8%	1.3%	0.9%	0.8%	1.3%	2.0%	2.0%	3.1%	1.9%
Ocupados Plenos		38.8%	37.6%	40.3%	41.9%	45.6%	41.2%	45.6%	47.9%	49.9%	49.9%	49.9%	51.1%	52.1%	48.4%
Subocupados		50.5%	51.3%	50.4%	49.6%	47.1%	50.0%	46.7%	45.7%	44.2%	43.9%	43.0%	42.3%	39.8%	45.0%
Visibles		10.3%	12.1%	10.6%	10.2%	9.5%	10.5%	8.5%	8.6%	7.6%	8.8%	7.3%	8.0%	6.1%	8.3%
Otras formas		40.2%	39.3%	39.8%	39.4%	37.7%	39.5%	38.3%	37.1%	36.7%	35.1%	35.7%	34.3%	33.8%	36.7%
Desocupados/Desempleados		7.9%	9.1%	7.7%	7.4%	6.1%	7.0%	6.4%	5.5%	5.1%	4.9%	5.2%	4.6%	5.0%	4.6%
Cesantes		5.5%	6.7%	4.9%	5.8%	4.2%	5.2%	4.4%	4.7%	3.3%	4.0%	3.8%	3.5%	3.1%	3.5%
Trabajadores Nuevos		2.5%	2.4%	2.8%	1.7%	1.9%	1.8%	1.9%	0.8%	1.8%	0.9%	1.4%	1.1%	1.9%	1.2%
Desempleo Abierto		6.0%	7.4%	5.9%	6.1%	4.5%	5.7%	5.1%	4.8%	3.9%	4.2%	4.3%	4.1%	4.0%	4.2%
Desempleo Oculto		1.9%	1.7%	1.8%	1.3%	1.6%	1.3%	1.2%	0.7%	1.2%	0.6%	0.8%	0.5%	1.0%	0.5%
Población Económicamente Inactiva (PEI)		42.9%	40.9%	43.4%	42.8%	45.4%	44.5%	45.4%	44.8%	44.6%	42.8%	43.4%	44.9%	45.3%	45.1%

Fuente: EDEMDU

Según el Banco Central del Ecuador en el mes de marzo de 2013, la tasa de incidencia de pobreza de la población nacional urbana del país se situó en 17.7%, registrando un aumento de 1.7 puntos porcentuales respecto de la tasa observada en marzo de 2012 (16.0%).

**Gráfico 43. Población urbana en condiciones de pobreza**  
**POBLACIÓN URBANA EN CONDICIONES DE POBREZA**

*(Sep. 2007 – Mar. 2013)*



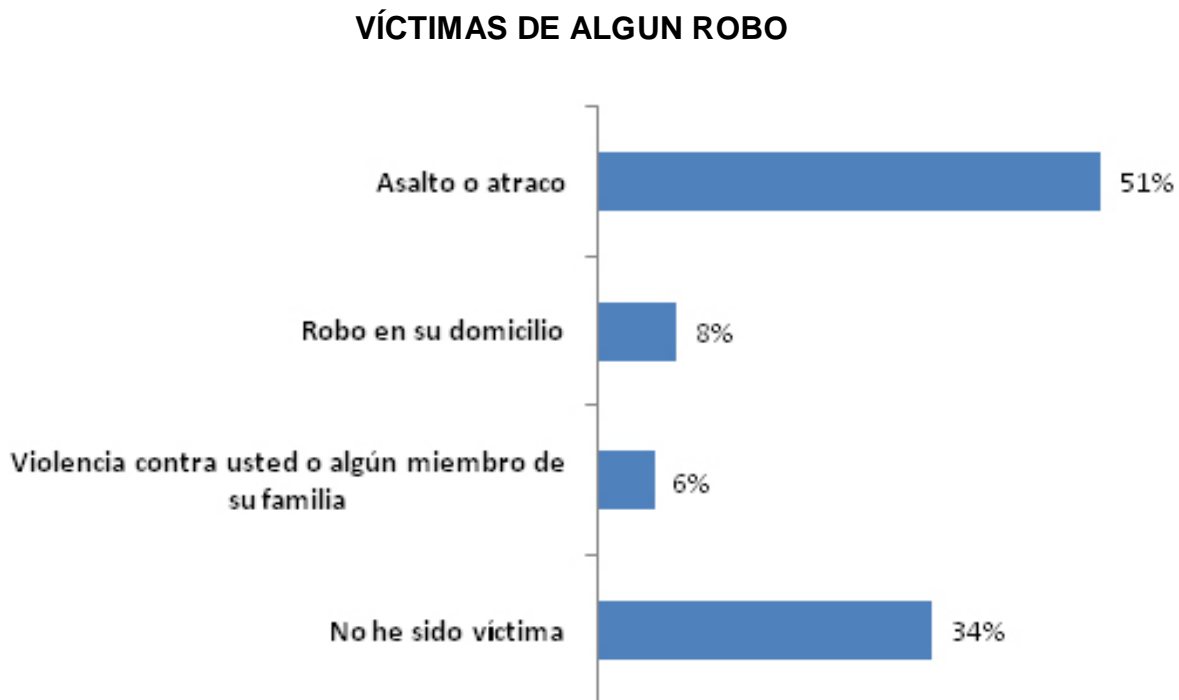
Fuente: ENEMDU



#### 4.1.3.1. Seguridad en el Ecuador

De acuerdo a un estudio realizado por CEDATOS el incremento de la delincuencia en el Ecuador ha inquietado a la población, el 65% ha sido víctima o tiene algún familiar que ha sido víctima de un hecho delictivo.

**Gráfico 44. Víctimas de algún robo**



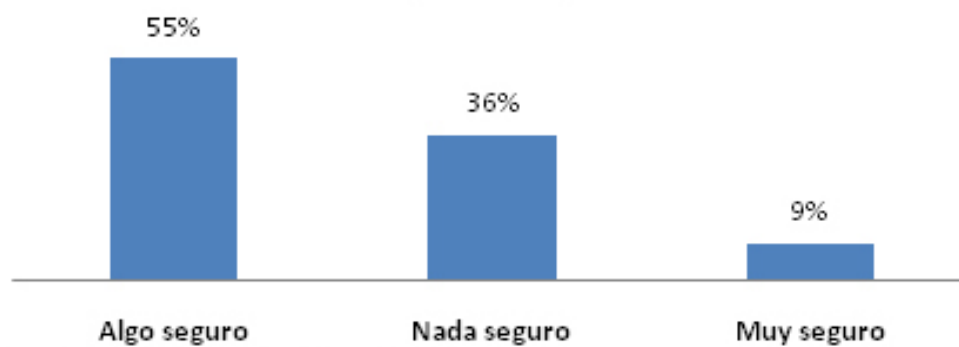
Fuente: CEDATOS.

[http://www.cedatos.com.ec/detalles\\_noticia.php?id=86](http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?id=86)

De acuerdo a CEDATOS, la percepción de seguridad que tiene la población: el 55% de los entrevistados dijeron sentirse ALGO SEGURO en su ciudad, el 36% se siente NADA SEGURO y el 9% dijo sentirse MUY SEGURO.

**Gráfico 45. Qué tan seguro se siente la población**

**QUE TAN SEGURO SE SIENTE LA POBLACIÓN**

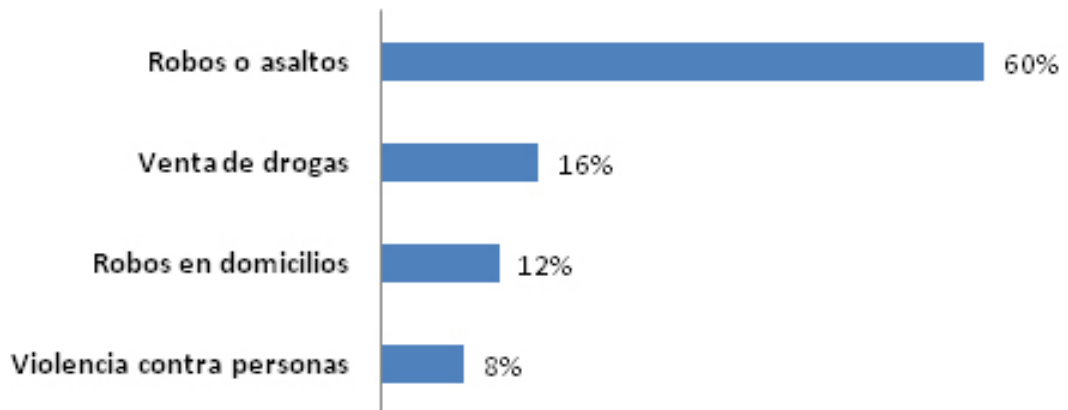


Fuente: CEDATOS

De acuerdo a CEDATOS el 60% considera que el principal problema de seguridad que aqueja a su ciudad es el robo o asaltos, le sigue con el 16% la venta de drogas, el 12% los robos a domicilios y un 8% la violencia contra personas.

**Gráfico 46 PRINCIPALES PROBLEMAS DE SEGURIDAD**

**PRINCIPALES PROBLEMAS DE SEGURIDAD**



Fuente: CEDATOS

Los delitos que se cometen en contra de los ciudadanos ecuatorianos son:

- Homicidio
- Plagio
- Robo agravado
- Secuestro express
- Violación

Los delitos que se cometen a las propiedades de los ciudadanos ecuatorianos son:

- Robo simple.
- Hurto.
- Robo en domicilio.

- Robo de vehículos.
- Robo de motos.
- Robo en local comercial.
- Robo en banco.

En Guayaquil los delitos contra las personas representan alrededor del 61% de los "principales delitos" denunciados, y el 33% del gran total. Mientras que los delitos contra la propiedad representan el 39% de los "principales delitos" denunciados, y el 21% del gran total.

Fuente: CEDATOS a través de ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL "Estadísticas de delitos denunciado en el ministerio fiscal de Guayaquil", Abril 2011,

#### 4.1.4. Tecnológicos:

Según el “Plan del Buen vivir” se debe Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.

**Gráfico 47. Buen vivir**



**Objetivo 11**

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

**Tabla 10. Tecnológico.**

META	INDICADOR
11.1. Alcanzar el 60% de potencia instalada renovable	Potencia instalada renovable
11.2. Alcanzar el 76% de suficiencia de energía secundaria	Índice de suficiencia de energía secundaria
11.3. Aumentar la capacidad instalada para generación eléctrica a 8 741 MW	Capacidad instalada para generación eléctrica (Potencia nominal del sector en MW)
11.4. Identificar la disponibilidad de ocurrencias de recursos minerales en el 100% del territorio	Territorio nacional evaluado en cuanto a la disponibilidad de recursos minerales en áreas no exploradas a escala 1:50.000 -
11.5. Alcanzar un índice de digitalización de 41,7	Índice de digitalización
11.6. Alcanzar un índice de gobierno electrónico de 0,55	Gobierno electrónico
11.7. Disminuir el analfabetismo digital al 17,9%	Analfabetismo digital (15 a 49 años)
11.8. Aumentar el porcentaje de personas que usan TIC al 50%	Porcentaje de personas que usan TIC (mayores 5 años)

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

## POBLACIÓN CON ACCESO A INTERNET

### A NIVEL NACIONAL

**Tabla 11. Acceso a internet nivel nacional**

Indicador	ACCESO A INTERNET Ámbito: Nacional (En valores absolutos)
SI TIENE 2008	242.816,25
NO TIENE 2008	3.203.467,00
SI TIENE 2009	268.557,00
NO TIENE 2009	3.240.404,00
SI TIENE 2010	425.671,00
NO TIENE 2010	3.195.797,00
SI TIENE 2011	653.232,87
NO TIENE 2011	3.221.050,14

Fuente: ecuadorencifras.com

### ÁMBITO REGIÓN SIERRA

**Tabla 12. Acceso a internet sierra.**

Indicador	ACCESO A INTERNET Ámbito: Región Sierra (En valores absolutos)
NO TIENE 2008	1.436.754,21
SI TIENE 2008	168.601,71
NO TIENE 2009	1.487.121,00
SI TIENE 2009	184.324,00
NO TIENE 2010	1.406.018,00
SI TIENE 2010	300.156,00
SI TIENE 2011	326.904,16
NO TIENE 2011	1.507.682,61

Fuente: ecuadorencifras.com

### ÁMBITO REGIÓN COSTA

**Tabla 13. Acceso a internet costa**

Indicador	ACCESO A INTERNET Ámbito: Región Costa (En valores absolutos)
SI TIENE 2008	71.266,85
NO TIENE 2008	1.626.198,00
SI TIENE 2009	79.998,00
NO TIENE 2009	1.600.452,00
NO TIENE 2010	1.645.230,00
SI TIENE 2010	116.698,00
NO TIENE 2011	1.541.343,12
SI TIENE 2011	307.302,61

Fuente: ecuadorencifras.com

#### ÁMBITO REGIÓN AMAZÓNICA

**Tabla 14. Acceso a internet Amazonía.**

Indicador	ACCESO A INTERNET Ámbito: Región Amazónica (En valores absolutos)
SI TIENE 2008	2.947,69
NO TIENE 2008	140.514,57
SI TIENE 2009	4.234,00
NO TIENE 2009	152.832,00
SI TIENE 2010	8.818,00
NO TIENE 2010	144.549,00
NO TIENE 2011	149.327,38
SI TIENE 2011	17.651,83

Fuente: ecuadorencifras.com

#### USO DE INTERNET

A NIVEL NACIONAL

**Tabla 15. Uso internet nivel nacional**

Indicador	USO DE INTERNET Ámbito: Nacional (En valores absolutos)
SI USÓ 2008	3.263.341,00
NO USÓ 2008	9.413.866,00
SI USÓ 2009	3.175.473,00
NO USÓ 2009	9.737.617,00
NO USÓ 2010	9.324.725,00
SI USÓ 2010	3.814.650,00
NO USÓ 2011	9.136.910,92
SI USÓ 2011	4.175.759,75

Fuente: [ecuadorencifras.com](http://ecuadorencifras.com)



## ÁMBITO REGIÓN SIERRA

**Tabla 16. Uso internet Sierra**

Indicador	USO DE INTERNET Ámbito: Región Sierra (En valores absolutos)
NO USÓ 2008	3.885.620,92
SI USÓ 2008	1.834.227,78
SI USÓ 2009	1.763.416,00
NO USÓ 2009	4.115.107,00
SI USÓ 2010	2.076.248,00
NO USÓ 2010	3.897.433,00
NO USÓ 2011	3.897.222,22
SI USÓ 2011	2.147.010,60

Fuente: [ecuadorencifras.com](http://ecuadorencifras.com)

## ÁMBITO REGIÓN COSTA

**Tabla 17. Uso internet Costa**

Indicador	USO DE INTERNET Ámbito: Región Costa (En valores absolutos)
SI USÓ 2008	1.326.876,00
NO USÓ 2008	5.024.111,00
SI USÓ 2009	1.313.364,00
NO USÓ 2009	5.089.380,00
NO USÓ 2010	4.918.707,00
SI USÓ 2010	1.609.092,00
SI USÓ 2011	1.894.059,05
NO USÓ 2011	4.741.486,47

Fuente: [ecuadorencifras.com](http://ecuadorencifras.com)

## ÁMBITO REGIÓN AMAZÓNICA

**Tabla 18. Uso internet Amazonía**

Indicador	USO DE INTERNET Ámbito: Región Amazónica (En valores absolutos)
SI USÓ 2008	102.237,30
NO USÓ 2008	504.134,55
NO USÓ 2009	533.130,00
SI USÓ 2009	98.693,00
SI USÓ 2010	129.310,00
NO USÓ 2010	508.585,00
SI USÓ 2011	134.690,09
NO USÓ 2011	498.202,22

Fuente: [ecuadorencifras.com](http://ecuadorencifras.com)

## USO DE COMPUTADORAS

### A NIVEL NACIONAL

**Tabla 19. Uso computadoras nivel nacional**

Indicador	USO DE COMPUTADORA <small>Ámbito: Nacional (En valores absolutos)</small>
NO USÓ 2008	7.483.990,00
SI USÓ 2008	5.193.217,00
SI USÓ 2009	4.340.735,00
NO USÓ 2009	8.572.355,00
SI USÓ 2010	4.920.867,00
NO USÓ 2010	8.218.509,00
NO USÓ 2011	8.501.044,33
SI USÓ 2011	4.811.626,34

Fuente: [ecuadorencifras.com](http://ecuadorencifras.com)

## ÁMBITO REGIÓN SIERRA

**Tabla 20. Uso computadoras Sierra**

Indicador	USO DE COMPUTADORA Ámbito: Región Sierra (En valores absolutos)
SI USÓ 2008	2.640.125,00
NO USÓ 2008	3.079.723,70
NO USÓ 2009	3.572.656,00
SI USÓ 2009	2.305.867,00
SI USÓ 2010	2.610.677,00
NO USÓ 2010	3.363.005,00
NO USÓ 2011	3.585.686,25
SI USÓ 2011	2.458.546,57

Fuente: ecuadorencifras.com

## ÁMBITO REGIÓN COSTA

**Tabla 21. Uso computadoras Costa.**

Indicador	USO DE COMPUTADORA Ámbito: Región Costa (En valores absolutos)
SI USÓ 2008	2.343.246,00
NO USÓ 2008	4.007.741,00
NO USÓ 2009	4.559.216,00
SI USÓ 2009	1.843.528,00
SI USÓ 2010	2.098.419,00
NO USÓ 2010	4.429.380,00
NO USÓ 2011	4.440.414,99
SI USÓ 2011	2.195.130,52

Fuente: ecuadorencifras.com

## ÁMBITO REGIÓN AMAZÓNICA

**Tabla 22. Uso computadoras Amazonía**

Indicador	USO DE COMPUTADORA Ámbito: Región Amazónica (En valores absolutos)
SI USÓ 2008	209.846,40
NO USÓ 2008	396.525,45
SI USÓ 2009	191.341,00
NO USÓ 2009	440.483,00
SI USÓ 2010	211.771,00
NO USÓ 2010	426.125,00
SI USÓ 2011	157.949,23
NO USÓ 2011	474.943,08

Fuente: [ecuadorencifras.com](http://ecuadorencifras.com)

#### **4.1.5. Ambientales:**

Uno de los objetivos del “Plan del buen vivir” que está íntimamente ligado con el aspecto ambiental es garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

### Gráfico 48. Buen vivir



#### Objetivo 7

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

**Tabla 23.Ambiental**

META	INDICADOR
7.1. Aumentar la proporción del territorio continental bajo conservación o manejo ambiental a 35,90%	Proporción de territorio continental bajo conservación o manejo ambiental
7.2. Aumentar la superficie del territorio marino costero continental bajo conservación o manejo ambiental a 817.000 hectáreas	Superficie de territorio marino costero-continental bajo conservación o manejo ambiental
7.3. Aumentar la superficie de restauración forestal acumulada a 300.000 hectáreas	Superficie de restauración forestal acumulada (activa y pasiva)
7.4. Aumentar la biocapacidad en a 2,50 hectáreas globales per cápita	Biocapacidad(hectáreas globales per cápita)
7.5. Aumentar al 60% el porcentaje de fuentes de contaminación de la industria hidrocarburífera eliminadas, remediadas y avaladas por la Autoridad Ambiental	Porcentaje de fuentes de contaminación de la industria hidrocarburífera eliminadas, remediadas y avaladas por la
7.6. Aumentar el porcentaje de hogares que clasifican sus desechos: orgánicos al 32%, plásticos al 45% y papel al 32%	Porcentaje de hogares que clasifican desechos: orgánicos
7.6. Aumentar el porcentaje de hogares que clasifican sus desechos: orgánicos al 32%, plásticos al 45% y papel al 32%	Porcentaje de hogares que clasifican desechos: papel
7.6. Aumentar el porcentaje de hogares que clasifican sus desechos: orgánicos al 32%. plásticos al 45% y papel al 32%	Porcentaje de hogares que clasifican desechos: plástico

Fuente: <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

## **4.2. Desarrollo de la propuesta.**

### **4.2.1. Macro localización del proyecto.**

La realización del proyecto se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil, que se encuentra en la costa del Ecuador y pertenece a la provincia del Guayas.

**Gráfico 49. Mapa de la provincia del Guayas**



Fuente: <http://cesarpc.8m.com>



#### **4.2.2. Micro localización del proyecto.**

La ejecución del proyecto se prevé construir en las instalaciones actuales del museo miniatura de la ciudad de Guayaquil. Este se encuentra en el centro de la ciudad, dentro del malecón “Simón Bolívar”, debajo del cine IMAX.

***Gráfico 50. Museo Miniatura de Guayaquil***



Fuente: <http://www.agencianoticiasandes.com>

### **4.2.3. Introducción**

Este estudio de factibilidad tiene como objetivo conocer si la creación de un museo de tipo costumbrista, el cual va a tener como fin rescatar la cultura ancestral guayaquileña, sería o no posible de llevarlo a cabo exitosamente.

El museo costumbrista que se propone en este estudio, pretende atraer como público principal corrientes turísticas nacionales, pero también pretender convocar a turistas extranjeros.

El turismo cultural es un fenómeno que ha ido ganando público alrededor de todo el mundo, y Guayaquil, por ser una ciudad cosmopolita y altamente comercial, no se queda atrás.

El gobierno municipal y el Estado ecuatoriano, se han preocupado de invertir en el turismo de la ciudad de Guayaquil, con mucho éxito, y es así que esta ciudad se ha convertido en una de las más visitadas por turistas provenientes de otras ciudades y países, permitiéndole desarrollarse en el ámbito económico y turístico.

Guayaquil posee varios museos, pero lamentablemente, ninguno de ellos encierra la cultura ancestral de sus habitantes. Un museo costumbrista, es un nuevo concepto de entretenimiento, para una ciudad que está saturada de negocios similares e ideas repetidas.

#### **4.2.4. Nombre del establecimiento.**

Museo costumbrista de la ciudad de Guayaquil.

#### **4.2.5 Logo del museo.**

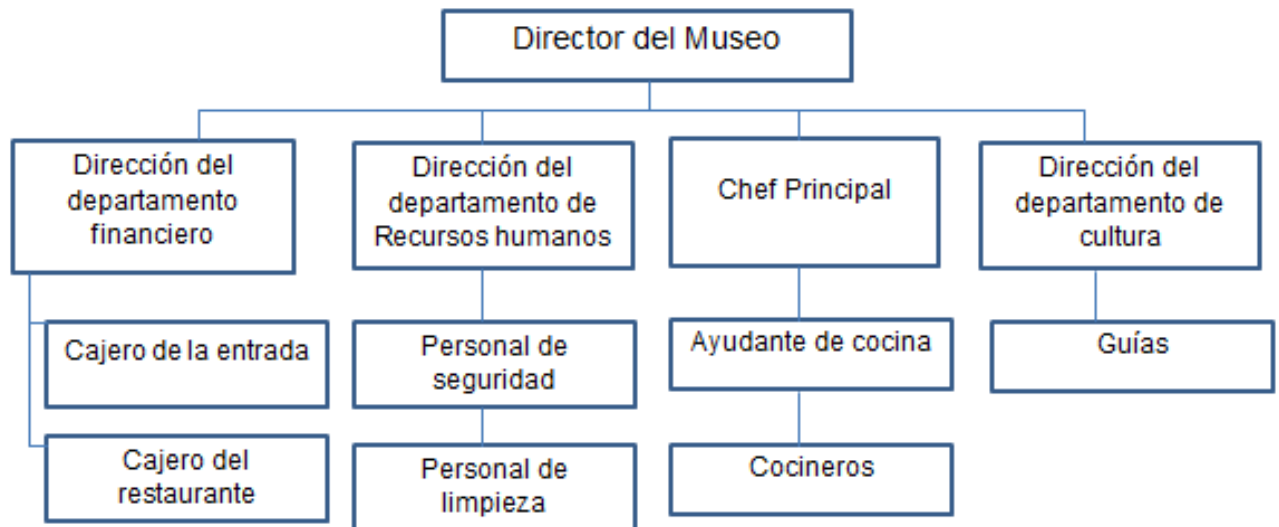
**Gráfico 51. Logo del museo costumbrista**



Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.6. Organigrama.

**Gráfico 52. Organigrama del museo**



Fuente: Elaboración propia.

#### **4.2.7. Análisis FODA.**

##### Fortalezas:

- Es un nuevo concepto de museo. Entra al mercado sin ningún tipo de competencia.
- Excelente ubicación, ya que se ubicaría en el corazón de la ciudad, en donde a diario hay miles de transeúntes.
- Además de museo, es un restaurante que cuenta con platillos típicos de la región.

##### Oportunidades:

- De acuerdo a las encuestas previamente realizadas, se demuestra que los habitantes de Guayaquil se muestran interesados en visitar un museo de este tipo.
- Guayaquil es la ciudad con más habitantes en todo el Ecuador, y el sector donde se encontraría ubicado el museo, es un sector con mucha afluencia de público, lo que generaría un gran número de visitas diarias.
- La carencia de costumbres ancestrales entre los habitantes de Guayaquil, permitirá a este museo ser una fuente de material histórico que proveerá de información nueva a los visitantes.
- Demanda de turismo cultural por parte de instituciones educativas.
- Parqueadero disponible en el malecón “Simón Bolívar” que van desde \$1,50.
- Existencia de mucho personal turístico capacitado para contratar.

#### Debilidades:

- Si bien existen parqueaderos, estos son propiedad del malecón “Simón Bolívar” y tienen un valor de \$1,50 la hora. Esto no será factible para todos los visitantes y optarían por dejar su carro en los alrededores, en donde no es nada fácil encontrar disponibilidad.
- Por el hecho de ser una nueva empresa, el desenvolvimiento de los empleados será incierto.

#### Amenazas:

- Los centros de entretenimientos más cercanos son los del cerro Santa Ana. Estos lugares brindan otro tipo de atracciones, que podrían desviar la atención de los clientes potenciales.
- Poco interés por parte de las nuevas generaciones en conocer hechos que se suscitaron en el pasado.
- Existen varios museos cercanos, tales como el Nahim Isaías y el museo Municipal de Guayaquil.

#### **4.2.8. Misión del proyecto.**

Fomentar y promover la cultura ancestral guayaquileña entre sus habitantes, y exponer a visitantes extranjeros las costumbres de antaño de la ciudad de Guayaquil, contribuyendo al desarrollo económico y turístico de la ciudad.

#### **4.2.9. Visión del proyecto.**

Adquirir la reputación de un museo muy concurrido en la ciudad de Guayaquil, mediante la recuperación y la utilización de los valores culturales que posee la ciudad.

#### **4.2.10. Definición del negocio.**

El museo planteado en esta propuesta va dirigido a los habitantes de Guayaquil principalmente, pero también se enfoca en captar visitantes extranjeros que tengan interés por los aspectos culturales y ancestrales de la ciudad y de esta manera contribuir al turismo cultural en la ciudad.

El objetivo del museo planteado en el estudio, es ofrecer como producto cultural las costumbres ancestrales, tradiciones, creencias y gastronomía típica a los visitantes que presentan la necesidad de conocer cada detalle de Guayaquil.

Al visitar este museo, los asistentes podrán apreciar las colecciones y conjuntos de objetos con valor histórico. Así mismo, los interesados en este museo serán capaces de obtener información sobre la historia y los hechos más relevantes de la cultura guayaquileña. Por otro lado, los visitantes tendrán la opción de recibir las charlas dadas por los guías del establecimiento.

#### **4.2.11. Salas del museo.**

El museo contará con cinco salas. De las cuales, cuatro de ellas son constantes y una de ellas será itinerante, disponible para cualquier tipo de exhibición cultural que se desee mostrar por un periodo de no menos de 2 meses.

- Sala de costumbres: Se exhibirá sobre el día de los difuntos, amorfinos, serenatas, rodeo montubio, criolla bonita, carnaval, elaboración de años viejos entre otras costumbres de antaño.
- Sala de vestimenta: Se mostrará la vestimenta típica que solían usar los habitantes de la ciudad.
- Sala de juegos: En esta sala se hablará sobre los inicios de los juegos como el yoyo, el palo encebado, la rayuela, el trompo, las bolichas entre otros.



- Sala de comida tradicional: En esta sala se podrá encontrar todos los productos que han sido base de la alimentación del ciudadano guayaquileño.
- Sala itinerante: Esta sala es para incentivar el turismo cultural y así ayudar a los expositores y artistas ecuatorianos a que muestren su arte.

#### **4.2.12. El personal y sus funciones.**

La creación de una nueva entidad conlleva la apertura de plazas de trabajo. Estas plazas de trabajo deberán ser llenadas por los individuos mas competentes y aptos para la labor que se pretende ejercer.

A continuación se detallan las funciones de cada departamento y sus empleados:

**Director del museo:** Esta plaza de trabajo será ocupada por quien salga elegido entre los miembros de accionistas del museo. Será la cabeza de la entidad, por lo tanto deberá contar con una gran entrega y sentido del liderazgo para encaminar de manera correcta al resto de empleados. Sus funciones serán:

- Será quien represente jurídicamente al museo.
- Tendrá que crear las normas y estatutos del establecimiento.
- Elaborará los objetivos del museo.
- Establecerá la misión y visión del museo.
- Determinará metas a largo plazo que se pretenderá cumplir.
- Será el encargado de conseguir auspiciantes que patrocinen el lugar.
- Será el encargado de liderar y conducir a todo su personal para el correcto funcionamiento del establecimiento.

- Tendrá constante comunicación con los gobiernos locales para la obtención de convenios.
- Será quien contrate al director de recursos humanos. Tendrá que hacerlo de la manera correcta, puesto a que este se encargará de la contratación de todo el personal, bajo la aprobación del director.

#### **Direcciones:**

##### **Director del departamento de recursos humanos:**

- Hará la selección de personal.
- Se encargará de la capacitación del personal una vez que este haya sido contratado.
- Generará procedimientos de recursos humanos y vigilará su aplicación y cumplimiento.

##### **Director del departamento financiero:**

- Será el encargado de buscar los fondos financieros más adecuados para la actividad de la empresa.
- Asignará los fondos a los proyectos de inversión que sean más seguros y rentables.
- Será el encargado de la planificación financiera a corto y a largo plazo.

##### **Director del departamento de cultura:**

- Será la persona de contacto de las instituciones educativas se comuniquen para gestionar una visita.
- Planificará los eventos culturales de una manera mensual.
- Emitirá un informe mensual al director del museo, sobre las visitas realizadas y acontecimientos especiales.
- Designará un guía a cada área del museo

- Tendrá a cargo a todos los guías. Controlará su desenvolvimiento y despejará cualquier duda que tengan.

### **Personal del museo y cocina:**

#### **Cajero de la entrada del museo.**

- Será el responsable de vender los tickets para la entrada al establecimiento.
- Registra directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.
- Suministrará a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja
- Atenderá desde la ventanilla, a las personas y llamadas telefónicas, que necesiten información sobre los horarios de visita y valor de las entradas.
- Lleva un registro y un control de los movimientos realizados en caja.

#### **Cajero del restaurante:**

- Verificará el abastecimiento de rollos y otros útiles que sean necesarios durante el día para evitar la demora y no hacer esperar al cliente.
- Será el responsable de tomar la orden de los comensales.
- Hará conocer a los clientes las especialidades del restaurante y les mencionará las promociones.
- Al realizar la factura, deberá preguntar al cliente si la desea con algún nombre o con el “consumidor final”

#### **Personal de seguridad:**

- Serán los responsables por la custodia de bienes muebles e inmuebles.
- Se asegurarán de cumplir con la protección de las personas que puedan encontrarse en las instalaciones.

- Deberán estar pendientes de cualquier acto sospechoso y actuar para evitar algún altercado.

#### **Personal de limpieza:**

- Por las noches, deberán hacer una limpieza general de todo el museo. Esto incluye vitrinas, pisos y cocina.
- Mantendrán una constante limpieza del centro. Esto implica que si se presenta un altercado (como que un visitante haya derramado un refresco en el piso), estos deberán de limpiarlo inmediatamente.

#### **Chef principal:**

- Controlará el desempeño adecuado de su equipo de trabajo.
- Receptará sugerencias realizadas por el público.
- Será el responsable de elaborar el menú.
- Supervisará la elaboración de los platillos

#### **Ayudante de chef:**

- Organizará los productos en la nevera y alacena.
- Lavará, pelará y cortará las legumbres.
- Limpiará su puesto de trabajo.
- Asistirá en la elaboración de los platillos a los cocineros.

#### **Cocineros:**

- Elaborará los platos con una presentación adecuada.
- Preparará los platillos de acuerdo a una receta estándar.
- Serán los responsables de hacer un inventario diario de los productos con que cuentan y con los que hacen falta.

**Guías:**

- Serán los responsables de exponer sobre cada atracción en el museo.
- Despejarán cualquier duda que presenten los asistentes.
- Deberán conocer la historia de la ciudad de Guayaquil a su cabalidad, para así estar prestos a hablar fluidamente de ella.

**4.2.13. Clasificación del público.**

Nivel de educación: Primaria, secundaria, superior.

Edad: Niños, adolescentes, jóvenes y adultos mayores.

Procedencia: Habitantes de Guayaquil, visitantes de otras provincias, turistas extranjeros.

Motivo de la visita: Recreación, investigación, trabajo.

#### 4.3. Generalidades del establecimiento

##### 4.3.1. Menú del restaurante “La cocina típica”

###### 4.3.1.1. Piqueos.

Tabla 24. Piqueos

<b>Plato</b>	<b>Descripción</b>
Empanadas	De pollo, de carne y de queso. En la masa deseada (morocho, verde o maíz)
Combo triple empanada	2 empanadas de morocho, 2 empanas de verde y 2 empanadas de maíz
Tortillas	De queso y de carne. En la masa deseada (yuca, verde y maíz)
Combo tortillero	2 tortillas de yuca, 2 tortillas de verde, 2 tortillas de yuca.
Muchin	De queso, servido con miel o salsa de queso.
Hayacas	Servida con un huevo duro.
Morocho	Servido con un pan de dulce

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.1.2. Platos Fuertes

Tabla 25. Platos Fuertes

<b>Plato</b>	<b>Descripción</b>
Caldo de salchicha	Servido con trozos de verde y menudencias.
Bolón de queso	En masa de verde, maduro o mixta.
Bolón de chicharrón	En masa de verde, maduro o mixta.
Bolón mixto.	En masa de verde, maduro o mixta.
Calentado	Arroz con menestra, frito en sartén con carne de res en trozos.
Carne en palito.	Servido con un muchin y choclo frito,
Arroz con menestra	Menestra de frejol canario, servida con carne frita.
Arroz con menestra	Menestra de garbanzos, servida con carne frita.
Seco de gallina criolla.	Servido con arroz amarillo y maduro frito
Seco de chivo	Servido con arroz amarillo y maduro frito.
Encebollado	De albacora. Servido con chifles, maíz tostado y pan de sal.
Sánduche de chancho.	Palanqueta rellena de chancho en trozos y cebolla curtida.

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.3.1.3. Bebidas

Tabla 26. Bebidas

<b>Bebida</b>	<b>Descripción</b>
Coladas	De harina de plátano
Maicena	Con piña y naranjilla
Chicha de arroz	Leche descremada, clavo de olor, esencia de vainilla, pimienta dulce y nuez moscada
Cardenillo	Tipo de sangría que se prepara con vino tinto y jugo de piña fermentado.
Agua de piña	Cáscaras de piñas fermentadas con agua y azúcar al gusto.
Batidos de frutas	Pulpa de fruta y leche
Bebidas gaseosas	A elección del cliente

Fuente: Elaboración propia.



#### 4.3.1.4. Postres.

Tabla 27. Postres

<b>Postre</b>	<b>Descripción</b>
Higos con queso.	Higos dulces acompañados de queso criollo.
Dulce de pechiche	Conserva de pechiche.
Chucula	Tradicional chucula con leche y quesillo.
Torta de maduro	Plátanos maduros majados y esencia de vainilla.

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.3.2. Horario de atención del museo:

Lunes a jueves: 10h00 a 17h00

Viernes a domingo: 10h00 a 18h00

Feriados: 10h00 a 19h00

#### 4.3.3. Horario de atención del Restaurante “La cocina típica”:

Lunes a jueves: 12h00 a 17h00

Viernes a domingo: 10h00 a 18h00

Feriados: 10h00 a 19h00

#### 4.4. Ingeniería del establecimiento.

##### 4.4.1. Local donde se ubicará el museo costumbrista de la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto está enfocado a llevarse a cabo en algunos años. Tiene previsto ubicarse donde está el actual museo miniatura de Guayaquil, en la parte de abajo del cine Imax. El museo miniatura existe desde el año 2008, y la propuesta de este museo costumbrista, es dar una imagen nueva al sector. Este local cuenta con 1788 m2.

#### 4.4.2. Diseño de la planta

Gráfico 54. Diseño de la planta



SALIDA DE EMERGENCIA

Fuente: Elaboración propia.

4.4.3. Estudio de los materiales para adecuación del local.

Tabla 28. Adecuaciones

ADECUACIONES MUSEO COSTUMBRISTA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Sacos de cemento	48	\$ 7,50	\$ 360,00
Ladrillos	800	\$ 0,10	\$ 80,00
Vidrios para vitrina	120	\$ 40,00	\$ 4.800,00
Sujetadores	480	\$ 2,00	\$ 960,00
Saco de sellador para paredes interiores y exteriores	150	\$ 12,59	\$ 1.888,50
Tarro de impermeabilizante elástico para techos	80	\$ 19,99	\$ 1.599,20
Funda de preservante para madera	25	\$ 15,49	\$ 387,25
Saco de cemento asfáltico	70	\$ 2,28	\$ 159,60
Escalera	4	\$ 64,00	\$ 256,00
Galón pintura blanco puro	25	\$ 16,90	\$ 422,50
Galón pintura azul oceánico	25	\$ 16,90	\$ 422,50
Galón pintura blanco celeste	25	\$ 16,90	\$ 422,50
Rodillo 9"	20	\$ 1,99	\$ 39,80
Brocha 3"	20	\$ 4	\$ 89,80
Espátula de acero 5 mango madera	20	\$ 0,78	\$ 15,60
Llana lisa 11"	25	\$ 7,90	\$ 197,50
Funda de 2 Kg d resina para empaste exterior	55	\$ 9,99	\$ 549,45
Funda de 2 Kg d resina para empaste interior	55	\$ 18,49	\$ 1.016,95
Funda de 20kg empaste interior	30	\$ 17,94	\$ 538,20
Funda de 20kg empaste exterior	30	\$ 9,76	\$ 292,80
Playo articulado 10"	20	\$ 3,29	\$ 65,80

Destornillador juego de 6 piezas	10	\$ 24,49	\$ 244,90
Llave mixta 17mm	20	\$ 2,99	\$ 59,80
Juego de llaves ajustables	15	\$ 11,49	\$ 172,35
Medidor láser a distancia	2	\$ 199	\$ 398,00
Sierra ajustable	15	\$ 11,09	\$ 166,35
Martillo uña 16 oz mango fibra	10	\$ 7,69	\$ 76,90
Localizador de ángulo digital	5	\$ 10,99	\$ 54,95
Flexómetro 5M	8	\$ 6,19	\$ 49,52
Tacos nylon paquete de 3 unidades	150	\$ 0,25	\$ 37,50
Tornillo metal paquete de 6 unidades	80	\$ 0,99	\$ 79,20
Letrero no fumar	15	\$ 2,49	\$ 37,35
Letrero damas y caballero	4	\$ 2,69	\$ 10,76
Letrero baños	2	\$ 2,79	\$ 5,58
Soporte estante 40cm aluminio	160	\$ 2,99	\$ 478,40
Repisa flotante 70x25	20	\$ 23,99	\$ 479,80
Repisa flotante 90x25	20	\$ 25,98	\$ 519,60
Repisa flotante 120x25	20	\$ 28,80	\$ 576,00
Tacho de basura aluminio	20	\$ 16,99	\$ 339,80
Tacho de basura para desechos orgánicos	10	9,99	\$ 99,90
Tacho de basura para papel y cartón	20	\$ 9,99	\$ 199,80
Tacho de basura para desechos plásticos	20	\$ 9,99	\$ 199,80
Mano de obra (por trabajador)	17	\$ 250	\$ 4.250,00
		<b>Total adecuaciones</b>	<b>\$ 23.100,21</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.4.4. Instalación eléctrica

Tabla 29. Instalación eléctrica

Instalacion eléctrica			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Lámpara LED 5w	60	\$ 20,99	\$ 80,99
Ojo de buey empotrado	80	\$ 15,99	\$ 95,99
Tomacorriente polarizado doble	50	\$ 1,59	\$ 51,59
Foco luz cálida	80	\$ 2,99	\$ 82,99
Flourecente compacto 15 w	40	\$ 6,99	\$ 46,99
Flourecente compacto 25 w	40	\$ 3,99	\$ 43,99
Interruptor doble	50	\$ 1,69	\$ 51,69
Roseta blanca	60	\$ 0,49	\$ 60,49
Caja octagonal	85	\$ 0,55	\$ 85,55
Tubo para conexión eléctrica	45	\$ 1,15	\$ 46,15
Televisor 40" LED HD	10	\$ 569	\$ 579,00
Split 24000w	12	\$ 1.100	\$ 1.112,00
Instalación split	12	\$ 150	\$ 162,00
Sistema de sonido 30 w + 10 w	10	\$ 149	\$ 159,00
Mano de obra (por trabajador)	8	\$ 100	\$ 108,00
		<b>Total instalación eléctrica</b>	<b>\$ 2.766,42</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.5. Análisis de impactos

##### 4.5.1. Matriz de valoración.

Tabla 30. Nivel de impacto

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Total							

Fuente: Elaboración propia.

En la matriz se encuentran valoración que van desde -3 a 3. Se calificará al impacto de acuerdo a los siguientes criterios.



#### 4.5.2. Escala de impactos

Tabla 31. Escala de impactos

Puntaje	Significado
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Elaboración propia

En la escala expuesta anteriormente, se muestran parámetros que representan un nivel de impacto. Se deberá analizar detenidamente cada indicador, para así determinar qué nivel de impacto se producirá en caso de realizarse el presente proyecto.

Al final se establece un promedio de los impactos para obtener como resultado el impacto generado a nivel ambiental, turístico, socioeconómico, etc. El promedio total de cada matriz y el general se evalúa igualmente en función de los parámetros indicados al inicio.

La sumatoria obtenida se divide para el número de indicadores, obteniéndose de esta manera el valor del impacto general del área.

En esta investigación, se detallará de manera amplia, después de cada matriz, el análisis y la razón por la cual se le asignó el valor a cada indicador.

Para conocer el grado de impacto se tendrá que dividir entre la sumatoria de todos los niveles y el número de indicadores considerados.

#### 4.5.3. Impacto económico.

De acuerdo a PricewaterhouseCoopers (2012) los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios.

**Tabla 32. Impacto Económico**

<b>Nivel de impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
<b>Indicadores</b>								
Calidad de vida						X		
Empleo							X	
Seguridad laboral				X				
Integración social						X		
Negocios complementarios					X			
Generación de nuevos empleos							X	

Apoyo a la comunidad					X			
<b>Total</b>								12

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de impacto económico = total / número de indicadores

Nivel de impacto económico = 12 / 7

Nivel de impacto económico = 1,71

Nivel de impacto económico = 2 = impacto medio positivo

#### **4.5.3.1. Análisis.**

De acuerdo a Herrero Prieto (2004), las manifestaciones artísticas y culturales poseen una dimensión social y económica innegable, pues es un hecho que el sector cultural constituye una rama productiva cada vez más importante, siendo utilizado con frecuencia como instrumento determinante de las estrategias de desarrollo económico local y regional.

Si esta propuesta se llevara a cabo, representaría el surgimiento de nuevas fuentes de trabajo. Las fuentes de trabajo se abrirían para personal administrativo y personal especializado en turismo. Así mismo, se necesitará de personal vinculado con el turismo cultural, tal como historiadores que puedan contar de una manera más precisa los hechos que han sucedido en el pasado.

Este proyecto también generará vacantes en el área de recepcionistas, secretarias, asistentes. Los choferes también se necesitarán para el transporte de personal, indumentaria y el transporte para los materiales necesarios para la adecuación del museo. A pesar de que este es un proyecto turístico, el mismo no solo abrirá fuentes de trabajo en este ámbito, ya que también se requerirán diseñadores de páginas web para la elaboración del sitio virtual del museo para su promoción. El museo necesitará de fotografías profesionales para ser ubicadas dentro del mismo, esta necesidad abrirá vacantes para los fotógrafos.

Como ya se ha explicado antes, se abrirán varias vacantes de trabajo en distintas áreas, lo que conllevaría a una mejora potencial de la calidad de vida de los empleados ya que poseerán de un trabajo fijo con las debidas remuneraciones y beneficios sociales. Habrá un movimiento en la economía de los participantes de este proyecto debido a la generación de sueldos y salarios.

Este tipo de museo pretende generar un tipo de patriotismo en la comunidad. Con este museo se busca que los ciudadanos se sientan orgullosos de sus

orígenes y que se sientan identificados con los aspectos más básicos pero de gran importancia.

#### 4.5.4. Impacto socio cultural

Según Kadt (1979) los impactos socio culturales son los cambios provocados en las artes, útiles, costumbres, rituales, calidad de vida y arquitectura de la comunidad local, cambios a largo plazo resultantes del desarrollo turístico.

Los estudios de impacto socio cultural sirven para medir la los beneficios que obtendrá la comunidad en donde se pretende ejecutar el proyecto.

**Tabla 33. Impacto sociocultural**

<b>Nivel de impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
<b>Indicadores</b>								
Mejoramiento del servicio al consumidor							X	
Integración de sector empresarial							X	
Creación de fuentes de trabajo							X	
Integración empresa sociedad					X			
Proyección en la comunidad							X	

Calidad de vida en la población						X		
<b>Total</b>								

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de impacto socio cultural = total / número de indicadores

Nivel de impacto socio cultural= 14 / 6

Nivel de impacto socio cultural= 2,33

Nivel de impacto socio cultural= 2 impacto medio positivo

#### **4.5.4.1 Análisis.**

La creación de un museo costumbrista en pleno centro de Guayaquil, generaría que sus “competidores” tiendan a mejorar la calidad de sus servicios ofrecidos. Esto solo y únicamente beneficiaría a los clientes ya que son ellos los que decidirán a que museo asistir por la calidez y profesionalismo con el que sean atendidos.

La implementación de este proyecto generaría un sentimiento de orgullo entre los ciudadanos al verse reflejados en los aspectos que se expongan en el recorrido, por otra parte, también se busca que la identidad guayaquileña se preserve a pesar de la influencia de nuevas culturas y costumbres.

Como ya se lo mencionó anteriormente en los impactos económicos, esta propuesta pretende la creación de nuevas fuentes de empleo directo e indirecto, que como consecuencia mejorarán la calidad de vida de los habitantes.



#### 4.5.5. Impacto ambiental.

Según la GRN (2010), el impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada; En términos simples, el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza.

**Tabla 34. Impacto ambiental.**

<b>Nivel de impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
<b>Indicadores</b>								
Reciclaje de basura							X	
Contaminación							X	
Aguas negras							X	
Sustancias tóxicas						X		
Desechos sólidos						X		
<b>Total</b>								

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de impacto ambiental = total / número de indicadores

Nivel de impacto ambiental = 10 / 5

Nivel de impacto ambiental = 2

Nivel de impacto ambiental =

2 = impacto medio positivo

#### **4.5.5.1. Análisis.**

De acuerdo con Murcia (2009), se busca presentar la visión ambiental general del proyecto, identificando las actividades que se van a realizar. Se recomienda incluir la delimitación geográfica del área de influencia, así como los posibles efectos que implican la puesta en marcha del proyecto.

Cualquier tipo de acción nueva que se realice en un espacio determinado, traerá consigo impactos en el medio ambiente. Estos, pueden ser de carácter negativo o de carácter positivo.

El lugar donde se pretende llevar a cabo este proyecto es en la zona céntrica de la ciudad, en donde ocurre una gran afluencia de tránsito de peatones y de vehículos. Es por ello que este proyecto se presenta como una propuesta eco amigable ya que se tendrá como objetivo el reciclaje de la mayor parte de los desechos producidos al realizarse las adecuaciones de las instalaciones.

Debido a la cercanía del río Guayas, las aguas grises corren el riesgo de ser depositadas ahí, pero para evitar la contaminación del mismo, estas aguas serán utilizadas para el riego de las áreas verdes aledañas.

Los tachos de basura dentro de las instalaciones para el uso de sus visitantes, serán diseñados de tal manera que se clasifiquen entre sólidos, orgánicos y plásticos para así facilitar su evacuación.

#### 4.5.6. Impacto empresarial

Toda organización debe ser consciente de que su actividad tiene repercusiones para la comunidad en la que opera. Los entornos donde están ubicadas las empresas, pueden sufrir tanto externalidades negativas como impacto paisajístico, fluctuaciones en el valor del suelo, así como externalidades positivas, tales como mejoras en las vías de comunicación, aumento de la renta disponible (Barco Sousa, 2013)

**Tabla 35. Impacto empresarial**

<b>Nivel de impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
<b>Indicadores</b>								
Creación de valor de empresa							X	
Enfoque al cliente					X			
Mejora continua de procesos					X			
Gerencia proactiva					X			
<b>Total</b>								<b>6</b>

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de impacto empresarial = total / número de indicadores

Nivel de impacto empresarial = 6 / 4

Nivel de impacto empresarial = 1,5

Nivel de impacto empresarial = 2 = impacto medio positivo

#### **4.5.6.1. Análisis.**

Este proyecto está delineado de una manera responsable en el ámbito social y está consciente de su capacidad de impacto en su entorno. Este compromiso que tiene con su entorno social crea lazos entre la empresa y la comunidad en donde se encuentra, los mismos que tendrán consecuencias positivas en su ambiente empresarial.

Este proyecto busca saciar las necesidades primordiales del cliente, suplirlas y cumplir con sus expectativas. Brindar un servicio de excelencia, con procesos estandarizados, harán que la competencia mejore sus servicios, teniendo como único beneficiario al consumidor.

Se buscará la participación continua de la administración y del personal que forme parte de este proyecto con el único objetivo de que los participantes se integren y que sientan que a este proyecto como suyo.

#### 4.5.7. Impactos Generales

**Tabla 36. Impactos generales.**

<b>Nivel de impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
<b>Indicadores</b>								
Impacto económico						X		
Impacto socio cultural						X		
Impacto ambiental						X		
Impacto empresarial						X		
<b>Total</b>								<b>8</b>

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de impacto general =  $\text{total} / \text{número de indicadores}$

Nivel de impacto general =  $8 / 4$

Nivel de impacto general =  $2$

Nivel de impacto general =  $2 = \text{impacto medio positivo}$

#### **4.5.7.1. Análisis.**

De acuerdo con los resultados en la matriz se puede concluir que el nivel de impacto general que se produce en el presente proyecto es de “Impacto medio positivo” con un resultado numérico de 2. Con esto se llega a la conclusión que el proyecto tiene un impacto positivo en el campo económico, socio cultural, ambiental y en el ámbito empresarial.

El impacto empresarial es el impacto con la puntuación más baja, por ende el aspecto en donde se debe poner mayor énfasis para que este funcione. Es recomendable una mayor inversión en este ámbito para que este tipo de impacto se torne positivo. Por otro lado, el impacto socio cultural es el que obtiene una mayor puntuación y esto refleja el compromiso de la propuesta con la comunidad en donde se pretende llevar a cabo.



## **CAPÍTULO V**

### **5. Análisis financiero.**

#### ***5.1. Inversión inicial requerida.***

A continuación se presentarán los activos fijos, los activos intangibles, los gastos operacionales y los gastos pre pagados de la tentativa de proyecto del museo costumbrista de la ciudad de Guayaquil.

**Tabla 37. Activos fijos.**

ACTIVOS FIJOS					
Tipo	Descripción	Área	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Muebles y enseres	Escritorio en L de wengue	Oficina	2	\$ 289,00	\$ 578,00
Muebles y enseres	Escritorio rectangular	Oficina	3	\$ 178,00	\$ 534,00
Muebles y enseres	Silla ejecutiva con elevador	Oficina	2	\$ 99,00	\$ 198,00
Muebles y enseres	Silla giratoria	Oficina	3	\$ 52,00	\$ 156,00
Muebles y enseres	Maniquí	Sala de vestimenta	12	\$ 60,00	\$ 720,00
Muebles y enseres	Televisor LG 40" LED HD	Salas	10	\$ 569,00	\$ 5.690,00
Muebles y enseres	Split Panasonic 24000w	Salas	12	\$ 1.100,00	\$ 13.200,00
Muebles y enseres	Sistema de sonido Tekno 30 w + 10 w	Salas	10	\$ 149,00	\$ 1.490,00
Muebles y enseres	Reproductor Sony bluray	Salas	10	\$ 129,00	\$ 1.290,00
Muebles y enseres	Reproductor Sony DVD	Salas	10	\$ 39,98	\$ 399,80
Equipos de cómputo	Laptop HP Pavilion DV4	Oficina	4	\$ 690,00	\$ 2.760,00
Equipos de cómputo	Computadora HP all in one	Oficina	4	\$ 897,00	\$ 3.588,00
Equipos de cómputo	Teclado HP	Oficina	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Equipos de cómputo	Mouse óptico HP	Oficina	4	\$ 9,99	\$ 39,96
Equipos de cómputo	Router TP Link	Varios	10	\$ 128,00	\$ 1.280,00
Equipos de oficina	Walkie talkie Motorola	Varios	6	\$ 98,00	\$ 588,00
Equipos de oficina	Teléfono inalámbrico Panasonic	Oficina	3	\$ 36,99	\$ 110,97
Equipos de oficina	Microondas inverter Panasonic	Oficina	1	\$ 239,00	\$ 239,00
Equipos de oficina	Cafetera Oster	Oficina	1	\$ 48,56	\$ 48,56
Equipos de oficina	Dispensador de agua Panasonic	Lobby	1	\$ 145,00	\$ 145,00
Equipos de oficina	Taladro inalámbrico 20v CAT	Taller	2	\$ 495,00	\$ 990,00

Equipos de oficina	Flexómetro 5M	Taller	8	\$ 6,19	\$ 49,52
Equipos de oficina	Medidor láser a distancia CAT	Taller	2	\$ 199,00	\$ 398,00
Equipos de oficina	Juego de 6 destornilladores	Taller	10	\$ 24,49	\$ 244,90
Equipos de oficina	Juego de llaves ajustables	Taller	15	\$ 11,49	\$ 172,35
Equipos de oficina	Sierra ajustable Tekno	Taller	15	\$ 11,09	\$ 166,35
Equipos de oficina	Playo articulado 10"	Taller	10	\$ 24,49	\$ 244,90
Equipos de oficina	Llave mixta 17mm	Taller	20	\$ 2,99	\$ 59,80
Equipos de oficina	Escalera	Taller	4	\$ 64,00	\$ 256,00
Equipos de oficina	Martillo uña 16 oz mango fibra Tekno	Taller	10	\$ 7,69	\$ 76,90
Edificación	Materiales y mano de obra		1	\$ 23.100,21	\$ 23.100,21
Edificación	Instalación eléctrica		1	\$ 2.766,42	\$ 2.766,42
Terreno	Terrero		1288	\$ 93,00	\$ 119.784,00
				<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 181.504,64</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 38. Activos intangibles y diferidos**

<b>Activos intangibles y diferidos</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Gastos de constitución	\$ 800
Investigación histórica	\$ 2.000
Elaboración guión museológico	\$ 1.800
Sitio Web	\$ 200
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.800</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 5.2 Depreciación de activos fijos.

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual. 20 años
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual

**Tabla 39. Depreciación activos fijos**

Depreciación activos fijos				
Totales de inversion activo fijo		años	Depreciación anual (1.3)	Depreciación Anual (4-8)
Muebles y Enseres	\$ 24.655,60	10	\$ 2.465,56	\$ 2.466,00
Equipos de oficina	\$ 3.091,28	10	\$ 309,13	\$ 309,00
Equipos de cómputo	\$ 7.804,96	3	\$ 234,15	-
Edificación	\$ 25.867	20	\$ 5.173,33	\$ 5.173,00
Terrero	\$ 196.680,00	0	-	-
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 258.098,47</b>		<b>\$ 8.182,16</b>	<b>\$ 7.948,00</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **5.3. Amortización activos pre operacionales.**

- La amortización de los gastos pagados por anticipado en concepto de derechos de llave, marcas de fábrica, nombres comerciales y otros similares, se efectuarán de acuerdo con los períodos establecidos en los respectivos contratos o los períodos de expiración de dichos gastos;
- La amortización de los gastos pre - operacionales, de organización y constitución, de los costos y gastos acumulados en la investigación, experimentación y desarrollo de nuevos productos, sistemas y procedimientos; en la instalación y puesta en marcha de plantas industriales o sus ampliaciones, en la exploración y desarrollo de minas y canteras, en la siembra y desarrollo de bosques y otros sembríos permanentes. Estas amortizaciones se efectuarán en un período no menor de 5 años en porcentajes anuales iguales, a partir del primer año en que el contribuyente genere ingresos operacionales; una vez adoptado un sistema de amortización, el contribuyente sólo podrá cambiarlo con la autorización previa del respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas.
- Las inversiones relacionadas con la ejecución de contratos celebrados con el Estado o entidades del sector público, en virtud de los cuales el contratista se obliga a ejecutar una obra, financiarla y operarla por cierto lapso, vencido el cual la obra ejecutada revierte sin costo alguno para el Estado o a la entidad del sector público contratante. Estas inversiones se amortizarán en porcentajes anuales iguales, a partir del primer año en que el contribuyente genere ingresos operacionales y por el lapso contractualmente estipulado para que el contratista opere la obra ejecutada.

**Tabla 40. Activos intangibles y diferidos**

Activos intangibles y diferidos	
Descripción	Valor
Gastos de constitución	\$ 800
Investigación histórica	\$ 2.000
Elaboración guión museológico	\$ 1.800
Sitio Web	\$ 200
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.800</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 5.4. Rol de pagos.

A continuación se detalla el sueldo de cada trabajador. También se indica el monto que se destina al IESS y el valor neto que recibe el empleado a final de cada mes.

**Tabla 41. Rol de pagos mensuales**

Cargo	Cantidad	Sueldo	Total de ingresos	Aporte personal IESS 9,35	Total egresos	Neto a pagar al empleado
Director Financiero	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Director RRHH	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Director Cultural	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Chef Principal	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Cajero boletería	1	\$ 400	\$ 400	\$ 37	\$ 37	\$ 363
Cajero Restaurante	1	\$ 400	\$ 400	\$ 37	\$ 37	\$ 363
Guardias	8	\$ 350	\$ 350	\$ 33	\$ 33	\$ 317
Conserjes	14	\$ 350	\$ 350	\$ 33	\$ 33	\$ 317
Ayudante de cocina	1	\$ 650	\$ 650	\$ 61	\$ 61	\$ 589
Cocineros	5	\$ 400	\$ 400	\$ 37	\$ 37	\$ 363
Guías	10	\$ 800	\$ 800	\$ 75	\$ 75	\$ 725
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 8.150</b>	<b>\$ 8.150</b>	<b>\$ 762</b>	<b>\$ 762</b>	<b>\$ 7.388</b>

Fuente: Elaboración propia.

### ***5.5 Declaración y pago de impuesto a la renta.***

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1 de enero al 31 de diciembre.

Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado lo llamamos base imponible.

La base imponible de los ingresos del trabajo en relación de dependencia está constituida por el ingreso gravado menos el valor de los aportes personales al Instituto Ecuatoriano de Seguridad social (IESS), excepto cuando éstos sean pagados por el empleador.

Para el año 2013, la tabla que se encuentra en vigencia para liquidar el impuesto a la renta es la presentada a continuación:

**Tabla 42. Tabla de impuesto a la renta**

TABLA DE IMPUESTO A LA RENTA			
Año 2013 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	Impuesto fracción excedente
-	10180	-	0%
10180	12970	-	5%
12970	16220	140	10%
16220	19470	465	12%
19470	38930	855	15%
38930	58390	3774	20%
58390	77870	7666	25%
77870	103810	12536	30%
103810	En adelante	20318	35%

Fuente: sri.gov.ec

### 5.5.1. Desglose rol de pago.

**Tabla 43. Nómina de empleados**

Nómina de empleados					
Cargo	Cantidad	Sueldo Básico	Aporte personal 9,35% IESS	Neto a pagar	Valor hora extra
Director Financiero	1	\$ 1.200	\$ 112,20	\$ 1.087,80	\$ 5,00
Director RRHH	1	\$ 1.200	\$ 112,20	\$ 1.087,80	\$ 5,00
Director Cultural	1	\$ 1.200	\$ 112,20	\$ 1.087,80	\$ 5,00
Chef Principal	1	\$ 1.200	\$ 112,20	\$ 1.087,80	\$ 5,00
Cajero boletería	1	\$ 400	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 1,67
Cajero Restaurante	1	\$ 400	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 1,67
Guardias	8	\$ 350	\$ 32,73	\$ 317,28	\$ 1,46
Conserjes	14	\$ 350	\$ 32,73	\$ 317,28	\$ 1,46
Ayudante de cocina	1	\$ 650	\$ 60,78	\$ 589,23	\$ 2,71
Cocineros	5	\$ 400	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 1,67
Guías	10	\$ 800	\$ 74,80	\$ 725,20	\$ 3,33
<b>TOTAL NÓMINA</b>		<b>\$ 8.150</b>	<b>\$ 762,03</b>	<b>\$ 7.387,98</b>	<b>\$ 33,96</b>

Fuente: Elaboración propia.



**Tabla 44. Provisiones**

PROVISIONES				
Aporte Patronal 12,15%	Total cuentas por pagar IESS	Provisión Décimo tercero	Provisión décimo cuarto	Vacaciones
\$ 146	\$ 258,00	\$ 100,00	\$ 26,50	\$ 50,00
\$ 146	\$ 258,00	\$ 100,00	\$ 26,50	\$ 50,00
\$ 146	\$ 258,00	\$ 100,00	\$ 26,50	\$ 50,00
\$ 146	\$ 258,00	\$ 100,00	\$ 26,50	\$ 50,00
\$ 49	\$ 86,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67
\$ 49	\$ 86,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67
\$ 43	\$ 75,25	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 14,58
\$ 43	\$ 75,25	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 14,58
\$ 79	\$ 139,75	\$ 54,17	\$ 26,50	\$ 27,08
\$ 49	\$ 86,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67
\$ 97	\$ 172,00	\$ 66,67	\$ 26,50	\$ 33,33
<b>\$ 990</b>	<b>\$ 1.752,25</b>	<b>\$ 679,17</b>	<b>\$ 291,50</b>	<b>\$ 339,58</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 45. Rol de pago mensual**

Rol de pago mensual						
Cargo	Cantidad	Sueldo	Total de ingresos	Aporte personal IESS 9,35	Total egresos	Neto a pagar al empleado
Director Financiero	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Director RRHH	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Director Cultural	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Chef Principal	1	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 112	\$ 112	\$ 1.088
Cajero boletería	1	\$ 400	\$ 400	\$ 37	\$ 37	\$ 363
Cajero Restaurante	1	\$ 400	\$ 400	\$ 37	\$ 37	\$ 363
Guardias	8	\$ 350	\$ 350	\$ 33	\$ 33	\$ 317
Conserjes	14	\$ 350	\$ 350	\$ 33	\$ 33	\$ 317
Ayudante de cocina	1	\$ 650	\$ 650	\$ 61	\$ 61	\$ 589
Cocineros	5	\$ 400	\$ 400	\$ 37	\$ 37	\$ 363
Guías	10	\$ 800	\$ 800	\$ 75	\$ 75	\$ 725
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 8.150</b>	<b>\$ 8.150</b>	<b>\$ 762</b>	<b>\$ 762</b>	<b>\$ 7.388</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 47. Provisiones e impuestos mensuales**

Provisiones e impuestos mensual							
A. personal 9,35%	A. patronal 12,15%	CxP IESS	Prov. décimo tercero	Prov. décimo cuarto	Vacaciones	CxP benef. Empleados	CxP empleados IESS+benef
\$ 112	\$ 146	\$ 258	\$ 100	\$ 26,50	\$ 50	\$ 176,50	\$ 434,50
\$ 112	\$ 146	\$ 258	\$ 100	\$ 26,50	\$ 50	\$ 176,50	\$ 434,50
\$ 112	\$ 146	\$ 258	\$ 100	\$ 26,50	\$ 50	\$ 176,50	\$ 434,50
\$ 112	\$ 146	\$ 258	\$ 100	\$ 26,50	\$ 50	\$ 176,50	\$ 434,50
\$ 37	\$ 49	\$ 86	\$ 33	\$ 26,50	\$ 17	\$ 76,50	\$ 162,50
\$ 37	\$ 49	\$ 86	\$ 33	\$ 26,50	\$ 17	\$ 76,50	\$ 162,50
\$ 33	\$ 43	\$ 75	\$ 29	\$ 26,50	\$ 15	\$ 70,25	\$ 145,50
\$ 33	\$ 43	\$ 75	\$ 29	\$ 26,50	\$ 15	\$ 70,25	\$ 145,50
\$ 61	\$ 79	\$ 140	\$ 54	\$ 26,50	\$ 27	\$ 107,75	\$ 247,50
\$ 37	\$ 49	\$ 86	\$ 33	\$ 26,50	\$ 17	\$ 76,50	\$ 162,50
\$ 75	\$ 97	\$ 172	\$ 67	\$ 26,50	\$ 33	\$ 126,50	\$ 298,50
<b>\$ 762</b>	<b>\$ 990</b>	<b>\$ 1.752</b>	<b>\$ 679</b>	<b>\$ 291,50</b>	<b>\$ 340</b>	<b>\$ 1.310,25</b>	<b>\$ 3.062,50</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 47. Rol de pago año 1**

Rol de pago Año 1						
Cargo	Cantidad	Sueldo	Total de ingresos	Aportepersonal IESS 9,35	Total egresos	Neto a pagar al empleado
Director Financiero	1	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 1.346	\$ 1.346	\$ 13.054
Director RRHH	1	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 1.346	\$ 1.346	\$ 13.054
Director Cultural	1	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 1.346	\$ 1.346	\$ 13.054
Chef Principal	1	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 1.346	\$ 1.346	\$ 13.054
Cajero boletería	1	\$ 4.800	\$ 4.800	\$ 449	\$ 449	\$ 4.351
Cajero Restaurante	1	\$ 4.800	\$ 4.800	\$ 449	\$ 449	\$ 4.351
Guardias	8	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 393	\$ 393	\$ 3.807
Conserjes	14	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 393	\$ 393	\$ 3.807
Ayudante de cocina	1	\$ 7.800	\$ 7.800	\$ 729	\$ 729	\$ 7.071
Cocineros	5	\$ 4.800	\$ 4.800	\$ 449	\$ 449	\$ 4.351
Guías	10	\$ 9.600	\$ 9.600	\$ 898	\$ 898	\$ 8.702
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 97.800</b>	<b>\$ 97.800</b>	<b>\$ 9.144</b>	<b>\$ 9.144</b>	<b>\$ 88.656</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 48. Provisiones e impuestos año 1**

A. personal 9,35%	CxPIESS	P. décimo tercero	P. décimo cuarto	Vacaciones	CxP benef. Empleados	CxP empleados IESS+benef
\$ 1.346	\$ 3.096	\$ 1.200	\$ 26,50	\$ 600	\$ 1.826,50	\$ 4.922,50
\$ 1.346	\$ 3.096	\$ 1.200	\$ 26,50	\$ 600	\$ 1.826,50	\$ 4.922,50
\$ 1.346	\$ 3.096	\$ 1.200	\$ 26,50	\$ 600	\$ 1.826,50	\$ 4.922,50
\$ 1.346	\$ 3.096	\$ 1.200	\$ 26,50	\$ 600	\$ 1.826,50	\$ 4.922,50
\$ 449	\$ 1.032	\$ 400	\$ 26,50	\$ 200	\$ 626,50	\$ 1.658,50
\$ 449	\$ 1.032	\$ 400	\$ 26,50	\$ 200	\$ 626,50	\$ 1.658,50
\$ 393	\$ 903	\$ 350	\$ 26,50	\$ 175	\$ 551,50	\$ 1.454,50
\$ 393	\$ 903	\$ 350	\$ 26,50	\$ 175	\$ 551,50	\$ 1.454,50
\$ 729	\$ 1.677	\$ 650	\$ 26,50	\$ 325	\$ 1.001,50	\$ 2.678,50
\$ 449	\$ 1.032	\$ 400	\$ 26,50	\$ 200	\$ 626,50	\$ 1.658,50
\$ 898	\$ 2.064	\$ 800	\$ 26,50	\$ 400	\$ 1.226,50	\$ 3.290,50
<b>\$ 9.144</b>	<b>\$ 21.027</b>	<b>\$ 8.150</b>	<b>\$ 291,50</b>	<b>\$ 4.075</b>	<b>\$ 12.516,50</b>	<b>\$ 33.543,50</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 5.6. *Financiamiento.*

**Tabla 49. Financiamiento**

Inversión total	\$ 210.000,55
activos totales	\$ 186.304,64
capital de trabajo	\$ 23.695,91

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 50. Amortización**

Inversión total	\$ 210.000,55	100%
Préstamo	\$ 147.000,39	70%
Aporte propio	\$ 63.000,17	30%

Fuente: Elaboración propia.

Para llevar a cabo esta propuesta, se necesita de una inversión inicial de \$210.000,55. Esta suma contendrá activos y capital de trabajo. Con este dinero, se podrá cubrir dos meses de costos operativos.

El préstamo se tiene previsto ser realizado a Corporación Financiera Ecuatoriana (CFN), y la cantidad que se prevé prestar es \$147.000,39.

La CFN tiene unos requisitos que son indispensables revisar antes de hacer un préstamo. Los mismos se los presenta a continuación:

- Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.

- Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Ya que con la CFN sólo se puede financiar un 70% de la inversión requerida, el otro 30% deberá ser aporte propio. Ya sea que este se dé por accionistas, alguna entidad pública o privada.

El préstamo realizado se lo cancelará en un periodo de 5 años, con una tasa anual de 11%. Se deberán cancelar 60 cuotas de \$3.196,14.

Al pasar 5 años, el préstamo se habrá cancelado en su totalidad. La CFN cobrará una suma de \$47.768,29 en intereses por gastos financieros.

**Tabla 51. Amortización del préstamo mensual**

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO (CRÉDITO CFN)					
PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	147.000,39	1.848,64	1.347,50	\$ 3.196,14	145.151,74
2	145.151,74	1.865,59	1.330,56	\$ 3.196,14	143.286,16
3	143.286,16	1.882,69	1.313,46	\$ 3.196,14	141.403,47
4	141.403,47	1.899,95	1.296,20	\$ 3.196,14	139.503,52
5	139.503,52	1.917,36	1.278,78	\$ 3.196,14	137.586,16
6	137.586,16	1.934,94	1.261,21	\$ 3.196,14	135.651,22
7	135.651,22	1.952,68	1.243,47	\$ 3.196,14	133.698,55
8	133.698,55	1.970,57	1.225,57	\$ 3.196,14	131.727,97
9	131.727,97	1.988,64	1.207,51	\$ 3.196,14	129.739,33
10	129.739,33	2.006,87	1.189,28	\$ 3.196,14	127.732,47
11	127.732,47	2.025,26	1.170,88	\$ 3.196,14	125.707,20
12	125.707,20	2.043,83	1.152,32	\$ 3.196,14	123.663,38
13	123.663,38	2.062,56	1.133,58	\$ 3.196,14	121.600,81
14	121.600,81	2.081,47	1.114,67	\$ 3.196,14	119.519,34
15	119.519,34	2.100,55	1.095,59	\$ 3.196,14	117.418,79
16	117.418,79	2.119,81	1.076,34	\$ 3.196,14	115.298,98
17	115.298,98	2.139,24	1.056,91	\$ 3.196,14	113.159,75
18	113.159,75	2.158,85	1.037,30	\$ 3.196,14	111.000,90
19	111.000,90	2.178,64	1.017,51	\$ 3.196,14	108.822,26
20	108.822,26	2.198,61	997,54	\$ 3.196,14	106.623,66
21	106.623,66	2.218,76	977,38	\$ 3.196,14	104.404,90
22	104.404,90	2.239,10	957,04	\$ 3.196,14	102.165,80
23	102.165,80	2.259,62	936,52	\$ 3.196,14	99.906,17
24	99.906,17	2.280,34	915,81	\$ 3.196,14	97.625,83

25	97.625,83	2.301,24	894,90	\$ 3.196,14	95.324,59
26	95.324,59	2.322,34	873,81	\$ 3.196,14	93.002,26
27	93.002,26	2.343,62	852,52	\$ 3.196,14	90.658,63
28	90.658,63	2.365,11	831,04	\$ 3.196,14	88.293,53
29	88.293,53	2.386,79	809,36	\$ 3.196,14	85.906,74
30	85.906,74	2.408,67	787,48	\$ 3.196,14	83.498,07
31	83.498,07	2.430,75	765,40	\$ 3.196,14	81.067,33
32	81.067,33	2.453,03	743,12	\$ 3.196,14	78.614,30
33	78.614,30	2.475,51	720,63	\$ 3.196,14	76.138,79
34	76.138,79	2.498,21	697,94	\$ 3.196,14	73.640,58
35	73.640,58	2.521,11	675,04	\$ 3.196,14	71.119,47
36	71.119,47	2.544,22	651,93	\$ 3.196,14	68.575,26
37	68.575,26	2.567,54	628,61	\$ 3.196,14	66.007,72
38	66.007,72	2.591,07	605,07	\$ 3.196,14	63.416,65
39	63.416,65	2.614,83	581,32	\$ 3.196,14	60.801,82
40	60.801,82	2.638,79	557,35	\$ 3.196,14	58.163,03
41	58.163,03	2.662,98	533,16	\$ 3.196,14	55.500,04
42	55.500,04	2.687,39	508,75	\$ 3.196,14	52.812,65
43	52.812,65	2.712,03	484,12	\$ 3.196,14	50.100,62
44	50.100,62	2.736,89	459,26	\$ 3.196,14	47.363,73
45	47.363,73	2.761,98	434,17	\$ 3.196,14	44.601,75
46	44.601,75	2.787,30	408,85	\$ 3.196,14	41.814,46
47	41.814,46	2.812,85	383,30	\$ 3.196,14	39.001,61
48	39.001,61	2.838,63	357,51	\$ 3.196,14	36.162,98
49	36.162,98	2.864,65	331,49	\$ 3.196,14	33.298,33
50	33.298,33	2.890,91	305,23	\$ 3.196,14	30.407,42
51	30.407,42	2.917,41	278,73	\$ 3.196,14	27.490,01
52	27.490,01	2.944,15	251,99	\$ 3.196,14	24.545,86
53	24.545,86	2.971,14	225,00	\$ 3.196,14	21.574,72
54	21.574,72	2.998,38	197,77	\$ 3.196,14	18.576,34
55	18.576,34	3.025,86	170,28	\$ 3.196,14	15.550,48
56	15.550,48	3.053,60	142,55	\$ 3.196,14	12.496,88
57	12.496,88	3.081,59	114,55	\$ 3.196,14	9.415,29
58	9.415,29	3.109,84	86,31	\$ 3.196,14	6.305,46
59	6.305,46	3.138,34	57,80	\$ 3.196,14	3.167,11
60	3.167,11	3.167,11	29,03	\$ 3.196,14	(0,00)
		<b>147.000,39</b>	<b>44.768,29</b>		

Fuente: Elaboración propia.

### **5.7. Proyecciones de ventas**

Esta propuesta plantea una proyección de ventas factibles y reales de acuerdo con el número de visitantes que actualmente recibe el museo miniatura de Guayaquil, el cuál ocupa el espacio en donde se pretende desarrollar este proyecto en un futuro. El museo costumbrista de la ciudad de Guayaquil, pretende recibir diariamente 200 visitantes, teniendo en cuenta que el museo está abierto de lunes a domingo, se prevé que este reciba a 6000 personas al mes.

Ya que anteriormente se ha realizado una encuesta (Pregunta 8, página 118) de cuanto estaría el público dispuesto a pagar, la entrada tendría un valor de \$2,00. Valor que estaría de dentro del presupuesto de los interesados en visitar este establecimiento. Este valor incluye la visita guiada, o si lo prefiere el visitante, el recorrido por las diferentes salas por su cuenta.

Este museo, además de contar con un entretenido recorrido por sus diferentes salas, cuenta con un restaurante llamado “La cocina típica” en el que se ofrecerán piqueos, snacks y platos típicos que pueden ser adquiridos por los visitantes del museo y por el público en general.

Se prevé que “La cocina típica” alrededor de 150 visitantes al día, ya que el mismo, no solo estará disponible para los que hagan el recorrido, sino también para el público en general.

Se pretende que las ventas, del museo y del restaurante, alcancen en su primer año \$4'509.900 y a partir del segundo año, la asistencia de público aumente en un 5% y aumente un 3% en el valor de las entradas y los platos ofrecidos en el restaurante logrando vender un total de \$5'215.240,05. La proyección de las ventas al cumplir cinco de proyecto, pretende alcanzar la suma de \$28'524.719,99.



**Tabla 52. Incremento visitantes**

Incremento visitantes					
% de incremento		5%	5%	5%	5%
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas/boletos	72000	75600	79380	83349	87516,45
Restaurante "la cocina típica"	54000	56700	59535	62511,75	65637,3375
	<b>126000</b>	<b>132300</b>	<b>138915</b>	<b>145860,75</b>	<b>153153,7875</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 53. Incremento precio entradas**

Incremento precios					
% de incremento		3%	3%	3%	3%
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas/boletos	\$ 2,00	\$ 2,06	\$ 2,12	\$ 2,19	\$ 2,25
Empanada	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,59	\$ 1,64	\$ 1,69
Combo triple empanada	\$ 4,30	\$ 4,43	\$ 4,56	\$ 4,70	\$ 4,84
Tortillas	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,59	\$ 1,64	\$ 1,69
Muchin	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,59	\$ 1,64	\$ 1,69
Hayacas	\$ 1,70	\$ 1,75	\$ 1,80	\$ 1,86	\$ 1,91
Morocho	\$ 1,25	\$ 1,29	\$ 1,33	\$ 1,37	\$ 1,41
Combo tortillero	\$ 4,30	\$ 4,43	\$ 4,56	\$ 4,70	\$ 4,84
Caldo de salchicha (plato fuerte)	\$ 3,90	\$ 4,02	\$ 4,14	\$ 4,26	\$ 4,39
Bolón de queso	\$ 3,90	\$ 4,02	\$ 4,14	\$ 4,26	\$ 4,39
Bolón de chicharrón	\$ 3,90	\$ 4,02	\$ 4,14	\$ 4,26	\$ 4,39
Bolón mixto	\$ 4,10	\$ 4,22	\$ 4,35	\$ 4,48	\$ 4,61
Carne en palito	\$ 3,90	\$ 4,02	\$ 4,14	\$ 4,26	\$ 4,39
Arroz con menestra de frejol	\$ 4,90	\$ 5,05	\$ 5,20	\$ 5,35	\$ 5,51
Arroz con menestra de garbanzo	\$ 4,90	\$ 5,05	\$ 5,20	\$ 5,35	\$ 5,51
Seco de gallina	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,30	\$ 5,46	\$ 5,63
Seco de chivo	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,30	\$ 5,46	\$ 5,63
Encebollado	\$ 3,00	\$ 3,09	\$ 3,18	\$ 3,28	\$ 3,38
Sánduche de chancho	\$ 3,00	\$ 3,09	\$ 3,18	\$ 3,28	\$ 3,38
Colada	\$ 1,80	\$ 1,85	\$ 1,91	\$ 1,97	\$ 2,03
Maicena	\$ 1,20	\$ 1,24	\$ 1,27	\$ 1,31	\$ 1,35
Chicha de arroz	\$ 1,30	\$ 1,34	\$ 1,38	\$ 1,42	\$ 1,46
Cardenillo	\$ 1,30	\$ 1,34	\$ 1,38	\$ 1,42	\$ 1,46
Agua de piña	\$ 1,20	\$ 1,24	\$ 1,27	\$ 1,31	\$ 1,35
Batido de frutas	\$ 2,00	\$ 2,06	\$ 2,12	\$ 2,19	\$ 2,25
Bebidas gaseosas	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,59	\$ 1,64	\$ 1,69
Higos con queso	\$ 2,30	\$ 2,37	\$ 2,44	\$ 2,51	\$ 2,59
Dulce de pechiche	\$ 2,50	\$ 2,58	\$ 2,65	\$ 2,73	\$ 2,81
Chucula	\$ 2,00	\$ 2,06	\$ 2,12	\$ 2,19	\$ 2,25
Torta de maduro	\$ 2,20	\$ 2,27	\$ 2,33	\$ 2,40	\$ 2,48
<b>TOTAL boletos</b>	<b>\$ 2,00</b>	<b>\$ 6,53</b>	<b>\$ 21,78</b>	<b>\$ 74,13</b>	<b>\$ 257,69</b>
<b>TOTAL restaurante "La cocina"</b>	<b>\$ 80,85</b>	<b>\$ 83,28</b>	<b>\$ 85,77</b>	<b>\$ 88,35</b>	<b>\$ 91,00</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 54. Dólares/años**

Dólares/años					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas/boletos	\$ 144.000,00	\$ 493.819,20	\$ 1.728.702,50	\$ 6.178.727,40	\$ 22.551.893,77
Restaurante "La cocina típica"	\$ 4.365.900,00	\$ 4.721.720,85	\$ 5.106.541,10	\$ 5.522.724,20	\$ 5.972.826,22
	<b>\$ 4.509.900,00</b>	<b>\$ 5.215.540,05</b>	<b>\$ 6.835.243,60</b>	<b>\$ 11.701.451,60</b>	<b>\$ 28.524.719,99</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **5.8 Cálculo del costo de la mano de obra directa y otros sueldos indirectos.**

#### **5.8.1. Costos directos**

En este cálculo se toma en cuenta el costo del personal directo que desempeña sus funciones en el museo. Así mismo, se toma en cuenta la provisión de beneficios sociales y los pagos que se harán al IESS.

Dentro de este cálculo también se incluye el mantenimiento del museo, el transporte y el dominio y hosting del sitio web.

**Tabla 55. Costo mano directa**

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA													
Costos directos	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13	ago-13	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13	TOTAL
Mano de obra directa: Sueldos y salarios	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 2.176,60	\$ 26.107,20
Gastos beneficios sociales	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 807,60	\$ 9.691,20
Gastos IESS	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 516,00	\$ 6.192,00
Mantenimiento museo	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 291,67	\$ 3.500,00
Transporte	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ 2.300,00
Dominio y Hostiing Portal Web	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 4.083,54</b>	<b>\$ 48.990,40</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 5.8.2. Costos indirectos.

En este rubro, se toma en cuenta el pago de los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo, o también considerado, mano de obra indirecta.

En esta tabla, también se considera los suministros de oficina, los servicios básicos y la publicidad que se contratará para dar a conocer este nuevo establecimiento.

A partir del primer año, se aumentará un 5% por conceptos de inflación.

**Tabla 56. Costo mano de obra indirecta**

COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA													
Costos indirectos	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13	ago-13	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13	TOTAL
Mano de obra indirecta: Sueldos y salarios	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 5.212,38	\$ 62.548,50
Gastos beneficios sociales	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 14.835,00
Gastos IESS	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 1.236,25	\$ 14.835,00
Suministros de oficina	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 2.500,00
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00
Promoción y publicidad	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 1.807,50	\$ 21.690,00
Gastos de limpieza y varios	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 483,33	\$ 5.800,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 139.008,50</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 57. Incremento anual costo mano de obra directa.**

Incremento	5%				
Costos Directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa: Sueldos y salarios	\$ 26.107,20	\$ 27.412,56	\$ 28.783,19	\$ 30.222,35	\$ 31.733,46
Gastos de beneficios sociales	\$ 9.691,20	\$ 10.175,76	\$ 10.684,55	\$ 11.218,78	\$ 11.779,71
Gastos IESS	\$ 6.192,00	\$ 6.501,60	\$ 6.826,68	\$ 7.168,01	\$ 7.526,41
Mantenimiento del museo	\$ 3.500,00	\$ 3.675,00	\$ 3.858,75	\$ 4.051,69	\$ 4.254,27
Transporte	\$ 2.300,00	\$ 2.415,00	\$ 2.415,00	\$ 2.415,00	\$ 2.415,00
Dominio y Hostiang portal web	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 48.990,40</b>	<b>\$ 51.439,92</b>	<b>\$ 54.011,92</b>	<b>\$ 56.712,51</b>	<b>\$ 59.548,14</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 58. Incremento anual costo mano de obra indirecta.**

Incremento anual en costos indirectos					
Incremento	5%				
Costos Indirectos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra indirecta: Sueldos y salarios	\$ 5.212,38	\$ 5.473,00	\$ 5.746,65	\$ 6.033,98	\$ 6.335,68
Gastos beneficios sociales	\$ 1.236,25	\$ 1.298,06	\$ 1.362,97	\$ 1.431,11	\$ 1.502,67
Gastos IESS	\$ 1.236,25	\$ 1.298,06	\$ 1.362,97	\$ 1.431,11	\$ 1.502,67
Suministros de oficina	\$ 208,33	\$ 218,75	\$ 229,68	\$ 241,17	\$ 253,23
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 1.400,00	\$ 1.470,00	\$ 1.543,50	\$ 1.620,68	\$ 1.701,71
Promoción y publicidad	\$ 1.807,50	\$ 1.897,88	\$ 1.992,77	\$ 2.092,41	\$ 2.197,03
Gastos de limpieza y varios	\$ 483,33	\$ 507,50	\$ 532,87	\$ 559,51	\$ 587,49
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 11.100,71</b>	<b>\$ 11.655,75</b>	<b>\$ 12.238,53</b>	<b>\$ 12.850,46</b>	<b>\$ 13.492,98</b>
<b>TOTAL costos y gastos</b>	<b>\$ 60.091,11</b>	<b>\$ 63.095,67</b>	<b>\$ 66.250,45</b>	<b>\$ 69.562,97</b>	<b>\$ 73.041,12</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 5.9 Estados financieros proyectados anuales.

**Tabla 59. Estado de pérdidas y ganancias**

		Estado de pérdidas y ganancias				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ventas	\$ 4.509.900,00	\$ 5.215.540,05	\$ 6.835.243,60	\$ 11.701.451,60	\$ 28.524.719,99
	(Costos directos)	\$ 48.990,40	\$ 51.439,92	\$ 54.011,92	\$ 56.712,51	\$ 59.548,14
	Utilidad bruta	\$ 4.460.909,60	\$ 5.164.100,13	\$ 6.781.231,69	\$ 11.644.739,09	\$ 28.465.171,85
	(Costos indirectos)	\$ 11.100,71	\$ 11.655,75	\$ 12.238,53	\$ 12.850,46	\$ 13.492,98
	Utilidad operativa	\$ 4.449.808,89	\$ 5.152.444,38	\$ 6.768.993,15	\$ 11.631.888,63	\$ 28.451.678,87
	Gastos financieros	\$ 19.250	\$ 19.250	\$ 19.250	\$ 19.250	\$ 19.250
	Depreciaciones y amortizaciones	\$ 9.142	\$ 9.142	\$ 9.142	\$ 9.142	\$ 9.142
	Utilidad antes de impuestos	\$ 4.421.416,89	\$ 5.124.052,38	\$ 6.740.601,15	\$ 11.603.496,63	\$ 28.423.286,87
15%	Repartición de trabajadores	\$ 663.212,53	\$ 768.607,86	\$ 1.011.090,17	\$ 1.740.524,49	\$ 4.263.493,03
	Utilidad antes de impuestos	\$ 3.758.204,36	\$ 4.355.444,53	\$ 5.729.510,98	\$ 9.862.972,13	\$ 24.159.793,84
22%	Impuestos a la renta	\$ 826.804,96	\$ 958.197,80	\$ 1.260.492,42	\$ 2.169.853,87	\$ 5.315.154,64
	Utilidad final	\$ 2.931.399,40	\$ 3.397.246,73	\$ 4.469.018,56	\$ 7.693.118,26	\$ 18.844.639,19

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 60. Flujo de caja**

Flujo de caja						
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	TOTAL
Ventas	\$ 4.509.900,00	\$ 5.215.540,05	\$ 6.835.243,60	\$ 11.701.451,60	\$ 28.524.719,99	\$ 56.786.855,24
(Costos directos)	\$ 48.990,40	\$ 51.439,92	\$ 54.011,92	\$ 56.712,51	\$ 59.548,14	\$ 270.702,89
(Costos indirectos)	\$ 11.100,71	\$ 11.655,75	\$ 12.238,53	\$ 12.850,46	\$ 13.492,98	\$ 61.338,43
Flujo operativo	\$ 4.449.808,89	\$ 5.152.444,38	\$ 6.768.993,15	\$ 11.631.888,63	\$ 28.451.678,87	\$ 56.454.813,92
Ingresos no operativos	\$ 210.000,55	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 210.000,55
Crédito	\$ 147.000,39					\$ 147.000,39
Aporte propio	\$ 63.000,17					\$ 63.000,17
Inversiones	\$ 210.000,55	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 210.000,55
Activos	\$ 186.304,64					\$ 186.304,64
Capital de trabajo	\$ 23.695,91					\$ 23.695,91
Pago de dividendos	\$ 38.353,73	\$ 38.353,73	\$ 38.353,73	\$ 38.353,73	\$ 38.353,73	\$ 191.768,65
Impuestos	\$ 1.490.017,49	1726805,654	2271582,589	3910378,363	9578647,675	\$ 18.977.431,77
Flujo no operativo	\$ 1.528.371,23	\$ 1.765.159,38	\$ 2.309.936,32	\$ 3.948.732,09	\$ 9.617.001,40	\$ 19.169.200,43
FLUJO NETO	\$ 2.918.357,71	\$ 3.390.218,69	\$ 4.439.806,83	\$ 5.960.439,34	\$ 18.853.781,19	\$ 35.562.603,75
Flujo acumulado	\$ 2.918.357,71	\$ 6.308.576,40	\$ 10.748.383,23	\$ 16.708.822,56	\$ 35.562.603,76	\$ 72.246.743,66

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 61. Proyección anual de flujo de caja**

PROYECCION ANUAL DEL FLUJO DE CAJA						
RUBROS	ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ 2.931.399,40	\$ 3.397.246,73	\$ 4.469.018,56	\$ 7.693.118,26	\$ 18.844.639,19
(+) Depreciaciones y amortizaciones		\$ 9.142,00	\$ 9.142,00	\$ 9.142,00	\$ 9.142,00	\$ 9.142,00
(-) Pago del principal (préstamo)		\$ 22.183,69	\$ 22.184,00	\$ 22.184,00	\$ 22.184,00	\$ 22.184,00
= Flujo Neto de Caja	<b>-\$ 210.000,55</b>	<b>\$ 2.918.357,71</b>	<b>\$ 3.384.204,73</b>	<b>\$ 4.455.976,56</b>	<b>\$ 7.680.076,26</b>	<b>\$ 18.831.597,19</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 62. Evaluación financiera**

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	
TASA DE DESCUENTO =	<b>12,00%</b>
VALOR PRESENTE NETO (VAN) =	<b>\$ 23.831.600,66</b>
TASA INTERNA DE RETORNO TIR =	<b>1407,20%</b>
RELACIÓN BENEFICIO COSTO Rb/c =	<b>\$ 113,48</b>

Fuente: Elaboración propia.

Se concluye que es viable y muy rentable la ejecución de este proyecto.



## **CONCLUSIONES**

Santiago de Guayaquil, es la ciudad con mayor número de habitantes en Ecuador y es la ciudad más grande del territorio ecuatoriano.

La ciudad de Guayaquil ha tenido sus épocas doradas, pero así mismo, ha pasado por momentos duros, los que han sido superados gracias a las gestiones del municipio y de sus habitantes.

Guayaquil, también conocida como “El Puerto Principal”, en los últimos años, se ha agregado a las agendas de los miles de turistas alrededor del mundo. En el 2011, llegaron más d 270.000 turistas a la ciudad de Guayaquil.

Esta ciudad, ha pasado por una estricta regeneración urbana, que le ha llevado varios años y conflictos pero, que hoy en día, muestra sus resultados.

Guayaquil es una ciudad rica en historia y con costumbres inigualables, factores determinantes para ser considerada por los turistas como uno de los sitios para visitar.

El folclore de Guayaquil, se ha ido formando a través de los años, y permanece vivo en sus habitantes pero no existe un lugar que lo muestre.

El folclore, es una expresión de la cultura de un pueblo que incluye las danzas, música, leyendas, cuentos, chistes, costumbres, proverbios, supersticiones entre otros factores, común a una población concreta, incluyendo las tradiciones de dicha cultura, subcultura o grupo social.

El turismo en la ciudad de Guayaquil es una de sus principales fuentes de ingreso. En los últimos años, gracias a la gestión municipal y a la promoción del gobierno, el turismo es la fuente de ingreso de miles de hogares guayaquileños.

Gracias a la implementación de carreras universitarias especializadas en turismo y servicios, la calidad del servicio turístico que se ofrece en la ciudad, es mejor que hace muchos años atrás. Aunque todavía le falta mucho, se puede decir que la atención por parte del personal turístico es muy buena.

Históricamente hablando, en 1930, Arthur Borman definió a el turismo como “El conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.”

En 1995, la OMT oficializa el significado del turismo y lo define como “Las actividades realizadas por las personas durante sus viajes, en un tiempo inferior a un año, por motivos de recreación, negocios, investigación entre otros.”

Si bien existen establecimientos en la ciudad, que pretenden transmitir la historia Guayaquileña, no existe un verdadero turismo cultural en la ciudad.

El turismo cultural no solo implica la visita de lugares y monumentos, sino que también el tipo de vida que se lleva en las zonas que se visitan. El turismo cultural es el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales.

El turismo cultural es atractivo para los gobiernos y por lo tanto es una ventaja, ya que esto implica que se muestre interés en una comunidad Guayaquileña, permitiendo así el desarrollo de la urbe.

El primer museo a nivel mundial, surge a finales del siglo XVIII, y este es creado con carácter público. A partir de la creación del primer museo, se barajan varios conceptos de museo, cada definición es concebida como una realidad dinámica que se va desarrollando hasta la actualidad.

La ICOM (2007) de acuerdo a su última Conferencia general realizada en Viena, Austria, establece que un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.

En Guayaquil existen muchos museos. Entre los principales se encuentran El Museo Municipal, el Museo Nahim Isaías, el museo de la música ecuatoriana entre otros. La mayoría de estos establecimientos se sitúan en el centro de la ciudad, sin embargo, ninguno de ellos tiene como propósito la recuperación y conservación de las tradiciones autóctonas.

La aspiración primordial de este proyecto era el de realizar una oferta alternativa de turismo cultural en la ciudad de Guayaquil. Esta propuesta es un museo costumbrista, el cual permita a los habitantes de Guayaquil, recobrar las tradiciones de antaño y conservarlas para los futuros habitantes. Y para que los turistas extranjeros conozcan más sobre nuestra cultura y tradiciones y noten porque Guayaquil es uno de los lugares que se deben visitar.

## **RECOMENDACIONES**

Este proyecto permitió analizar varios aspectos que no son frecuentemente tratados en el ambiente local.

Uno de estos aspectos es el turismo cultural. Si bien existen lugares de entretenimiento y atractivos turísticos, no se vende a la cultura guayaquileña como un producto. Las encuestas demostraron que existe el interés por las tradiciones de antaño, así que un establecimiento o una atracción que las cuente, sería de muy grande aceptación entre los habitantes de la ciudad.

Otro aspecto que se ignora en la ciudad es el folclore, un aspecto en el que Guayaquil es muy rico. Si se explotara el turismo basándose en el folclore, sería una ciudad aún más atractivo.

Se debería hacer una investigación más exhaustiva respecto a que tipo de alimentos son los que se deberían brindar en el restaurante.

Y por último, se debería hacer una investigación más profunda sobre la aceptación de una "Gift Shop" dentro del establecimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- :: TERMOMETRO EN LINEA :: (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.termometroenlinea.com.mx/vernoticiashistorial.php?artid=15912>
- Center for History and New Media. (s. f.). Guía rápida. Recuperado a partir de [http://zotero.org/support/quick\\_start\\_guide](http://zotero.org/support/quick_start_guide)
- Claudia Toselli. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Recuperado a partir de [http://www.salvador.edu.ar/vrid/ima/a\\_ocio-06.pdf](http://www.salvador.edu.ar/vrid/ima/a_ocio-06.pdf)
- Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. (s. f.). Recuperado 21 de octubre de 2013, a partir de <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
- Constancio Aguirre Perez, A. M. V. M. (2004). Revista electrónica de enseñanzas de las ciencias, 3.
- Consuelo Martinez, M. O. (2010). *Antropología: la cultura*. Firmas Press. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/ucsgsp/docDetail.action?docID=10360753&p00=cultura>
- Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural: UNESCO. (s. f.). Recuperado 3 de octubre de 2013, a partir de [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)
- Diversidad cultural : UNESCO-CULTURA. (s. f.). Recuperado 3 de octubre de 2013, a partir de [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=34321&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34321&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

- Doc\_MuseoCostumbrista.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de [http://www.usfx.info/culturaydeporte/Documentacion/Doc\\_MuseoCostumbrista.pdf](http://www.usfx.info/culturaydeporte/Documentacion/Doc_MuseoCostumbrista.pdf)
- Efrén Avilés Pino. (s. f.). Enciclopedia del Ecuador - Efrén Avilés Pino - MUSEO DEL BANCO CENTRAL (Guayaquil). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1530&Let=>
- El Diario - En el museo Costumbrista «Juan de Vargas» se detuvo el tiempo. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de [http://www.eldiario.net/noticias/2012/2012\\_03/nt120304/nacional.php?n=38](http://www.eldiario.net/noticias/2012/2012_03/nt120304/nacional.php?n=38)
- El Incendio Grande | M. I. Municipalidad de Guayaquil. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.guayaquil.gov.ec/la-ciudad/historia/el-incendio-grande>
- El rodeo es la fiesta del montubio. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de [http://www.elcomercio.ec/pais/rodeo-fiesta-montubio\\_0\\_570543093.html](http://www.elcomercio.ec/pais/rodeo-fiesta-montubio_0_570543093.html)
- Ernesto A. Rodríguez Moguel. (2005). *Metodología de la Investigación - Ernesto A. Rodríguez Moguel - Google Libros*. México. Recuperado a partir de [http://books.google.es/books?id=r4yrEW9Jhe0C&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ei=D7pIUrPjL4rS8wT\\_IHwDg&ved=0CEUQ6AEwAw#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false](http://books.google.es/books?id=r4yrEW9Jhe0C&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ei=D7pIUrPjL4rS8wT_IHwDg&ved=0CEUQ6AEwAw#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false)
- Esteban Curiel, J. de L. (2008). *La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia*. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/ucsgsp/docDetail.action?docID=10234529&p00=turismo%20cultural>

- Francisca HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ. (1992). Revista general de información y documentación, 2, 85-97.
- Guayaquil en evolución. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de [http://www.museodeguayaquil.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=116&Itemid=162](http://www.museodeguayaquil.com/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=162)
- Herrero Prieto, I.C. (2004). *TURISMO CULTURAL E IMPACTO ECONOMICO DE SALAMANCA 2002: CIUDAD E ROPEA DE LA CULTURA*. Madrid.
- Horizontes Antropológicos - Turismo cultural, culturas turísticas. (s. f.). Recuperado 25 de septiembre de 2013, a partir de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext)
- IMPACTO AMBIENTAL - GRN. (s. f.). Recuperado 4 de noviembre de 2013, a partir de <http://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>
- Ismael Pérez Pazmiño. (2000). Memorias Autobiográficas de Ismael Pérez Pazmiño (1ra. edición., p. 310). Guayaquil.
- J. C. Armstrong, P. S. (1968). *On the Interpretation of Factor Analysis*.
- Jacinto Rodríguez. (1991). Métodos de muestreo. Cuadernos metodológicos.
- Jacqueline Graff Munaro. (2010). *Aculturación e identidad étnica: La integración social de los alumnos inmigrantes en las escuelas*. Salamanca. Recuperado a partir de [http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/83231/1/DPEE\\_GraffMunaro\\_Jacqueline\\_Aculturaci%c3%b3n.pdf](http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/83231/1/DPEE_GraffMunaro_Jacqueline_Aculturaci%c3%b3n.pdf)
- Javier de Esteban Curiel. (2007). *La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: Los casos de Madrid y Valencia*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado a partir de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/cps/ucm-t29665.pdf>

- John Swarbrooke. (s. f.). *Sustainable Tourism Management*.
- José Cegarra Sánchez. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica - José Cegarra Sánchez - Google Libros*. Recuperado a partir de [http://books.google.es/books?id=-XG4KMFNnP4C&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ei=D7pIUrPJL4rS8wT\\_\\_IHwDg&ved=0CDkQ6AEwAQ#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false](http://books.google.es/books?id=-XG4KMFNnP4C&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ei=D7pIUrPJL4rS8wT__IHwDg&ved=0CDkQ6AEwAQ#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false)
- Juegos Típicos. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://suplementos.graficosnacionales.com/las9del9/juegos.html>
- Kratochwill, S. M. T. (1984). *Estudio de caso e investigación de caso único*.
- Manuel Dannemann. (s. f.). El folklore como cultura. 1983, 6.
- María Isabel Pozzo, & Konstantin Soloviev. (2011). CULTURAS Y LENGUAS: LA IMPRONTA CULTURAL EN LA INTERPRETACIÓN LINGÜÍSTICA, 12, 107-205.
- Maurice Eyssautier de la Mora. (2006). *Metodología de la investigación: desarrollo de la inteligencia - Maurice Eyssautier de la Mora - Google Libros*. México. Recuperado a partir de [http://books.google.es/books?id=xdALJ4BXo\\_AC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ei=9qllUoK5OZOY9QT0uYFY&ved=0CDMQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false](http://books.google.es/books?id=xdALJ4BXo_AC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ei=9qllUoK5OZOY9QT0uYFY&ved=0CDMQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false)
- Microsoft Word - Historia Museo Villa Hetrlinda.doc - vhDatos.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de <http://www.museopresleynorton.gob.ec/descargas/vhDatos.pdf>
- Microsoft Word - Impactos del turismo - Económicos - Socioculturales - Ambientales.doc - impactos-del-turismo-economicos-socioculturales-ambientales.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/impactos-del-turismo->



economicos-socioculturales-ambientales/impactos-del-turismo-economicos-socioculturales-ambientales.pdf

- Microsoft Word - PwC\_Brochure estudios impacto económico FINAL.doc - brochure-estudios-impacto-economico.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de [http://www.pwc.es/es\\_ES/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf](http://www.pwc.es/es_ES/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf)
- Microsoft Word - TamañoMuestra.doc - <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1omuestra.pdf>. (s. f.). Recuperado a partir de <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1omuestra.pdf>
- Mohammad Naghi Namakforoosh. (2000). *Metodología de la investigación* - Mohammad Naghi Namakforoosh - Google Libros. Recuperado a partir de [http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ZEJ7-0hmvhwC&oi=fnd&pg=PA219&dq=investigacion+exploratoria&ots=i\\_bxv-ScZ-&sig=2Hk3PNnnvsj-04CnSlapg5e4GNU#v=onepage&q=investigacion%20exploratoria&f=false](http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ZEJ7-0hmvhwC&oi=fnd&pg=PA219&dq=investigacion+exploratoria&ots=i_bxv-ScZ-&sig=2Hk3PNnnvsj-04CnSlapg5e4GNU#v=onepage&q=investigacion%20exploratoria&f=false)
- Molano L., Olga Lucía. (2005). Identidad cultural un concepto que evoluciona, 18.
- MUSEO ALAMOS. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de [http://www.sonoramagica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=108:museo-alamos&catid=48:museo-del-mes&Itemid=66](http://www.sonoramagica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=108:museo-alamos&catid=48:museo-del-mes&Itemid=66)
- Museo Costumbrista «Casa Deheza» de sucre3D - Galería 3D. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://sketchup.google.com/3dwarehouse/details?mid=f4c03e21353ed9c3913324e6924fb286>

- Museo Costumbrista «Juan de Vargas». (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de [http://www.lapaz.bo/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6383&Itemid=517](http://www.lapaz.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=6383&Itemid=517)
- Museo de la Música Popular Guayaquileña Julio Jaramillo. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.museojuliojaramillo.com/>
- Museo Municipal de Guayaquil. (s. f.). Recuperado 21 de enero de 2014, a partir de <http://www.museodeguayaquil.com/>
- Museos México : Museo Costumbrista de Sonora : Sistema de Información Cultural, CONACULTA. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de [http://www.sic.gob.mx/ficha.php?table=museo&table\\_id=388](http://www.sic.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=388)
- Nassir Sapag Chain. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación - Nassir Sapag Chain - Google Libros* (primera.). mexico. Recuperado a partir de <http://books.google.com.ec/books?id=pIS1QnFYt5IC&pg=PT207&lpg=PT207&dq=criterios+de+evaluacion+de+proyectos+nassir+sapag+pdf&source=bl&ots=3uhdK92U5K&sig=-zZcRmSHaKRjXwUVjB1FYpP8CNc&hl=es&sa=X&ei=hYlxUt-sN5CosATGs4GwDQ&sqj=2&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q=criterios%20de%20evaluacion%20de%20proyectos%20nassir%20sapag%20pdf&f=false>
- Neil J. Salkind. (1998). *Métodos de investigación - Neil J. Salkind - Google Libros*. Recuperado a partir de [http://books.google.com.ec/books?id=3uIW0vVD63wC&pg=PA105&lpg=PA105&dq=Salkind+tama%C3%B1o+de+la+muestra&source=bl&ots=aGNAea4R6N&sig=bi6YyTAhCw\\_iWYlJ13c4ovyG3T4&hl=es&sa=X&ei=R9hl](http://books.google.com.ec/books?id=3uIW0vVD63wC&pg=PA105&lpg=PA105&dq=Salkind+tama%C3%B1o+de+la+muestra&source=bl&ots=aGNAea4R6N&sig=bi6YyTAhCw_iWYlJ13c4ovyG3T4&hl=es&sa=X&ei=R9hl)

UrmHHZDq8ASy54EY&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=Salkind%20tama%C3%B1o%20de%20la%20muestra&f=false

- Nuevo aeropuerto es José Joaquín de Olmedo - JUN. 23, 2006 - El Gran Guayaquil - Historicos - EL UNIVERSO. (s. f.). Recuperado 21 de enero de 2014, a partir de <http://www.eluniverso.com/2006/06/23/0001/18/9854AAADAC204579A4DBC655B6A1A5F4.html>
- Osvaldo Sidoli. (s. f.). Historia Y arqueología Marítima. Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.histarmar.com.ar/Museos/AbdonCalderon.htm>
- Pablo Herza Lebrón. (2006). La gestión de calidad en los museos.
- Paul Kline. (1994). *An Easy Guide to Factor Analysis*.
- Presentación - museo11\_179.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de [http://www.apme.es/revista/museo11\\_179.pdf](http://www.apme.es/revista/museo11_179.pdf)
- Real Academia Española. Diccionario Usual. (s. f.-a). Recuperado 25 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.rae.es/drae/srv/search?id=UitBPncv8DXX2pzUHdVB%7Cplvi brAavDXX2gn6qTEU>
- Real Academia Española. Diccionario Usual. (s. f.-b). Recuperado 25 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.rae.es/drae/srv/search?id=xyK6iVC2MDXX2nO9I0II>
- Real Academia Española. Diccionario Usual. (s. f.-c). Recuperado 25 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.rae.es/drae/srv/search?id=xyK6iVC2MDXX2nO9I0II>
- Redalyc.CULTURAS Y LENGUAS: LA IMPRONTA CULTURAL EN LA INTERPRETACIÓN LINGÜÍSTICA - 31121089002.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/pdf/311/31121089002.pdf>
- Roberto Hernández, C. F. (2008). *Metodología de la Investigación* (Cuarta Edición.).

- Romani, Oriol Sepúlveda, Mauricio. (s. f.). Estilos juveniles, contracultura y política. Recuperado 3 de octubre de 2013, a partir de <http://site.ebrary.com/lib/ucsgsp/docDetail.action?docID=10103075&p00=manifestaciones+culturales>
- Se inauguró el Museo de la Música en Puerto Santa Ana - MAR. 01, 2008 - El Gran Guayaquil - Historicos - EL UNIVERSO. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.eluniverso.com/2008/03/01/0001/18/DF76A2E3C37142519D0A0EC5DBD5A45E.html>
- Siglo XX | M. I. Municipalidad de Guayaquil. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.guayaquil.gov.ec/la-ciudad/historia/siglo-xx>
- Stephen Smith. (1994). The tourism Product. En *Annals of Tourism Research* (Vol. 21, pp. 582-595). USA.
- Supo Separata. (2011). *Metodología de la Investigación*. Huacho. Recuperado a partir de [https://www5.uva.es/guia\\_docente/uploads/2012/475/46179/1/Document04.pdf](https://www5.uva.es/guia_docente/uploads/2012/475/46179/1/Document04.pdf)
- Thompson, E.P. (s. f.). Folklore, antropología e historia social, 81-102.
- *Tourism and Cultural Policy*. (1999). Madrid: Centros de Estudios Ramón Areces.
- Tradiciones de Guayaquil. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2013, a partir de <http://www.dukers.org/amigos/conozca-guayaquil/tradiciones>
- Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos - Javier de Esteban Curiel - Google Libros. (s. f.). Recuperado 26 de septiembre de 2013, a partir de [http://books.google.com.ec/books?id=QFknBOA\\_LxoC&pg=PA90&lpg=PA90&dq=tipos+de+recurso+turismo+cultural+smith&source=bl&ots=utnoo5Ncu8&sig=e\\_xIA5Y55WxJV1V-](http://books.google.com.ec/books?id=QFknBOA_LxoC&pg=PA90&lpg=PA90&dq=tipos+de+recurso+turismo+cultural+smith&source=bl&ots=utnoo5Ncu8&sig=e_xIA5Y55WxJV1V-)

7b7N6UKuFo8&hl=es&sa=X&ei=e7dDUt7CApGp4APB2YDwDg&ved=0C  
DAQ6AEwAQ#v=onepage&q=tipos%20de%20recurso%20turismo%20cu  
ltural%20smith&f=false

- UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE - 02 ICA 062 CAPITULO  
VII(IMPACTOS).pdf. (s. f.). Recuperado a partir de  
[http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/409/9/02%20ICA%200  
62%20CAPITULO%20VII\(IMPACTOS\).pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/409/9/02%20ICA%20062%20CAPITULO%20VII(IMPACTOS).pdf)

# ANEXOS

## **ANEXO A**

### **IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PLURALISMO**

#### **Artículo 1 – La diversidad cultural, patrimonio común de la humanidad**

La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y las sociedades que componen la humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

#### **Artículo 2 – De la diversidad cultural al pluralismo cultural**

En nuestras sociedades cada vez más diversificadas, resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales a un tiempo plurales, variadas y dinámicas. Las políticas que favorecen la integración y la participación de todos los ciudadanos garantizan la cohesión social, la vitalidad de la sociedad civil y la paz. Definido de esta manera, el pluralismo cultural constituye la respuesta política al hecho de la diversidad cultural. Inseparable de un contexto democrático, el pluralismo cultural es propicio para los intercambios culturales y el desarrollo de las capacidades creadoras que alimentan la vida pública.

#### **Artículo 3 – La diversidad cultural, factor de desarrollo**

La diversidad cultural amplía las posibilidades de elección que se brindan a todos; es una de las fuentes del desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria.

## **DIVERSIDAD CULTURAL Y DERECHOS HUMANOS**

### **Artículo 4 – Los derechos humanos, garantes de la diversidad cultural**

La defensa de la diversidad cultural es un imperativo ético, inseparable del respeto de la dignidad de la persona humana. Ella supone el compromiso de respetar los derechos humanos y las libertades fundamentales, en particular los derechos de las personas que pertenecen a minorías y los de los pueblos indígenas. Nadie puede invocar la diversidad cultural para vulnerar los derechos humanos garantizados por el derecho internacional, ni para limitar su alcance.

### **Artículo 5 – Los derechos culturales, marco propicio para la diversidad cultural**

Los derechos culturales son parte integrante de los derechos humanos, que son universales, indisociables e interdependientes. El desarrollo de una diversidad creativa exige la plena realización de los derechos culturales, tal como los definen el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y los Artículos 13 y 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Toda persona debe tener la posibilidad de expresarse, crear y difundir sus obras en la lengua que desee y en particular en su lengua materna; toda persona tiene derecho a una educación y una formación de calidad que respeten plenamente su identidad cultural; toda persona debe tener la posibilidad de participar en la vida cultural que elija y conformarse a las prácticas de su propia cultura, dentro de los límites que impone el respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales.

### **Artículo 6 – Hacia una diversidad cultural accesible a todos**

Al tiempo que se garantiza la libre circulación de las ideas mediante la palabra y la imagen, hay que velar por que todas las culturas puedan expresarse y darse a conocer. La libertad de expresión, el pluralismo de los medios de



comunicación, el plurilingüismo, la igualdad de acceso a las expresiones artísticas, al saber científico y tecnológico -comprendida su presentación en forma electrónica- y la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural.

## **DIVERSIDAD CULTURAL Y CREATIVIDAD**

### **Artículo 7 – El patrimonio cultural, fuente de la creatividad**

Toda creación tiene sus orígenes en las tradiciones culturales, pero se desarrolla plenamente en contacto con otras culturas. Ésta es la razón por la cual el patrimonio, en todas sus formas, debe ser preservado, realizado y transmitido a las generaciones futuras como testimonio de la experiencia y de las aspiraciones humanas, a fin de nutrir la creatividad en toda su diversidad e inspirar un verdadero diálogo entre las culturas.

### **Artículo 8 – Los bienes y servicios culturales, mercancías distintas de las demás**

Ante los cambios económicos y tecnológicos actuales, que abren vastas perspectivas para la creación y la innovación, se debe prestar particular atención a la diversidad de la oferta creativa, al justo reconocimiento de los derechos de los autores y de los artistas, así como al carácter específico de los bienes y servicios culturales que, por ser portadores de identidad, de valores y sentido, no deben ser considerados mercancías o bienes de consumo como los demás.

### **Artículo 9 – Las políticas culturales, catalizadoras de la creatividad**

Las políticas culturales, en tanto que garantizan la libre circulación de las ideas y las obras, deben crear condiciones propicias para la producción y difusión de bienes y servicios culturales diversificados, gracias a industrias culturales que

dispongan de medios para desarrollarse en los planos local y mundial. Al tiempo que respeta sus obligaciones internacionales, cada Estado debe definir su política cultural y aplicarla utilizando para ello los medios de acción que juzgue más adecuados, ya se trate de modalidades prácticas de apoyo o de marcos reglamentarios apropiados.

## **DIVERSIDAD CULTURAL Y SOLIDARIDAD INTERNACIONAL**

### **Artículo 10 – Reforzar las capacidades de creación y de difusión a escala mundial**

Ante los desequilibrios que se producen actualmente en los flujos e intercambios de bienes culturales a escala mundial, es necesario reforzar la cooperación y la solidaridad internacionales para que todos los países, especialmente los países en desarrollo y los países en transición, puedan crear industrias culturales viables y competitivas en los planos nacional e internacional.

### **Artículo 11 – Forjar relaciones de colaboración entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil.**

Las fuerzas del mercado por sí solas no pueden garantizar la preservación y promoción de la diversidad cultural, clave de un desarrollo humano sostenible. Desde este punto de vista, se debe reafirmar la preeminencia de las políticas públicas, en colaboración con el sector privado y la sociedad civil.

### **Artículo 12 – La función de la UNESCO**

Por su mandato y sus funciones compete a la UNESCO:

a) promover la integración de los principios enunciados en la presente Declaración en las estrategias de desarrollo elaboradas en las diversas entidades intergubernamentales;

- b) constituir un punto de referencia y foro de concertación entre los Estados, los organismos internacionales gubernamentales y no gubernamentales, la sociedad civil y el sector privado para la elaboración conjunta de conceptos, objetivos y políticas en favor de la diversidad cultural;
- c) proseguir su acción normativa y su acción de sensibilización y fortalecimiento de capacidades en los ámbitos relacionados con la presente Declaración que correspondan a sus esferas de competencia;
- d) facilitar la aplicación del Plan de Acción cuyas orientaciones principales figuran a continuación de la presente Declaración.

## **ANEXO B**

### **Anexo II Orientaciones principales de un plan de acción para la aplicación de la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural**

Los Estados Miembros se comprometen a tomar las medidas apropiadas para difundir ampliamente la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural y fomentar su aplicación efectiva, cooperando en particular con miras a la realización de los siguientes objetivos:

1. Profundizar en el debate internacional sobre los problemas relativos a la diversidad cultural, especialmente los que se refieren a sus vínculos con el desarrollo y a su influencia en la formulación de políticas, a escala tanto nacional como internacional; profundizar particularmente en la reflexión sobre la conveniencia de elaborar un instrumento jurídico internacional sobre la diversidad cultural.
2. Progresar en la definición de los principios, normas y prácticas en los planos nacional e internacional, así como en los medios de sensibilización y las formas de cooperación más propicios para la salvaguardia y la promoción de la diversidad cultural.
3. Favorecer el intercambio de conocimientos y de las prácticas recomendables en materia de pluralismo cultural con miras a facilitar, en sociedades diversificadas, la integración y la participación de personas y grupos que procedan de horizontes culturales variados.

4. Avanzar en la comprensión y la clarificación del contenido de los derechos culturales, considerados parte integrante de los derechos humanos.
  
5. Salvaguardar el patrimonio lingüístico de la humanidad y apoyar la expresión, la creación y la difusión en el mayor número posible de lenguas.
  
6. Fomentar la diversidad lingüística -respetando la lengua materna- en todos los niveles de enseñanza, dondequiera que sea posible, y estimular el aprendizaje de varios idiomas desde la más temprana edad.
  
7. Alentar, a través de la educación, una toma de conciencia del valor positivo de la diversidad cultural y mejorar, a esos efectos, la formulación de los programas escolares y la formación de los docentes.
  
8. Incorporar al proceso educativo, tanto como sea necesario, métodos pedagógicos tradicionales, con el fin de preservar y optimizar métodos culturalmente adecuados para la comunicación y la transmisión del saber.
  
9. Fomentar la “alfabetización digital” y acrecentar el dominio de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, que deben considerarse al mismo tiempo disciplinas de enseñanza e instrumentos pedagógicos capaces de reforzar la eficacia de los servicios educativos.

10. Promover la diversidad lingüística en el ciberespacio y fomentar el acceso gratuito y universal, mediante las redes mundiales, a toda la información que pertenezca al dominio público.

11. Luchar contra las disparidades que se han dado en llamar “brecha digital” - en estrecha cooperación con los organismos competentes del sistema de las Naciones Unidas- favoreciendo el acceso de los países en desarrollo a las nuevas tecnologías, ayudándolos a dominar las tecnologías de la información y facilitando a la vez la difusión electrónica de los productos culturales endógenos y el acceso de dichos países a los recursos digitales de orden educativo, cultural y científico, disponibles a escala mundial.

12. Estimular la producción, la salvaguardia y la difusión de contenidos diversificados en los medios de comunicación y las redes mundiales de información y, con este fin, promover la función de los servicios públicos de radiodifusión y de televisión en la elaboración de producciones audiovisuales de calidad, favoreciendo en particular el establecimiento de mecanismos de cooperación que faciliten la difusión de las mismas.

13. Elaborar políticas y estrategias de preservación y realce del patrimonio natural y cultural, en particular del patrimonio oral e inmaterial, y combatir el tráfico ilícito de bienes y servicios culturales.

14. Respetar y proteger los sistemas de conocimiento tradicionales, especialmente los de los pueblos indígenas; reconocer la contribución de los

conocimientos tradicionales, en particular por lo que respecta a la protección del medio ambiente y a la gestión de los recursos naturales, y favorecer las sinergias entre la ciencia moderna y los conocimientos locales.

15. Apoyar la movilidad de creadores, artistas, investigadores, científicos e intelectuales y el desarrollo de programas y actividades conjuntas de investigación, de carácter internacional, procurando al mismo tiempo preservar y aumentar la capacidad creativa de los países en desarrollo y en transición.

16. Garantizar la protección del derecho de autor y los derechos con él relacionados, con miras a fomentar el desarrollo de la creatividad contemporánea y una remuneración justa de la labor creativa, defendiendo al mismo tiempo el derecho público de acceso a la cultura, de conformidad con el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos.

17. Contribuir a la creación o a la consolidación de industrias culturales en los países en desarrollo y los países en transición y, con este propósito, cooperar en el desarrollo de las infraestructuras y las competencias necesarias, apoyar la creación de mercados locales viables y facilitar el acceso de los bienes culturales de dichos países al mercado mundial y a los circuitos internacionales de distribución.

18. Fomentar políticas culturales que promuevan los principios consagrados en la presente Declaración, entre otras cosas mediante modalidades prácticas de apoyo y/o marcos reglamentarios apropiados, respetando las obligaciones internacionales de cada Estado.

19. Lograr que los diferentes sectores de la sociedad civil colaboren estrechamente en la definición de políticas públicas de salvaguardia y promoción de la diversidad cultural.

20. Reconocer y fomentar la contribución que el sector privado puede aportar al realce de la diversidad cultural y facilitar, con este propósito, la creación de espacios de diálogo entre el sector público y el privado.