



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN
HOTELERIA Y TURISMO

PROBLEMA:
ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN TURÍSTICO DE
LA CASA DE OLMEDO Y LOS FACTORES QUE
IMPIDEN SU DESARROLLO

AUTORA:
NIDIA LILIANA PONCE VALAREZO

TUTORA:
MSC. ROSA VICTORIA GUIJARRO INTRIAGO

BABAHOYO – ENERO - 2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

En este proyecto agradezco a Dios, por todo lo que pude lograr para culminar con esta investigación y mis estudios, y de la mejor manera a cada una de las personas que me ayudaron. Agradezco a mi madre Matilde Valarezo Acosta y a mi hermana Génesis Ponce Valarezo por apoyarme en el transcurso de mis estudios, especialmente a mi padre Carlos Ponce Zúñiga aunque ahora no está conmigo, sé que donde se encuentre lo está celebrando.

Agradezco a mi Docente Tutora la Msc. Rosa Victoria Guijarro Intriago, por su tiempo brindado, por compartir de su conocimiento y sobre por la paciencia que tuvo conmigo para finalizar con este proyecto investigativo.

Agradezco a mis amigas que estuvieron pendiente de mí, me apoyaron y me brindaron su ayuda cuando lo necesité y sin duda por el tiempo vivido en el aula y fuera de ella, Mayte Peñafiel, Mayling Bonilla, Sadyth Macías, Carolina Bazurto, Zaida Torres, Melissa Freire y entre ellas mi mejor amiga Leonor González.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

Dedico este proyecto investigativo a mis padres que desde el comienzo de mi carrera universitaria me dieron su apoyo, tanto económico como emocional. Cada paso que daba ellos me incitaron a hacerlo.

También me lo dedico a mí, porque supe perseverar y darme mi tiempo para cumplir lo que me propuse como estudiante.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



RESUMEN

Esta investigación va encaminada al "Análisis Del Estado De Situación Turístico De La Casa De Olmedo Y Los Factores Que Impiden Su Desarrollo, en el año 2020", tiene la intención de fortalecer a la población en el sentido turístico e integrador del valor histórico que representa la Casa de Olmedo, pues con el paso de los tiempo y el transcurso del espacio ha sido de poco interés para la población y para las autoridades gubernamentales, promoviendo el reconocimiento y protección de este Patrimonio Histórico Cultural.

El presente estudio de caso, procura investigar la Casa de Olmedo para contribuir a la información histórica permitiendo la afluencia e incremento de turistas e ingresos económico, motivados por la preservación de este bien material, por ende, el cuidar y darle interés a este Patrimonio demuestra un valor importante para los habitantes del Cantón Babahoyo.

Este estudio de caso tiene como objetivo desarrollar turísticamente la Casa de Olmedo, porque es un recurso importante que conserva el Cantón Babahoyo. Este recurso turístico se encuentra ubicado cerca de la orilla del río Babahoyo en la Hacienda La Virginia, la cual no cuenta con abundante afluencia de turistas.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio Histórico, Casa de Olmedo, Desarrollo Turístico, Recurso Turístico.

ABSTRACT

This research is aimed at the “Analysis of the State of Tourist Situation of the Olmedo’s House and the Factors that Prevent Its Development, in the year 2020”, intends to strengthen the population in the tourist sense and integrator of the historical value that represents the Olmedo’s House, because with the passage of time and the course of space has been of little interest for the population and for government authorities, promoting the recognition and protection of this historical heritage.

The present case study seeks to investigate the Olmedo’s House to contribute to historical information allowing the influx and increase of tourists and economic income, motivated by the preservation of this material asset, therefore, caring for and giving interest to this heritage demonstrates an important value for the inhabitants of the Babahoyo Canton.

This case study aims to develop the Olmedo’s House, because it is an important resource that the Babahoyo Canton preserves. This tourist resource is located near the shore of the Babahoyo River in the making of La Virginia, which does not have an abundance of tourists.

KEYWORDS: Historic Heritage, Olmedo’s House, Tourist Development, Tourist Resource.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN	3
DESARROLLO	5
JUSTIFICACIÓN	5
OBJETIVO	6
SUSTENTO TEÓRICO	6
CASA DE OLMEDO	6
TURISMO	6
TURISMO CULTURAL	7
PATRIMONIO CULTURAL	8
MARKETING TURÍSTICO	10
DEMANDA TURÍSTICA	10
DESARROLLO TURÍSTICO	11
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS	13
MÉTODOS INVESTIGATIVOS	13
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	15
INSTRUMENTOS INVESTIGATIVOS	16
RESULTADOS OBTENIDOS	17
SITUACIONES DETECTADAS (Hallazgo)	18
SOLUCIONES PLANTEADAS	19
CONCLUSIONES	21
BIBLIOGRAFÍA	22
ANEXOS	24

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación va orientado hacia el Turismo Histórico Cultural de la Casa de Olmedo en el Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos. Se enmarca en la segunda línea "Desarrollo de productos y servicios turísticos" y la tercera sub línea de investigación de la Carrera de Hotelería y Turismo; "Diagnóstico de los factores que impiden el desarrollo turístico de la zona".

Está asociado con el primer eje del Plan Nacional de Desarrollo 2017 -2021 "Derechos para todos durante toda una vida", el quinto objetivo "Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria" donde se menciona en la Política 5.6 "Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades."

La Provincia de Los Ríos cuna ancestral de las culturas precolombinas del Ecuador, sitio epónimo de las culturas Milagro-Quevedo y la cultura Chorrera, Ciudad levantada en épocas antiguas por la confederación de los Babahuyus quienes resistieron aguerridamente a la conquista de los Españoles.

Babahoyo capital fluminense ubicada en el centro de la región Costa de la República del Ecuador, formando un gran delta entre las afluentes del Río Catarama y el Río San Pablo que al unirse forman el caudal del Río Babahoyo.

Esta capital fluminense es poseedora de atractivos naturales y culturales destacándose la construcción de la Casa de Hacienda de "La Virginia" cuna de inspiración

del poeta y escritor Guayaquileño el Dr. José Joaquín de Olmedo donde realizó sus grandes obras literarias como "El Canto a Bolívar", "Alfabeto para un niño", "Vencedor a miñarica" entre otras y compuso la letra del himno al "9 de Octubre". Esta hacienda forma parte importante de la historia porque fue donde se firmó el Tratado de La Virginia entre el General Juan José Flores y La Revolución Marcista para ponerle fin a su nefasto gobierno.

La hacienda La Virginia por su contexto histórico cultural fue declarada como Patrimonio Cultural, convirtiéndose en un Patrimonio Histórico y Artístico incluyendo el componente cultural, natural, material e inmaterial, legado ancestral e identitario cultural en el presente.

En la administración del Alcalde Don Johnny Terán Salcedo (2013) se rediseño la Casa del ilustre Poeta para impulsar la afluencia de visitantes, pero debido al poco marketing turístico las perspectivas establecidas fueron mínimas.

El proyecto identificará el origen del problema de la investigación, a continuación, se consultan las fuentes de información de cada variable establecida, que se obtendrán mediante diversas fuentes bibliográficas como revista Dialnet, Academia, Google Académico, y otras. Paso seguido se formaliza la Justificación, detalla claramente en cada párrafo, el objeto de estudio, la descripción del objetivo, los beneficiarios del proyecto y posteriormente la factibilidad que abarcará el proyecto investigativo, se emplearán métodos de investigación, como el método explicativo, correlacional y descriptivo, de esta manera se obtendrá el análisis de la información recopilada mediante la aplicación de la técnica de encuesta.

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

El Atractivo Turístico Histórico de la Casa de Olmedo es un Patrimonio material emblemático que se destaca en el Capital fluminense, ofreciendo recursos naturales y culturales. Este atractivo pretende manifestar las riquezas históricas y su aporte al desarrollo del Turismo Cultural.

La presente investigación tiene como problemática la escasa afluencia de turistas debido al desinterés del atractivo y al poco marketing turístico, como causa primordial es la limitada inversión e interés que le dan las autoridades gubernamentales.

El objetivo de este proyecto es promocionar el Turismo Histórico-Cultural en la Casa de Olmedo para incrementar el acceso de visitantes con el fin de que las personas conozcan el atractivo junto con su historia y pueda haber mayor afluencia de turistas en dicho lugar.

Este proyecto pretende intervenir el desarrollo turístico en la Casa de Olmedo y beneficiará a la comunidad fluminense, por ende, la población se capacitará en el ámbito turístico cultural para poder ofrecer un servicio de calidad a los visitantes y brindar una buena atención.

Con este proyecto Turístico Histórico-Cultural se dará a conocer este patrimonio material emblemático, para incrementar la demanda turística en el Ciudad de Babahoyo convirtiéndolo en un destino interesante y agradable para los turistas tanto nacionales como extranjeros.

OBJETIVO

OBJETIVO GENERAL:

Analizar el estado de situación turístico de la Casa de Olmedo para identificar los factores que impiden su desarrollo.

SUSTENTO TEÓRICO

CASA DE OLMEDO

“La Casa de Olmedo fue declarada Patrimonio Cultural por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, porque en ella vivió el reconocido escritor ecuatoriano José Joaquín de Olmedo, autor del Canto a Bolívar.” (Revista CCE, 2008)

La Casa de hacienda del ilustre escritor y poeta guayaquileño, Don José Joaquín de Olmedo, edificada aproximadamente en el siglo XVII donde pasaba temporadas para inspirarse y escribir sus obras literarias, se la nombró Patrimonio Cultural de la Provincia de Los Ríos. La casa consta de dos pisos, fue construida de caña y madera, en la actualidad todo su contenido es de madera, es de gran relevancia histórica, cultural y política en el contexto nacional y local. Siendo escenario de la firma del Tratado de Paz entre las fuerzas nacionalistas y los militares que apoyaban al Gral. Juan José Flores, poniendo fin a su nefasto gobierno.

TURISMO

“Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y culturales o para llevar a cabo deseos de diversa índole únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales.” (Morgenroth, 1929)

“El turismo es la ciencia que estudia el espacio turístico en conjunto con el patrimonio natural y cultural, el escenario en donde se desenvuelven los grupos humanos y su interrelación con el paisaje; interpreta la organización económica, política, ambiental y cultural de la sociedad observada desde un punto de vista geométrico como un conjunto de localidades, infraestructuras de transporte, tecnologías y comunicación, uso sostenido de los recursos naturales, flujos migratorios, modelando el desarrollo y organización del destino turístico.” (Fuentes Moreno, 2016)

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.” (OMT, 1994)

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Ley de Turismo, 2002)

El turismo es la ectopia que hace el individuo en diferentes medios de transporte de un sitio a otro con una duración aproximada de seis meses alejado de su lugar de residencia. Permite al sujeto tener conexión con el medio que se encuentra rodeado ambiental y cultural, considerado como un bien patrimonial material tangible donde el individuo puede observar los recursos etnográficos, socio-culturales y ancestrales que posee el destino turístico. La actividad turística surge por diferentes términos, puede ser por causa de salud, de negocios, deportivo, de ocio, religioso y más.

TURISMO CULTURAL

Turismo Cultural nace e integra dos áreas; turismo y cultura, que han recorrido distintas fases de evolución, precisa recursos para su desarrollo como históricos y artísticos, en particular las ciudades con instalaciones culturales tales como museos,

teatros y el turismo rural demostrando las tradiciones de las comunidades es decir festivales, rituales y sus diferentes estilos de vida, satisfaciendo las necesidades de los visitantes que buscan experimentar y obtener información sobre su gente, patrimonio y arte que representa en forma genuina sus contextos y valores históricos. (Mestanza & Revilla, 2016, pág. 125)

Turismo Cultural como el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore, y las peregrinaciones. (UNESCO, 1985)

Entendemos por turismo cultural aquel que manifiesta un deseo de conocer y comprender los objetos, las obras, las manifestaciones artísticas, culturales y sociales de un destino, incluyendo la población local con la que se entra en contacto. En cierto modo, se busca “lo pintoresco, lo folklórico, el color local... las glorias del pasado” (Smith, 1992)

El Turismo Cultural es un tipo de turismo motivado por el interés de conocer acerca de la historia, las tradiciones y las costumbres de las diferentes etnias y nacionales de un pueblo. Los mitos y leyendas que caracterizan la riqueza de la identidad cultural y sus recursos históricos-artísticos lo que conlleva a satisfacer las necesidades del turista en conocimiento y disfrute.

PATRIMONIO CULTURAL

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

Los monumentos de arquitectura, de arte o de historia, religiosos o seculares, los campos arqueológicos, los grupos de construcciones que por su conjunto ofrezcan un gran interés histórico o artístico, las obras de arte, manuscritos, libros y otros objetos históricos, artísticos o arqueológicos, las colecciones científicas y las colecciones importantes de libros, de archivos o de reproducciones de los bienes antes definidos. (Convención de la Haya, 2011)

El Patrimonio Cultural es el conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano, que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos. El Patrimonio Cultural como producto de la creatividad humana, se hereda, se transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación. (DeCarli, 2018)

Al hablar de patrimonio se debe hacer énfasis que existen dos tipos de patrimonio, el Patrimonio Material y el Patrimonio Inmaterial. El Patrimonio Material tiene que ver con los bienes muebles e inmuebles que pertenece a un grupo de personas. El Patrimonio Cultural es un bien tangible como el museo, las iglesias de la época colonial, monumentos, esculturas, entre otros. Existen también bienes intangibles, como las creencias, la lírica, el lenguaje, las ceremonias, los mitos, las leyendas, las costumbres y tradiciones de los pueblos y nacionalidades ancestrales, entre otras. El Patrimonio Cultural es difundido de generación en generación teniéndolas presente hasta preservarlas a las generaciones futuras.

En el año de 1980 el 27 de mayo, la Casa del poeta José Joaquín de Olmedo fue nombrada por El Ministerio de Cultura y Patrimonio a través del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC).

MARKETING TURÍSTICO

Marketing Turístico es una actividad que emplea métodos y estrategias para satisfacer las necesidades y deseos de los visitantes turísticos (turistas o excursionistas), de los proveedores turísticos (hoteles, agencias de viajes, restaurantes, municipios turísticos etc.) y de la sociedad en general, con el objetivo de que sea agradable para todas ellas, mediante el desarrollo, distribución y promoción por una de las partes de los bienes o servicios que la otra parte necesita. (Baños & Alvarez, 2016, pág. 6)

Marketing turístico, se enfoca en un sistema de información único que lo hace diferenciar de los otros sectores de la vida económica y social. Por el auge que ha tenido el turismo, este sistema de información se ha transformado de lo global a lo local, con el objetivo de analizar el turismo regional y local. El turismo es uno de los sectores económicos y sociales más extenso a nivel mundial, en el que participan organismos públicos y privados, con o sin fines de lucro. La clave del éxito en el marketing turístico es el conocimiento del entorno económico, social, tecnológico, ecológico, y cultural de un mercado turístico, no dejando de lado las previsiones a medio y largo plazo. (Ojeda & Mármol, 2012)

El marketing turístico muestra la necesidad del individuo, con el propósito de inferir en la satisfacción del mismo, es una técnica digital que permite difundir y promocionar a nivel mundial, regional y local cierta información de un país, ciudad o atractivo turístico de orden natural o cultural.

DEMANDA TURÍSTICA

El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual. (Mathieson y Wall, 1982)

La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada.

La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). En este grupo no debemos olvidar al sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, no sólo en los países en desarrollo, sino también en los industrializados.

El tercer grupo lo configura la no demanda, caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, i.e. aquellos que simplemente no desean viajar. (Cooper, 1993)

La demanda es la cantidad de personas que toman la decisión de aprovechar su tiempo libre y deleitarse del paisaje y los servicios turísticos que le ofrecen fuera de su lugar de residencia. La demanda turística posee tres características específicas, las que se detallarán a continuación:

- La demanda efectiva es la cantidad de personas que viajan continuamente.
- La demanda no efectiva es la que no viaja siempre, pero tiene la visión que en cierto momento tendrá lo necesario para poder emprender el viaje.
- La no demanda son las personas que sencillamente no anhelan viajar.

DESARROLLO TURÍSTICO

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos”. (Pearce, 1991)

El desarrollo turístico es el crecimiento de los ingresos económicos y el crecimiento de trabajo por medio de los servicios que ofrece el área turística para satisfacer las necesidades del individuo.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS

Para este estudio de caso se utilizará técnicas que permitirán obtener información necesaria de parte de la población, entre ellas la encuesta.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Por medio de este tipo de investigación se incluye las encuestas y las entrevistas que se realizará a la población y a las personas que emplean en la Casa de Hacienda del escritor y poetaser José Joaquín de Olmedo, de este modo comprender y encontrar la problemática que existe en la comunidad como en el atractivo turístico.

INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL

Ésta investigación aportará significativamente en el estudio de caso para medir el grado de relación que existen entre las variables, y en el caso de que estén correlacionadas significa que tanto lo una como la otra varía.

INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA

Este tipo de investigación se encarga de descubrir los problemas que existen a fondo, permite la realización de la matriz de problematización y la elaboración del árbol de problemas para encontrar las causas y los efectos de la investigación.

MÉTODOS INVESTIGATIVOS

El método investigativo permite tener nuevos conocimientos de un problema en especial, es una herramienta que sirve para evaluar y recopilar información de manera cuantitativa y cualitativa o ambas.

La investigación cuantitativa se encarga de obtener datos por medio de estadísticas descriptivas básicas.

La investigación cualitativa es toda aquella información obtenida en el documento, está compuesta de los datos relevantes de la investigación, consiste en la veracidad de la exploración.

OBSERVACIÓN

Este método se lo utilizó desde el comienzo de la investigación para observar el problema de este estudio de caso, por medio de la observación se detectó la escasa afluencia de turistas al atractivo turístico.

INDUCTIVO

El método inductivo es una estrategia de razonamiento lógico que inicia por medio de la observación, este método puede alcanzar las conclusiones generales de la investigación que se está realizando.

DEDUCTIVO

El método deductivo permite el razonamiento de las teorías generales para deducirlas y alcanzar las conclusiones claras y específicas de la investigación, es una estrategia que proponen soluciones.

ANALÍTICO

Este método comprende el objetivo del proyecto, separando sus elementos, para observar la importancia que tiene el desarrollo turístico en la Casa de Hacienda La Virginia de la Ciudad de Babahoyo y de las causas y efectos que se generan debido al mismo.

SINTÉTICO

Este es un método investigativo que identifica todo, las causas y los efectos que existen en este proyecto, las desplaza, que propone resumir la información obtenida, consiguiendo lo más relevante de la investigación.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

POBLACIÓN

96,956 habitantes.

Margen de confiabilidad 95%.

Margen de error 10%.

MUESTRA

96 personas fueron encuestadas.

ENCUESTA

La encuesta es una técnica de investigación descriptiva que permite juntar una información dada por diversas personas, en este proyecto la encuesta está dirigida a la población.

Se hizo la encuesta a la población que habita en la ciudad de Babahoyo y en otros cantones de la provincia de Los Ríos y fuera de ella, para deducir la cantidad de personas que conocen y han visitado la casa del Dr. José Joaquín de Olmedo.

ENTREVISTA

La entrevista es un instrumento investigativo que proporciona de manera específica el contacto del entrevistador con la población.

INSTRUMENTOS INVESTIGATIVOS

CUESTIONARIO

En el cuestionario se elaborarán 10 preguntas, tomando en cuenta a las variables para formular las preguntas que se realizarán a la población, son preguntas que la persona encargada de la investigación fórmula para recopilar información del punto de vista de la comunidad fluminense acerca del conocimiento turístico que tiene la Casa de Olmedo.

RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados de la investigación fueron obtenidos por medio de los métodos, técnicas e instrumentos como las encuestas y entrevistas que fueron realizadas a la comunidad fluminense para conocer a profundidad las debilidades y fortalezas que existen e impide el desarrollo turístico en la Casa de Olmedo.

En el presente estudio de caso se realizarán dos entrevistas, una será al gerente administrativo de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Los Ríos y la segunda entrevista será a una de las habitantes de la comunidad.

- A. La primera entrevista se realizó a Javier Cherres encargado de gerente administrativo de la Casa de Olmedo, el día miércoles 15 de enero de 2020 a las 16:00

- B. La segunda entrevista se realizó a María Pesantes habitante del sector La Virginia el día 16 de enero de 2020 a las 12:00

En la ubicación de la Casa de Olmedo se observó que las vías de acceso son inadecuadas para la accesibilidad de los turistas y no consta con un puente alternativo para la cercanía del atractivo con la ciudad.

Este atractivo turístico presenta limitado interés por parte de las autoridades gubernamentales para promocionar este Patrimonio Histórico-Cultural y capacitar a la comunidad en el ámbito turístico.

La Casa de Hacienda de ámbito Histórico Cultural, cuenta con poca afluencia de visitantes y el escaso marketing turístico del atractivo tangible, por ende, es relevante que las autoridades seccionales le otorguen la debida importancia para generar afluencia de turistas y por medio de los visitantes se incremente la economía en la ciudad.

SITUACIONES DETECTADAS (Hallazgo)

En este proyecto investigativo las situaciones detectadas por medio de las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad y fuera de la misma, se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 72,9% de las personas encuestadas son habitantes de la Ciudad de Babahoyo.
- El 98,3% está de acuerdo que el Turismo Cultural en la Ciudad de Babahoyo se impulse.
- En la tercera pregunta formulada el 58,6% de la población conoce la Casa de Olmedo.
- Y el 41,4% de las personas que no conocen la Casa de Olmedo, contestaron en la siguiente pregunta que si les gustaría conocer este atractivo Cultural.
- El 77,1% de la población tiene conocimiento de la identidad histórica del atractivo turístico Cultural.
- El 92% recomienda que se debería salvaguardar la identidad Histórica-Cultural que tiene este Patrimonio Material.
- Propone el 100% de los encuestados que la Casa de Olmedo debe ser promocionada para incrementar el turismo a nivel nacional e internacional.

- El 91,7% consideran que deberían hacerse actividades recreativas culturales, el 69,4% cree que deberían venderse recuerdos, y el 66,7% opinan que deberían de edificar locales comerciales para la venta de comida típica.

En las encuestas y entrevistas realizadas se dedujo lo que impide el desarrollo turístico en la Casa de Olmedo es el poco interés por parte de las autoridades seccionales y su escuálido aporte a la inversión pública y publicitaria, el abandono de las vías de acceso al atractivo turístico Cultural, y mínimas actividades culturales y recreativas. Los habitantes del sector La Virginia consideran que las autoridades competentes no le dan la debida importancia histórica que existió en este Patrimonio Cultural.

El difícil acceso y limitada señaléticas que existe hacia el atractivo turístico cultural y el escaso transporte terrestre que existe hacia el Patrimonio Cultural.

Existe deterioro en ciertas partes de Casa y en los enseres del inmueble en el Patrimonio.

SOLUCIONES PLANTEADAS

De acuerdo a la información adquirida sobre la problemática en la que vive el atractivo turístico, las soluciones que se plantean en este estudio de caso son las siguientes:

Las autoridades encargadas de este Patrimonio Histórico Cultural deben trabajar en conjunto con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Babahoyo y la Prefectura de Los Ríos para dar a conocer a los habitantes locales, regionales, nacionales y a turistas internacionales el valor Histórico Cultural que posee La Casa de Hacienda del

Dr. José Joaquín de Olmedo, planteando estrategias de marketing para promocionar el atractivo turístico Cultural.

Otra de las soluciones planteadas es el inicio de la construcción del nuevo puente alternativo en la actual administración del Dr. Carlos German Gaibor (2019 – 2023) por lo que las vías de acceso no son las mejores.

Se detectó que otra solución es aprovechar el espacio que posee la Casa de Hacienda para implementar sitios recreativos para los visitantes como lo son las actividades culturales, la venta de recuerdos, la venta de comidas típicas del Cantón y actividades como deportes acuáticos como el Kayaking, el paseo en lanchas para avistamiento de las aves y los recursos naturales que posee el Río Babahoyo. Se debe conservar los recursos naturales y culturales con los que cuenta este atractivo.

CONCLUSIONES

En el presente proyecto investigativo su objetivo es analizar el estado de situación turística de la Casa de Olmedo, donde se detectó que su estado no es el mejor turísticamente, y la afluencia de visitantes es irrisoria y los factores que impiden su desarrollo es el delimitado interés de las autoridades seccionales y la poca inversión económica para la promoción turística de este Patrimonio Material.

En la investigación se determinó que la Casa de Hacienda del Dr. José Joaquín de Olmedo no conserva la importancia histórica correspondiente de parte de las autoridades locales y de los habitantes del Cantón Babahoyo.

La forma de contribuir al desarrollo Turístico Cultural como Patrimonio Material es capacitando a través de marketing turístico y publicitario por medio de talleres y charlas a los habitantes del sector de La Virginia para promocionar el atractivo e incrementar el emprendimiento de negocios que genere ingresos económicos en la ciudadanía fluminense.

RECOMENDACIONES

Dentro de las instalaciones de este Patrimonio Cultural, los visitantes desean locales comerciales como restaurantes de comida típica, venta de recuerdos, fotografía y actividades de recreación y entretenimiento culturales y acuáticos, para que después de conocer acerca de la historia de la Casa de Olmedo puedan disfrutar de actividades y degustar de la comida que tiene el Cantón de Babahoyo.

Se recomienda promocionar el sitio Histórico Cultural en distintos medios digitales, redes sociales, vallas publicitarias, televisión y sitios webs que tengan que ver con el Turismo y la Cultura del Cantón. Y capacitar a los habitantes del sector La Virginia por medio de talleres y charlas turísticas para generar plazas de empleo.

BIBLIOGRAFÍA

- Baños, L. d., & Alvarez, E. (2016). Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales. *PYST LOCALES*, 1-21.
- Convención de la Haya. (2011). Protección Jurídica del Patrimonio Público. *FORO Revista de Derecho*, 14.
- Cooper. (1993). *Introducción al Turismo - OMT*. Obtenido de Introducción al Turismo - OMT: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- DeCarli, G. (2018). Fundación ILAM. En G. DeCarli, *El Patrimonio* (pág. 10). San José, Costa Rica: Fundación ILAM.
- Fuentes Moreno, A. (2016). *Aproximación teórica del objeto de estudio del turismo*. Obtenido de Dialnet-AproximacionTeóricaDelObjetoDeEstudioDelTurismo: <file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Dialnet-AproximacionTeóricaDelObjetoDeEstudioDelTurismo-6140336.pdf>
- Ley de Turismo. (27 de Diciembre de 2002). *Ley de Turismo*. Obtenido de Congreso Nacional: <https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>
- Mathieson y Wall. (1982). *Introducción al Turismo OMT*. Obtenido de Introducción al Turismo OMT: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Mestanza, J. G., & Revilla, M. R. (2016). El turismo cultural en Málaga: Una apuesta por los museos. *International journal of scientific management and tourism*, 2(3), 121-135.
- Morgenroth. (1929). *El turismo*. Obtenido de <http://www.cambridge.org>: http://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter_--_Temas_de_Turismo.pdf
- Ojeda, C., & Mármol, P. (2012). *Marketing Turístico*. Madrid: Paraninfo.

- OMT. (1994). *ponce.inter.edu*. Obtenido de <http://ponce.inter.edu/cai/tesis/alotti/cap2.htm>
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo turístico*. Obtenido de Su planificación y ubicación geográficas: <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420682003.pdf>
- Revista CCE. (2008). Revista Casa de la Cultura. *Casadelacultura*, 81. Obtenido de Casadelacultura.gob.ec.
- Smith, V. (1992). Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. En R. B. Bernal Darío, *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho* (pág. 74). Cádiz: Universidad de Cádiz.
- UNESCO. (1982). *Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas*. Obtenido de <http://www.iaa.fadu.uba.ar>: http://www.iaa.fadu.uba.ar/?page_id=5200
- UNESCO. (1982). *Patrimonio*. Obtenido de <https://es.unesco.org>: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- UNESCO. (1985). *Eumed.net*. Obtenido de Turismo espacio publico: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/05/turismo-espacio-publico.html>

ANEXOS