



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y

POSGRADO

FACULTAD DE POSGRADOS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO PREVIO A

LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN DISEÑO DE

PRODUCTOS TURÍSTICOS

AUTORES:

MAGDALIA REBECA GARCÉS JOUVIN

RUTH ANGELICA MUTRE PINTO

TÍTULO DEL PROYECTO:

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE PARA

LA VALORIZACIÓN DEL MUSEO CASA DE LOS 100 AÑOS EN EL

CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

DOCENTE TUTOR: MGS. KAREM BACUY ORTIZ

MILAGRO, 2026

DERECHOS DE AUTOR

Sr. Dr.

Fabricio Guevara Viejó

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Magdalia Rebeca Garcés Jouvin, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de este ensayo académico, mediante el presente documento, libre y voluntariamente cedo los derechos de Autor, que fue realizada como requisito previo para la obtención de mi Grado, de Magister en Turismo con mención en Diseño de Productos Turísticos como aporte a la Línea de Investigación Desarrollo Sostenible Sustentada en los pilares fundamentales: social, económico y ambiental, busca generar sinergias entre las personas, las empresas y la sociedad, promoviendo y consolidando un consumo responsable de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Ensayo académico en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 17 junio 2026

Magdalia Rebeca Garcés Jouvin

0942498619

DERECHOS DE AUTOR

Sr. Dr.

Fabricio Guevara Viejó

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Ruth Angelica Mutre Pinto, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de este ensayo académico, mediante el presente documento, libre y voluntariamente cedo los derechos de Autor, que fue realizada como requisito previo para la obtención de mi Grado, de Magister en Turismo con mención en Diseño de Productos Turísticos como aporte a la Línea de Investigación Desarrollo Sostenible Sustentada en los pilares fundamentales: social, económico y ambiental, busca generar sinergias entre las personas, las empresas y la sociedad, promoviendo y consolidando un consumo responsable de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Ensayo académico en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 17 junio 2026

Ruth Angelica Mutre Pinto

1250072475

Aprobación del Director del Trabajo de Titulación

Yo, Ing. Karem Xiomara Bacuy Ortiz, MSc., en mi calidad de director del trabajo de titulación, elaborada por **Garces Jouvin Magdalia Rebeca y Mutre Pinto Ruth Angelica**, cuyo tema es **Estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 años, en el cantón la Libertad Provincia de Santa Elena**, que aporta a la línea de investigación **Desarrollo Local y Empresarial** previo a la obtención del grado **MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**. Trabajo de titulación que consiste en el diseño de estrategias de promoción turística sostenible para fortalecer la valorización y posicionamiento del Museo Casa de los 100 Años como atractivo turístico-cultural del cantón La Libertad. Considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la Universidad Estatal de Milagro.

Ing. Karem Xiomara Bacuy Ortiz, MSc.

C.I: 0924308943

Docente Titular Auxiliar 1 Tiempo Completo

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, por ser mi guía, darme fortaleza en los momentos difíciles y permitirme alcanzar esta importante meta en mi vida.

A mis padres, por su amor incondicional, sus sacrificios, sus consejos y por ser el pilar fundamental que me ha sostenido a lo largo de mi formación personal y profesional. Gracias por creer siempre en mí y motivarme a seguir adelante cuando los desafíos parecían imposibles.

A mis hermanos, por su apoyo constante, su compañía y las palabras de aliento que me impulsaron a continuar en cada etapa de este camino.

A mi querida abuelita, cuyo cariño, sabiduría y ejemplo de vida han sido una fuente de inspiración permanente. Gracias por acompañarme con sus oraciones y por brindarme siempre su amor incondicional.

A todos ellos, les dedico este logro con profundo amor, gratitud y admiración, porque forman parte esencial de cada paso que me ha llevado hasta aquí, con amor Magdalia Rebeca Garces Jouvin.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme salud, fortaleza, sabiduría y perseverancia para culminar satisfactoriamente este importante logro académico.

A mis padres, hermanos y abuelita, por su amor incondicional, apoyo constante y confianza en cada etapa de mi formación. Su comprensión, motivación y ejemplo han sido fundamentales para alcanzar esta meta.

Expreso un especial agradecimiento a la Máster Karen Xiomara Bacuy Ortiz, por su valiosa guía, orientación y acompañamiento durante el desarrollo de esta investigación. Sus conocimientos, recomendaciones y apoyo permanente fueron fundamentales para la realización y culminación de este trabajo.

Asimismo, agradezco a todas las personas e instituciones que, de una u otra manera, contribuyeron al desarrollo de esta investigación y al cumplimiento de los objetivos planteados.

De manera especial, expreso mi más sincero agradecimiento a mi compañera de tesis, Ruth Mutre, por su compromiso, dedicación, apoyo constante y excelente trabajo en equipo durante todo el proceso de investigación. Su responsabilidad, colaboración y disposición para afrontar cada desafío fueron fundamentales para alcanzar con éxito la culminación de este trabajo de titulación.

A todos ellos, mi más sincero reconocimiento y gratitud.

Magdalia Rebeca Garcés Jouvin

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación le dedico a mis ángeles del cielo, el principal y mayor motivo mi papito Klever Alejandro Mutre Ramírez, aunque no esté físicamente, sé que él me apoya y siempre estará conmigo, también le dedico a una gran mujer, ejemplo de lucha, esfuerzo y dedicación mi mamita Lorena Isabel Pinto Olivo, a mi esposo mi apoyo incondicional, hombre fuerte y amoroso Walter Estuardo Vergara Rojas, a mis hermanas las cuales amo con mi vida Rosa Isabel y Martha Karina Mutre Pinto, a mi pequeña sobrina que es mi consuelo y amor eterno Angelly Alejandra Vera Mutre.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios y a mi familia, por permitirme cursar y culminar con éxito todo el proceso de aprendizaje en la mejor Universidad del Ecuador, Unemi, gracias a sus directivos por la creación de la escuela de posgrado en Turismo.

De la misma manera agradezco a mi tutora de Tesis Msc. KAREM XIOMARA BACUY ORTIZ, gracias por su guía, paciencia y empatía, al compartir su conocimiento para el buen desarrollo de este proyecto de investigación.

Finalmente agradezco a mi compañera de tesis MAGDALIA REBECA GARCÉS JOUVIN, por ser una gran compañera y estar atenta a todo nuestro trabajo de titulación

Ruth Angelica Mutre Pinto

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue diseñar estrategias de promoción del turismo sostenible que busquen fortalecer la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, situado en el cantón La Libertad, en la provincia de Santa Elena. Este estudio surge de la necesidad de aumentar la visibilidad, reconocimiento y posicionamiento turístico del museo como un recurso cultural de relevancia histórica para la comunidad local.

La investigación se llevó a cabo siguiendo un enfoque mixto, con un alcance descriptivo y propositivo, utilizando un diseño no experimental y transversal. Para la recolección de datos, se realizaron encuestas a una muestra de 385 habitantes del cantón La Libertad, elegidos mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, además de entrevistas a actores involucrados en la gestión turística y patrimonial y una ficha de observación aplicada al museo.

Los resultados obtenidos permitieron identificar limitaciones en cuanto a la promoción turística, la presencia digital y el conocimiento del museo por parte de la población, lo que evidencia la necesidad de implementar acciones estratégicas dirigidas a mejorar su imagen y aprovechar su potencial turístico. En respuesta a esta problemática, se desarrollaron estrategias fundamentadas en marketing digital, redes sociales, branding territorial, alianzas institucionales, eventos culturales y educación patrimonial.

Se concluye que la implementación de estrategias de promoción turística sostenible puede contribuir de manera significativa a aumentar la visibilidad del museo, mejorar su reconocimiento social y turístico, fomentar la apropiación por parte de la comunidad y consolidar su valorización patrimonial, lo que favorecerá la diversificación de la oferta turística cultural del cantón La Libertad y de la provincia de Santa Elena.

Palabras clave: turismo sostenible, promoción turística, valorización patrimonial, patrimonio cultural, museo, turismo cultural, marketing digital.

ABSTRACT

The objective of this research was to design sustainable tourism promotion strategies that seek to strengthen the heritage value of the Casa de los 100 Años Museum, located in the La Libertad canton, in the province of Santa Elena. This study arises from the need to increase the visibility, recognition, and tourist positioning of the museum as a cultural resource of historical relevance for the local community.

The research was conducted using a mixed-methods approach, with a descriptive and propositional scope, employing a non-experimental, cross-sectional design. Data collection involved surveys of a sample of 385 residents of the La Libertad canton, selected through non-probability convenience sampling, as well as interviews with stakeholders involved in tourism and heritage management, and an observation checklist applied to the museum.

The results obtained identified limitations in tourism promotion, digital presence, and public awareness of the museum, highlighting the need to implement strategic actions aimed at improving its image and leveraging its tourism potential. In response to these challenges, strategies were developed based on digital marketing, social media, territorial branding, institutional partnerships, cultural events, and heritage education.

It is concluded that the implementation of sustainable tourism promotion strategies can significantly contribute to increasing the visibility of the museum, improving its social and tourist recognition, fostering community ownership and consolidating its heritage value, which will favor the diversification of the cultural tourism offer of the La Libertad canton and the Santa Elena province.

Keywords: sustainable tourism, tourism promotion, heritage enhancement, cultural heritage, museum, cultural tourism, digital marketing.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos

1. Analizar los fundamentos teóricos relacionados con la promoción turística sostenible, el turismo cultural y la valorización del patrimonio cultural.
2. Diagnosticar la situación actual del Museo Casa de los 100 Años en relación con su promoción turística, visibilidad y aprovechamiento como recurso patrimonial.
3. Diseñar estrategias de promoción turística sostenible orientadas a fortalecer la valorización patrimonial y el posicionamiento turístico del Museo Casa de los 100 Años.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
OBJETIVOS	xiii
Objetivo general	xiii
Objetivos específicos.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACION	6
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	8
Antecedentes internacionales	8
Antecedentes Nacionales.....	10
Antecedentes Locales	12
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	15
Fundamentación teórica	15
1.1. Turismo	15
1.1.1. Concepto	15
1.1.2. Conceptualización del turismo.....	15
1.1.3. Turismo digital.....	16
1.1.4. Turismo Sostenible	16

1.1.5.	Principios del turismo sostenible	17
1.1.6.	Desarrollo local.....	18
1.1.7.	Relación con el patrimonio cultural.....	19
1.1.8.	Importancia para el desarrollo territorial	19
1.1.9.	Turismo cultural.....	20
1.1.10.	Importancia	20
1.1.11.	Turismo cultural en Ecuador.....	20
1.1.12.	Turismo cultural en Santa Elena	21
1.2.	Patrimonio cultural.....	23
1.2.1.	Concepto	23
1.2.2.	Tipología.....	23
1.2.3.	Importancia	23
1.2.4.	Patrimonio cultural y turismo	23
1.2.5.	Museos y turismo cultural.....	24
1.2.6.	Promoción turística sostenible	24
1.2.8.	Marketing digital aplicado al turismo cultural.....	26
1.2.9.	Valorización del patrimonio cultural	26
1.2.10.	Posicionamiento turístico.....	26
1.2.11.	Definición de promoción turística	26
1.2.12.	Herramientas de promoción turística	27
1.2.13.	Vínculo entre promoción turística sostenible y valorización del patrimonio ..	28

1.2.14.	Valorización turística del patrimonio cultural	29
1.2.15.	Dimensiones de la valorización patrimonial.....	30
1.2.16.	Indicadores de valorización patrimonial.....	31
1.2.17.	Posicionamiento turístico Concepto	32
1.2.18.	Importancia para los destinos culturales	32
1.2.19.	Factores que influyen en el posicionamiento turístico.....	32
1.3.	Museo Casa de los 100 Años	33
1.3.1.	Historia.....	33
1.3.2.	Valor patrimonial.....	33
1.3.3.	Proceso de restauración.....	33
1.3.4.	Función cultural.....	34
1.3.5.	Potencial turístico.....	34
	Fundamentación legal	35
1.4.	Normativa	35
1.4.1.	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).....	35
1.4.2.	Ley Orgánica de Cultura.....	36
1.4.3.	Ley de Turismo	36
1.4.4.	Plan Nacional de Desarrollo	36
1.4.5.	Normativa del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural	36
1.4.6.	Competencias de los GAD en la gestión patrimonial	37
1.4.7.	Normativa local.....	37

2. CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	40
2.1. Enfoque de la investigación	40
2.2. Tipo de investigación.....	40
2.3. Diseño de investigación	41
2.4. Unidad de análisis	41
2.5. Métodos de investigación	42
2.6. Técnicas e instrumentos.....	43
2.7. Población y muestra.....	43
2.7.1. Población.....	43
2.7.2. Muestra cuantitativa.....	44
2.7.3. Muestra cualitativa.....	44
2.8. Descripción de variables.....	45
2.9. Procedimiento metodológico	46
3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	48
3.1. Caracterización de los instrumentos utilizados.....	48
3.1.1. Encuesta	48
3.1.2. Entrevistas.....	49
3.1.3. Ficha de observación.....	52
3.2. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta	53
Categoría 1. Valor patrimonial del museo.....	53
Categoría 2. Situación actual de la promoción turística	53

Categoría 3. Limitaciones identificadas	54
Categoría 4. Estrategias propuestas	55
3.3. Dimensión: Conocimiento del Museo Casa de los 100 Años.....	56
3.4. Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista.....	69
3.5. Integración y triangulación de resultados	71
3.7. Discusión de resultados.....	75
3.8. Síntesis de hallazgos relevantes	76
3.9. Conclusión del capítulo.....	76
4. CAPÍTULO IV. PROPUESTA	77
4.1. Introducción.....	77
4.2. Fundamentación teórica de la propuesta.....	78
4.3. Fundamentación práctica	78
4.4. Objetivos de la propuesta.....	79
4.5. Beneficiarios de la propuesta	79
4.6. Modelo general de la propuesta	80
4.7. Estructura de la propuesta.....	81
4.7.1. Estrategia 1.....	81
4.7.2. Estrategia 2.....	82
4.7.3. Estrategia 3.....	83
4.7.4. Estrategia 4.....	84
4.8. Plan de implementación.....	85

4.9.	Recursos requeridos	86
4.10.	Viabilidad de la propuesta	87
	Fuente de financiamiento.....	87
4.11.	Sistema de evaluación y seguimiento	89
4.12.	Impactos esperados	89
4.13.	Conclusión del capítulo.....	90
5.	CAPÍTULO V. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	91
5.1.	Introducción	92
5.2.	Objetivo de la validación	92
5.3.	Método de validación.....	92
5.4.	Selección de expertos.....	93
5.5.	Instrumento de validación.....	93
5.6.	Indicadores de evaluación.....	94
5.7.	Resultados de la validación.....	94
5.8.	Análisis de los resultados.....	95
5.9.	Discusión de los resultados de la validación.....	96
5.10.	Síntesis de los resultados de validación	96
5.11.	Conclusión del capítulo.....	97
	BIBLIOGRAFÍA.....	102
	ANEXOS.....	107

TABLA DE FIGURAS

Figura 1: Conocimiento sobre el museo	56
Figura 2: Visita al museo Casa de los 100 años.....	57
Figura 3: Nivel de conocimiento sobre el museo.....	58
Figura 4: Importancia del museo	59
Figura 5: El museo como recurso de identidad cultural	60
Figura 6: El museo como atractivo turístico	61
Figura 7: Promoción turística del museo	62
Figura 8: Medios para promoción del museo	63
Figura 9: Estrategias de promoción sostenible	64
Figura 10: Participación de la comunidad local.....	65
Figura 11: Actividades educativas y culturales	66
Figura 12: Implementación de estrategias	67
Figura 13: Entrevista a gestor de Patrimonio Histórico y Arqueológico Local del GAD Municipal del cantón La Libertad.....	110
Figura 14:Entrevista a analista de desarrollo turístico de AME.	110
Figura 15:Entrevista a servidora pública del ministerio de producción, comercio exterior e inversión.....	111
Figura 16: Entrevista realizada a los turistas.	111
Figura 17:Entrevista realizada a los turistas.	112
Figura 18: Entrevista realizada a los turistas.	112
Figura 19:Entrevista realizada a los turistas.	113
Figura 20: Entrevista realizada a los turistas.	113
Figura 21. Entrevista realizada a los turistas.	114
Figura 22: Entrevista realizada a los turistas.	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:Conocimiento sobre el museo.....	56
Tabla 2:Visita al Museo Casa de los 100 años	57
Tabla 3: Nivel de conocimiento sobre el museo	58
Tabla 4:Importancia del museo.....	59
Tabla 5:El museo como recurso de identidad cultural.....	60
Tabla 6:El museo como atractivo turístico	61
Tabla 7:Promoción turística del museo.....	62
Tabla 8: Medios para promoción del museo.....	63
Tabla 9: Estrategias de promoción sostenible.....	64
Tabla 10: Participación de la comunidad local	65
Tabla 11:Actividades educativas y culturales.....	66
Tabla 12: Implementación de estrategias.....	67
Tabla 13:Acciones para la mejora de promoción del Museo.....	68
Tabla 14: Integración y triangulación de resultados	71
Tabla 15:Ficha de observación	74
Tabla 16:Estrategia 1	81
Tabla 17:Estrategia 2	82
Tabla 18: Estrategia 3	83
Tabla 19: Estrategia 4	84
Tabla 20:Matriz Resumen.....	85
Tabla 21:Matriz de implementación	86
Tabla 22: Recursos financieros	87
Tabla 23: Sistema de evaluación y seguimiento	89
Tabla 24: Caracterización de los expertos	93

Tabla 25: Escala de valoración93

Tabla 26: Indicadores evaluados por los expertos94

Tabla 27: Valoración otorgada por los expertos94

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo ha emergido como una de las actividades económicas de más rápido crecimiento e influencia a nivel global, gracias a su habilidad para generar empleo, activar las economías locales y fomentar el intercambio cultural entre diferentes pueblos. De acuerdo con la Organización Mundial del turismo (ONU Turismo, 2024), esta actividad es un motor crucial para el desarrollo económico y social, especialmente en regiones que poseen recursos naturales, culturales e históricos con potencial turístico.

No obstante, la rápida expansión del turismo también ha ocasionado consecuencias negativas. Tales como la degradación ambiental, la pérdida de la identidad cultural y la sobreexplotación de los recursos patrimoniales, lo cual ha generado la necesidad de implementar modelos de desarrollo más sostenible.

En este contexto se establece que el turismo sostenible, se define como un enfoque dedicado a satisfacer las demandas actuales de los visitantes, las comunidades anfitrionas y los destinos turísticos, asegurando al mismo tiempo la conservación de los recursos para las generaciones futuras (ONU Turismo, 2024). Este modelo promueve un balance entre las dimensiones económica, social, cultural y ambiental del desarrollo, incentivando la participación comunitaria, la conservación del patrimonio y el uso responsable de los recursos turísticos.

Dentro de las modalidades que ayudan al desarrollo sostenible, el turismo cultural y patrimonial destaca, ya que se basa en la valoración, conservación y difusión de los bienes materiales e inmateriales que son parte de la identidad de los territorios. Según la Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura (UNESCO, 2023), el

patrimonio cultural es un elemento esencial para fortalecer la memoria colectiva, preservar las tradiciones y promover el sentido de pertenencia en las comunidades. En este contexto, museos, centros históricos, monumentos y edificaciones patrimoniales sirven como recursos estratégicos para diversificar la oferta turística y crear nuevas oportunidades de desarrollo local.

En Ecuador, el turismo es uno de los sectores claves para la diversificación económica y el fortalecimiento de los territorios. En particular, la provincia de Santa Elena se ha convertido en uno de los destinos turísticos más importantes del país, gracias a la llegada de visitantes atraídos por sus playas, actividades recreativas y riqueza cultural. Sin embargo, la dinámica turística provincial sigue centrada mayoritariamente en el segmento de sol y playa, limitando la explotación de recursos patrimoniales y culturales que podrían aportar significativamente a la diversificación de la oferta turística y al fortalecimiento de la identidad local.

Entre estos recursos se halla el Museo Casa de los 100 Años, ubicado en el cantón La Libertad, este inmueble fue entregado en comodato al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Libertad Para su gestión y valorización. Posteriormente, su proceso de restauración se realizó con la financiación donde el Instituto Nacional de Patrimonio cultural (INPC) (INPC, 2023), convirtiéndose en la primera de las diecisiete casas patrimoniales identificadas dentro de las competencias municipales que ha sido restaurada de manera integral con fines culturales y turísticos.

El museo preserva objetos, documentos históricos, fotografías y elementos representativos de la memoria colectiva del territorio, convirtiéndose en un espacio dedicado a la conservación del patrimonio cultural y a la transmisión de conocimientos históricos para las generaciones presentes y futuras. Además, representa un recurso con potencial para fortalecer

el turismo cultural del cantón y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local.

Por ende, la valorización patrimonial constituye un proceso mediante el cual los bienes culturales adquieren reconocimiento social, turístico y económico, fortaleciendo su conservación, difusión y apropiación por parte de la comunidad. En el ámbito turístico, la valorización permite transformar los recursos patrimoniales en atractivos capaces de generar experiencias culturales significativas para los visitantes, contribuyendo al desarrollo local y a la preservación de la identidad cultural. Asimismo, favorece la generación de estrategias orientadas al aprovechamiento responsable de los recursos patrimoniales, garantizando su sostenibilidad y transmisión a las futuras generaciones, según lo menciona (Viñals, 2021).

A pesar de la importancia patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, actualmente no existe evidencia de la aplicación de estrategias integrales de promoción turística sostenible que permitan fortalecer su posicionamiento dentro de la oferta turística de Santa Elena. Esta situación limita su visibilidad, reduce su capacidad de atraer visitantes y restringe su contribución al desarrollo turístico local y a la valorización del patrimonio cultural.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto que facilitó la recopilación de la información cuantitativa y cualitativa. Se realizaron encuestas a una muestra de 385 personas, entrevistas a tres actores vinculados con la gestión turística y patrimonial, y se utilizó una ficha de observación destinada a evaluar las condiciones actuales del museo y su entorno. La información recopilada sirvió para diagnosticar la situación actual del atractivo, identificar sus principales fortalezas y debilidades, así como establecer lineamientos para la formulación de estrategias de promoción turística sostenible.

En este marco, el objetivo general de la investigación consiste en diseñar estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del museo casa de los 100 años en el Canton La Libertad, provincia de santa elena. Para alcanzar este propósito se plantean los objetivos específicos: analizar los fundamentos teóricos relacionados con la promoción turística sostenible, el turismo cultural y la valorización del patrimonio cultural; diagnosticar la situación actual del museo casa de los 100 años en relación con su promoción turística visibilidad y aprovechamiento con recurso patrimonial; y diseñar estrategias de promoción turística sostenible orientadas a fortalecer la valorización patrimonial y el posicionamiento turístico del museo.

Por último, el presente trabajo se organiza en cinco capítulos. El primer capítulo desarrolla el marco teórico y conceptual relacionado con el turismo sostenible, el turismo cultural, el patrimonio y la promoción turística. El segundo capítulo expone el marco metodológico que guía la investigación. El tercer capítulo presenta los resultados obtenidos a partir de la aplicación de encuestas, entrevistas y observación directa. El cuarto capítulo incluye la propuesta de estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años. Finalmente, el quinto capítulo ofrece las conclusiones, recomendaciones y aportes derivados de la investigación.

El aporte principal de esta investigación radica en la formulación de estrategias de promoción turística sostenible orientadas a fortalecer la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, contribuyendo a la diversificación de la oferta turística cultural del cantón La Libertad, al fortalecimiento de la identidad cultural local y al aprovechamiento sostenible del patrimonio como recurso para el desarrollo turístico del territorio. Asimismo, la propuesta busca incrementar el reconocimiento y la visibilidad de este espacio patrimonial

entre residente y visitante, promoviendo una mayor apropiación social de los bienes culturales y fomentando su conservación para las futuras generaciones.

De igual manera, la investigación pretende generar lineamientos que permitan integrar el museo dentro de las dinámicas turísticas locales, favoreciendo la articulación entre los diferentes actores del sector y potenciando experiencias turísticas basadas en la historia, la memoria y la identidad de la comunidad. En este sentido, el estudio aporta no solo al fortalecimiento de la gestión turística y cultural del museo, sino también al desarrollo sostenible del cantón, al impulsar alternativas que promuevan el turismo responsable, la educación patrimonial y la puesta en valor de los recursos culturales como elementos estratégicos para el desarrollo local.

JUSTIFICACION

El Museo Casa de los 100 Años, a pesar de su relevancia histórica y cultural enfrenta limitaciones en cuanto a su posicionamiento turístico, visibilidad y reconocimiento por parte de residentes y visitantes. La escasa implementación de estrategias de promoción turística, la limitada presencia en medios digitales, la insuficiente articulación con los circuitos turísticos locales y provinciales, así como el reducido aprovechamiento de herramientas de difusión cultural, han restringido su capacidad para consolidarse como un atractivo turístico relevante dentro de la oferta cultural de la provincia de Santa Elena.

Asimismo, se evidencia la necesidad de fortalecer la generación de estudios y propuestas orientadas al diseño de estrategias de promoción turística sostenible para el Museo Casa de los 100 Años, con el propósito de contribuir a su valorización patrimonial, incrementar su visibilidad y fortalecer su posicionamiento como atractivo turístico cultural dentro de la oferta turística de Santa Elena.

Esta situación pone de manifiesto la necesidad de desarrollar estrategias de promoción turística sostenible que fortalezcan la valorización patrimonial del museo, incrementen su visibilidad y fomenten una mayor integración dentro de la dinámica turística del cantón la libertad y de la provincia de Santa Elena. La promoción sostenible no solo ayudará a aumentar el flujo de visitantes, sí no también a fortalecer la conservación del patrimonio cultural, incentivar la participación comunitaria y generar beneficios económicos relacionados con el desarrollo turístico local esta investigación se justifica por su contribución al fortalecimiento del turismo cultural y patrimonial en la provincia de Santa Elena, mediante la formulación de estrategias dirigidas a la promoción responsable y sostenible del museo casa de los 100 años.

Además, busca favorecer la utilización de un recurso patrimonial que tiene un alto valor histórico y cultural, propiciando la diversificación de la oferta turística local y el fortalecimiento de la identidad cultural de la comunidad.

En este contexto surge la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera las estrategias de promoción turística sostenible pueden contribuir a la valorización del Museo Casa de los 100 Años en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena?

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes internacionales

El turismo cultural y patrimonial ha cobrado una importancia creciente dentro de las estrategias de desarrollo sostenible que se están implementando en diversos lugares. En este contexto, un gran número de investigaciones han explorado la conexión entre la promoción turística, la valorización del patrimonio cultural y la función de los museos como motores de la actividad turística.

De acuerdo con Zárate & García (2017), en su artículo Los Museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje, examinaron la evolución de los museos como recursos claves para el turismo sostenible. Los hallazgos de esta investigación, evidencian que los museos han superado su papel tradicional de conservación, transformándose en espacios que puedan generar empleo, fortalecer la identidad cultural y aportar al desarrollo económico local a través de la atracción de visitantes. Además, enfatizan que la gestión turística sostenible de estos espacios promueve la conservación del patrimonio y mejora la experiencia del turista.

En la investigación llevada a cabo por Di Pietro y otros (2014) sobre la sostenibilidad de los museos desde la perspectiva de los visitantes. Los hallazgos mostraron que la satisfacción y participación del público son factores claves para asegurar la sostenibilidad económica y social de los museos, resaltando que la aplicación de estrategias que prioricen la experiencia del visitante favorece la duración y competitividad de estas instituciones culturales.

De igual forma Luisa Pop y otros (2019), en su estudio argumentan que los museos tienen un papel crucial en la sostenibilidad cultural al ayudar a preservar el patrimonio y transmitir conocimientos históricos culturales a futuras generaciones. Los autores subrayan la

importancia de integrar estrategias de gestión, promoción y participación comunitaria para fortalecer la función social y turística de estas instituciones.

Por otro lado, Prideaux & Kininmont (1999), examinaron la efectividad de las estrategias promocionales de los museos patrimoniales en áreas rurales de Australia. Los resultados evidenciaron que la promoción turística es un factor decisivo para aumentar la afluencia de visitantes y mejorar la posición de los museos en el mercado turístico. También señalaron la necesidad de utilizar herramientas de comunicación innovadoras y adaptadas a los perfiles de los visitantes para incrementar la visibilidad de estos espacios culturales.

Asimismo, Rosser & Soler (2023) estudiaron los impactos de los espacios patrimoniales rehabilitados en la percepción de los visitantes. Los resultados mostraron que los sitios patrimoniales bien gestionados generan una mayor apreciación cultural por parte de los turistas y contribuyen al fortalecimiento de la memoria histórica, favoreciendo así el desarrollo sostenible de los destinos urbanos.

Finalmente, Espeso Molinero (2019), en su artículo indica que el turismo cultural está experimentando un aumento significativo a nivel global debido al interés de los visitantes por conocer la historia, identidad y tradiciones de los destinos. La autora resalta que las nuevas tecnologías, el marketing digital y las estrategias promocionales innovadoras son herramientas esenciales para mejorar la competitividad de los recursos patrimoniales y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

Los estudios revisados coinciden en que la sostenibilidad, la promoción turística y la valoración patrimonial están estrechamente interrelacionados dentro de los procesos de gestión de museos y recursos culturales. Además, evidencian que las estrategias de promoción,

especialmente aquellas relacionadas con herramientas digitales, experiencias participativas y gestión sostenible, contribuyen significativamente a aumentar la afluencia de visitantes, a reforzar la identidad cultural y a preservar el patrimonio. Estos aportes conforman un fundamento teórico relevante para la investigación actual, enfocada en el diseño de estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años del cantón la libertad.

Antecedentes Nacionales

En Ecuador, diferentes investigaciones han explorado la relación entre turismo cultural, patrimonio y estrategias de promoción turística como mecanismos destinados a fortalecer la identidad cultural y estimular el desarrollo local. Estos estudios son un referente importante para entender la importancia de la valorización patrimonial a través de acciones sostenibles de promoción turística.

En el artículo desarrollado por Carrera & otros (2023), analizaron la importancia del patrimonio cultural y natural como recursos estratégicos para el desarrollo turístico del país. Los autores concluyeron que el Ecuador cuenta con una gran diversidad de bienes patrimoniales que fortalecen la competitividad turística; No obstante, identificaron la necesidad de implementar estrategias de gestión y promoción que permitan un mejor aprovechamiento turístico de manera sostenible. También enfatizan que la adecuada valorización del patrimonio apoya la diversificación de la oferta turística y el fortalecimiento de las economías locales.

Los autores Hormaza Muñoz & Torres Rodríguez (2020), en su estudio, examinaron la inclusión del patrimonio cultural dentro de la gestión turística provincial. Sus hallazgos mostraron que la valorización de los recursos culturales aumenta el atractivo de los destinos y mejoran la experiencia turística. Sin embargo, los autores señalaron limitaciones en relación

con la promoción y articulación de los recursos patrimoniales dentro de la oferta turística, sugiriendo el diseño de estrategias que mejoren su visibilidad y aprovechamiento.

De manera similar Prada Trigo y otros (2018), analizaron las percepciones de los visitantes que realizan turismo cultural en la ciudad de Cuenca. Los autores encontraron que los turistas valoran positivamente los destinos que preservan su patrimonio histórico y cultural, resaltando la necesidad de fortalecer los mecanismos de promoción y difusión para incrementar el interés de los visitantes y consolidar el posicionamiento de los destinos culturales.

Respecto a la función de los museos en el turismo cultural, Ramón Morillo & Ullauri Donoso (2014), las autoras subrayan que estas instituciones no solo tienen funciones educativas y culturales, sino que también representan importantes atractivos turísticos que pueden reforzar la identidad local y contribuir al desarrollo económico de los territorios mediante la actividad turística.

Además, Menéndez Delgado y otros (2020), en la investigación Evolución del Turismo Cultural, estudiaron el potencial de los ecomuseos como instrumentos para la conservación del patrimonio y del desarrollo sostenible. Los resultados indicaron que la participación comunitaria, la interpretación de patrimonio y las estrategias de promoción cultural favorecen la valorización de los recursos históricos y aumentan la competitividad turística de los territorios. Los autores concluyeron que los espacios museísticos deben evolucionar hacia modelos participativos que permitan una mayor interacción entre visitantes, comunidad y patrimonio cultural.

Por su parte, García Lebroc y otros (2024), examinaron los desafíos que enfrenta Ecuador en relación con la conservación de los recursos patrimoniales ligados al turismo. Los investigadores encontraron que la falta de estrategias sostenibles de gestión y promoción puede

perjudicar la conservación de los bienes culturales. Como resultado, sugieren la implementación de acciones integrales que combinen promoción turística, participación comunitaria y conservación patrimonial para asegurar la sostenibilidad de los destinos culturales.

Finalmente, Félix Mendoza, Ángel & Chilán (2016), en su investigación Patrimonio Cultural como Nueva Oferta Turística en el Cantón Portoviejo Ecuador, establecieron que el patrimonio cultural representa una alternativa viable para diversificar la oferta turística convencional. Los autores concluyeron que el aprovechamiento turístico de los recursos patrimoniales requiere de adecuados procesos de promoción, planificación y gestión que permitan aumentar su reconocimiento entre los visitantes y generar beneficios económicos para las comunidades receptoras.

Antecedentes Locales

En la provincia de Santa Elena, se ha realizado varios estudios que examinan la relación entre el patrimonio cultural, el turismo cultural, la promoción turística y la valorización de recursos históricos, subrayando la necesidad de fortalecer estrategias para diversificar la oferta turística más allá del turismo tradicional de sol y playa. Estas investigaciones son referentes clave para el desarrollo del presente estudio, dado su vínculo con la gestión del patrimonio y la promoción de atractivos culturales en la península.

En el ámbito local, Pilay Figueroa & Miguel Ángel (2017) patrimoniales urbanos para el impulso del turismo cultural local. El estudio destacó en particular el valor histórico y arquitectónico de la casa de los 100 años, considerada 1 de los recursos culturales más relevantes del cantón. Entre sus conclusiones, se estableció que la valorización del patrimonio urbano puede contribuir de manera significativa a la diversificación de la oferta turística y al

desarrollo económico local, siempre que se implemente mecanismos adecuados de gestión y promoción.

En la misma sintonía, Álvarez Plúa y otros (2018) examinaron el papel de los medios de comunicación y promoción en la divulgación de los recursos patrimoniales de la provincia. Los resultados mostraron que se utilizan pocas herramientas de promoción turística y comunicación estratégica para dar visibilidad a los atractivos culturales entre los posibles visitantes. Los autores concluyeron que la falta de difusión adecuada limita el reconocimiento de los recursos patrimoniales y afecta su aprovechamiento turístico.

Por su parte, Gómez Pita & Karla Carolina (2024), en la investigación turismo cultural: historia y potencial de la cabecera cantonal de Santa Elena, estudió los factores que intervienen en el desarrollo del turismo cultural en la provincia. Los resultados revelaron que el patrimonio material, las festividades tradicionales y los recursos históricos son elementos con alto potencial para diversificar la actividad turística local. La autora concluyó que el fortalecimiento de la promoción cultural podría aumentar la utilización turística de estos recursos y generar mayores beneficios para las comunidades receptoras.

Asimismo, Yagual Suárez & Juan Fernando (2024), en el estudio turismo cultural: ruta de los museos de la provincia de Santa Elena, evaluó la factibilidad de integrar a los museos provinciales en un circuito turístico cultural. La investigación identificó diez museos con potencial para formar parte de un recorrido turístico articulado, resaltando la importancia de potenciar a las acciones conjuntas de promoción, conservación patrimonial y participación institucional para aumentar la llegada de visitantes. El autor concluyó que los museos son recursos estratégicos para diversificar la oferta turística de la provincia y fortalecer el reconocimiento del patrimonio cultural local.

Los autores Vásquez Farfán y otros (2023), examina ron los elementos que afectan el posicionamiento turístico de los recursos patrimoniales y la gestión institucional que la promoción turística, la accesibilidad, la conservación del patrimonio y la gestión institucional son factores claves para mejorar la competitividad de los destinos culturales. También sugirieron que el patrimonio cultural puede convertirse en un motor importante de desarrollo económico y social si se aplican estrategias sostenibles de gestión y promoción.

Vacio de investigación

La revisión de estudios previos a nivel internacional, nacional y local muestra que se han llevado a cabo diversas investigaciones relacionadas con el turismo cultural, la gestión del patrimonio, la promoción turística y el papel de los museos como recursos para el desarrollo a nivel local. No obstante, se ha detectado una escasa producción científica enfocada en el diseño de estrategias de promoción turística sostenible que busquen la valorización de museos patrimoniales en la provincia de Santa Elena.

En particular, no se hallaron estudios que examine de forma integral la conexión entre la promoción turística sostenible y la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, situado en el cantón de La Libertad.

Adicionalmente, existe poca información acerca de su visibilidad, posicionamiento turístico, aprovechamiento cultural y su potencial como recurso para diversificar la oferta turística de la provincia.

Por lo tanto, se hace evidente la necesidad de realizar una investigación que diagnostique la situación actual del museo y elabore estrategias de promoción turística sostenible dirigidas a potenciar su reconocimiento, afluencia de visitantes y valorización patrimonial. Así, el presente estudio pretende aportar conocimiento científico y propuestas aplicables a la gestión turística y cultural del cantón de La Libertad.

1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Fundamentación teórica

1.1. Turismo

1.1.1. Concepto

El turismo es una de las actividades económicas y sociales más significativas a nivel mundial debido a su capacidad para generar empleo, dinamizar economías locales, fomentar el intercambio cultural y contribuir al progreso de los territorios. Se evolucionó a estado íntimamente ligada a los cambios sociales tecnológicos y económicos que han experimentado las sociedades a través del tiempo. Hoy en día, el turismo se ha consolidado como una actividad estratégica para numerosos países, especialmente aquellos que cuentan con recursos naturales, culturales e históricos capaces de atraer visitantes tanto nacionales como internacionales.

El estudio del turismo requiere comprender tanto su evolución histórica como sus diversos enfoques conceptuales, dado que constituye un enfoque multidimensional que involucra aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales. Además, el análisis de las tendencias actuales permite identificar nuevas formas de consumo turístico que están dirigidas hacia experiencias más auténticas, sostenibles y conectadas con el patrimonio cultural.

1.1.2. Conceptualización del turismo

El turismo ha sido definido desde distintas perspectivas debido a su carácter multidisciplinario. Desde un enfoque general, se considera como el conjunto de actividades que las personas realizan durante sus desplazamientos temporales fuera de su lugar habitual de residencia por motivos de ocio, recreación, negocios, cultura u otros fines no remunerados.

La Organización Mundial de turismo, ONU Turismo (2024). describe el turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y sus estancias en lugares

diferentes a su entorno habitual durante un período continuo inferior a un año, con propósito de ocio, trabajo u otras razones personales lo destaca.

A su vez Goeldener & Brent (2022), indican que el turismo es una actividad compleja que implica la interacción entre visitantes, servicios turísticos, atractivos y comunidades anfitrionas, convirtiéndose en un fenómeno que puede afectar significativamente al desarrollo local y regional. Para los propósitos de esta investigación, se entiende el turismo como una actividad socioeconómica que incluye el desplazamiento temporal de personas hacia destinos diferentes de su residencia habitual, provocando intercambios culturales, beneficios económicos y oportunidades para la valoración de recursos patrimoniales y culturales.

1.1.3. Turismo digital

La transformación tecnológica ha dado lugar al surgimiento del turismo digital, que se caracteriza por la utilización de herramientas tecnológicas para la promoción, comercialización y gestión de productos turísticos. Las plataformas digitales, redes sociales, aplicaciones móviles, recorridos virtuales y sistemas de realidad aumentada son parte de esta tendencia.

Según Buhalis (2023), la digitalización ha revolucionado la industria turística al facilitar el acceso a la información, mejorar la experiencia del visitante y ampliar las oportunidades de promoción para destinos y atractivos turísticos. En el caso de los museos y espacios patrimoniales, las herramientas digitales permiten aumentar la visibilidad, fortalecer la interacción con los visitantes y mejorar los procesos de interpretación cultural.

1.1.4. Turismo Sostenible

El turismo sostenible se define como aquel que considera todas sus implicaciones económicas, sociales y ambientales tanto en el presente como en el futuro, satisfaciendo las demandas de los turistas, del sector turístico, del medio ambiente y de las comunidades locales.

Este enfoque con forme a la ONU Turismo (2024), tiene como objetivo asegurar un equilibrio entre el desarrollo económico, la preservación de los recursos naturales y culturales, así como el bienestar de las poblaciones que residen en las áreas visitadas.

1.1.5. Principios del turismo sostenible

El turismo sostenible se basa en varios principios orientados a garantizar la permanencia de los recursos turísticos y el bienestar de las comunidades receptoras. Según la ONU Turismo (2024), la sostenibilidad turística se apoya en tres dimensiones fundamentales: la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad económica y la sostenibilidad sociocultural.

Sostenibilidad ambiental

La sostenibilidad ambiental tiene como objetivo garantizar la conservación de los ecosistemas y el uso responsable de los recursos naturales. Este principio promueve la reducción de los impactos ambientales negativos, la protección de la biodiversidad y la implementación de prácticas que favorezcan el uso eficiente de los recursos naturales.

Según Gossling (2021), la gestión ambiental sostenible en el turismo implica adoptar medidas que permitan minimizar la contaminación, controlar el consumo de recursos y preservar los ecosistemas que son la base de numerosos destinos turísticos.

Sostenibilidad económica

La sostenibilidad económica se centra en garantizar la viabilidad financiera de las actividades turísticas y en asegurar una distribución equitativa de los beneficios que se generan. Este principio busca fortalecer las economías locales a través de la creación de empleo, el fomento del emprendimiento y la generación de oportunidades para las comunidades anfitrionas.

Según Dwyer (2022), el turismo sostenible debe producir beneficios económicos perdurables que contribuyan al desarrollo local y mejoren la calidad de vida de los habitantes, evitando la dependencia excesiva de actividades turísticas que puedan ser vulnerables a cambios externos.

Sostenibilidad sociocultural

La sostenibilidad sociocultural aboga por el respeto hacia la identidad, los valores, las tradiciones y el patrimonio cultural de las comunidades anfitrionas. Este principio busca fortalecer la participación de los ciudadanos, preservar las manifestaciones culturales y fomentar el intercambio cultural entre visitantes y residentes.

Según Dallen (2011), apuntó que la conservación del patrimonio cultural es fundamental para garantizar la sostenibilidad turística, ya que los recursos culturales son elementos clave de la identidad territorial y del atractivo turístico de los destinos.

1.1.6. Desarrollo local

El turismo sostenible se presenta como una herramienta estratégica para impulsar el desarrollo local, especialmente en áreas que cuentan con recursos culturales y patrimoniales que tienen potencial turístico. Su implementación permite crear oportunidades económicas, reforzar la identidad territorial y mejorar las condiciones de vida de la población.

Además, este modelo fomenta la colaboración entre instituciones públicas, empresas privadas, organizaciones comunitarias y la población local para impulsar procesos de desarrollo territorial basados en el uso responsable de los recursos existentes.

En el caso del cantón La Libertad, la implementación de estrategias para la promoción del turismo sostenible en el Museo Casa de los 100 Años puede contribuir en gran medida al fortalecimiento del turismo cultural, a la creación de nuevas oportunidades económicas y a la consolidación de la identidad histórica y cultural del territorio.

1.1.7. Relación con el patrimonio cultural

La conexión entre el turismo sostenible y el patrimonio cultural es estrecha y complementaria, ya que ambos buscan objetivos relacionados con la conservación, valorización y transmisión de los recursos culturales a las futuras generaciones. El patrimonio cultural representa uno de los principales atractivos turísticos de muchos destinos, actuando como un elemento distintivo que refuerza la identidad territorial y genera interés entre los visitantes. Sin embargo, el uso inapropiado de estos recursos puede llevar al deterioro físico, a la pérdida de autenticidad y a afectaciones a las comunidades locales.

Por eso, UNESCO (2023), sostiene que la gestión sostenible del patrimonio cultural debe incluir acciones destinadas a la conservación, interpretación, promoción y participación comunitaria, asegurando que la actividad turística ayude en su protección y valorización.

En este contexto, el Museo Casa de los 100 Años representa un recurso patrimonial con un alto valor histórico y cultural para el cantón La Libertad y la provincia de Santa Elena. Por ello, la creación de estrategias de promoción turística sostenible se presenta como una alternativa para reforzar su valorización patrimonial, aumentar su visibilidad turística y contribuir a la conservación de la memoria histórica del territorio.

1.1.8. Importancia para el desarrollo territorial

El turismo cultural juega un rol crucial en los procesos de desarrollo territorial gracias a su capacidad para generar beneficios económicos, sociales y culturales. Su implementación facilita el aprovechamiento de los recursos patrimoniales presentes en un territorio como elementos distintivos que fortalecen la competitividad turística de los destinos.

Desde una perspectiva económica, el turismo cultural estimula actividades relacionadas con la hotelería, la gastronomía, el transporte, la artesanía, el comercio y los servicios turísticos,

lo que genera empleo e ingresos para la comunidad local. Según la UNESCO (2023), la valoración turística del patrimonio cultural contribuye notablemente a la dinamización económica de las comunidades y al refuerzo de las economías locales.

En el aspecto social, esta forma de turismo fomenta el refuerzo de la identidad cultural y el sentido de pertenencia de las comunidades. El valor otorgado al patrimonio permite recuperar conocimientos, tradiciones y prácticas culturales que son parte de la memoria colectiva de los territorios.

1.1.9. Turismo cultural

Según lo menciona la UNESCO (2023) El turismo cultural representa una modalidad de viaje impulsada por el deseo de conocer, experimentar y apreciar los aspectos culturales que definen un destino, como su historia, patrimonio, tradiciones, expresiones artísticas, costumbres y modos de vida. Esta actividad permite a los visitantes interactuar directamente con la identidad cultural de las comunidades anfitrionas, favoreciendo un intercambio de conocimientos y experiencias que enriquece tanto a los turistas como a los residentes.

1.1.10. Importancia

Según UNESCO (2023), La relevancia del turismo cultural radica en su capacidad para promover la preservación del patrimonio, reforzar la identidad cultural de las comunidades y contribuir al desarrollo económico local a través de la creación de empleo e ingresos asociados con la actividad turística. Además, fomenta la diversificación de la oferta turística y apoya un turismo más sostenible, basado en el respeto y la apreciación de los recursos culturales

1.1.11. Turismo cultural en Ecuador

Ecuador posee una notable riqueza cultural debido a la diversidad étnica, histórica y geográfica que caracteriza al país. Esta diversidad se manifiesta en la existencia de numerosos recursos patrimoniales, centros históricos, museos, sitios arqueológicos, tradiciones

ancestrales, festividades populares y expresiones artísticas que representan importantes atractivos para el turismo cultural.

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2024), el turismo cultural se ha convertido en una de las modalidades con mayor potencial para diversificar la oferta turística nacional, complementando productos tradicionales vinculados al turismo de naturaleza y de sol y playa. Ciudades como Cuenca, Quito, Loja y Riobamba han creado iniciativas significativas de valorización patrimonial que refuerzan su reconocimiento como destinos culturales.

Un referente clave del turismo cultural en Ecuador es el Centro Histórico de Quito, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1978, por su excepcional valor histórico y arquitectónico. Asimismo, el Centro Histórico de Cuenca genera un destacado atractivo turístico debido a la conservación de su patrimonio urbano y cultural.

1.1.12. Turismo cultural en Santa Elena

La provincia de Santa Elena cuenta con un valioso patrimonio cultural e histórico que complementa su reconocida oferta de turismo costero. Aunque el turismo provincial se asocia tradicionalmente a destinos de sol y playa como Salinas, Montañita, Ayangue y Olón, el territorio dispone de recursos culturales que presentan un considerable potencial para el desarrollo del turismo cultural.

Entre los principales recursos culturales de la provincia se incluyen museos, sitios arqueológicos, iglesias históricas, tradiciones ancestrales, festividades populares y edificaciones patrimoniales que reflejan la historia y la evolución sociocultural de la región peninsular. Estos recursos constituyen elementos significativos para reforzar la identidad territorial y diversificar la oferta turística provincial.

Diversas investigaciones realizadas en la provincia han señalado la necesidad de fortalecer la promoción y valorización de los atractivos culturales, dado que gran parte de la actividad turística continúa concentrándose en los recursos naturales y recreativos costeros. Esta situación limita el aprovechamiento integral del patrimonio cultural como recurso turístico y reduce las oportunidades de desarrollo económico asociadas a esta modalidad.

En este contexto se encuentra el Museo Casa de los 100 Años, ubicado en el cantón La Libertad, considerado uno de los bienes patrimoniales más emblemáticos de la provincia. Este espacio conserva objetos, documentos históricos, fotografías y elementos vinculados a la memoria colectiva de la comunidad, convirtiéndose en un recurso estratégico para el fortalecimiento del turismo cultural local.

A su vez, la recuperación de esta edificación patrimonial mediante recursos del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC, 2023) y su gestión por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Libertad representan acciones esenciales para la conservación del patrimonio cultural provincial. Sin embargo, su potencial turístico aún no ha sido completamente aprovechado debido a limitaciones vinculadas a la promoción, difusión y posicionamiento dentro de los circuitos turísticos provinciales.

Por esta razón, el diseño de estrategias de promoción turística sostenible enfocadas en la valorización del Museo Casa de los 100 Años puede contribuir de manera significativa al fortalecimiento del turismo cultural en Santa Elena, favoreciendo la conservación patrimonial, la participación comunitaria y la diversificación de la oferta turística del territorio.

1.2. Patrimonio cultural

1.2.1. Concepto

El patrimonio cultural se entiende como el conjunto de bienes materiales e inmateriales legados por generaciones pasadas que poseen valor histórico, artístico, social, científico o simbólico para una comunidad. Estos bienes son una manifestación de la identidad cultural de los pueblos y representan un recurso vital para la preservación de la memoria colectiva y el fortalecimiento del sentido de pertenencia, lo menciona UNESCO (2024)

1.2.2. Tipología

Generalmente, el patrimonio cultural se clasifica en dos categorías: patrimonio material e inmaterial. El patrimonio material incluye edificaciones históricas, monumentos, museos, sitios arqueológicos, documentos y objetos de valor cultural. En cambio, el patrimonio inmaterial abarca tradiciones, conocimientos ancestrales, expresiones orales, festividades, prácticas sociales y manifestaciones culturales que se transmiten de generación en generación, así lo indica (UNESCO, 2024).

1.2.3. Importancia

La importancia del patrimonio cultural radica en su capacidad para preservar la memoria histórica de las sociedades, reforzar la identidad cultural y transmitir conocimientos y valores a futuras generaciones. Además, se constituye como un recurso estratégico para el turismo cultural, contribuyendo al desarrollo económico, social y cultural de los territorios donde se localiza (UNESCO, 2024).

1.2.4. Patrimonio cultural y turismo

El patrimonio cultural representa uno de los elementos más relevantes para la preservación de la identidad y la memoria colectiva de los pueblos. Está compuesto por bienes materiales e inmateriales que han sido transmitidos a lo largo de las generaciones pasadas y que poseen valores históricos, culturales, artísticos, científicos o sociales. Además de reflejar

la historia y las tradiciones de una comunidad, el patrimonio cultural puede convertirse en un recurso estratégico para el desarrollo turístico sostenible y el fortalecimiento de la identidad territorial (UNESCO, 2024).

1.2.5. Museos y turismo cultural

De acuerdo con la UNESCO (2024), los museos juegan un papel esencial en el turismo cultural, ya que funcionan como espacios dedicados a la conservación, investigación, interpretación y difusión del patrimonio cultural. Estos lugares permiten a los visitantes explorar la historia, tradiciones y expresiones culturales de una comunidad, convirtiéndose en atractivos turísticos significativos. De igual manera, contribuyen a fortalecer la identidad cultural, promover la educación patrimonial y dinamizar la actividad turística mediante la creación de experiencias culturales valiosas.

1.2.6. Promoción turística sostenible

La promoción turística sostenible engloba un conjunto de estrategias y acciones destinadas a difundir los atractivos turísticos de manera responsable, buscando el equilibrio entre beneficios económicos, socioculturales y ambientales. Su objetivo principal es aumentar la visibilidad y competitividad de los destinos turísticos sin comprometer la conservación de los recursos naturales y culturales que sustentan la actividad turística ONU Turismo (2024).

1.2.7. Estrategias de promoción turística sostenible

Estrategias para promover el turismo sostenible Las estrategias para la promoción del turismo sostenible son un conjunto de acciones diseñadas para aumentar la visibilidad y el posicionamiento de los recursos turísticos de manera responsable, buscando equilibrar los beneficios económicos, sociales y culturales, al mismo tiempo que se fomenta la conservación del patrimonio y el desarrollo de las comunidades locales (UNESCO, 2023)

Marketing digital:

Se trata de una herramienta estratégica que aprovecha medios digitales, plataformas web y tecnologías de comunicación para dar a conocer la oferta turística, permitiendo mejorar la interacción con los visitantes y aumentar la competitividad de los destinos culturales (UNESCO, 2024).

Redes sociales:

Estas plataformas posibilitan una comunicación directa con los usuarios al compartir contenido visual, experiencias y actividades turísticas, convirtiéndose en un recurso fundamental para ampliar el alcance y el reconocimiento de los atractivos culturales (Govers & Go, 2011).

Branding territorial:

Este concepto se refiere a la creación de una identidad e imagen diferenciadas de un territorio, lo que permite resaltar sus valores culturales, históricos y turísticos para mejorar su posicionamiento en el mercado turístico (Govers & Go, 2011).

Alianzas institucionales:

La colaboración entre instituciones públicas, privadas y comunitarias favorece una gestión turística más integral, reforzando las estrategias de promoción, conservación del patrimonio y desarrollo sostenible en los destinos (UNESCO, 2024).

Eventos culturales:

La realización de festivales, exposiciones y actividades culturales ayuda a dinamizar los destinos turísticos, fomentar el intercambio cultural y generar un mayor interés de los visitantes hacia el patrimonio local (UNESCO, 2023).

Educación patrimonial: Esta incluye procesos educativos que buscan fortalecer el conocimiento, la valoración y la apropiación social del patrimonio cultural, promoviendo la participación ciudadana y su conservación para las futuras generaciones (UNESCO, 2024).

1.2.8. Marketing digital aplicado al turismo cultural.

El marketing digital en el contexto del turismo cultural implica el uso de herramientas tecnológicas y plataformas digitales para promover recursos patrimoniales, museos, eventos culturales y destinos turísticos. A través de redes sociales, sitios web, contenido audiovisual y otras estrategias digitales, se puede mejorar la visibilidad de los atractivos culturales, optimizar la comunicación con los visitantes y fortalecer el posicionamiento turístico de los destinos (Floričić, y otros, 2023).

1.2.9. Valorización del patrimonio cultural

Según INPC (2023), la valorización del patrimonio cultural es el proceso mediante el cual los bienes culturales obtienen reconocimiento social, turístico, económico y simbólico, fortaleciendo su conservación y apropiación por parte de la comunidad. Este proceso abarca la promoción del conocimiento, difusión y uso responsable del patrimonio, permitiendo que tanto residentes como visitantes valoren sus atributos históricos y culturales.

1.2.10. Posicionamiento turístico

Los autores Botina Mora y otros (2023), el posicionamiento turístico se refiere al lugar que un destino, atractivo o recurso turístico ocupa en la mente de los visitantes, en comparación con otras alternativas disponibles. Un posicionamiento adecuado permite distinguir un recurso turístico de sus competidores, aumentar su reconocimiento y mejorar su capacidad para atraer visitantes. En el caso de los recursos patrimoniales, un buen posicionamiento ayuda a resaltar su valor cultural e histórico dentro de la oferta turística de un territorio

1.2.11. Definición de promoción turística

La promoción turística se puede definir como el conjunto de acciones y estrategias comunicativas diseñadas para informar, persuadir y motivar a los posibles visitantes a conocer y visitar un destino o atractivo turístico.

De acuerdo con Kotler y otros (2022) la promoción turística abarca actividades de comunicación que buscan posicionar productos y destinos turísticos en la mente de los consumidores, generando interés y aumentando la demanda turística.

El Ministerio de Turismo del Ecuador (2024), también sostiene que la promoción turística es un proceso estratégico dirigido a aumentar la visibilidad y la competitividad de los destinos a través del uso de herramientas de marketing y comunicación.

1.2.12. Herramientas de promoción turística

La promoción turística emplea diversas herramientas de comunicación que permiten alcanzar diferentes segmentos de mercado y divulgar de manera efectiva la oferta turística.

Publicidad

La publicidad implica la difusión de mensajes promocionales a través de medios impresos, digitales, audiovisuales y exteriores con el objetivo de informar y persuadir a posibles visitantes.

Relaciones públicas

Las relaciones públicas buscan mejorar la imagen de un destino o atractivo turístico mediante la interacción con medios de comunicación, instituciones, organizaciones y actores relacionados con el sector turístico.

Redes sociales

Las redes sociales permiten una interacción directa con los usuarios y la difusión de contenido relacionado con los atractivos turísticos. Plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube se han vuelto esenciales para la promoción turística.

Eventos culturales

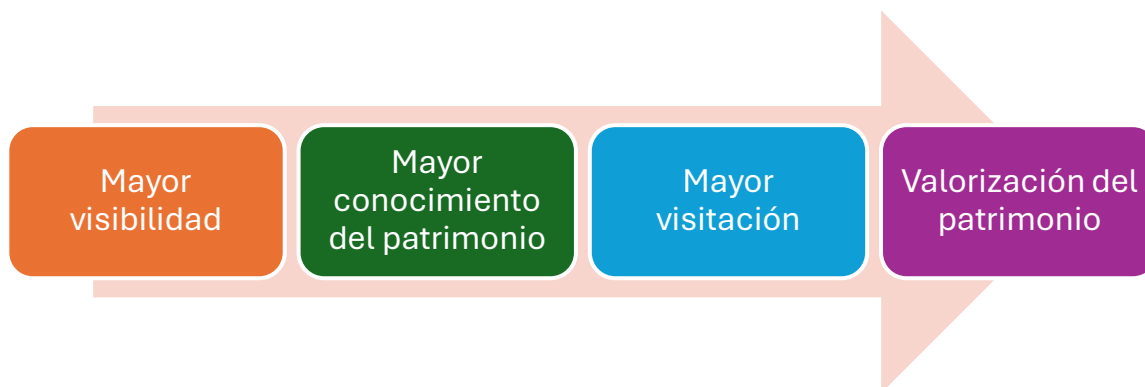
Los eventos culturales, festividades, exposiciones y ferias son mecanismos eficaces para atraer visitantes y reforzar la difusión del patrimonio cultural de un territorio.

Branding territorial

El branding territorial se refiere a la creación de una identidad e imagen diferenciada para un destino turístico, resaltando sus principales atributos culturales, históricos, naturales y sociales.

1.2.13. Vínculo entre promoción turística sostenible y valorización del patrimonio

La promoción del turismo sostenible implica un conjunto de estrategias y acciones destinadas a dar a conocer los atractivos turísticos de un destino de forma responsable, buscando un equilibrio entre las ganancias económicas, socioculturales y ambientales, así como la conservación de los recursos para las generaciones futuras. De acuerdo con la ONU Turismo (2024), el turismo sostenible tiene en cuenta completamente sus impactos económicos, sociales y ambientales presentes y futuros, considerando las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas. En el contexto cultural, la promoción del turismo sostenible ayuda a aumentar la visibilidad de los recursos patrimoniales, promoviendo el conocimiento y reconocimiento de sus valores históricos, culturales y sociales. Con el incremento en la difusión de un bien patrimonial, también se eleva el interés de los visitantes por explorarlo, generando un mayor número de visitas y reforzando su relevancia en la oferta turística del área. La valorización del patrimonio es un proceso mediante el cual los bienes culturales obtienen reconocimiento social, cultural, turístico y económico, lo que potencia su conservación y apropiación por parte de la comunidad. Diferentes organismos internacionales afirman que una gestión y difusión adecuadas del patrimonio cultural fomenta su preservación y contribuye al desarrollo sostenible de los territorios. Por lo tanto, la conexión entre ambas variables puede explicarse de la siguiente forma: Promoción turística sostenible



Fuente: Elaboración propia

Como resultado, la variable independiente de esta investigación corresponde a las estrategias de promoción turística sostenible, mientras que la variable dependiente se encuentra representada por la valorización del Museo Casa de los 100 Años. Se anticipa que la implementación de estrategias de promoción sostenible fortalecerá el reconocimiento, la conservación, la apropiación social y el posicionamiento turístico de este patrimonio cultural.

1.2.14. Valorización turística del patrimonio cultural

Conceptualización

La valorización turística del patrimonio cultural es el proceso mediante el cual los bienes patrimoniales obtienen reconocimiento, relevancia y aprovechamiento turístico, preservando sus valores históricos, culturales y sociales.

Según la UNECO (2023), la valorización implica acciones destinadas a la conservación, difusión, interpretación y promoción de los recursos patrimoniales con el fin de fortalecer su conocimiento y uso sostenible.

En este estudio, la valorización turística del patrimonio cultural se considera la variable dependiente, ya que se espera que mejore mediante la implementación de estrategias de promoción turística sostenible.

1.2.15. Dimensiones de la valorización patrimonial

Dimensión cultural

Se relaciona con el reconocimiento del valor histórico, artístico, simbólico y cultural del patrimonio. Esta dimensión promueve la conservación de la memoria colectiva y el fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades (UNESCO, 2023).

Dimensión social

Se refiere al grado de apropiación social del patrimonio por parte de la población. Implica la participación de la comunidad en actividades de conservación, difusión y promoción cultural, fortaleciendo el sentido de pertenencia hacia los bienes patrimoniales. (UNESCO, 2024)

Dimensión económica

Está vinculada con la capacidad del patrimonio para generar beneficios económicos a través de actividades asociadas al turismo cultural, la creación de empleo y el desarrollo de emprendimientos locales relacionados con la actividad turística (ONU Turismo, 2024).

Dimensión turística

De acuerdo con la ONU Turismo (2024), está relacionada con el uso del patrimonio como atractivo turístico. Considera aspectos como la visibilidad, accesibilidad, promoción, número de visitantes y posicionamiento del recurso dentro de la oferta turística del destino.

En esta investigación, las dimensiones de la valorización patrimonial son los aspectos que permitirán evaluar el impacto de las estrategias de promoción turística sostenible propuestas. Se espera que el refuerzo de la promoción contribuya a la valorización cultural del museo, incremente la participación comunitaria, favorezca su aprovechamiento turístico y genere oportunidades de desarrollo local, evidenciando así una mejora en su valorización patrimonial. Justificación de los indicadores de valorización patrimonial.

La conservación permite evaluar las acciones dirigidas a proteger y mantener el patrimonio para las futuras generaciones, aspecto fundamental en los procesos de valorización. Finalmente, la apropiación social mide el nivel de identificación, participación y compromiso de la comunidad con el museo, elemento esencial para asegurar su sostenibilidad cultural y social. Juntos, estos indicadores permiten examinar el impacto que las estrategias de promoción turística sostenible pueden tener sobre la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años.

1.2.16. Indicadores de valorización patrimonial

Reconocimiento Corresponde al nivel de conocimiento y valoración que tienen residentes y visitantes sobre la importancia histórica, cultural y turística del patrimonio.

Visitación

Se refiere al número de personas que visitan el recurso patrimonial y al interés generado por sus actividades culturales y turísticas.

Conservación

Evalúa las acciones dirigidas a preservar la integridad física, histórica y cultural del patrimonio para asegurar su perdurabilidad en el tiempo.

Apropiación social

Hace referencia al grado de identificación, participación y compromiso de la comunidad con la protección, difusión y aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural.

La presente investigación sostiene que la valorización del Museo Casa de los 100 Años se fortalecerá a través de la implementación de estrategias de promoción turística sostenible que incrementen su reconocimiento, visitación, conservación y apropiación social tanto por parte de residentes como de visitantes.

1.2.17. Posicionamiento turístico Concepto

Según Kotler y otros (2022), el posicionamiento es una estrategia fundamental para resaltar las ventajas competitivas de un destino y reforzar su presencia en el mercado turístico. En el contexto del turismo cultural, el posicionamiento posibilita que los recursos patrimoniales sean reconocidos por su valor histórico, cultural y turístico, facilitando la atracción de visitantes interesados en experiencias auténticas y enriquecedoras.

1.2.18. Importancia para los destinos culturales

El posicionamiento turístico es particularmente importante para los destinos culturales debido a la creciente competencia entre ciudades, museos y espacios patrimoniales que intentan captar la atención de los visitantes. Un buen posicionamiento permite incrementar la visibilidad del patrimonio cultural, mejorar su reconocimiento y fortalecer su competitividad dentro de la oferta turística regional y nacional. Además, contribuye a crear una imagen positiva del destino, a consolidar su identidad cultural y aumentar las posibilidades de atraer turistas interesados en explorar la historia, tradiciones y manifestaciones culturales del territorio.

1.2.19. Factores que influyen en el posicionamiento turístico

Diversos factores intervienen en el posicionamiento de un destino o atractivo turístico. Entre los más relevantes se encuentran la calidad de los servicios turísticos, la accesibilidad, la infraestructura, la imagen percibida por los visitantes, las estrategias de promoción, la presencia digital y la autenticidad de la experiencia ofrecida. En el caso de los recursos patrimoniales, la conservación del patrimonio, la interpretación cultural y la difusión de contenidos históricos también son elementos determinantes para fortalecer su posicionamiento.

1.3. Museo Casa de los 100 Años

1.3.1. Historia.

La Casa de los 100 Años es uno de los edificios más emblemáticos en la historia de La Libertad. Fue levantada en 1910 por el capitán Aureliano Vera y construida por el carpintero de ribera Leopoldo Panchana Vera. Situada frente al océano, en la intersección de las actuales calles Guayaquil y Malecón, esta vivienda fue considerada en su época como una de las edificaciones más bellas y significativas en la región. Durante más de un siglo, la casa ha tenido diferentes usos, tales como residencia familiar, hotel, casino de oficiales, comercios y oficinas, convirtiéndose en un testigo del crecimiento urbano, comercial y petrolero de La Libertad.

1.3.2. Valor patrimonial.

La Casa de los 100 Años tiene un significativo valor patrimonial debido a su antigüedad, su arquitectura tradicional de madera y su estrecha relación con los eventos históricos de La Libertad. Además, se encuentra construida sobre plataformas prehispánicas del yacimiento arqueológico OGSE-47, correspondiente al período Guangala–Guangavilca. La edificación es un ejemplar excepcional de las técnicas constructivas de los inicios del siglo XX y representa un referente de la identidad urbana de la localidad, conservando elementos arquitectónicos originales que ayudan a comprender la evolución histórica y cultural de la ciudad.

1.3.3. Proceso de restauración.

La salvaguarda de la Casa de los 100 Años ha sido posible gracias a las técnicas constructivas empleadas en su construcción original, particularmente el uso de pilotes y pisos elevados de madera, que han ayudado a su conservación con el paso del tiempo. Aunque el documento no menciona un plan de restauración integral específico, subraya la urgente necesidad de proteger, conservar y valorar este patrimonio histórico ante el crecimiento urbano

contemporáneo y los riesgos que enfrentan los bienes patrimoniales de La Libertad. La conservación de sus fachadas y elementos estructurales es fundamental para asegurar su continuidad para las futuras generaciones.

1.3.4. Función cultural.

La Casa de los 100 Años desempeña un papel cultural importante al actuar como un enlace entre el pasado y el presente de la comunidad libertense. A lo largo de su historia, ha acogido diversas actividades sociales, culturales y recreativas, como el Hotel Amazonas, presentaciones artísticas y espacios de encuentro para la comunidad. Actualmente, el inmueble está bajo un contrato de comodato por 10 años con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Libertad, lo cual permite promover acciones de conservación, gestión cultural y difusión del patrimonio histórico local. Esta situación refuerza su función como espacio para la preservación de la memoria colectiva, la educación sobre patrimonio y el desarrollo de actividades culturales que benefician a la comunidad y a los visitantes. Además, su localización en el malecón renovado la transforma en un símbolo histórico que apoya el fortalecimiento de la identidad cultural del cantón.

1.3.5. Potencial turístico.

La Casa de los 100 Años tiene un alto potencial turístico debido a su ubicación estratégica frente al mar, su singular arquitectura tradicional y su importancia histórica en el desarrollo de La Libertad. Como parte del patrimonio cultural de la ciudad, podría formar parte de rutas turísticas históricas, culturales y patrimoniales para permitir a los visitantes conocer la evolución del puerto, la actividad petrolera y la identidad local. Su valorización como museo o centro de interpretación enriquecería la oferta turística del cantón y contribuiría a la conservación y difusión de la historia regional.

Fundamentación legal

1.4. Normativa

La Constitución de la República del Ecuador La Constitución del Ecuador (2008) establece normas relacionadas con la protección del patrimonio cultural, el derecho a la cultura, el turismo y la participación ciudadana.

El artículo 21 reconoce el derecho de las personas a construir y mantener su identidad cultural.

El artículo 83 estipula el deber ciudadano de proteger el patrimonio cultural y natural del país.

El artículo 377 determina que el Sistema Nacional de Cultura tiene como objetivo fortalecer la identidad nacional y salvaguardar el patrimonio cultural.

Asimismo, la Constitución fomenta la participación ciudadana en la gestión pública y el desarrollo sostenible de los territorios.

1.4.1. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)

El COOTAD establece que los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales tienen la responsabilidad de preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural e histórico dentro de sus jurisdicciones.

Estas responsabilidades permiten a los municipios desarrollar proyectos de recuperación, conservación y promoción de bienes patrimoniales con propósitos culturales y turísticos.

1.4.2. Ley Orgánica de Cultura

La Ley Orgánica de Cultura (2016) regula la protección, conservación, restauración, investigación y difusión del patrimonio cultural en Ecuador. Además, fomenta la participación ciudadana y la colaboración institucional para garantizar la preservación de los bienes culturales del país.

1.4.3. Ley de Turismo

La Ley de Turismo establece los principios que guían el desarrollo de la actividad turística en Ecuador, promoviendo la sostenibilidad, la conservación de los recursos culturales y naturales, y el aumento de la competitividad turística de los destinos.

Asimismo, reconoce la importancia del patrimonio cultural como un recurso estratégico para el desarrollo turístico.

1.4.4. Plan Nacional de Desarrollo

El Plan Nacional de Desarrollo promueve la conservación del patrimonio cultural, el fortalecimiento de la identidad nacional y la promoción de actividades económicas sostenibles, incluyendo el turismo cultural como medio de desarrollo territorial.

1.4.5. Normativa del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) es la entidad encargada de regular los procesos de identificación, conservación, restauración y valorización de los bienes patrimoniales del país.

Sus normativas establecen directrices técnicas para la protección y gestión sostenible del patrimonio cultural ecuatoriano.

1.4.6. Competencias de los GAD en la gestión patrimonial

Según lo establecido en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales poseen atribuciones vinculadas con la protección, conservación, mantenimiento y promoción del patrimonio cultural, histórico y arquitectónico existente en su territorio.

En el cantón La Libertad, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ha reconocido diecisiete inmuebles considerados parte del patrimonio arquitectónico local. Entre estos bienes sobresale la Casa de los 100 Años, identificada como una de las construcciones históricas más emblemáticas de la localidad.

La administración y recuperación de esta edificación fueron asumidas por el GAD Municipal de La Libertad mediante un contrato de comodato. Más adelante, el proceso de restauración se llevó a cabo con el apoyo financiero del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), convirtiéndose en la primera de las diecisiete viviendas patrimoniales del cantón en ser restaurada de manera integral con fines culturales, educativos y turísticos.

En la actualidad, la Casa de los 100 Años funciona como museo y representa un espacio importante para la conservación de la memoria histórica del cantón, además de contribuir al fortalecimiento del turismo cultural y a la valorización del patrimonio local (INPC, 2023).

1.4.7. Normativa local

En el ámbito de normativa local referente al área de cultural, el GAD Municipal en su portal digital, consta la ordenanza que norma y viabiliza el fomento de las manifestaciones culturales, artísticas, folclóricas, artesanías, saberes ancestrales e identidad cultural del cantón La Libertad, desde el año 2016.

En el capítulo 1, artículo 3, manifiesta: la presente ordenanza tiene por objeto fomentar y promover el desarrollo de actividades culturales, artísticas y recreativas, en el cantón La Libertad, a través de las diferentes expresiones, a fin de identificar y establecer las costumbres, tradiciones culturales propias y extrañas, con la participación activa de niños, niñas, jóvenes y ciudadanía en general.

En el título II capítulo I se menciona las promociones culturales específicas, Art. 5 Art. 5.- DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO. - A través de la presente ordenanza, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad cumplirá con las siguientes funciones para la promoción cultural:

1. Impulsar el desarrollo de las actividades culturales, artísticas y recreativas con la participación de las diferentes instituciones y organizaciones de nuestro cantón;
2. Generar espacios idóneos para el arte, la cultura, la recreación, y el aprovechamiento del tiempo libre a través de las conmemoraciones cantonales con la activa participación ciudadana;
3. Formular y desarrollar actividades que fomenten el rescate de actividades culturales comunitarias ancestrales, y;
4. Potencializar y promocionar los atractivos turísticos del cantón.

En referencia a promoción turística, existe una Ordenanza Sustitutiva del cobro de la Tasa para la Licencia Única Anual de Funcionamiento de los Establecimientos Turísticos en el cantón La Libertad en la cual se detalle lo siguiente.

Art. 2.- El sujeto activo de esta tasa es el Gobierno Municipal del cantón La Libertad, a través de la Jefatura de Gestión y Desarrollo Turístico perteneciente a! Departamento de Desarrollo Socio-económico.

Art. 3.- Son sujetos pasivos de la tasa para la Licencia Única Anual de Funcionamiento de los establecimientos turísticos, las personas naturales y/o jurídicas que proporcionen, intermedien o contactaren directa o indirectamente con turistas la prestación de los servicios a los que se refiere la Ley de Turismo, que se encuentren asentadas en la jurisdicción del cantón La Libertad, siendo las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f) Hipódromos y parques de atracciones estables.

Con la licencia turística, la Municipalidad autoriza el funcionamiento de los establecimientos turísticos y el desenvolvimiento de las actividades de las personas naturales o jurídicas en el sector del turismo.

En este sentido, el cantón La Libertad posee una ordenanza que está enfocada en el cobro de la licencia única de funcionamiento desde el 19 de marzo de 2021, a establecimiento turísticos, no obstante, se requiere una actualización de la ordenanza, ante el incremento de establecimientos y establecer mecanismos de promoción, seguimiento y control de los diferentes emprendedores turísticos.

2. CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de la investigación

- Enfoque mixto.

Esta investigación adopta un enfoque mixto, ya que integra técnicas y procedimientos tanto cuantitativos como cualitativos para lograr una comprensión más completa del fenómeno en estudio. Según Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2023) el enfoque mixto combina la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, lo que permite una mejor interpretación de la realidad investigada. El componente cuantitativo se implementó a través de encuestas dirigidas a posibles visitantes y residentes, con el objetivo de recopilar información sobre el nivel de conocimiento, percepción y valoración del Museo Casa de los 100 Años. Por otro lado, el componente cualitativo se fundamentó en entrevistas realizadas a actores involucrados en la gestión turística y patrimonial, así como en la observación directa del museo y su entorno.

2.2. Tipo de investigación

- **Investigación aplicada**

La investigación se clasifica como aplicada porque busca generar soluciones prácticas a un problema específico relacionado con la promoción turística sostenible y la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años. Los resultados obtenidos servirán como base para diseñar estrategias que contribuyan a fortalecer la gestión turística del recurso patrimonial.

- **Investigación descriptiva.**

Es descriptiva porque permite identificar y caracterizar la situación actual del museo en términos de promoción turística, visibilidad, reconocimiento y su aprovechamiento como atractivo cultural. Este tipo de investigación facilita la recopilación de información pertinente sobre las características del objeto de estudio.

- **Propositiva.**

Investigación propositiva La investigación también es propositiva, dado que, a partir de los resultados obtenidos, se formularán estrategias de promoción turística sostenible orientadas a fortalecer la valorización patrimonial y el posicionamiento turístico del Museo Casa de los 100 Años.

2.3.Diseño de investigación

- **Diseño No experimental.**

El diseño de la investigación es no experimental, ya que las variables de estudio no serán manipuladas por el investigador. La información será recolectada tal como se presenta en la realidad, observando y analizando los fenómenos en su contexto natural.

- **Transversal.**

El estudio es de tipo transversal porque la recopilación de información se llevará a cabo en un único momento, lo que permitirá obtener una visión de la situación actual del Museo Casa de los 100 Años durante el período de investigación

2.4.Unidad de análisis

La unidad de análisis de esta investigación se centra en el Museo Casa de los 100 Años, ubicado en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Este espacio representa un bien patrimonial de relevante importancia histórica, cultural y turística, debido a su contribución a la preservación de la memoria colectiva y a la difusión del patrimonio cultural local. El estudio busca analizar la situación actual del museo en relación con su promoción turística, el nivel de visibilidad, el reconocimiento por parte de residentes y visitantes, así como su proceso de valorización patrimonial. También se consideran las percepciones de los actores vinculados a

la gestión turística y cultural, con el fin de identificar necesidades, oportunidades y potencialidades que fortalezcan su posicionamiento en la oferta turística cultural de la provincia de Santa Elena. En este contexto, la investigación pretende generar propuestas para diseñar estrategias de promoción turística sostenible que incrementen el reconocimiento, la visitación y la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, favoreciendo su integración en la dinámica turística local y el fortalecimiento de la identidad cultural del cantón La Libertad.

2.5. Métodos de investigación

- **Análisis-síntesis.**

Este método permitió descomponer la información recolectada en sus diferentes elementos para facilitar su análisis individual y, posteriormente, integrar los resultados obtenidos en una visión global del fenómeno investigado.

- **Inducción-deducción.**

La inducción facilitó la obtención de conclusiones generales a partir de datos específicos recopilados mediante encuestas, entrevistas y observación. Por su parte, la deducción permitió aplicar conocimientos teóricos para interpretar la realidad observada y formular propuestas de mejora.

- **Histórico-lógico.**

Este método permitió analizar la evolución histórica del Museo Casa de los 100 Años, así como comprender su relevancia cultural y patrimonial dentro del contexto turístico del cantón de La Libertad y la provincia de Santa Elena.

2.6. Técnicas e instrumentos

- **Encuesta.**

La encuesta fue realizada a una muestra de la población con el fin de conocer el nivel de conocimiento, percepción y valoración del Museo Casa de los 100 Años, además de las preferencias relacionadas con la promoción turística y cultural.

- **Entrevista.**

La entrevista se llevó a cabo con actores clave relacionados con la gestión turística y patrimonial, con el propósito de obtener información especializada sobre la situación actual del museo y las oportunidades para fortalecer su promoción

- **Observación.**

La observación permitió evaluar directamente las condiciones físicas, señalización, accesibilidad, servicios, recursos interpretativos y otros aspectos vinculados con la promoción turística del museo.

Instrumento: Ficha de observación

2.7. Población y muestra

2.7.1. Población

La población objeto de la presente investigación estaba compuesta por los residentes del cantón La Libertad, en la provincia de Santa Elena. Según las proyecciones poblacionales elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el cantón tiene una población aproximada de 112.247 habitantes, quienes constituyen el universo del estudio al ser potenciales visitantes y actores relacionados con el conocimiento y la valoración del Museo Casa de los 100 Años.

2.7.2. Muestra cuantitativa

Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia del 50 %, resultando en una muestra de 385 personas.

- La fórmula utilizada fue:
- $n = (N \times Z^2 \times p \times q) / [e^2 (N - 1) + Z^2 \times p \times q]$
- Donde:
- n: Tamaño de la muestra.
- N: Tamaño de la población (112.247 habitantes).
- Z: Nivel de confianza del 95 %, equivalente a 1,96.
- p: Probabilidad de ocurrencia del fenómeno estudiado (0,5).
- q: Probabilidad de no ocurrencia (0,5).
- e: Margen de error permitido (0,05).
- Aunque el tamaño de la muestra se determinó usando una fórmula para poblaciones finitas, la selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la accesibilidad y disponibilidad de los encuestados durante el proceso de recolección de datos.

2.7.3. Muestra cualitativa

- La muestra cualitativa estuvo compuesta por actores clave relacionados con la gestión turística y patrimonial del cantón La Libertad. Para obtener información especializada, se llevaron a cabo tres entrevistas semiestructuradas a representantes de instituciones vinculadas al turismo, patrimonio cultural y gestión del Museo Casa de los 100 Años.
- La elección de los entrevistados se realizó siguiendo un muestreo no probabilístico

intencional, ya que fueron seleccionados por su experiencia, conocimiento y participación activa en los procesos relacionados con la gestión turística y patrimonial del recurso de estudio.

2.8.Descripción de variables.

La presente investigación se fundamenta en dos variables principales que permiten analizar la relación entre las estrategias de promoción turística sostenible y la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, ubicado en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Variable independiente: Estrategias de promoción turística sostenible. En este estudio, la variable independiente está compuesta por las estrategias de promoción turística sostenible, que incluyen un conjunto de acciones destinadas a aumentar la visibilidad, difusión y posicionamiento del Museo Casa de los 100 Años de manera responsable y conforme a los principios de sostenibilidad.

Estas estrategias pueden abarcar el uso de herramientas de marketing digital, redes sociales, branding territorial, campañas promocionales, colaboraciones institucionales y actividades culturales de difusión que fortalezcan el reconocimiento del museo como un atractivo turístico patrimonial.

Variable dependiente: Valorización del Museo Casa de los 100 Años

La variable dependiente corresponde a la valorización del Museo Casa de los 100 Años, entendida como el proceso mediante el cual se fortalece el reconocimiento, la conservación, la apropiación social y el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural. Esta valorización se manifiesta en el incremento del conocimiento sobre la importancia histórica y cultural del museo, el fortalecimiento de su posicionamiento dentro de la oferta turística cultural de la provincia de Santa Elena, el aumento del interés por visitarlo y la participación de la comunidad

en su conservación y difusión.

La investigación parte de la premisa de que las estrategias de promoción turística sostenible pueden contribuir al fortalecimiento de la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, favoreciendo su reconocimiento social, su visibilidad turística y su consolidación como un recurso cultural relevante para el desarrollo turístico del cantón La Libertad y de la provincia de Santa Elena.

Por tanto, las estrategias de promoción turística sostenible pueden contribuir al fortalecimiento de la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, generando beneficios tanto para la conservación del patrimonio como para el desarrollo turístico local.

2.9. Procedimiento metodológico

- **Etapa 1. Revisión bibliográfica**

Se recopiló y analizó información científica relacionada con turismo sostenible, turismo cultural, patrimonio cultural, promoción turística y valorización patrimonial.

- **Etapa 2. Elaboración de instrumentos**

Se diseñaron los instrumentos de investigación necesarios para la encuesta, la entrevista y la ficha de observación.

- **Etapa 3. Aplicación de encuestas**

Se llevaron a cabo 385 encuestas a habitantes del cantón La Libertad para recopilar información sobre el conocimiento y percepción del Museo Casa de los 100 Años.

- **Etapa 4. Aplicación de entrevista**

Se realizó tres entrevistas semiestructuradas al Arqueólogo Danilo Villao Figueroa, Gestor de Patrimonio Histórico y Arqueológico Local Cultural, MSc. Loira Delgado Granizo Master en gestión turística, Ministerio de producción, comercio exterior e inversión y a la Ing. Silvia Freire, Analista de desarrollo turístico AME, con el objetivo de obtener información

especializada sobre la situación actual del patrimonio y del centro de interpretación Casa de los 100 Años.

- **Etapa 5. Aplicación de la ficha de observación**

Se realizó una visita técnica al Museo Casa de los 100 Años para evaluar las condiciones físicas, funcionales y turísticas.

- **Etapa 6. Procesamiento y análisis de la información**

Los datos cuantitativos se tabularon y analizaron mediante estadística descriptiva, mientras que la información cualitativa obtenida en la entrevista se interpretó a través del análisis de contenido.

- **Etapa 7. Diagnostico situacional.**

Actualmente, las acciones promocionales dependen en gran medida de los recursos institucionales disponibles, lo que limita la ejecución de campañas continuas de difusión, posicionamiento de marca territorial, participación en ferias turísticas, promoción digital y fortalecimiento de productos turísticos locales. En lo que respecta a la promoción, se ha observado que el uso de herramientas digitales, redes sociales, plataformas de geolocalización y estrategias de marketing turístico todavía presenta oportunidades de mejora para aumentar el posicionamiento del cantón en los mercados turísticos nacionales.

- **Etapa 8. Diseño de la propuesta**

Con base en los resultados obtenidos, se formularon estrategias de promoción turística sostenible orientadas a mejorar la valorización patrimonial y turística del Museo Casa de los 100 Años del cantón La Libertad.

3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos a partir de encuestas realizadas a los residentes del cantón La Libertad, una entrevista semiestructurada al Arqueólogo Danilo Villao Figueroa, quien se desempeña como Gestor de Patrimonio Histórico y Arqueológico Local Cultural, y una ficha de observación aplicada al Museo Casa de los 100 Años.

Los resultados se organizan en función de los objetivos específicos de la investigación y permiten discernir el grado de conocimiento que tiene la población sobre el atractivo cultural, así como su percepción del valor patrimonial, las condiciones actuales de promoción turística y los elementos requeridos para la creación de estrategias de promoción turística sostenible.

La estructura del capítulo incluye la caracterización de los instrumentos utilizados, el análisis de los resultados de las encuestas, la interpretación de la entrevista y la observación de campo, además de la triangulación y discusión de los hallazgos obtenidos.

3.1. Caracterización de los instrumentos utilizados

3.1.1. Encuesta

La encuesta tuvo como finalidad determinar el nivel de conocimiento, percepción e interés de la población en relación con el Museo Casa de los 100 Años y la implementación de estrategias de promoción turística sostenible.

El instrumento consistió en 13 preguntas cerradas de selección múltiple y una escala tipo Likert. La encuesta se aplicó a una muestra de 385 habitantes del cantón La Libertad, que fueron seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia.

La aplicación se llevó a cabo de forma presencial en diversas áreas del cantón durante el período de recolección de datos, utilizando el formulario de Google.

3.1.2. Entrevistas

Se llevaron a cabo tres entrevistas semiestructuradas con actores involucrados en la gestión cultural y turística del cantón La Libertad, con el objetivo de obtener información sobre la relevancia, promoción, obstáculos y oportunidades del Museo Casa de los 100 Años como atracción turística y patrimonio cultural. Las entrevistas brindaron la oportunidad de conocer diferentes enfoques sobre la función que desempeña este espacio en la preservación de la memoria histórica y en el fortalecimiento de la identidad local.

Los entrevistados indicaron que el Museo Casa de los 100 Años es un componente esencial para la conservación del patrimonio histórico y cultural del cantón La Libertad, enfatizando su valor arquitectónico, educativo y turístico.

Las respuestas coinciden en que el museo tiene un notable potencial para enriquecer la oferta turística local; sin embargo, se enfrenta a desafíos relacionados con la promoción, la difusión, la accesibilidad y el conocimiento del patrimonio por parte de la población.

Los participantes entrevistados expresaron que es fundamental llevar a cabo estrategias de promoción más eficaces, intensificar el uso de medios digitales, establecer colaboraciones con instituciones educativas y alentar una mayor participación de la comunidad y de los organismos públicos para consolidar el reconocimiento del museo como un punto de referencia cultural y turístico de la provincia de Santa Elena. Además, los entrevistados opinan que el reconocimiento y la valorización del museo contribuirán al fortalecimiento de la identidad cultural, al aumento de la actividad turística y a la dinamización económica del área, beneficiando tanto a la comunidad local como a los visitantes.

Entrevistado

1

Arqueólogo. Danilo Villao Figueroa

(Gestor de Patrimonio Histórico y Arqueólogo Local del GAD Municipal del cantón La Libertad)

El arqueólogo Danilo Villao resalta que el Museo Casa de los 100 Años representa un significativo patrimonio arquitectónico e histórico para el cantón La Libertad, al preservar la identidad cultural local y ofrecer a residentes y visitantes la oportunidad de conocer la historia de la comunidad. Sostiene que aunque la promoción turística ha mejorado gracias al apoyo de universidades y actividades de difusión, aún hay limitaciones relacionadas con el desconocimiento del patrimonio cultural y la necesidad de mejorar las estrategias de comunicación. Además, enfatiza la importancia de la colaboración entre instituciones públicas, educativas y la comunidad para promover la conservación, valorización y reconocimiento del museo como atractivo turístico

Entrevistado

2

MSc. Loira Delgado Granizo

(Servidora pública del ministerio de producción, comercio exterior e inversión)

La master Loira Delgado menciona que el Museo Casa de los 100 Años tiene un alto potencial para el desarrollo turístico y cultural por su ubicación estratégica, su valor arquitectónico y su riqueza histórica. Identifica como principales obstáculos la promoción limitada a nivel nacional, la falta de recursos tecnológicos y ciertas barreras de accesibilidad. Asimismo, considera que es fundamental llevar a cabo campañas de difusión digital, establecer

alianzas con instituciones educativas y integrar el museo en rutas turísticas locales para aumentar su visibilidad y atraer un mayor número de visitantes, contribuyendo así al fortalecimiento de la identidad cultural y la economía local

Entrevistado

3

MSc. Silvia Freire

(Analista de Desarrollo Turístico de AME)

Según la perspectiva de Silvia Freire, el Museo Casa de los 100 Años es un recurso patrimonial clave para consolidar la identidad cultural y el desarrollo turístico sostenible del cantón La Libertad. Su análisis muestra que el principal desafío no solo es la infraestructura o la promoción del museo, sino también la falta de conocimiento y apropiación del patrimonio por parte de la ciudadanía y algunas instituciones locales. La entrevistada destaca la necesidad de fortalecer los procesos de educación patrimonial, la difusión cultural y la colaboración entre gobiernos locales, instituciones educativas, operadores turísticos y la comunidad. Además, subraya que la conservación de las casas patrimoniales y su uso como centros de interpretación permite rescatar la memoria histórica, diversificar la oferta turística y aumentar la valoración social del patrimonio cultural. Por consiguiente, propone una gestión participativa y sostenida para establecer al museo como un referente cultural y turístico de la provincia de Santa Elena.

Temáticas abordadas.

- Importancia histórica, cultural y patrimonial del Museo Casa de los 100 Años.
Contribución del museo al desarrollo turístico del cantón La Libertad.
- Promoción turística y difusión cultural del museo.
- Limitaciones y problemáticas para su posicionamiento turístico.
- Fortalezas y potencialidades del museo como atractivo cultural.
- Estrategias para fortalecer la promoción y valorización turística.
- Participación de instituciones públicas, educativas y comunidad local.

- Conservación y gestión del patrimonio cultural. Educación patrimonial y fortalecimiento de la identidad local.
- Beneficios económicos, sociales y turísticos derivados del reconocimiento del museo.

La entrevista tuvo el propósito de conocer la percepción institucional sobre la importancia patrimonial del Museo Casa de los 100 Años, las limitaciones que existen para su promoción turística y las estrategias que podrían fortalecer su valorización.

Se entrevistó a:

3.1.3. Ficha de observación

La ficha de observación tuvo la finalidad de evaluar las condiciones actuales del Museo Casa de los 100 Años en lo que respecta a:

- ✓ Estado de conservación.
- ✓ Infraestructura.
- ✓ Señalización.
- ✓ Accesibilidad.
- ✓ Servicios turísticos.
- ✓ Material promocional.
- ✓ Presencia digital.

Registro descriptivo del observador

Durante la visita al Museo Casa de los 100 Años se pudo comprobar que la infraestructura se encuentra en adecuadas condiciones de conservación y mantenimiento. La edificación restaurada mantiene sus características arquitectónicas originales y se considera uno de los principales referentes patrimoniales del cantón.

Se observó que los espacios internos presentan una limpieza y organización apropiadas; sin embargo, la señalización turística externa resulta escasa, lo que dificulta la identificación

inmediata del atractivo por parte de visitantes que no conocen su ubicación. También se constató una limitada disponibilidad de material promocional impreso y escasa referencia a medios digitales durante la visita, aspectos que podrían influir negativamente en el posicionamiento turístico del atractivo y su difusión hacia posibles visitantes.

3.2. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

Categoría 1. Valor patrimonial del museo

Síntesis

Los resultados muestran una valoración positiva del museo como patrimonio cultural. El 89,3% de los encuestados considera importante o muy importante la conservación del patrimonio histórico y cultural del cantón La Libertad. Además, el 88,4% está de acuerdo en que el Museo Casa de los 100 Años es un recurso esencial para preservar la identidad cultural local, mientras que el 86,3% opina que tiene el potencial necesario para consolidarse como uno de los principales atractivos turísticos culturales del cantón.

Interpretación

La población reconoce ampliamente el valor histórico, cultural y patrimonial del museo, viéndolo como un espacio fundamental para la preservación de la memoria colectiva y la identidad local. Estos resultados indican que hay una base social favorable para impulsar acciones de fortalecimiento turístico y cultural, ya que la comunidad identifica al museo como un recurso estratégico para el desarrollo cultural sostenible del territorio.

Categoría 2. Situación actual de la promoción turística

Síntesis

Aunque el 64,7% de los participantes afirmó conocer la existencia del museo, solo el 50,9% ha realizado una visita. De igual manera, el 44,7% considera que la promoción turística

actual es deficiente o muy deficiente. En relación con los medios de difusión más adecuados, las redes sociales obtuvieron la mayor preferencia (89,9%), seguidas por ferias culturales y turísticas (60,5%) y páginas web turísticas (53,5%).

Interpretación

Los resultados indican que el museo tiene cierto nivel de reconocimiento entre la población; sin embargo, la promoción actual no se ha traducido en una mayor participación y visitas. La percepción negativa acerca de la difusión turística resalta la necesidad de mejorar las estrategias de comunicación, especialmente a través de herramientas digitales y acciones promocionales innovadoras que permitan incrementar la visibilidad y el posicionamiento del museo.

Categoría 3. Limitaciones identificadas

Síntesis

El 42,3% de los encuestados manifestó tener un bajo o muy bajo nivel de conocimiento sobre la historia y el valor cultural del museo. Además, casi la mitad de los participantes nunca ha visitado el atractivo turístico. En las respuestas abiertas también se señalaron necesidades en relación a una mayor promoción digital, educación patrimonial, y mejoras en la señalización, infraestructura y experiencia del visitante.

Interpretación

Las limitaciones principales identificadas están relacionadas con el limitado conocimiento ciudadano sobre el valor histórico del museo y las carencias en los procesos de difusión y educación patrimonial. Estas condiciones reducen la efectividad del atractivo cultural y limitan su potencial turístico. Asimismo, las deficiencias en infraestructura y promoción dificultan la creación de experiencias significativas para los visitantes y la consolidación del museo como referente cultural del cantón.

Categoría 4. Estrategias propuestas

Síntesis

El 91,2% de los encuestados considera crucial implementar estrategias de promoción turística sostenible para mejorar el reconocimiento del museo. Del mismo modo, el 91,5% enfatiza la necesidad de la participación comunitaria en la promoción y conservación del patrimonio, mientras que el 91,4% valora como fundamental el desarrollo de actividades educativas y culturales. Finalmente, el 93,8% expresó su disposición a visitar o recomendar el museo.

Interpretación

Los resultados evidencian una alta aceptación social hacia la implementación de estrategias de promoción turística sostenible. Asimismo, la comunidad reconoce la importancia de la participación ciudadana, la educación patrimonial y las actividades culturales como mecanismos para fortalecer la valorización del museo y aumentar su atractivo turístico.

3.3.Dimensión: Conocimiento del Museo Casa de los 100 Años

1. ¿Conoce usted la existencia del Museo Casa de los 100 Años ubicado en el cantón La Libertad?

Los datos muestran: Conocimiento general moderado sobre la existencia del museo, pero limitado conocimiento acerca de su valor histórico y cultural.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	249	64,7%
No	136	35,3%
Total	385	100%

Tabla 1: Conocimiento sobre el museo

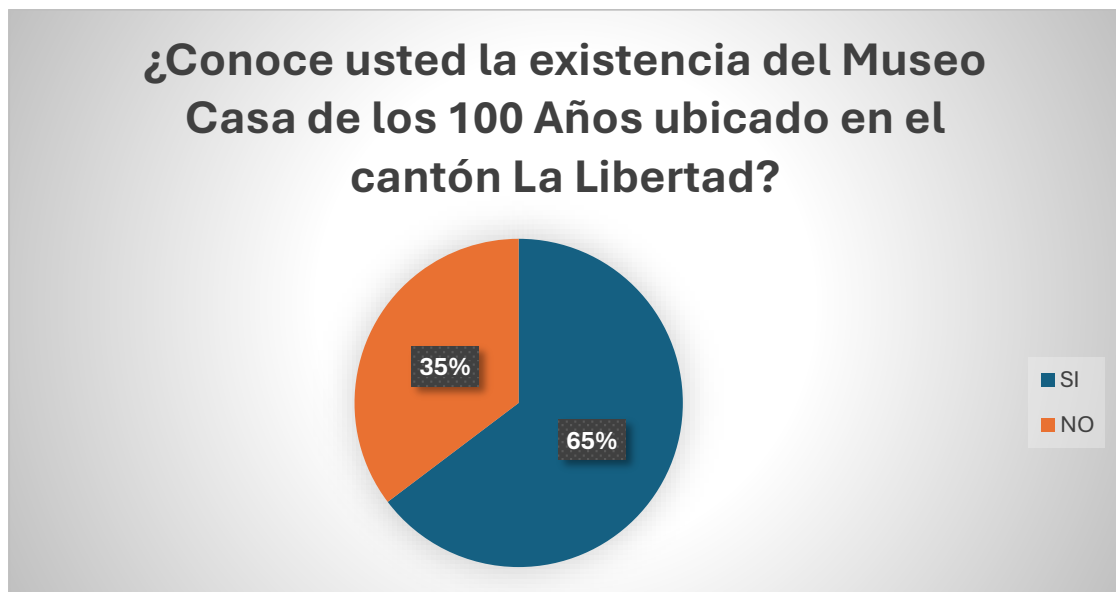


Figura 1: Conocimiento sobre el museo

Interpretación

Los resultados muestran que el 64,7% de los encuestados dijo estar al tanto de la existencia del Museo Casa de los 100 Años, mientras que el 35,3% indicó no conocerlo. Estos datos indican que, aunque el museo cuenta con cierto grado de reconocimiento entre la población, aún hay un porcentaje considerable de ciudadanos que no identifican este recurso patrimonial. Esto resalta la necesidad de fortalecer las estrategias de difusión y promoción turística para aumentar su visibilidad y posicionamiento como un atractivo cultural en el cantón La Libertad.

2. ¿Ha visitado alguna vez el Museo Casa de los 100 Años?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	196	50,9%
No	189	49,1%
Total	385	100%

Tabla 2: Visita al Museo Casa de los 100 años



Figura 2: Visita al museo Casa de los 100 años

Interpretación

Los resultados revelan que el 50,9% de los encuestados ha visitado el Museo Casa de los 100 Años, mientras que el 49,1% nunca lo ha hecho. Aunque hay un equilibrio entre ambas respuestas, sigue siendo relevante el porcentaje de personas que no han visitado el museo. Esto sugiere que es necesario implementar acciones que estimulen la visita y permitan convertir el conocimiento del atractivo en vivencias reales de participación cultural y turística.

3. ¿Cómo califica su nivel de conocimiento sobre la historia y el valor cultural del museo?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	80	20,8%
Alto	60	15,6%
Medio	82	21,3%
Bajo	102	26,5%
Muy bajo	61	15,8%
Total	385	100%

Tabla 3: Nivel de conocimiento sobre el museo



Figura 3: Nivel de conocimiento sobre el museo

Interpretación

Los datos indican que el 42,3% de los encuestados considera que tiene un conocimiento bajo o muy bajo sobre la historia y el valor cultural del museo. En contraste, solo el 36,4% declaró tener un conocimiento alto o muy alto. Esta información evidencia limitaciones en los procesos de educación patrimonial y divulgación cultural, lo que justifica la necesidad de implementar estrategias enfocadas a fortalecer el conocimiento de la ciudadanía sobre la relevancia histórica del museo.

4. ¿Qué tan importante considera la conservación del patrimonio histórico y cultural del cantón La Libertad?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	188	48,8%
Importante	156	40,5%
Moderadamente importante	26	6,8%
Poco importante	15	3,9%
Nada importante	0	0
Total	385	100%

Tabla 4: Importancia del museo



Figura 4: Importancia del museo

Interpretación

El 89,3% de los encuestados opina que la conservación del patrimonio histórico y cultural es importante o muy importante para el cantón La Libertad. Este resultado muestra una valoración positiva por parte de los ciudadanos hacia la preservación del patrimonio cultural y representa una oportunidad favorable para promover iniciativas de turismo cultural sostenible que fortalezcan la identidad local.

5. **¿Considera que el Museo Casa de los 100 Años constituye un recurso importante para preservar la identidad cultural local?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	170	44,2%
De acuerdo	170	44,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	11,2%
En desacuerdo	2	0,5%
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	385	100%

Tabla 5: El museo como recurso de identidad cultural

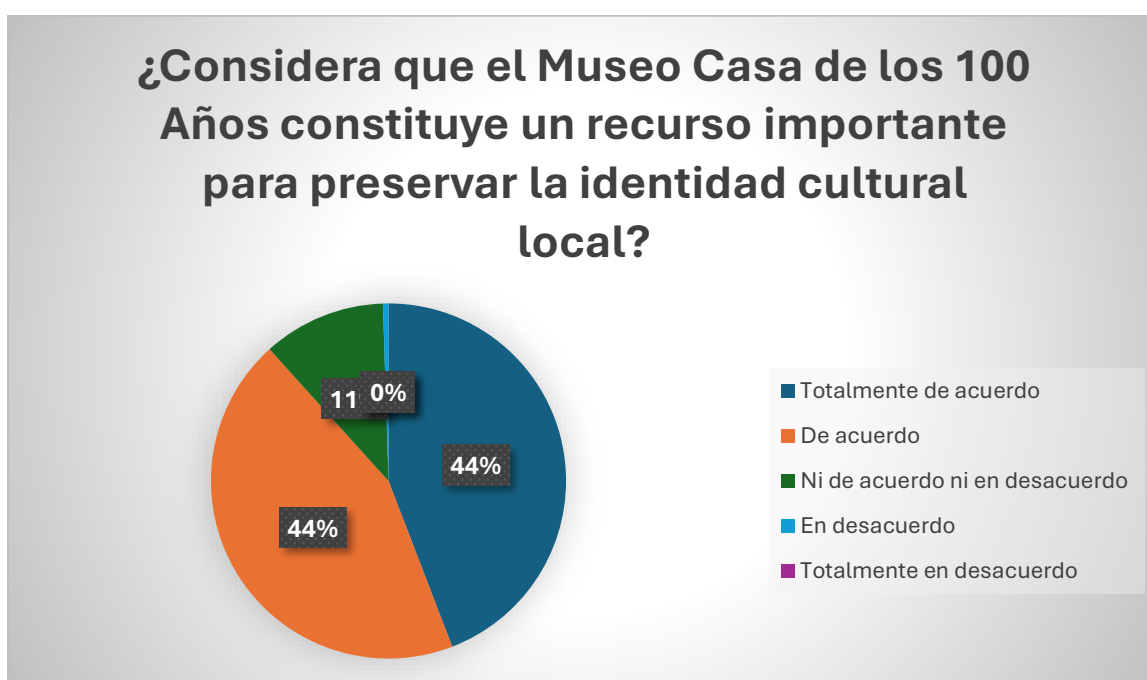


Figura 5: El museo como recurso de identidad cultural

Interpretación

Los resultados indican que el 88,4% de los participantes está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el museo es un recurso fundamental para preservar la identidad cultural local. Este descubrimiento demuestra el reconocimiento social de la relevancia patrimonial del museo y su contribución a la conservación de la memoria histórica del cantón.

6. ¿Considera que el museo tiene potencial para convertirse en uno de los principales atractivos turísticos culturales del cantón?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	152	39,5%
De acuerdo	180	46,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	12,5%
En desacuerdo	5	1,3%
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	385	100%

Tabla 6: El museo como atractivo turístico

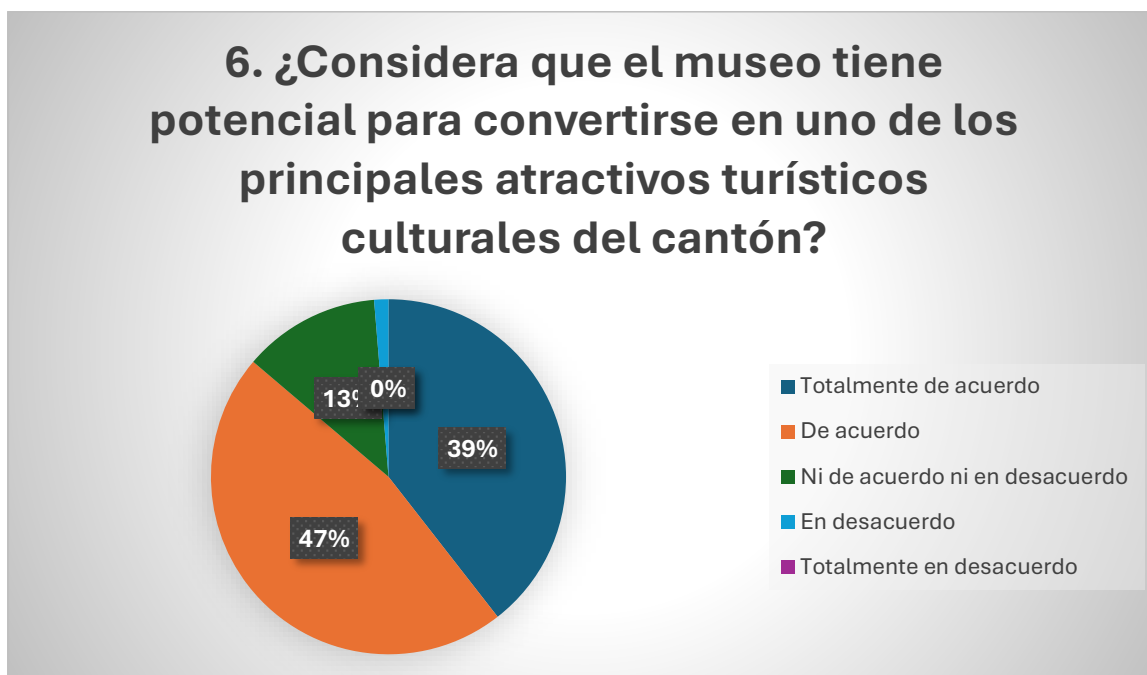


Figura 6: El museo como atractivo turístico

Interpretación

El 86,3% de los encuestados sostiene que el Museo Casa de los 100 Años tiene el potencial suficiente para establecerse como uno de los principales atractivos turísticos culturales del cantón La Libertad. Este resultado evidencia la percepción positiva de la población sobre el valor turístico del museo y respalda la necesidad de implementar estrategias que fortalezcan su posicionamiento.

7. ¿Cómo evalúa el nivel actual de promoción turística y difusión del museo?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	88	22,9%
Bueno	79	20,5%
Regular	46	11,9%
Deficiente	95	24,7%
Muy deficiente	77	20%
Total	385	100%

Tabla 7: Promoción turística del museo

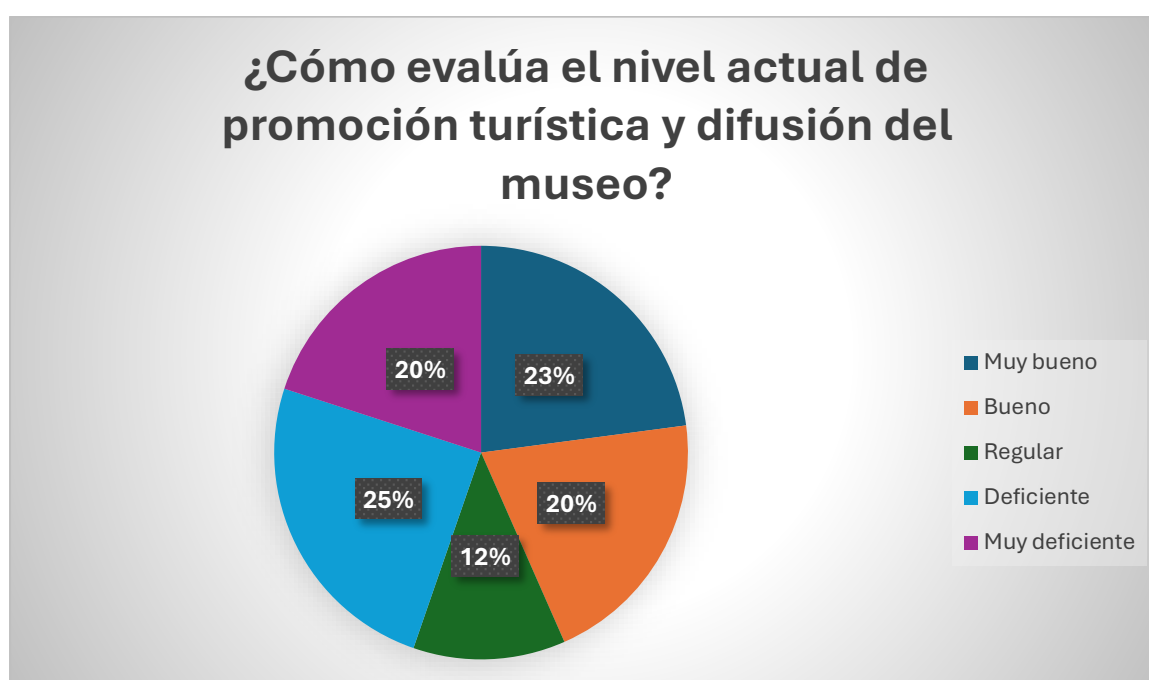


Figura 7: Promoción turística del museo

Interpretación

El 44,7% de los encuestados afirma que la promoción turística actual del museo es deficiente o muy deficiente, mientras que el 43,4% la considera buena o muy buena. Estos resultados reflejan opiniones divididas; no obstante, la valoración negativa ligeramente superior muestra la necesidad de mejorar los mecanismos de divulgación y promoción para aumentar la visibilidad del atractivo cultural.

8. ¿Cuáles considera que son los medios más adecuados para promocionar el museo?

Puede seleccionar más de una opción).

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	346	89,9%
Página web turística	206	53,5%
Ferias culturales y turísticas	233	60,5%
Radio	123	31,9%
Televisión	137	35,6%
Publicidad impresa	10	27,8%
Influencers o creadores de contenido	139	36,1%
Convenios	1	0,3%

Tabla 8: Medios para promoción del museo

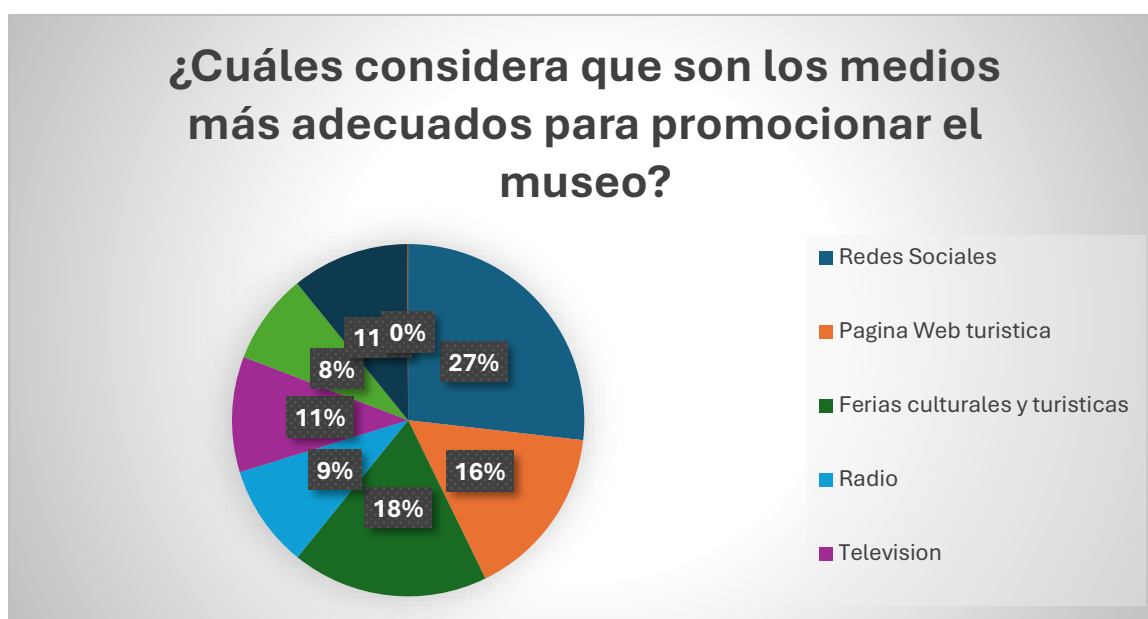


Figura 8: Medios para promoción del museo

Interpretación

Las redes sociales son el medio de promoción más apreciado por los encuestados, con un 89,9%, seguidas por las ferias culturales y turísticas (60,5%) y los sitios web turísticos (53,5%). Estos resultados resaltan la importancia de las herramientas digitales como mecanismos estratégicos para la difusión del museo y guían el diseño de propuestas centradas en el marketing digital y la comunicación turística sostenible.

9. ¿Qué tan importante considera implementar estrategias de promoción turística sostenible para fortalecer el reconocimiento del museo?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	226	58,7%
Importante	125	32,5%
Moderadamente importante	29	7,5%
Poco importante	5	1,3%
Nada importante	0	0
Total	385	100%

Tabla 9: Estrategias de promoción sostenible

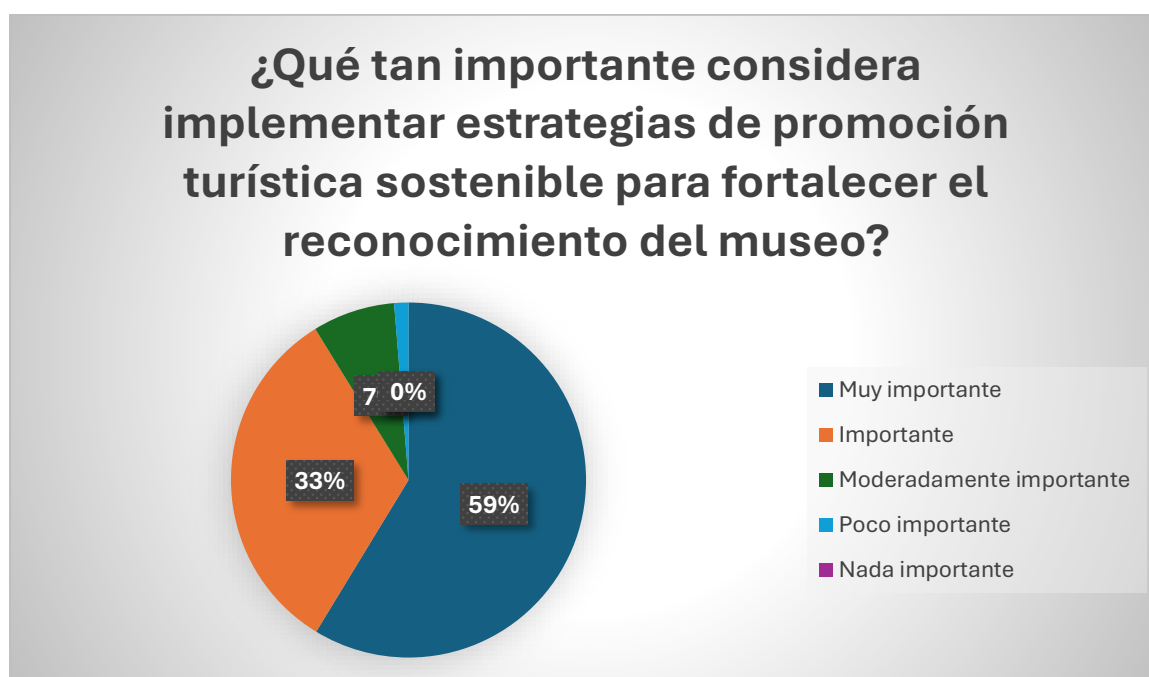


Figura 9: Estrategias de promoción sostenible

Interpretación

El 91,2% de los encuestados considera importante o muy importante implementar estrategias de promoción turística sostenible para aumentar el reconocimiento del museo. Este resultado constituye uno de los argumentos principales que respaldan la relevancia de la propuesta de investigación.

10. ¿Considera que la participación de la comunidad local es fundamental para promover y conservar el museo?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	207	53,8%
De acuerdo	145	37,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	7,8%
En desacuerdo	3	0,8%
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	385	100%

Tabla 10: Participación de la comunidad local

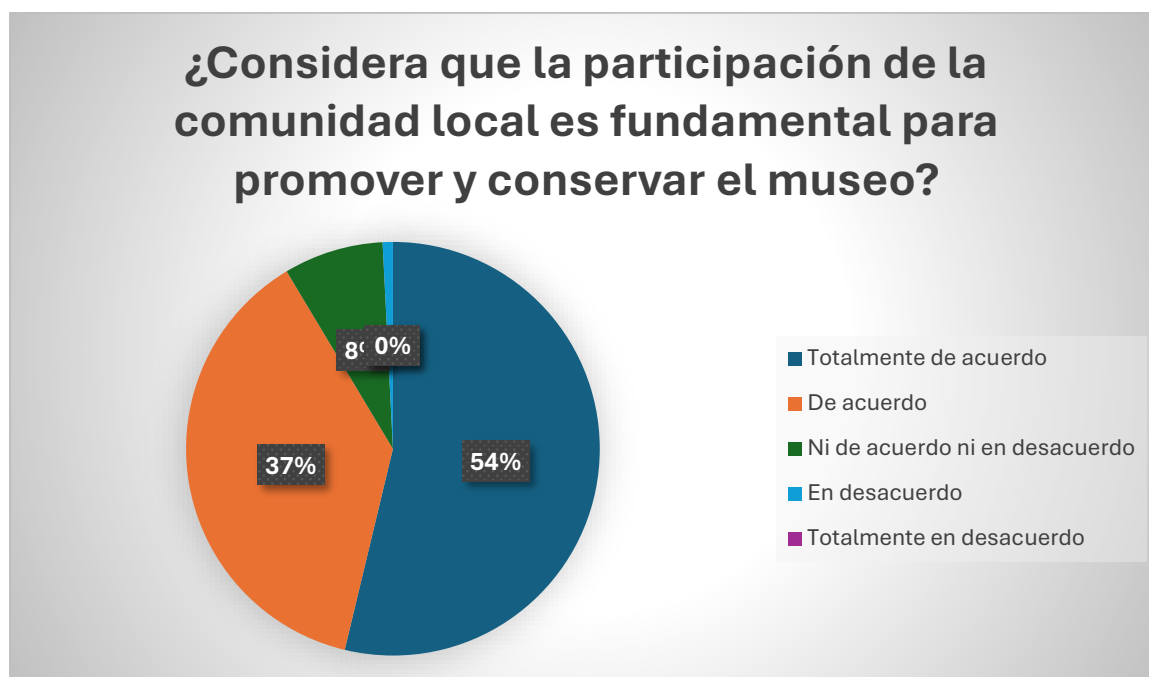


Figura 10: Participación de la comunidad local

Interpretación

El 91,5% de los participantes considera que la participación comunitaria es clave para promover y conservar el museo. Este hallazgo confirma la importancia de involucrar a la ciudadanía, instituciones educativas y organizaciones locales en las acciones de valorización patrimonial y promoción turística sostenible.

11. ¿Qué tan importante considera desarrollar actividades educativas y culturales dentro del museo para atraer visitantes?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	225	58,4%
Importante	127	33,%
Moderadamente importante	26	6,8%
Poco importante	7	1,8%
Nada importante	0	0
Total	385	100%

Tabla 11: Actividades educativas y culturales

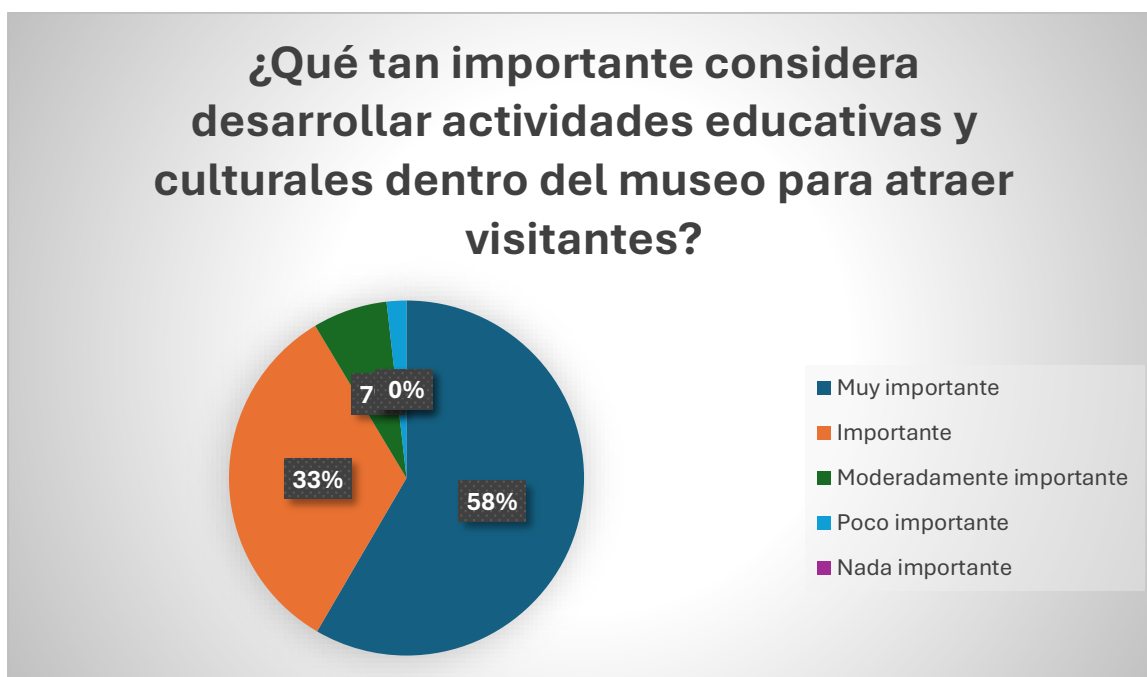


Figura 11: Actividades educativas y culturales

Interpretación

Los resultados indican que el 91,4% de los encuestados considera importante o muy importante desarrollar actividades educativas y culturales en el museo. Esto muestra que la población valora las experiencias participativas como herramientas para atraer visitantes y fortalecer la difusión del patrimonio cultural.

12. ¿Estaría dispuesto(a) a visitar o recomendar el Museo Casa de los 100 Años si se implementaran mejores estrategias de promoción turística?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	231	60%
Probablemente sí	130	33,8%
No está seguro(a)	21	5,5%
Probablemente no	1	0,3%
Definitivamente no	2	0,5%
Total	385	100%

Tabla 12: Implementación de estrategias

Gráfico 12.



Figura 12: Implementación de estrategias

Interpretación

El 93,8% de los encuestados manifestó que estaría dispuesto a visitar o recomendar el museo si se implementaran mejores estrategias de promoción turística. Este resultado demuestra el alto potencial de crecimiento del atractivo y sugiere que la mejora en los procesos de divulgación podría generar un aumento significativo en la afluencia de visitantes.

13. ¿Qué acciones o actividades considera que podrían contribuir a mejorar la promoción y valorización turística del Museo Casa de los 100 Años?

Categoría identificada	Frecuencia aproximada	Porcentaje
Promoción en redes sociales y medios digitales	118	30,6%
Actividades culturales y recreativas	82	21,3%
Página web y herramientas tecnológicas	49	12,7%
Convenios y alianzas institucionales	42	10,9%
Ferias y eventos turísticos	38	9,9%
Educación patrimonial y visitas escolares	29	7,5%
Mejoramiento de infraestructura y señalización	18	4,7%
Otras respuestas	9	2,4%
Total	385	100%

Tabla 13: Acciones para la mejora de promoción del Museo

Interpretación

Las respuestas abiertas permitieron identificar que la principal necesidad percibida por los participantes está relacionada con el fortalecimiento de la promoción digital a través de redes sociales, páginas web y la creación de contenido audiovisual. También se subrayó la importancia de desarrollar actividades culturales, recreativas y educativas que ofrezcan experiencias atractivas tanto para visitantes como para residentes. Asimismo, los encuestados propusieron establecer alianzas con instituciones educativas, operadores turísticos y organismos públicos para incluir el museo en rutas turísticas y programas académicos. También se evidenció la necesidad de mejorar la señalización, la infraestructura y la experiencia del visitante.

En conjunto, las respuestas reflejan que la ciudadanía reconoce el potencial turístico y

cultural del Museo Casa de los 100 Años, pero considera esencial fortalecer la promoción, la educación patrimonial y la participación comunitaria para consolidarlo como uno de los principales referentes culturales del cantón La Libertad.

3.4. Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista

- **Importancia histórica y cultural del Museo Casa de los 100 Años**

Síntesis de respuestas

El entrevistado indicó que la Casa de los 100 Años representa un legado histórico significativo para el cantón La Libertad, ya que es uno de los pocos ejemplos de arquitectura patrimonial preservados en la región.

Adicionalmente, afirmó que este tipo de edificaciones permite conocer las técnicas constructivas, estilos arquitectónicos y formas de vida de generaciones previas, lo que fortalece la identidad cultural de la comunidad.

Interpretación

La información recopilada confirma que el museo posee un alto valor patrimonial y cultural, constituyéndose en un recurso estratégico para la conservación de la memoria histórica y el fortalecimiento de la identidad local.

- **Estado actual de la promoción turística**

Síntesis de respuestas

El entrevistado opina que la promoción turística ha ido mejorando progresivamente gracias a la participación de universidades, estudiantes y actores locales. Sin embargo, reconoce que aún hay limitaciones relacionadas con la página web institucional, la difusión digital y el uso de medios de comunicación y redes sociales. Interpretación

A pesar de los avances significativos, todavía hay debilidades en la promoción digital que limitan el alcance y el posicionamiento del atractivo turístico.

- **Principales limitaciones identificadas**

Síntesis de respuestas

Entre las problemáticas más importantes se identificó la falta de conocimiento por parte de la población sobre el patrimonio cultural presente en el cantón.

También se observó una insuficiente apropiación social del patrimonio y una limitada difusión de información acerca de las casas patrimoniales existentes.

Interpretación

La falta de conocimiento y la apropiación patrimonial se constituyen como una de las principales barreras para la valorización turística del museo.

- **El entrevistado propone:**
 - ✓ Fortalecer la difusión digital.
 - ✓ Implementar estrategias educativas.
 - ✓ Crear alianzas con escuelas y universidades.
 - ✓ Involucrar a operadores turísticos.
 - ✓ Elaborar material promocional.
 - ✓ Desarrollar programas permanentes de educación patrimonial.

Interpretación

Las estrategias recomendadas evidencian la necesidad de llevar a cabo acciones sostenibles que integren tecnología, educación y participación comunitaria.

3.5. Integración y triangulación de resultados

Aspecto	Encuesta	Entrevista	Observación
Conocimiento del museo	Bajo/Medio	Existe falta de conocimiento patrimonial	Limitada difusión visible
Valor patrimonial	Alto reconocimiento	Patrimonio de gran importancia histórica	Infraestructura conservada
Promoción turística	Insuficiente	Necesita fortalecerse	Escasez de material promocional
Estrategias futuras	Interés ciudadano	Educación y difusión digital	Necesidad de señalización

Tabla 14: Integración y triangulación de resultados

Análisis

El análisis de los resultados obtenidos permite identificar que el Museo Casa de los 100 Años cuenta con un significativo valor histórico, cultural y turístico para el cantón La Libertad. No obstante, aún existen debilidades vinculadas con la promoción del atractivo, la difusión mediante medios digitales y el nivel de conocimiento patrimonial por parte de la población.

Asimismo, tanto los ciudadanos como el representante institucional coinciden en la importancia de implementar acciones orientadas al fortalecimiento de la comunicación, la educación patrimonial y la participación comunitaria, con el propósito de incrementar la valorización y el reconocimiento del museo como recurso turístico y cultural.

3.6. Análisis e interpretación de la ficha de observación.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Museo Casa de los 100 Años – Cantón La Libertad

Datos generales

Aspecto	Información
Nombre del atractivo	Museo Casa de los 100 Años
Ubicación	La Libertad, provincia de Santa Elena
Fecha de observación	_____
Hora	_____
Observador	Lcda. Rebeca Garcés Jouvin
Condiciones climáticas	_____

Dimensión 1. Infraestructura y conservación patrimonial

Indicador	Sí	No	Observaciones
La infraestructura del museo se encuentra en buenas condiciones	X		La casa patrimonial presenta adecuada conservación estructural y mantenimiento.
Se observa limpieza y orden en las instalaciones	X		Los espacios observados mantienen condiciones aceptables de limpieza.
Existen áreas adecuadas para la circulación de visitantes	X		El recorrido interno permite el desplazamiento de visitantes.
El museo posee señalización externa visible		X	La señalización turística externa es limitada y poco visible para visitantes.
Se evidencian medidas de conservación patrimonial	X		La restauración de la vivienda conserva elementos arquitectónicos originales.

Dimensión 2. Servicios turísticos y atención al visitante

Indicador	Sí	No	Observaciones
Existe atención al visitante	X		Se brinda información básica a los visitantes durante el recorrido.
El personal demuestra conocimiento sobre el patrimonio	X		El encargado explica aspectos históricos y culturales del museo.
Existen horarios visibles de atención	X		Se informa sobre los horarios de atención al público.
Se dispone de servicios complementarios para visitantes		X	Se evidencian limitaciones en servicios complementarios turísticos.
El museo cuenta con accesibilidad adecuada		X	Existen limitaciones de accesibilidad para determinados visitantes.

Dimensión 3. Información e interpretación turística

Indicador	Sí	No	Observaciones
-----------	----	----	---------------

Existen paneles informativos	X		Se observan elementos informativos relacionados con la historia del lugar.
Los contenidos son comprensibles	X		La información histórica es clara y entendible para los visitantes.
Se presenta información histórica suficiente	X		El museo expone fotografías, objetos y elementos históricos relevantes.
Existe material informativo para visitantes		X	No se observaron suficientes folletos o materiales impresos promocionales.
Se dispone de recursos interpretativos (guías, audiovisuales, códigos QR, etc.)		X	No se evidenció el uso de códigos QR ni herramientas digitales interactivas.

Dimensión 4. Promoción turística observable

Indicador	Sí	No	Observaciones
Se observan elementos de identidad visual del museo	X		El museo cuenta con identificación básica visible.
Existen folletos promocionales disponibles		X	La disponibilidad de material promocional es limitada.
Se promocionan actividades culturales o educativas	X		Se desarrollan actividades culturales y educativas ocasionales.
Se evidencian alianzas con entidades turísticas	X		Existe vinculación con instituciones educativas y municipales.
Se muestran redes sociales o canales digitales oficiales		X	La presencia digital no es visible dentro de las instalaciones.
Existen códigos QR o recursos digitales para visitantes		X	No se observaron recursos digitales interactivos.

Dimensión 5. Sostenibilidad turística

Indicador	Sí	No	Observaciones
Se promueve la conservación del patrimonio cultural	X		El museo fomenta la preservación de la memoria histórica local.
Existen mensajes de sensibilización patrimonial	X		Se difunde información relacionada con la importancia del patrimonio.
Se desarrollan actividades educativas para visitantes	X		Se realizan visitas guiadas y actividades educativas.
Se fomenta la participación de la comunidad local	X		Participan instituciones educativas y actores locales.
Se aplican prácticas ambientales básicas (reciclaje, ahorro de recursos, etc.)		X	No se evidenciaron claramente prácticas ambientales sostenibles.

Valoración general

Aspecto evaluado	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Infraestructura turística		X		
Conservación patrimonial	X			
Información interpretativa		X		
Promoción turística			X	
Sostenibilidad turística		X		

Tabla 15: Ficha de observación

Registro descriptivo del observador

Durante la observación realizada en el Museo Casa de los 100 Años se evidenció que el inmueble mantiene adecuadas condiciones de conservación patrimonial, limpieza y organización interna, permitiendo preservar elementos arquitectónicos e históricos representativos del cantón La Libertad. Asimismo, se observó la existencia de información histórica y cultural dirigida a los visitantes, además de actividades educativas y participación de instituciones locales en determinados procesos culturales.

Sin embargo, se identificaron limitaciones relacionadas con la promoción turística del atractivo, principalmente en la escasa señalización externa, la reducida disponibilidad de material promocional impreso y la ausencia de recursos digitales interactivos como códigos QR o plataformas visibles de redes sociales. De igual manera, no se evidenciaron suficientes estrategias de difusión turística dentro y fuera del museo, situación que podría afectar su posicionamiento y reconocimiento como atractivo patrimonial y cultural de la provincia de Santa Elena.

En términos generales, el museo presenta un importante potencial turístico y cultural; no obstante, requiere fortalecer sus estrategias de promoción turística sostenible, comunicación digital y participación comunitaria para incrementar su valorización patrimonial y su integración dentro de la oferta turística local y provincial.

3.7. Discusión de resultados

Objetivo específico 1

Los resultados mostraron limitaciones en la promoción turística y el conocimiento ciudadano sobre el atractivo. Este hallazgo concuerda con lo afirmado por Richards (2021), quien señala que muchos recursos patrimoniales poseen un alto valor cultural, pero presentan un bajo nivel de visibilidad debido a estrategias promocionales insuficientes o poco efectivas. En este sentido, la escasa difusión del Museo Casa de los 100 Años limita su posicionamiento como atractivo turístico dentro del cantón La Libertad, reduciendo las oportunidades de que tanto residentes como visitantes reconozcan su importancia patrimonial. Asimismo, la falta de acciones comunicacionales permanentes, el uso limitado de medios digitales y la ausencia de campañas de sensibilización, dificultan la apropiación social del patrimonio por parte de la comunidad. Estos factores inciden directamente en la afluencia de visitantes y en el aprovechamiento del museo como un espacio para la preservación de la memoria histórica y el fortalecimiento de la identidad cultural local.

Objetivo específico 2

Los encuestados reconocen la relevancia histórica y cultural del atractivo lo que evidencia una percepción positiva respecto a su valor patrimonial dentro de la comunidad. Este resultado se alinea con Timothy Dallen (2021), quien sostiene que los museos y centros de interpretación son elementos esenciales para la conservación de la memoria colectiva y la identidad territorial. En este contexto, el Museo Casa de los 100 Años constituye un espacio que permite preservar y difundir acontecimientos, tradiciones y manifestaciones culturales que forman parte de la historia local. El reconocimiento de su importancia por parte de la población representa una fortaleza para el desarrollo de iniciativas de valorización patrimonial, ya que favorece el sentido de pertenencia y de compromiso ciudadano con la protección del patrimonio

cultural. Además, este nivel de aceptación puede facilitar la implementación de estrategias turísticas orientadas a fortalecer la identidad cultural y promover el interés de visitantes nacionales y extranjeros.

Objetivo específico 3

Diseñar estrategias de promoción turística sostenible.

Los resultados indican un alto nivel de aceptación hacia el uso de herramientas digitales, actividades culturales y alianzas institucionales.

Estos hallazgos coinciden con (ONU Turismo, 2024)organismo que resalta la relevancia de la promoción digital y la participación comunitaria para fortalecer la sostenibilidad de los destinos culturales.

3.8.Síntesis de hallazgos relevantes

Los principales resultados obtenidos fueron:

- ✓ Bajo nivel de conocimiento sobre el museo.
- ✓ Alto reconocimiento de su valor histórico y cultural.
- ✓ Limitada promoción digital.
- ✓ Débil presencia en medios de difusión.
- ✓ Necesidad de fortalecer alianzas con instituciones educativas.
- ✓ Interés de la comunidad por actividades culturales.
- ✓ Potencial para integrarse a circuitos turísticos provinciales.
- ✓ Necesidad de implementar estrategias de promoción turística sostenible.

3.9.Conclusión del capítulo

Los resultados obtenidos permitieron identificar las principales fortalezas y debilidades en relación con la promoción turística y la valorización del Museo Casa de los 100 Años. Se

constató que el atractivo tiene un importante valor patrimonial e histórico para el cantón La Libertad; sin embargo, presenta limitaciones asociadas a la difusión, la promoción digital y el conocimiento por parte de la ciudadanía.

La información obtenida mediante la encuesta, la entrevista y la observación constituye la base para formular estrategias de promoción turística sostenible con el fin de fortalecer la valorización patrimonial del museo, incrementar su visibilidad y contribuir al desarrollo turístico y cultural del cantón La Libertad.

4. CAPÍTULO IV. PROPUESTA

4.1. Introducción

A partir de los resultados obtenidos a través de encuestas, entrevistas y fichas de observación, se llevaron a cabo el diseño de estrategias de promoción turística sostenible dirigidas a fortalecer la valorización patrimonial del Museo Casa de los 100 Años. Estas estrategias se centraron en aumentar la visibilidad del museo, mejorar su posicionamiento turístico, fomentar la participación comunitaria y elevar el reconocimiento de su valor histórico y cultural, contribuyendo a su integración en la oferta turística del cantón La Libertad y la provincia de Santa Elena.

Asimismo, las entrevistas realizadas a actores vinculados con la gestión turística y patrimonial permitieron identificar la necesidad de fortalecer la educación patrimonial, la difusión digital y las alianzas institucionales como mecanismos para incrementar la valorización del museo.

La encuesta realizada a la población permitió identificar que, aunque se reconoce la relevancia patrimonial del museo, todavía existen debilidades en su visibilidad y aprovechamiento turístico. Además, la entrevista al Arqueólogo Danilo Villao Figueroa

subrayó la necesidad de fortalecer la educación patrimonial, la difusión digital y las alianzas institucionales para mejorar su valorización.

En respuesta a estos hallazgos, se propone un conjunto de estrategias de promoción turística sostenible orientadas a aumentar el reconocimiento del museo, reforzar la identidad cultural local y promover una gestión responsable del patrimonio cultural.

4.2.Fundamentación teórica de la propuesta

La propuesta se fundamenta en los principios del turismo sostenible, el turismo cultural y la interpretación del patrimonio, los cuales fomentan la conservación de los recursos culturales y la participación activa de la comunidad en los procesos de desarrollo turístico.

Desde la óptica del turismo cultural, los museos y centros de interpretación son espacios cruciales para la conservación de la memoria histórica y la difusión del patrimonio cultural. Asimismo, el marketing turístico y la promoción digital son herramientas estratégicas para aumentar la visibilidad y competitividad de los destinos culturales.

Además, la gestión sostenible de los recursos patrimoniales busca generar beneficios económicos, sociales y culturales sin comprometer la conservación de los bienes para las generaciones futuras.

4.3.Fundamentación práctica

La propuesta responde a las necesidades identificadas durante el proceso investigativo, donde se señalaron:

- ✓ Un conocimiento limitado de la ciudadanía sobre el museo.
- ✓ Una promoción digital escasa.

- ✓ Una escasa integración con la oferta turística provincial.
- ✓ Una baja participación de la comunidad en actividades culturales.
- ✓ La necesidad de mejorar la educación patrimonial.
- ✓ El interés de la población por conocer y visitar el atractivo.

4.4. Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Elaborar estrategias de promoción turística sostenible que ayuden a la valorización del Museo Casa de los 100 Años, destacándolo como un atractivo patrimonial y cultural en el cantón La Libertad.

Objetivos específicos

- ✓ Reforzar la presencia digital y de promoción del museo.
- ✓ Aumentar el conocimiento y reconocimiento del atractivo entre la comunidad y los visitantes.
- ✓ Impulsar experiencias turísticas sostenibles relacionadas con el patrimonio cultural.
- ✓ Estimular la participación de la comunidad y la educación en patrimonio.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas y actores turísticos.

4.5. Beneficiarios de la propuesta

Beneficiarios directos

- ✓ Museo Casa de los 100 Años.
- ✓ Visitantes tanto nacionales como extranjeros.
- ✓ Gestores culturales.
- ✓ Departamento de Turismo del GAD Municipal de La Libertad.

Beneficiarios indirectos

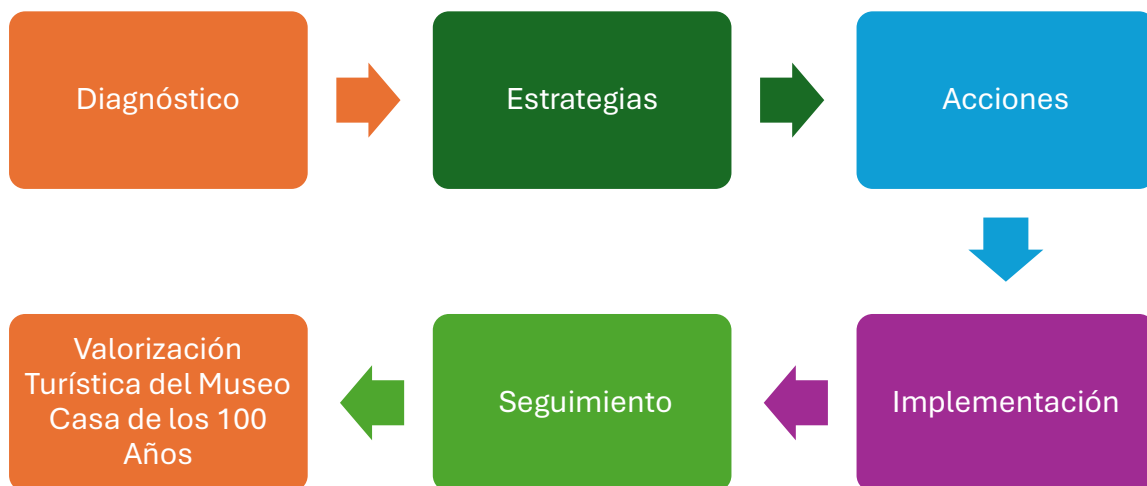
- ✓ La comunidad local.

- ✓ Operadores turísticos.
- ✓ Instituciones educativas.
- ✓ Proveedores de servicios turísticos.
- ✓ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Libertad.

4.6. Modelo general de la propuesta

La propuesta se estructura en cuatro ejes estratégicos interrelacionados: fortalecimiento de la promoción digital, desarrollo de experiencias turísticas culturales sostenibles, alianzas institucionales y comunitarias, y educación patrimonial. Estos ejes buscan contribuir de manera integral a la valorización del Museo Casa de los 100 Años y a su posicionamiento dentro de la oferta turística de la provincia de Santa Elena.

Figura 1



Fuente: *Elaboración propia*

La articulación de los cuatro ejes estratégicos busca fortalecer las dimensiones de la valorización patrimonial identificadas en la investigación: reconocimiento, apropiación social, visitación y conservación del patrimonio cultural.

4.7. Estructura de la propuesta

4.7.1. Estrategia 1

Incrementar la visibilidad digital del museo y fortalecer su posicionamiento como atractivo turístico-cultural mediante herramientas de comunicación digital.

Fortalecimiento de la promoción digital del museo.

Objetivo

Fortalecimiento de la promoción digital del museo Objetivo Aumentar la visibilidad digital del Museo Casa de los 100 Años mediante el uso de herramientas tecnológicas y estrategias de marketing digital.

Actividades

Actividad	Descripción
Creación de redes sociales oficiales	Plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube
Actualización de página web	Información histórica, horarios y recorridos
Producción audiovisual	Creación de videos promocionales y testimonios
Campañas digitales	Promoción periódica del museo
Código QR	Acceso rápido a la información turística

Tabla 16: Estrategia 1

Responsables

- ✓ Administración del museo.
- ✓ Departamento de Turismo.
- ✓ Unidad de Comunicación del GAD.
- ✓ Instituciones universitarias colaboradoras.

Recursos Humanos

- ✓ Community Manager.
- ✓ Diseñador gráfico.
- ✓ Fotógrafo.

- ✓ Personal del museo.

Tecnológicos

- ✓ Computadoras.
- ✓ Cámara fotográfica.
- ✓ Internet.
- ✓ Software de diseño.

Indicadores

- ✓ Número de seguidores 2000 en el primer año.
- ✓ Alcance de publicaciones 50.000 visualizaciones.
- ✓ Interacciones digitales.
- ✓ Visitas al sitio web incremento del 30% de visitantes.

4.7.2. Estrategia 2

Desarrollo de experiencias turísticas culturales sostenibles

Objetivo

Mejorar la experiencia del visitante mediante actividades culturales y de interpretación.

Actividades

Tabla 17

Actividad	Descripción
Visitas guiadas	Recorridos interpretativos
Rutas patrimoniales	Conexión con otros atractivos culturales
Noches culturales	Presentaciones artísticas y musicales
Exposiciones temporales	Información sobre historia y patrimonio local
Talleres culturales	Artesanías y transmisión de memoria histórica

Tabla 17: Estrategia 2

Responsables

- ✓ Museo Casa de los 100 Años.
- ✓ Departamento de Turismo.
- ✓ Gestores culturales.

Indicadores

- ✓ Número de visitantes.
- ✓ Nivel de satisfacción.
- ✓ Cantidad de eventos realizados.

4.7.3. Estrategia 3

Alianzas institucionales y comunitarias

Objetivo

Fortalecer la colaboración entre instituciones públicas, privadas y comunitarias para promover el museo.

Actividades

Actividad	Descripción
Convenios universitarios	Investigación y prácticas estudiantiles
Vinculación con escuelas	Visitas educativas
Acuerdos con operadores turísticos	Inclusión en paquetes turísticos
Participación en ferias	Promoción cultural
Incorporación en circuitos turísticos	Ruta patrimonial de La Libertad

Tabla 18: Estrategia 3

Responsables

- ✓ GAD Municipal.
- ✓ Instituciones educativas.
- ✓ Operadores turísticos.
- ✓ Ministerio de Turismo.

Indicadores

- ✓ Convenios firmados.
- ✓ Actividades conjuntas.
- ✓ Participación institucional.

4.7.4. Estrategia 4

Educación patrimonial y sensibilización turística

Objetivo

Fomentar el conocimiento y valorización del patrimonio cultural entre la comunidad y los visitantes.

Actividades

Actividad	Descripción
Charlas educativas	Patrimonio cultural local
Programas escolares	Educación patrimonial
Concursos culturales	Fotografía, dibujo e historia
Campañas de sensibilización	Protección patrimonial
Jornadas comunitarias	Participación ciudadana

Tabla 19: Estrategia 4

Responsables

- ✓ Museo Casa de los 100 Años.
- ✓ Instituciones educativas.
- ✓ Departamento de Cultura.

Indicadores

- ✓ Participantes.
- ✓ Instituciones involucradas.
- ✓ Nivel de conocimiento adquirido.

Matriz resumen

Estrategia	Objetivo	Resultado esperado
Mejora de la promoción digital del museo	Aumentar la visibilidad online del Museo Casa de los 100 Años utilizando herramientas tecnológicas y estrategias de marketing digital	Mayor presencia en plataformas digitales, incremento de seguidores, interacción en redes sociales y aumento del interés turístico por el museo
Creación de experiencias turísticas culturales sostenibles.	Mejorar la experiencia del visitante mediante actividades culturales y de interpretación del patrimonio	Aumento de visitantes, mayor satisfacción turística y fortalecimiento de la oferta cultural del museo
Creación de alianzas institucionales y comunitarias	Fortalecer el trabajo conjunto entre instituciones públicas, privadas y comunitarias para promover el museo.	Consolidación de redes de colaboración, desarrollo de proyectos conjuntos y mayor posicionamiento del museo a nivel local y regional.
Educación patrimonial y sensibilización turística	Fomentar el conocimiento y la valoración del patrimonio cultural tanto en la comunidad como en los visitantes.	Incremento de la participación ciudadana, fortalecimiento de la identidad cultural y conciencia sobre la conservación del patrimonio.

Tabla 20: Matriz Resumen

4.8. Plan de implementación

Matriz de implementación

Tabla 21

Estrategia	Actividad principal	Responsable	Tiempo
Promoción digital	Creación de redes sociales	GAD y museo	Mes 1
Promoción digital	Producción audiovisual	Comunicación	Mes 2
Experiencias culturales	Visitas guiadas	Museo	Permanente
Experiencias culturales	Eventos culturales	Turismo	Trimestral
Alianzas institucionales	Convenios educativos	GAD	Mes 2
Educación patrimonial	Charlas y talleres	Museo	Permanente

Tabla 21: Matriz de implementación

4.9. Recursos requeridos

Recursos humanos

- ✓ Coordinador del proyecto.
- ✓ Gestor cultural.
- ✓ Diseñador gráfico.
- ✓ Community Manager.
- ✓ Guía turístico.
- ✓ Personal administrativo.

Recursos materiales

- ✓ Computadoras.
- ✓ Impresora.
- ✓ Material promocional.
- ✓ Señalética turística.
- ✓ Equipos audiovisuales.
- ✓ Mobiliario para eventos.

Recursos financieros

Presupuesto estimado

Tabla 22

Concepto	Valor USD
Diseño gráfico y publicidad	800
Producción audiovisual	1.200
Material promocional	1.000
Señalética turística	1.500
Eventos culturales	1.500
Capacitaciones	1.000
Contingencias	500
Total	7.500

Tabla 22: Recursos financieros

4.10. Viabilidad de la propuesta

Fuente de financiamiento

La ejecución de las estrategias propuestas para el fortalecimiento turístico y cultural del Museo Casa de los 100 Años requerirá la gestión de recursos económicos de diversas fuentes. El financiamiento podría provenir de asignaciones presupuestarias del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Libertad, dentro de sus competencias de promoción cultural y turística. Igualmente, se contempla la obtención de fondos concursables destinados a la conservación y difusión del patrimonio cultural, así como la formalización de convenios de cooperación con instituciones de educación superior para el desarrollo de proyectos de investigación, vinculación con la sociedad y prácticas preprofesionales.

Asimismo, se podrán gestionar aportes de empresas privadas a través de programas de responsabilidad social empresarial, patrocinio de actividades culturales y apoyo a iniciativas de promoción turística. Estas acciones garantizarán la sostenibilidad de la propuesta y el cumplimiento de los objetivos establecidos para la conservación, difusión y puesta en valor del Museo Casa de los 100 Años.

Fuentes de financiamiento:

GAD Municipal de La Libertad.

- Fondos culturales a nivel nacional y provincial.
- Convenios con universidades e instituciones educativas.
- Patrocinio y apoyo de empresas privadas.
- Proyectos de vinculación con la sociedad.
- Cooperación interinstitucional con entidades públicas y privadas.

Viabilidad técnica

La propuesta es técnicamente viable gracias a la disponibilidad de herramientas digitales, recursos tecnológicos y personal capacitado para su implementación.

Viabilidad económica

El presupuesto necesario es accesible y puede ser obtenido a través de recursos municipales, fondos culturales, colaboración institucional y alianzas estratégicas.

Viabilidad institucional

Hay una disposición favorable por parte del GAD Municipal, instituciones educativas y gestores culturales para respaldar iniciativas vinculadas a la conservación y promoción del patrimonio.

Viabilidad social

La propuesta es bien recibida socialmente dada la manifestación de interés de la comunidad por fortalecer el reconocimiento y conservación del patrimonio cultural local.

4.11. Sistema de evaluación y seguimiento

Indicador	Meta	Medio de verificación
Incremento de visitantes	+30% anual	Registro de visitantes
Seguidores en redes sociales	+2.000 usuarios	Medición de seguidores
Actividades culturales ejecutadas	12 por año	Informes
Convenios institucionales	5 convenios	Copia de convenios
Participación estudiantil	500 estudiantes por año	Registro

Tabla 23: Sistema de evaluación y seguimiento

Métodos de evaluación

- ✓ Encuestas de satisfacción.
- ✓ Estadísticas de visitantes.
- ✓ Informes de gestión.
- ✓ Métricas digitales.
- ✓ Registros fotográficos.
- ✓ Actas de actividades realizadas.

4.12. Impactos esperados

Impacto turístico

- ✓ Aumento en el número de visitantes.
- ✓ Mejor posicionamiento turístico del museo.
- ✓ Integración en circuitos culturales provinciales.

Impacto cultural

- ✓ Consolidación de la identidad local.
- ✓ Mayor conocimiento sobre el patrimonio histórico.
- ✓ Conservación de la memoria colectiva.

Impacto social

- ✓ Participación de la comunidad.
- ✓ Inclusión de instituciones educativas.
- ✓ Concienciación ciudadana.

Impacto económico

- ✓ Dinamización del turismo cultural.
- ✓ Aumento en la demanda de servicios turísticos.
- ✓ Generación de oportunidades económicas para la comunidad local.

Impacto patrimonial

- Fortalecimiento de la valoración patrimonial del Museo Casa de los 100 Años.
- Aumento del reconocimiento y la difusión del patrimonio cultural de La Libertad.
- Mayor participación de la comunidad en la conservación y protección del patrimonio.
- Consolidación del museo como un referente histórico, cultural y turístico del cantón.

4.13. Conclusión del capítulo

La propuesta presentada representa una alternativa viable para fortalecer la valorización turística del Museo Casa de los 100 Años mediante la ejecución de estrategias de promoción turística sostenible. Las acciones propuestas integran herramientas digitales, educación patrimonial, experiencias culturales y alianzas institucionales que contribuirán a aumentar la visibilidad del atractivo, reforzar la identidad cultural del cantón La Libertad y fomentar un desarrollo turístico sostenible. Su implementación permitirá consolidar al museo como uno de los principales referentes patrimoniales de la provincia de Santa Elena y generar beneficios sociales, culturales, turísticos y económicos para la comunidad local.

**5. CAPÍTULO V. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA
CARTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

Fecha:

Asunto: Validación de entrevista dirigida a actores del sector turístico

Yo, _____, portador de la cédula de identidad N.º _____, _____, certifico que he revisado el instrumento de investigación correspondiente a una entrevista dirigida a actores del sector turístico, elaborado por las maestrantes **Magdalia Rebeca Garcés Jouvin** y **Ruth Angélica Mutre Pinto**, como parte del trabajo de titulación denominado “Estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena”, desarrollado para la obtención del título de Magíster en Turismo con mención en Diseño de Productos Turísticos.

Una vez realizado el análisis del instrumento, considero que las preguntas formuladas son claras, pertinentes y coherentes con los objetivos de la investigación. Asimismo, el contenido del instrumento permite recopilar información relevante y suficiente para el desarrollo del estudio, contribuyendo a la obtención de resultados válidos y confiables.

Cabe señalar que la entrevista fue desarrollada el _____, mientras que la presente validación se emite en la fecha de suscripción de este documento, una vez realizada la revisión y evaluación del instrumento de investigación, de acuerdo con los criterios técnicos y profesionales aplicables.

En función de la revisión efectuada, emito un criterio favorable y valido el instrumento de entrevista, al considerar que cumple con los criterios metodológicos necesarios para su aplicación en la presente investigación. Para constancia de lo expuesto, suscribo la presente carta de validación.

Atentamente,

MSc.

5.1.Introducción

El propósito de este capítulo es validar la propuesta titulada “Estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena”. La validación se llevó a cabo a través del criterio de expertos, quienes evaluaron la relevancia, coherencia, viabilidad y aplicabilidad de las estrategias propuestas.

Este proceso permitió conocer el nivel de aceptación de la propuesta por parte de profesionales con experiencia en turismo, patrimonio cultural, gestión turística y promoción cultural, asegurando su fundamentación técnica y metodológica. Los resultados obtenidos ayudan a confirmar la posibilidad de implementar las estrategias diseñadas y su potencial contribución al fortalecimiento de la valorización turística y patrimonial del Museo Casa de los 100 Años.

5.2.Objetivo de la validación

Determinar la relevancia, coherencia, viabilidad y aplicabilidad de las estrategias de promoción turística sostenible propuestas para incrementar la valorización turística del Museo Casa de los 100 Años, a través del criterio de expertos.

5.3. Método de validación

La validación se llevó a cabo mediante el método de juicio de expertos, el cual consiste en la evaluación técnica de una propuesta por parte de especialistas con experiencia y conocimientos en relación con el objeto de estudio.

Para ello, se seleccionaron cinco profesionales relacionados con las áreas de turismo, patrimonio cultural, gestión turística, promoción turística y desarrollo local.

Los expertos examinaron la propuesta considerando diversos indicadores relacionados con su estructura, contenido, pertinencia y viabilidad de aplicación.

5.4. Selección de expertos

Se tomaron en cuenta especialistas para la validación que cumplieran con los siguientes criterios:

- ✓ Formación académica de posgrado.
- ✓ Experiencia profesional mínima de cinco años.
- ✓ Conocimiento en turismo, patrimonio cultural o gestión pública.
- ✓ Participación en proyectos de desarrollo turístico o cultural.

Caracterización de los expertos

Experto	Formación	Cargo	Experiencia
E1	Magíster en Turismo	Gestión Turística	12
E2	Magíster en Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural	10
E3	Magíster en Desarrollo Local	Turismo Sostenible	9
E4	Magíster en Marketing Turístico	Promoción Turística	8
E5	Magíster en Gestión Cultural	Gestión Cultural	11

Tabla 24: Caracterización de los expertos

5.5. Instrumento de validación

Se diseñó una ficha de evaluación estructurada a través de una escala tipo Likert de cinco categorías.

Escala de valoración

Valor	Categoría
5	Excelente
4	Muy bueno
3	Bueno
2	Regular
1	Deficiente

Tabla 25: Escala de valoración

5.6. Indicadores de evaluación

Indicadores evaluados por los expertos

N.º	Indicador
1	Claridad de la propuesta
2	Coherencia con la problemática identificada
3	Pertinencia de las estrategias planteadas
4	Viabilidad técnica
5	Viabilidad económica
6	Aplicabilidad en el contexto local
7	Contribución a la valorización patrimonial
8	Contribución al turismo sostenible
9	Innovación de la propuesta
10	Impacto esperado en la promoción turística

Tabla 26: Indicadores evaluados por los expertos

5.7. Resultados de la validación

Valoración otorgada por los expertos

Indicador	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio
Claridad	5	5	4	5	5	4,8
Coherencia	5	5	5	4	5	4,8
Pertinencia	5	5	5	5	5	5,0
Viabilidad técnica	4	5	4	5	5	4,6
Viabilidad económica	4	4	4	5	4	4,2
Aplicabilidad	5	5	4	5	5	4,8
Valorización patrimonial	5	5	5	5	5	5,0
Turismo sostenible	5	5	5	4	5	4,8
Innovación	4	5	4	5	4	4,4
Impacto esperado	5	5	5	5	5	5,0

Tabla 27: Valoración otorgada por los expertos

Promedio General = 4,74 / 5

Fuente: Elaboración propia.

5.8. Análisis de los resultados

Los resultados obtenidos muestran una evaluación favorable de la propuesta por parte de los expertos consultados, evidenciando la aceptación de las estrategias planteadas para fortalecer la promoción turística sostenible y la valorización patrimonial del museo casa de los 100 años.

El indicador pertenencia alcanzó una valorización promedio de 5,0 puntos, que evidenciando que los expertos consideran que las estrategias propuestas responden adecuadamente a las necesidades identificadas durante el diagnóstico del museo. Esto demuestra que las acciones planteadas mantienen coherencia con la realidad del atractivo patrimonial y permiten atender las principales limitaciones relacionadas con su promoción, difusión y reconocimiento dentro del territorio.

El indicador valorización patrimonial obtuvo una valorización promedio de 4.7 puntos, reflejando que los expertos consideran que la propuesta contribuye al fortalecimiento del reconocimiento histórico y cultural del museo casero 100 años. Esta valorización evidencia que las estrategias planteadas favorecen la conservación de la memoria colectiva, la identidad local y el aprovechamiento del patrimonio como recurso turístico capaz de generar mayor interés en visitantes y habitantes del cantón.

Por otro lado, el indicador viabilidad económica alcanzó una valorización promedio de 4 puntos, considerada muy favorable, aunque los expertos señalaron la importancia de establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas, privadas y actores locales. Estas acciones permitirán garantizar la disponibilidad de recursos necesarios para la ejecución y continuidad de las estrategias propuestas, fortaleciendo la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

5.9. Discusión de los resultados de la validación

Los resultados obtenidos están en línea con lo que propone la ONU Turismo (2024) que subraya la importancia de aplicar estrategias de promoción turística sostenibles que se basen en la participación comunitaria, la utilización de herramientas digitales y la conservación del patrimonio cultural.

Asimismo, los expertos señalaron que la propuesta responde adecuadamente a los resultados del diagnóstico realizado en el Capítulo III, donde se evidenció la necesidad de mejorar la difusión digital, aumentar la participación comunitaria y potenciar el posicionamiento turístico del museo.

Igualmente, las estrategias propuestas están alineadas con las recomendaciones del arqueólogo Danilo Villao Figueroa, quien destacó la importancia de la difusión cultural, la educación patrimonial y la colaboración con instituciones educativas para reforzar el reconocimiento del patrimonio local.

Por lo tanto, la validación confirma que la propuesta representa una alternativa viable para aportar a la valorización turística y patrimonial del Museo Casa de los 100 Años.

5.10. Síntesis de los resultados de validación

Los hallazgos principales fueron:

- ✓ La propuesta fue considerada pertinente y coherente con la problemática identificada.
- ✓ Las estrategias planteadas presentan viabilidad técnica e institucional.
- ✓ Existe un potencial para mejorar la promoción turística sostenible del museo.
- ✓ Se reconoce una importante contribución a la valorización del patrimonio cultural local.

- ✓ Las acciones propuestas fomentan la participación comunitaria y la educación patrimonial.
- ✓ La propuesta puede fortalecer la oferta turística cultural del cantón La Libertad.

5.11. Conclusión del capítulo

La validación realizada mediante el criterio de expertos permitió verificar la pertinencia, coherencia y viabilidad de las estrategias de promoción turística sostenible propuestas para la valorización del Museo Casa de los 100 Años. Los especialistas otorgaron una valoración general excelente, evidenciando que las acciones planteadas responden adecuadamente a las necesidades identificadas durante la investigación y tienen potencial para fortalecer el posicionamiento turístico y patrimonial del museo. En consecuencia, la propuesta constituye una herramienta viable para impulsar el turismo cultural sostenible y contribuir al desarrollo turístico del cantón La Libertad.

Conclusiones

1. El diagnóstico realizado permitió identificar que el Museo Casa de los 100 Años posee un significativo valor histórico, cultural y patrimonial para el cantón La Libertad, actuando como un espacio que contribuye a la preservación de la memoria colectiva, la identidad local y la difusión de la historia del territorio. Sin embargo, su potencial turístico aún no se ha aprovechado en su totalidad debido a limitaciones en la promoción y difusión de su atractivo.
2. Los resultados de las encuestas revelaron que, aunque una parte considerable de la población conoce la existencia del museo, aún existen niveles bajos de conocimiento sobre su historia, contenidos y relevancia patrimonial. Además, se determinó que la promoción turística actual es percibida como insuficiente por una gran parte de los encuestados, lo que limita su posicionamiento dentro de la oferta turística cultural de la provincia de Santa Elena.
3. La entrevista realizada al gestor de patrimonio histórico y arqueológico permitió establecer que uno de los mayores retos para la valorización del museo es la falta de empoderamiento ciudadano respecto al patrimonio cultural local, situación asociada a un escaso conocimiento de los bienes patrimoniales existentes y la necesidad de fortalecer los procesos de educación patrimonial, difusión cultural y participación comunitaria.

4. La investigación determinó que las redes sociales, los sitios web turísticos, las ferias culturales, las actividades educativas y las alianzas institucionales son las herramientas fundamentales para potenciar la promoción turística sostenible del Museo Casa de los 100 Años. Además, se detectó una alta disposición de la población para visitar y recomendar el museo si se llevan a cabo acciones de promoción más efectivas.

5. En respuesta a los hallazgos obtenidos, se diseñó una propuesta de estrategias de promoción turística sostenible basada en el fortalecimiento de la comunicación digital, la educación patrimonial, la participación comunitaria y la colaboración institucional. Estas estrategias buscan aumentar la visibilidad del museo, fortalecer su valorización patrimonial y contribuir al desarrollo del turismo cultural sostenible en el cantón La Libertad.

6. La validación de la propuesta mediante criterio de expertos confirmó su pertinencia, coherencia, viabilidad y aplicabilidad, obteniendo una valoración positiva que demuestra su potencial para contribuir al posicionamiento turístico del Museo Casa de los 100 Años y al fortalecimiento de la oferta cultural de la provincia de Santa Elena.

Recomendaciones

1. Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Libertad fortalecer la promoción turística del Museo Casa de los 100 Años mediante la implementación progresiva de las estrategias propuestas, priorizando el uso de herramientas digitales, redes sociales y plataformas web que permitan ampliar su alcance y visibilidad.
2. Se sugiere desarrollar programas permanentes de educación patrimonial dirigidos a estudiantes, docentes y ciudadanía en general, con el propósito de fomentar el conocimiento, la apropiación social y la conservación del patrimonio cultural local.
3. Es importante consolidar alianzas estratégicas entre el GAD Municipal, instituciones educativas, operadores turísticos, organizaciones culturales y medios de comunicación para integrar el museo dentro de rutas turísticas, programas académicos y actividades de promoción territorial.
4. Se recomienda establecer una agenda anual de actividades culturales, artísticas y educativas que incentive la participación comunitaria y contribuya a generar experiencias turísticas atractivas para visitantes locales, nacionales e internacionales.
5. Es necesario seguir gestionando recursos técnicos y financieros que permitan mejorar la señalización, interpretación patrimonial, accesibilidad y equipamiento del museo, lo que fortalecerá la calidad de la experiencia turística ofrecida a los visitantes.
6. Se sugiere realizar evaluaciones periódicas sobre el impacto de las estrategias implementadas mediante indicadores relacionados con la afluencia de visitantes, interacción digital, satisfacción de los usuarios y participación comunitaria, con el fin de asegurar la mejora continua de la gestión turística del atractivo.

7. Para futuras investigaciones, se propone analizar el impacto económico, social y cultural que puede resultar de la integración del Museo Casa de los 100 Años dentro de circuitos turísticos provinciales, así como estudiar el potencial de otros bienes patrimoniales del cantón La Libertad y de la provincia de Santa Elena para diversificar la oferta turística cultural.

Limitaciones de la investigación

Durante el desarrollo de la investigación, se identificaron algunas limitaciones relacionadas con la falta de estudios científicos específicos sobre la promoción turística del Museo Casa de los 100 Años, así como la disponibilidad limitada de información estadística histórica concerniente a la afluencia de visitantes y los procesos de gestión turística del atractivo. No obstante, estas limitaciones fueron abordadas a través de encuestas a una muestra representativa de la población, entrevistas con actores clave vinculados a la gestión patrimonial y la observación directa del recurso turístico, lo que permitió obtener información suficiente para cumplir con los objetivos planteados.

BIBLIOGRAFÍA

- Floričić, T., Šker, I., & Maras Benassi, H. (2023). Mejora de la promoción digital de atracciones culturales: evaluación de sitios web, herramientas de marketing online y tecnologías inteligentes. *Paradigma* , 72-92.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2023). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *McGraw-Hill Interamericana Editores*, 752.
- Alvarez Plua, H., Benavides Benitez, V., Cedeño Pinoargote, J., & Bricio Samaniego, K. (2018). Patrimonio cultural del cantón Santa Elena y su influencia en los medios de difusión turística. *6(2)*, 31-36.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9463505>
- Botina Mora, J. M., Gallego López, J. C., Estupiñan Revelo, O., & Bastidas Mera, E. J. (2023). *Identidad, cultura y patrimonio como herramientas turísticas en sus estrategias de marketing digital*. UPSE:
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5f51d288-c2ee-4fc7-be06-8bc0f8a2773f/content>
- Buhalis, D. (2023). *Tourism Management and Digital Transformation*. Routledge.
<https://www.routledge.com/>
- Carrera Bravo, M. A., Cobeña Macías, E. C., Ordoñez `Piedra, J. C., & Zambrano, W. S. (2023). Estudio del patrimonio cultural y natural del Ecuador desde un enfoque turístico. *Revista de ciencias sociales y economía*, 8.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18779/csye.v8i1.693>
- Dallen J, T. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publications. <https://doi.org/https://doi.org/10.21832/TIMOTH7710>

- Dallen J, Timothy. (2021). Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. *Channel View Publications*, 2, 549. <https://doi.org/https://doi.org/10.21832/9781845417727>
- Di Pietro, L., Guglielmetti Mugion, R., Francesca Renzi, M., & Toni, M. (2014). An Audience-Centric Approach for Museums Sustainability. *Sustainability*, 6. <https://doi.org/https://www.mdpi.com/2071-1050/6/9/5745>
- Dwyer, L. (2022). *Tourism Economics and Policy*. Channel View Publications. <https://www.channelviewpublications.com/>
- Espeso Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17, 1101 - 1112. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=3173102>
- Félix Mendoza, Ángel G., & Chilán, Y. D. (02 de 06 de 2016). Patrimonio Cultural como Nueva Oferta Turística en el Cantón Portoviejo - Ecuador. *Revista Latino-Americana De Turismologia*, 1(2), 52 - 61. <https://doi.org/https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/9974>
- García Lebroc, L. A., Manzano Díaz, M., & Garaicoa-Fuentes, F. L. (2024). Turismo arqueológico y preservación del patrimonio. *InveCom*, 5(3), 1-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14267942>
- Goeldner, C., & J.r Brent, R. (2022). *Tourism: Principles, Practices*. Wiley. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2022). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (13th ed.). Wiley.
- Gómez Pita, Karla Carolina. (2024). *Turismo cultural: historia y potencial de la cabecera cantonal de Santa Elena*. UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10998>
- Gossling, S. (2021). *Sustainable Tourism and Climate Change*. Routledge. <https://www.routledge.com/>
- Govers, R., & Go, F. (2011). Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities,

- Constructed, Imagined and Experienced. *Elsevier*, 32(3), 702 - 703.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.002>
- Hormaza Muñoz, D. D., & Torres Rodríguez, R. M. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18, 385 - 400.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=3779336>
- INPC. (2023). *Guía Metodológica para la elaboración de gestión y planes de manejo de los centros históricos de las ciudades medias en Ecuador*. INPC. Lineamientos para la gestión del patrimonio cultural en Ecuador:
https://www.patrimoniocultural.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/19_GUIAELABORACIONPLANESDEGESTION_CIUDADESMEDIAS.pdf
- INPC. (2023). *Instituto Nacional de Patrimonio Cultural*. Lineamientos para la gestión del patrimonio cultural en Ecuador: https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/10/Lineamientos_Emergencia_Fenomeno-de-El-Nino_GAD_2023_Final.pdf
- Kotler, P., Bowen, J., & Baloglu, S. (2022). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.
<https://www.pearson.com/>
- Luiza Pop, I., Borza, A., Buiga, A., Ighian, D., & Toader, R. (2019). Tendencias del turismo cultural. *Dialnet*, 17(6), 1101 - 1112.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7208703>
- Menéndez Delgado, E. R., López Sánchez, J. A., & Díaz Ortega, R. (2020). Evolución del turismo cultural: Estudio de caso para el desarrollo de un ecomuseo en la provincia de Manabí (Ecuador). *Historia Actual Online*, 54, 143 - 156.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7907380>

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/>
- ONU Turismo. (2024). *ONU Turismo*. Tourism and Sustainable Development: <https://www.untourism.int/es>
- ONU Turismo. (2024). *Organización Mundial del Turismo*. Tourism and Sustainable Development: <https://www.untourism.int/es>
- ONU Turismo. (2024). *Tourism and Sustainable Development*. Organización Mundial del Turismo: <https://www.untourism.int/es>
- Pilay Figueroa, Miguel Ángel. (2017). *UPSE*. UPSE: <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3882>
- Prada Trigo, J., Armijos Chillogallo, D., Crespo Cordova, A., & Torres León, L. (2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16, 55-72. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6271363>
- Prideaux, B., & KININMONT, L.-J. (1999). Tourism and Heritage Are Not Strangers: A Study of Opportunities for Rural Heritage Museums to Maximize Tourism Visitation. *Journal of Travel Research*, 37(970), 209 - 303. <https://doi.org/10.1177/004728759903700312>
- Ramón -Morillo, K., & Ullauri-Donoso, N. (15 de 08 de 2014). EL MUSEO COMO PRINCIPAL ATRACTIVO DEL TURISMO CULTURAL. *Universidad Verdad*, 1(64), 85 - 97. <https://doi.org/https://doi.org/10.33324/uv.vi64.255>
- Richards, G. (2021). *Rethinking Cultural Tourism*. Edward Elgar Publishing. <https://www.e-elgar.com/>
- Rosser, P., & Soler, S. (2023). Sustainable tourism and cultural heritage: a quantitative interdisciplinary approach based on visitor profiles. *Historical Technical Journal*, 23. <https://doi.org/https://doi.org/10.6092/issn.1973-9494/20045>

UNESCO. (2023). *Culture & Sustainable Development*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: <https://www.unesco.org/en/sustainable-development/culture>

UNESCO. (2023). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Patrimonio cultural y desarrollo sostenible: <https://www.unesco.org/en/sustainable-development/culture>

UNESCO. (2024). *MUSEOS*. UNESCO: <https://www.unesco.org/en/museums>

UNESCO. (12 de 06 de 2024). *Proyecto de Turismo Sostenible y Patrimonio Inmaterial en América Latina y el Caribe*. UNESCO: https://www.unesco.org/es/articles/unesco-presenta-avances-en-el-proyecto-de-turismo-sostenible-y-patrimonio-inmaterial-en-america?hub=70287&utm_source=chatgpt.com

Vásquez Farfán, N., Aguirre Suárez, T., Reyes Terero, A., & Fortis Suárez, J. (21 de 04 de 2023). Factores de competitividad para el Patrimonio Cultural de la parroquia Ancón, provincia de Santa Elena. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 10(2). <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9283>

Viñals, M. J. (2021). Herramientas técnicas y principios básicos en el proceso de planificación turística de los sitios patrimoniales. *Revista PH*, 104, 142 - 145. <https://doi.org/https://doi.org/10.33349/2021.104.4969>

Yagual Suárez, Juan Eduardo. (08 de 02 de 2024). *Turismo cultural: ruta de los museos de la provincia de Santa Elena*. La Libertad, Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10997>

Zárate Martín, M. A., & García Ferrero, A. (2017). Los museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje. *Arbor*, 193(785), 401. <https://doi.org/https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3007>

ANEXOS

Carta de validación de instrumento de investigación arqueólogo



CARTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Fecha: Martes 16 de junio de 2026

Asunto: Validación de entrevista dirigida a actores del sector turístico

Yo, Danilo Javier Villao Figueroa, portador de la cédula de identidad N.º 0922150289, Gestor de Patrimonio Histórico y Arqueólogo Local del GAD Municipal del cantón La Libertad, certifico que he revisado el instrumento de investigación correspondiente a una entrevista dirigida a actores del sector turístico, elaborado por las maestrantes **Magdalia Rebeca Garcés Jouvin** y **Ruth Angélica Mutre Pinto**, como parte del trabajo de titulación denominado "Estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena", desarrollado para la obtención del título de Magister en Turismo con mención en Diseño de Productos Turísticos.

Una vez realizado el análisis del instrumento, considero que las preguntas formuladas son claras, pertinentes y coherentes con los objetivos de la investigación. Asimismo, el contenido del instrumento permite recopilar información relevante y suficiente para el desarrollo del estudio, contribuyendo a la obtención de resultados válidos y confiables.

Cabe señalar que la entrevista fue desarrollada el 22 de mayo de 2026, mientras que la presente validación se emite en la fecha de suscripción de este documento, una vez realizada la revisión y evaluación del instrumento de investigación, de acuerdo con los criterios técnicos y profesionales aplicables.

En función de la revisión efectuada, emito un criterio favorable y valido el instrumento de entrevista, al considerar que cumple con los criterios metodológicos necesarios para su aplicación en la presente investigación. Para constancia de lo expuesto, suscribo la presente carta de validación.

Atentamente,



Arqueol. Danilo Javier Villao Figueroa

Carta de validación de instrumento de investigación analista de AME.



CARTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Fecha: Martes 16 de junio de 2026

Asunto: Validación de entrevista dirigida a actores del sector turístico

Yo, Silvia Ximena Freire Cuesta, portador de la cédula de identidad N.º 1103486328, analista de desarrollo turístico de AME, certifico que he revisado el instrumento de investigación correspondiente a una entrevista dirigida a actores del sector turístico, elaborado por las maestras **Magdalia Rebeca Garcés Jouvin** y **Ruth Angélica Mutre Pinto**, como parte del trabajo de titulación denominado "Estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena", desarrollado para la obtención del título de Magíster en Turismo con mención en Diseño de Productos Turísticos.

Una vez realizado el análisis del instrumento, considero que las preguntas formuladas son claras, pertinentes y coherentes con los objetivos de la investigación. Asimismo, el contenido del instrumento permite recopilar información relevante y suficiente para el desarrollo del estudio, contribuyendo a la obtención de resultados válidos y confiables.

Cabe señalar que la entrevista fue desarrollada el 04 de junio del 2026, mientras que la presente validación se emite en la fecha de suscripción de este documento, una vez realizada la revisión y evaluación del instrumento de investigación, de acuerdo con los criterios técnicos y profesionales aplicables.

En función de la revisión efectuada, emito un criterio favorable y valido el instrumento de entrevista, al considerar que cumple con los criterios metodológicos necesarios para su aplicación en la presente investigación. Para constancia de lo expuesto, suscribo la presente carta de validación.

Atentamente



MSc. Silvia Ximena Freire Cuesta

Carta de validación de instrumento de investigación servidora pública del ministerio de producción, comercio exterior e inversión.



CARTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Fecha: Martes 16 de junio de 2026

Asunto: Validación de entrevista dirigida a actores del sector turístico

Yo, Loira Marisa Delgado Granizo, portador de la cédula de identidad N.º 0910120393, servidora pública del ministerio de producción, comercio exterior e inversión, certifico que he revisado el instrumento de investigación correspondiente a una entrevista dirigida a actores del sector turístico, elaborado por las maestrantes **Magdalia Rebeca Garcés Jouvin** y **Ruth Angélica Mutre Pinto**, como parte del trabajo de titulación denominado "Estrategias de promoción turística sostenible para la valorización del Museo Casa de los 100 Años en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena", desarrollado para la obtención del título de Magíster en Turismo con mención en Diseño de Productos Turísticos.

Una vez realizado el análisis del instrumento, considero que las preguntas formuladas son claras, pertinentes y coherentes con los objetivos de la investigación. Asimismo, el contenido del instrumento permite recopilar información relevante y suficiente para el desarrollo del estudio, contribuyendo a la obtención de resultados válidos y confiables.

Cabe señalar que la entrevista fue desarrollada el 05 de junio del 2026, mientras que la presente validación se emite en la fecha de suscripción de este documento, una vez realizada la revisión y evaluación del instrumento de investigación, de acuerdo con los criterios técnicos y profesionales aplicables.

En función de la revisión efectuada, emito un criterio favorable y valido el instrumento de entrevista, al considerar que cumple con los criterios metodológicos necesarios para su aplicación en la presente investigación. Para constancia de lo expuesto, suscribo la presente carta de validación.

Atentamente,



MSc. Loira Marisa Delgado Granizo

Evidencias

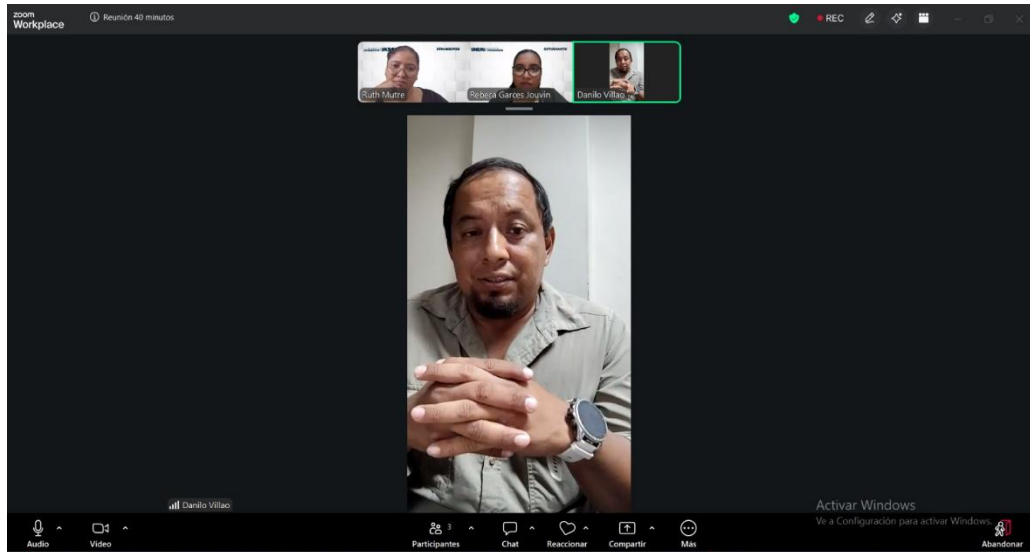


Figura 13: Entrevista a gestor de Patrimonio Histórico y Arqueológico Local del GAD Municipal del cantón La Libertad.

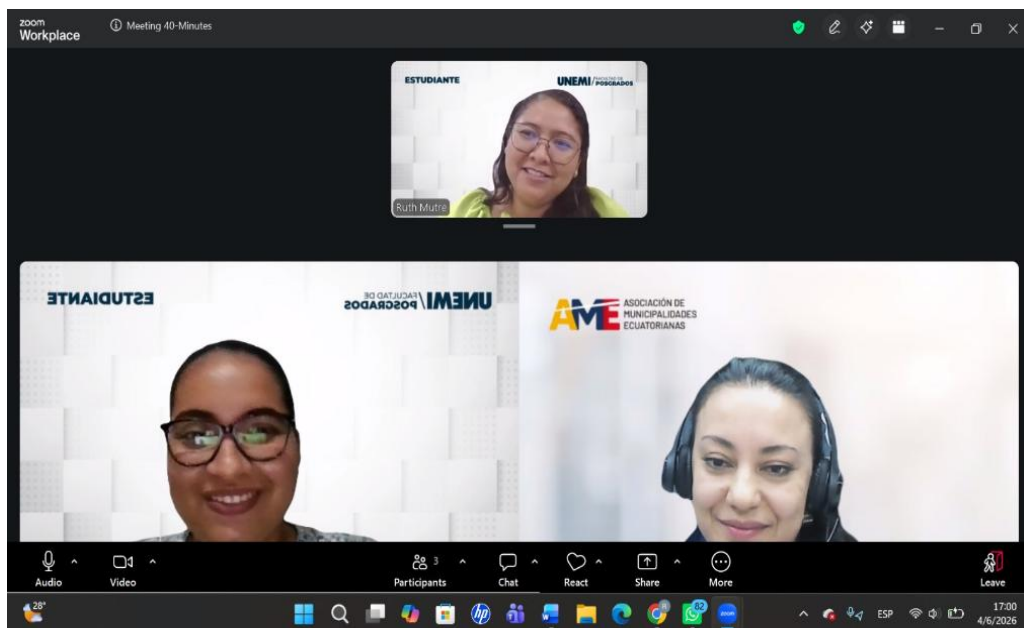


Figura 14: Entrevista a analista de desarrollo turístico de AME.

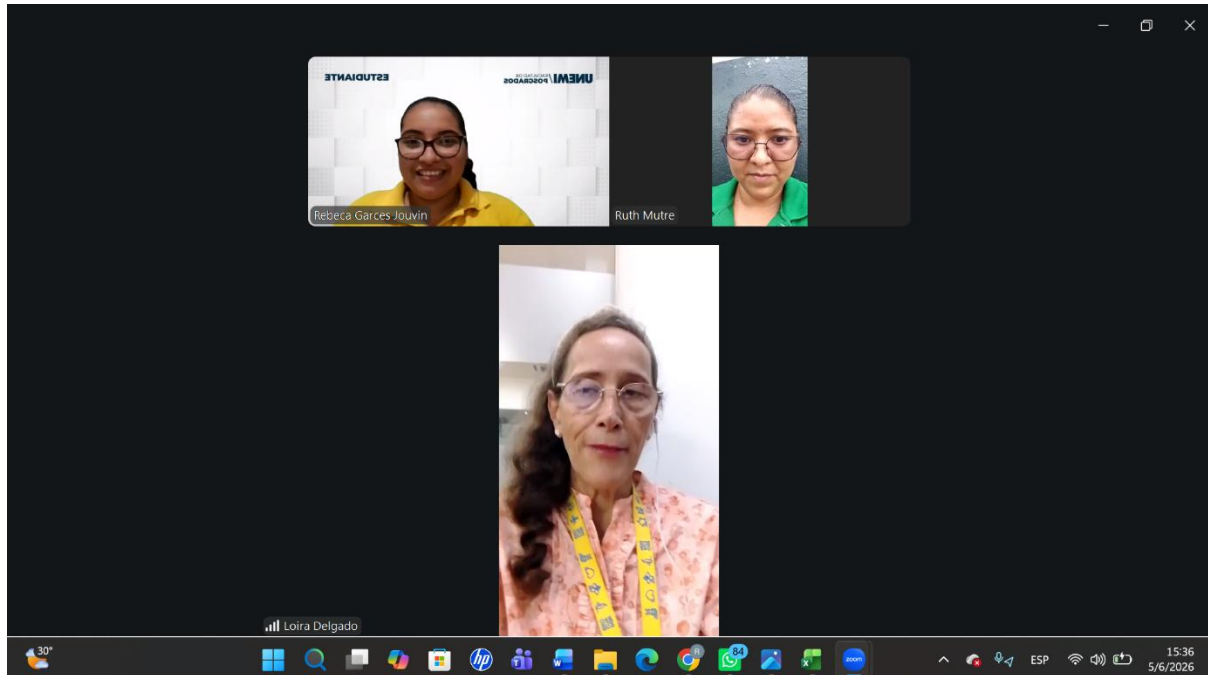


Figura 15: Entrevista a servidora pública del ministerio de producción, comercio exterior e inversión



Figura 16: Entrevista realizada a los turistas.



Figura 17: Entrevista realizada a los turistas.

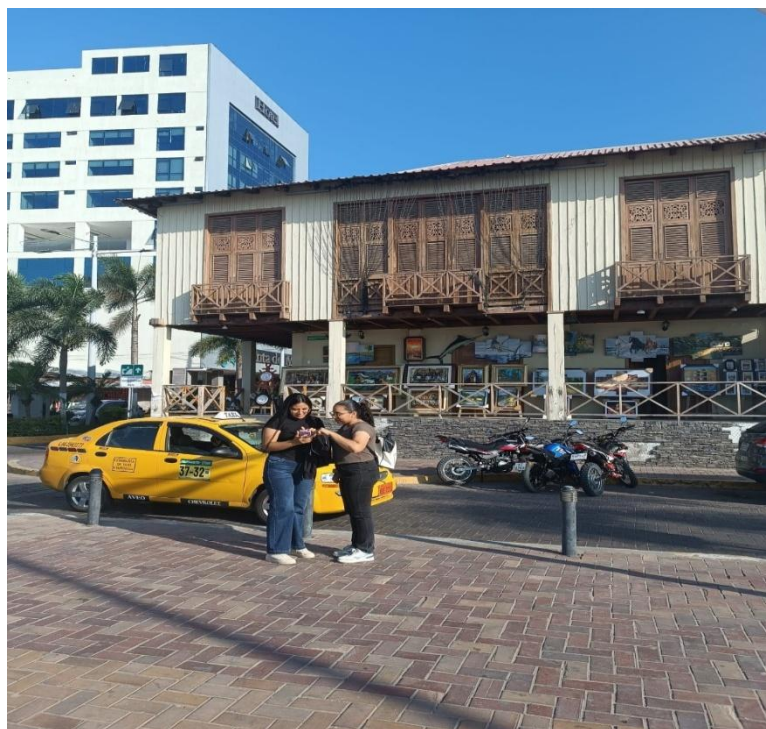


Figura 18: Entrevista realizada a los turistas.



Figura 19:Entrevista realizada a los turistas.



Figura 20: Entrevista realizada a los turistas.



Figura 21. Entrevista realizada a los turistas.



Figura 22: Entrevista realizada a los turistas.