



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE TURISMO
Y HOTELERÍA ITHI**

CARRERA: GUÍA NACIONAL DE TURISMO

**TEMA: "ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE
PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL
FLUJO TURÍSTICO DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO LA
FLORIDA DE LA CIUDAD DE QUITO"**

**Trabajo de investigación previo a la
obtención del Título de Guía Nacional de
Turismo**

Autora: Ana Lucía Erazo Yamá

Tutor: Ing. Wilson Villavicencio

Quito - Ecuador

2013

DEDICATORIA

La presente tesis de grado la dedico a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor por enseñarme que detrás de cada línea de llegada, hay una de partida. Detrás de cada logro, hay otro desafío.

Este trabajo me llevo mucho tiempo hacerlo y quiero dedicarlo a Usted; mi madre Lucila Yamá, por ser el pilar más importante, por haberme apoyado en todo momento como padre y madre, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, responsable y correcta en la vida pero más que nada, por su amor incondicional.

A mi hermana Dayanna por ser el motor de inspiración como ejemplo para ella en un futuro; a mi abuelita Julia Yamá a pesar de haberla perdido hace 3 años, ha estado siempre cuidándome y guiándome desde el cielo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por el presente trabajo de tesis, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño tan anhelado.

El resultado de mi esfuerzo ha dado frutos no hay palabras que puedan describir mi profundo agradecimiento a usted mi Madre Lucila Yamá quien a lo largo de toda mi vida me ha apoyado y motivado en mi formación académica, por la seguridad y confianza depositada en mí en todo momento y por no dudar de mis habilidades, y capacidades.

También me gustaría agradecer a mis profesores, que durante toda mi carrera profesional han aportado con un granito de arena a mi formación, y a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, en especial a mi profesor, Juan Sigüenza.

A mi director de tesis, Ing. Wilson Villavicencio por su apoyo ofrecido en este trabajo; y su

tiempo compartido y por impulsar el desarrollo mi tesis con éxito.

A personitas especiales,

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida Juan David Mantilla, Rodolfo Valencia, Mabel Espinoza, que gracias a su motivación, risas y llantos me apoyaron a realizar parte de este trabajo de forma desinteresada y con mucho cariño.

Y finalmente un eterno agradecimiento a este prestigioso Instituto el cual abrió y abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Ana Lucia Erazo Yamá declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de Tesis con tema: **"ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL FLUJO TURÍSTICO DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO LA FLORIDA DE LA CIUDAD DE QUITO"**, es de mi estricta autoría y autenticidad.

Responsabilizándome de los conceptos, propuestas y opiniones en el documento presentado

Atentamente

Ana Lucia Erazo Yamá

Quito, 20 de Julio 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERO: El Ing. Wilson Villavicencio por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y la Srta. Ana Lucia Erazo Yamá, por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDO: Ana Lucia Erazo Yamá realizó el trabajo de fin de carrera titulado **"ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL FLUJO TURÍSTICO DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO LA FLORIDA DE LA CIUDAD DE QUITO"**, para obtener el título de Guía Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría de Ing. Wilson Villavicencio.

DOS: Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y se lo aplique

en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que conforman el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI".

TERCERO: Comparecen, Ing. Wilson Villavicencio, en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y Ana Lucia Erazo Yamá, como autora del mismo, por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: **"ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL FLUJO TURÍSTICO DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO LA FLORIDA DE LA CIUDAD DE QUITO"**, y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

Ing. Wilson Villavicencio

Ana Erazo

Ing. Wilson Villavicencio

TUTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", de Quito; por lo tanto se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Wilson Villavicencio

20 de Julio de 2013

INDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA	vi
PORTADA	xiv
RESUMEN	xiv
INTRODUCCIÓN	14
PRIMERA PARTE - PROBLEMA	16
1.1 Identificación del Problema	16
1.2 Formulación del Problema	17
1.3 Objetivos	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos	18
1.4 Justificación	18
SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO	19
2.1 Estructura del Marco Teórico	19
CAPÍTULO I GENERALIDADES DE ESTUDIO	19
1.1 Historia Aborigen del Ecuador	19
1.1.1 Período Pre-cerámico	19
1.1.2 Aspecto político	19
1.1.3 Aspecto económico	20
1.1.4 Aspecto social	20
1.1.5 Aspecto cultural	21
1.1.6 Período Formativo en la Historia Aborigen del Ecuador	21
1.1.7 Aspecto Político	22
1.1.8 Aspecto Económico	22
1.1.9 Aspecto Social	24
1.1.10 Aspecto Cultural	26
1.1.11 Historia Arqueológica de la Florida	27
1.1.12 Ubicación Geográfica	28
1.1.13 Población	29

1.1.14 Interpretación del material Arqueológico del Museo	43
2.2 Hipótesis	62
CAPÍTULO II PROMOCIÓN TURÍSTICA	63
2.1 Publicidad Turística	63
2.2 Medios de Comunicación Turística	65
2.3 Promoción turística mediante revistas	67
2.4 Promoción turística a través de canales de televisión	73
CAPÍTULO III OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA	76
3.1 Oferta turística	76
3.2 Demanda turística	77
3.3 Análisis de la oferta Turística del Museo de la florida	79
3.4 Análisis de la demanda Turística del Museo de la florida	79
3.5 Análisis de la promoción y difusión del Museo Arqueológico de la Florida.	81
TERCERA PARTE - METODOLOGÍA	82
3.1 Tipo de diseño de la Investigación	82
3.2 Población y Muestra	83
3.3 Instrumentos de Recolección de Datos	85
3.4 Descripción del Trabajo de Campo	86
3.5 Procesamiento y Análisis	87
CUARTA PARTE - ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ...	87
4.1 Presentación gráfica de resultados	87
4.2 Análisis e interpretación de resultados	93
4.3 Conclusiones	102
4.4 Recomendaciones	104
QUINTA PARTE - PROPUESTA	106
5.1 Tema de la Propuesta	106
5.2 Justificación	106
5.3 Impacto	108
5.4 Objetivos	109
5.4.1 Objetivo General	109
5.4.2 Objetivos Específicos	109

5.5 Ubicación sectorial y física	109
5.6 Viabilidad	110
5.7 Plan de Ejecución	112
5.8 Recursos	118
5.8.1 Materiales	118
5.8.2 Económicos	119
5.8.3 Talento humano	120
REFERENCIAS CITADAS	122
REFERENCIAS WEB	126
ANEXOS	127
APÉNDICES	128

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Plan de Ejecución.....	112
Tabla 2. Cronograma para las actividades a realizar	115
Tabla 3. Materiales.....	118
Tabla 4. Materiales Económicos.....	119
Tabla 5. Talento Humano.....	120

INDICE DE GRAFICOS

Grafico N°1	Ingreso de turistas.....	88
Grafico N°2	Conocimiento del Museo de la Florida...	88
Grafico N°3	Existencia del Museo Arqueológico de la Florida.....	88
Grafico N°4	Ubicación del Museo de la Florida.....	89
Grafico N°5	Importancia del Museo de la Florida.....	89
Grafico N°6	Atractivos del Museo de la Florida.....	90
Grafico N°7	Promoción y Difusión del Museo de la Florida.....	90
Grafico N°8	Importancia del Museo Arqueológico de la Florida.....	91
Grafico N°9	Promoción por parte del Museo de la Florida.....	91
Grafico N°10	Medios de Comunicación.....	92
Grafico N°11	Recomendaría Visitar el Museo de la Florida.....	92
Grafico N°12	Resultados de la Encuesta.....	93

**TEMA: "ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN,
DIFUSIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL FLUJO TURÍSTICO DEL
MUSEO ARQUEOLÓGICO LA FLORIDA DE LA CIUDAD DE QUITO"**

Autora: Ana Lucía Erazo Yamá

Tutor: Ing. Wilson Villavicencio

Fecha: 22 de Julio 2013

RESUMEN

La presente investigación está enfocada al análisis de las estrategias de promoción y difusión que el Museo Arqueológico de la florida ha utilizado, con la finalidad de determinar los motivos de la poca afluencia de público visitante y el desconocimiento del mismo. El Museo está ubicado en el norte de Quito, aquí se descubrieron varios entierros, el avance de la ciudad hizo que los barrios se extiendan hasta esta zona, perdiendo gran parte de los hallazgos funerarios donde se encuentra hoy en día el Museo.

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó encuestas a la comunidad y público visitante quienes respondieron un total de 10 preguntas donde se analizaron los resultados obtenidos.

Al culminar este trabajo de investigación se pudo determinar que el Museo de la florida no ha tenido la promoción y difusión que requiere, dando como solución a esta problemática, una propuesta viable para incrementar la promoción en diferentes medios relacionados con la actividad turística como agencias de viajes, mediante flyers digitales lúdicos enviados mediante la web.

INTRODUCCIÓN

El estudio de la presente investigación tiene que ver con el análisis de las estrategias de promoción y difusión y cómo ha incidido esto en el flujo turístico y así rescatar la importancia que se ha ido perdiendo con el pasar del tiempo.

Este sitio de interés turístico se encuentra ubicado en el norte de Quito, en la calle Antonio Costas, aquí se descubrieron varios entierros, por lo que se cree que todo el sector fue un gran cementerio. El avance de la ciudad hizo que los barrios se extiendan hasta esta zona, perdiendo gran parte de los hallazgos funerarios, y solo se logró salvaguardar el lugar donde se encuentra hoy en día el Museo.

El Museo de la Florida posee un gran valor cultural para el país, pues forma parte de nuestra identidad histórica y por la poca difusión y promoción del lugar ha tenido como resultado el poco interés de la gente, y de varias entidades

relacionadas al turismo poniendo en riesgo su importancia.

PRIMERA PARTE -PROBLEMA

1.1 Identificación del Problema

Al identificar una de las problemáticas más grandes que presenta el lugar, es la falta de información que se ofrece al público y el desarrollo turístico a la zona arqueológica.

Dentro de este complejo, se notaron varias incongruencias, una de ellas es la poca señalética informativa y preventivas adecuadas, la notable participación a la falta de presupuestos por parte del Estado.

Otra de las causas identificadas es la poca inversión en publicidad y difusión hacia otros lugares, cuyo motivo es generar el interés hacia los visitantes a través de paquetes turísticos, siendo este uno de los lugares claves de la investigación y desarrollo de la cultura del cual se podría obtener grandes proyectos de investigación con el adecuado manejo de la comunidad y de las autoridades correspondientes.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo han incidido las estrategias de promoción, difusión en el flujo Turístico del Museo Arqueológico la Florida?

Las estrategias de promoción y difusión han incidido en la sociedad y por ende el flujo turístico del Museo Arqueológico de la Florida, que ha visto reflejado en la disminución acelerada de los visitantes esto se debe al no adecuado manejo o seguimiento de las estrategias de promoción y difusión para fomentar el interés y visitas del público en general, con la finalidad de dar a conocer la importancia del lugar y su importante valor histórico.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Examinar las estrategias de promoción, difusión y cómo influyen en el flujo turístico del Museo Arqueológico la Florida de la ciudad de Quito a través de un análisis de los datos estadísticos del lugar.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar las estrategias de promoción y difusión del Museo Arqueológico La Florida.
- Establecer el flujo turístico del Museo Arqueológico La Florida de Quito en los últimos 2 años.

1.4 Justificación

Esta investigación aportará a la concientización de las personas, en materia de conservación y preservación del Museo Arqueológico La Florida con el fin de que las siguientes generaciones puedan tener la posibilidad de conocer, estudiar y aportar con más descubrimientos sobre esta cultura y el sitio donde se desarrolló la misma.

El aporte que se dará al sector de la Florida, con la presente investigación es de conservación, que merece por poseer uno de los primeros asentamientos más antiguos e importantes del país, y con el adecuado manejo de promoción y difusión se obtendrá mayor interés en el sector, tanto turístico y sus alrededores convirtiéndose en un destino indiscutible para visitar.

SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO

2.1 Estructura del Marco Teórico

CAPÍTULO I GENERALIDADES DE ESTUDIO

1.1 Historia Aborigen del Ecuador

1.1.1 Periodo Pre-cerámico

El periodo pre-cerámico o paleoindio abarca aproximadamente 12.000 años antes de Cristo hasta los 3.000 años antes de Cristo, se tiene como principales culturas el inga que se ubicó en las faldas del volcán Ilalo; Chobsi es una cueva que se encuentra en la provincia de Azuay, Cubilan en la provincia de Loja.

1.1.2 Aspecto político

Podemos decir que gobernaba el más antiguo por la sapiencia de la vida para compartir con el resto de las bandas, además era el individuo más fuerte, ágil y valiente, ya que no tiene temor a la naturaleza y no a los animales que habían en ese tiempo como mastodontes u otros animales peligrosos, el cual enseñaba también a no tener miedo ante las adversidades de la naturaleza.

1.1.3 Aspecto económico

Se dedicaban a la caza, pesca y recolección de frutos; en el caso de la caza se dividían en bandas de personas con el fin de cazar animales grandes para obtener carne suficiente para su alimentación, además en la mayoría de culturas se encontraban en partes bajas de los andes para evitar el frío, pero también vivieron en cuevas dentro de estas cuevas se dedicaron a elaborar puntas de cola de pez de una piedra vidriosa volcánica llamada obsidiana, que permitieron elaborar lanzas para cazar animales y permitieron la base de la alimentación, junto con la recolección de flores frutos raíces e insectos silvestres que lo hacían las mujeres y los niños.

1.1.4 Aspecto social

En este periodo era dividido en bandas de cazadores, nómadas que siempre se trasladaban de un lugar a otro, no existían clases sociales pero se tenía una cabeza, que guiaba a estas bandas, quien era el más viejo o el más valiente o fuerte de ahí todos eran igual, por eso se dio el modo de producción comunitario, que quiere decir que todos compartían por igual los productos y las cosas en un determinado lugar

1.1.5 Aspecto cultural

Eran politeístas, esto quiere decir que veneraban a varias cosas desde una piedra extraña como un tótem, hasta los fenómenos de la naturaleza como un rayo, trueno, los volcanes entre otros.

Adicional había animales que también lo veneraban como si fuera un Dios para así lograr el inicio de la veneración de diferentes tótems que ahora es una herencia de las creencias esotéricas.

1.1.6 Periodo Formativo en la Historia Aborigen del Ecuador

Al hablar del periodo formativo en el Ecuador que abarca aproximadamente desde los 3500 hasta los 500 a. de C., es la continuación del eslabón de la gran cadena histórica que posee nuestro país, para poder profundizar y saber a cabalidad una parte esencial en materia de identidad histórica y cultural.

Esto permite tener un conocimiento más profundo de este periodo, y se lo ha dividido en cuatro aspectos fundamentales como son: político, económico, social y

cultural; para una mejor comprensión de su forma organizacional en este periodo.

1.1.7 Aspecto Político

Es una herencia del hombre primitivo que habitó en el paleoindio y logró adquirir una mayor sabiduría en sobrevivencia, y desarrollo cultural, que la mayoría de las culturas permitieron obtener una línea de liderazgo que se llamó matriarcado, según la enciclopedia Salvat 1972 dice "forma de organización política y social en la que las mujeres poseen la autoridad familiar y política". Esto quiere decir que la mujer va a ser quien desarrolle la primera forma de gobernabilidad, con el fin de lograr la paz, armonía, trabajo equitativo y también el progreso general de las culturas en todos los aspectos.

1.1.8 Aspecto Económico

En este aspecto se resalta la economía a través de la diversificación del trabajo, esto se da gracias al apareamiento de la agricultura, los pobladores pasaron a cultivar en pequeñas o grandes parcelas, gracias a la inventiva de la domesticación de las

semillas silvestres y con el avance de varias técnicas agrícolas como el camellón, albarradas, roza y quema, entre otros, que permitieron desarrollar una abundante producción y comercialización, tanto para los productores como para los consumidores con el fin de tener mayor variedad de alimentos y lograr satisfacer sus necesidades gastronómicas.

Al tener un conocimiento de la agricultura incipiente, la mayoría de las culturas de la costa, aprovecharon esta sapiencia para lograr el apareamiento del cultivo de algodón con el fin de elaborar prendas de vestir, mucho más cómodas y frescas en lugar de utilizar pieles de animales, considerando el tipo de clima existente en el lugar, para ello elaboraron torteros de cerámica, herramienta que le propicia un rápido y eficiente hilado, con lo cual pudieron procesar la materia prima e inventar los telares para elaborar tipos de cushmas sin mangas.

Uno de los iconos principales en la economía de este periodo fue el apareamiento de la cerámica, que nació mediante a la unión de la arcilla con el agua, mezcla que luego de modelada es sometido al

fuego donde se formará en un elemento duradero con técnicas artísticas que van evolucionando en las que aparecen incisiones, acordelado, pinturas negativas y positivas e iridiscentes, entre otras, han sido la pauta principal del desarrollo cultural aborigen, también de la continua complejidad de estas sociedades Ecuatorianas.

La cacería, la pesca y la recolección de frutos se mantuvo en este periodo, no con tanta dedicación como los pobladores anteriores, pero si hubo un mejoramiento en técnicas de pesca y utensilios utilizados para el mismo fin.

En cuanto a la lítica utilizaron morteros o metates, las flechas de punta de cola de pez y tajadores, gracias a la tecnología de ese tiempo se pudo hacer de mejor calidad y variedad de tamaños para lograr una efectiva cacería de animales de mayor y menor tamaño.

1.1.9 Aspecto Social

El aspecto social se basa fundamentalmente en una sociedad ya sedentaria gracias a la creación de la agricultura, la cerámica y textilería, que dieron

como resultado el desarrollo de asentamientos poblacionales mayores a 5000 personas que significa reuniones de hordas, mucho más grandes que las denominadas tribus, esto conllevó al inicio de las primeras bases de los estados.

Se empezó la segmentación de las clases sociales a través de la diversificación del trabajo y la liberación de fuerza humana con el fin de dirigir los diferentes oficios como ceramistas, textileros, trabajadores de madera, cazadores, recolectores de frutos y raíces, elite religiosa.

La elite religiosa se basaba en la autoridad, que consolidó el poder a través de los rituales que los inmortalizaron. En los asentamientos poblacionales se crearon protocentros urbanos y periféricos, en los que los llagchago (shamanes) van a tener funciones religiosas confabuladas con los cultos sagrados a la fertilidad como las spondyllus que llegan con las influencias de las corrientes marinas, estableciendo así las épocas de lluvias y de sequía.

De igual manera estos shamanes serán los artífices de expresar a través de las cerámicas las constantes visiones producidas al ingerir plantas alucinógenas, lo cual dio las primeras formas de predecir los fenómenos de la naturaleza y el futuro incierto.

De acuerdo al Historiador Ayala Mora (1988), hicieron objetos con representaciones zoomórficas para efectos rituales y para significar la transformación mágica del shaman convertido en el jaguar que simbolizaba la tierra, águila, loros búhos. Ellos también elaboraban en lítica una especie de tablitas de arenisca (tipo de roca sedimentaria) en las que esculpieron unos sistemas tipos puntos y rayas que al interpretar serían como mapas celestes, importantes para elaborar calendarios agrícolas.

1.1.10 Aspecto Cultural

Con respecto a la parte cultural se encuentran las principales culturas, para esto se divide en dos etapas formativo temprano y formativo tardío.

En formativo temprano están las culturas Valdivia, Machalilla en la costa del Ecuador.

En formativo Tardío están las culturas Chorrera en la costa, Alausí, Monjashuaico, Cerro Narrío, Espejo, Cotocollao y la Florida en la sierra.

1.1.11 Historia Arqueológica de la Florida

La historia arqueológica del lugar en medio del incontenible avance urbanístico del norte de la ciudad de Quito, los arqueólogos han logrado adquirir momentáneamente un pequeño terreno para investigar el pasado precolombino de este sector. Se trata del sitio arqueológico de La Florida, nombre por el cual se le conoce actualmente, en alusión al barrio del mismo nombre.

Visto desde este sector, el paisaje permite vislumbrar lo que antiguamente fue un gran valle, al interior del cual se sabe que existió una antigua laguna, en terrenos actualmente ocupados por el parque bicentenario.

Las primeras evidencias arqueológicas, en torno a la localización del sitio, fueron analizadas en 1909 por Jijón y Caamaño, quien reportó el hallazgo de ollas trípodes y globulares, pero sobre todo grandes tinajas o cántaros altos con pintura negativa. Jijón utilizó el nombre de Chaupicruz para referirse a la cultura que ocupó esta área. Habríamos de esperar muchos años, más de medio siglo, cuya excavación comprendió 6 tumbas de pozo profundo, la mayoría con cámara central y entierros múltiples, datados entre 340 y 420 A.C. (Doyon, 1989, pag 58)

1.1.12 Ubicación Geográfica

El museo La Florida, está ubicado en el barrio San Fernando, terreno que perteneció a la hacienda Osorio ubicado al noroccidente de la ciudad de Quito, a 2850 msnm, limita al norte por el barrio La Concepción, al sur por San Carlos, y al occidente por la avenida Mariscal Sucre.

Según el Dr. Ronh en las Gráficas de amaranta

Quito (2008), narra que a principios de los años 40, fue considerado un monte y fuente de moras silvestres, uvillas y morada de pichones. Los visitantes que llegaban se dedicaban a recolectar los frutos y a cazar las aves.

1.1.13 Población

La población del Barrio San Vicente de la Florida es de un promedio aproximado de 1.300 personas.

Es un sector residencial de clase media y media baja se divide en Florida Alta (cruzando la Avenida Occidental) y la Florida Baja. Toma su nombre de la corta avenida homónima que divide al sector de este a oeste y que ha tomado una pequeña importancia comercial como puestos de comida, servicios de internet, tiendas de insumos de primera necesidad.

Es muy común ver los fines de semana, a los moradores del barrio jugar campeonatos de fútbol y vóley.



El Museo Arqueológico de la Florida

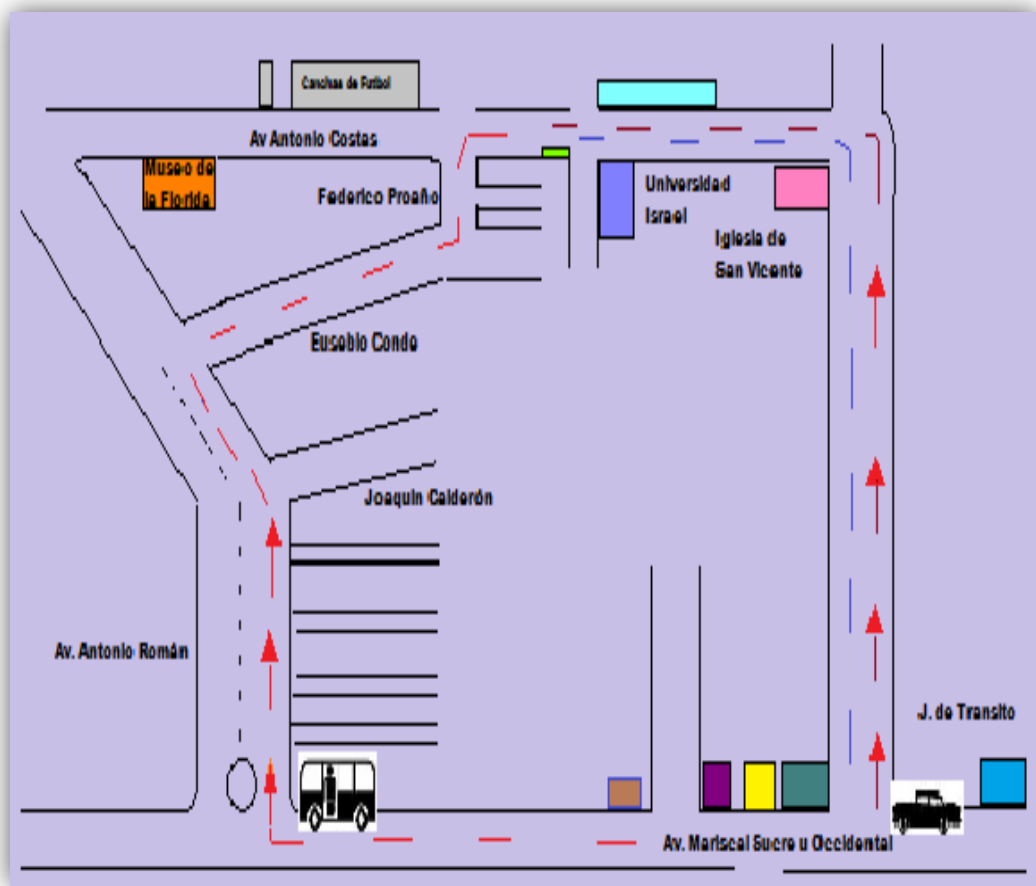
Es un museo de sitio, las excavaciones iniciaron en 1948 con Francisco Cama primer arqueólogo en afirmar que en la Hacienda Osorio existían tumbas.

En 1983 se excavaron las 6 primeras tumbas la investigación y excavación estuvo a cargo por León Doyón, patrocinado por el Banco Central del Ecuador.

En la segunda etapa desde el 2004 hasta el 2009 se excavaron las 10 tumbas de uso múltiple y pozo profundo de 15m, esta investigación estuvo a cargo por Olger Jara y la Dra. María del Carmen Molestina patrocinada por el ex fonsal, actualmente Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural.

El museo contiene fondos culturales en diferentes técnicas y materiales de manufactura como, vasijas en cerámica, textilería, orfebrería, concha spondylus, y lítica.

Croquis de ubicación del Museo Arqueológico de la Florida:



Cabe indicar que el servicio de transporte urbano da servicio de lunes a viernes cada 30 a 40 min, los días sábados brindan servicio irregular, los domingos no hay servicio.

En el sector no hay UPC de policía para brindar servicio de seguridad a la comunidad.



La persona que está encargada de la administración del Museo Arqueológico de la Florida es Vicente Altamirano.



***Bienes Culturales de relevancia de la colección**



ARTEFACTO: Olla con diseño antropomorfo y geométrico

FILIACIÓN: Desarrollo regional o integración

CRONOLOGÍA: 220 d.C - 640 d.C



Artefacto: Personaje segunda cámara, sepultura 2
Masculino

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Olla globular con diseño geométrico y zoomorfo

Filiación:Desarrollo regional o integración

Cronología:220 d.C - 640 d.C

Sitio:La Florida.



Artefacto: Cascabeles de cobre

Filiación:Desarrollo regional o integración

Cronología:220 d.C - 640 d.C

Sitio:La Florida.



Artefacto: Gancho de Propulsor

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Prendedor trapezoidal

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Prendedor de Oro

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Disco repujado de Oro

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Tubular de Oro con tapa

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Prendedor Zoomorfo de oro

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Disco de oro

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Compoteras con decoración geométrica ninguna decoración se repite, diseños referentes a la cruz de chacana, puntos cardinales, elementos de la naturaleza, agua, aire, tierra, fuego.

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Caracoles marinos

Especie: Conos

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto 1: tinaja con figura antropomorfa

Artefacto 2: Personaje 1, cámara sepultura 2 (femenino) con rostro asiático, pómulos salientes esto se refiere a la teoría del estrecho de Bering, posee un collar con pirita que se la conoce como oro falso.

Artefacto 3: Olla con diseño antropomorfo y geométrico.

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C



Artefacto: Vasijas con diseños zoomorfos, decoración con serpiente representando al inframundo.

Filiación:Desarrollo regional o integración

Cronología:220 d.C - 640 d.C

Sitio:La Florida.



Artefacto: Vasijas con diseños zoomorfos, decoración con una lagartija representando el mundo terrenal.

Filiación:Desarrollo regional o integración

Cronología:220 d.C - 640 d.C

Sitio:La Florida.



Artefacto: Vasijas con diseños zoomorfos, decoración con un águila representando al supramundo.

Filiación:Desarrollo regional o integración

Cronología:220 d.C - 640 d.C

Sitio:La Florida.



Artefacto: Olla tripode

Filiación:Desarrollo regional o integración

Cronología:220 d.C - 640 d.C

Sitio:La Florida.



Artefacto: Ocarinas zoomorfas

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.



Artefacto: Fragmentos textiles

Filiación: Desarrollo regional o integración

Cronología: 220 d.C - 640 d.C

Sitio: La Florida.

1.1.14 Interpretación del material Arqueológico del Museo

Los diferentes investigadores afirman que la serpiente es uno de los animales relacionados con la custodia del agua. La representación de serpientes en los diseños de los platos es muy frecuente, podría asumirse que simbolizan este pensamiento, pero también se las puede asociar como animales que salen del mundo de abajo hacia el mundo de arriba para conectar estos dos espacios religiosos.

En uno de los platos procedentes del ajuar de la sepultura 1, (ver anexo, Sepultura 1, pag 103) se representa una serpiente en bajo relieve reptando hacia el borde del mismo, como si saliera del inframundo hacia el mundo de los vivos Citado por (Echeverría, 2004, pag 172), citando a (Giese, 1991, pag 28)

Otros platos y vasijas también incluyen recurrentemente en sus diseños serpientes esquematizadas; sería pues un reptil simbólico que representaría la unión de los dos mundos y por qué

no, también la fertilidad. La representación de serpientes en los platos de la cultura Negativo del Carchi llega a una simplificación abstracta. Que muchas veces sustituye a la figura, se convierten en líneas oblicuas que no solo representan a los animales sino la unión de los dos mundos, el de arriba y el de abajo formando triángulos isósceles.

Los reptiles, y en particular las serpientes, también significan renovación, vida y muerte, el cambio periódico de la piel se convierte en un símbolo del renacer. La muerte es pues un renacer a otra vida en el más allá. Entre los restos de alimentación recuperados al interior de las vasijas de los Ajuares identificamos ciervos, conejos y roedores, su presencia denotaría el consumo ritual de animales cazados en el páramo cercano. La caza debió ser una actividad solamente colectiva de personas especializadas.

Este tipo de representación es característico de la cerámica Negativo del Carchi o Capulí, creando una uniformidad en toda la región que, al decir de no se

puede entender sino como una difusión de una creencia en concreto que llega a homogenizar el pensamiento.

En otros yacimientos de la Meseta de Quito, y en general en la Sierra Norte, también se han encontrado restos de animales ya sea como desechos en los basureros o como parte de los ajuares Funerarios, unos al interior de vasijas y otros elaborados, como las espátulas que portaba en sus manos uno de los individuos de la cámara central se recuperó una flauta hecha con huesos de venado de una de las sepulturas contiguas a las nuestras. (*Doyon, 1989, pag 192*)

El venado no solo fue parte de la comida en las ceremonias fúnebres Sino que también debió tener en la Sierra Norte connotaciones simbólicas. Es frecuente encontrar representaciones de venado en los platos Cuasmal, (*Gutiérrez, 2002, pag 42*) como de la especie de cola blanca. En nuestro caso desgraciadamente no se pudo identificar la especie.

El pensamiento simbólico de los habitantes de La Florida (Quito-Ecuador) Las representaciones de aves en los platos de los ajuares de la sepultura 1 y una avecilla que Sujetaba uno de los individuos de la cámara central de la sepultura 2 (ver anexo, Sepultura 2 pag103) Podría estar relacionada Con la divinidad. En general los pueblos en el mundo entero han visto en las aves poderes sobrenaturales, su capacidad de volar y ver el mundo desde arriba es un atributo divino, de ahí que suelen vincularlas con lo sobrenatural.

La muerte pues sería un vínculo con la divinidad. Es elocuente la representación de un pájaro en un plato de la sepultura 1, se halla en actitud de volar como si uniera los cielos con la tierra. Existen innumerables leyendas y creencias en todos Los pueblos del continente americano relacionadas con las aves.

La representación de monos en el Ecuador es muy temprana, en Valdivia aparece junto con el felino y el guacamayo formando Una triada del bosque tropical

y en relación con los alucinógenos (*Gutiérrez, 2002, pag 34*).

En América en general, es frecuente encontrar a los primates asociados con el caracol marino. En los caracoles de cerámica del Carchi se lo encuentra ya sea formando parte del conjunto o bien como un diseño en su interior (*Molestina, 1998, pag 22*). En la Sierra Norte, y especialmente en el Carchi y Nariño, es donde con mayor frecuencia es representado durante el Periodo de Integración.

En algunas representaciones el mono han sido sistemáticas en la Sierra Norte, parece que fue un símbolo muy importante, desgraciadamente es difícil desentrañar todo su significado. Su presencia no es Exclusiva de nuestra zona, en las culturas de la costa se le encuentra en morteros de piedra que posiblemente sirvieron para preparar medicinas o alucinógenos.

El mono por su parecido físico con las personas ha sido representado en muchos lugares del planeta y

siempre ha tenido un lugar predominante en las filosofías de los pueblos. Nosotros lo encontramos en dos prendedores de oro que sujetaban la mortaja de dos individuos en la cámara central, su técnica es el laminado y recortado con soldadura para el alfiler. Sepultura 4 (ver anexo, Sepultura 4 pag 103)

Uno de estos prendedores se encontró como parte de la vestimenta ritual de un individuo que llevaba en los extremos del traje caracoles a manera de ribetes, el mono en este caso estaría simbólicamente asociado a los caracoles.

Algunos investigadores lo consideran portador de las lluvias y de la fertilidad, pero también se lo ha asociado a la sabiduría según (Erazo, 2004, pag 26). En todo caso a estos primates se los debió conocer en la sierra a través del comercio con la Amazonía. (Borja, 1992 - 1591, pag 45) anota que los quijos traían monos a Pimampiro para intercambiarlos por coca, sal y otros productos. A los primates también se les asocia con el viento por lo que pueden predecir la estación de las Lluvias, esencial para el

inicio de las siembras. Poseerían el conocimiento que los igualaría a los seres humanos; el mono pues se convertiría en símbolo de algunos elementos necesarios para las personas. Posiblemente también tuvo un carácter divino. En todas las representaciones funerarias de nuestras sepulturas se puede apreciar una concepción del universo en el que prima la relación cultivos agua, fertilidad, frente a la caza, fertilidad.

Hay algunos diseños cerámicos en los que se representa la lluvia, los campos de cultivo y los vientos, elementos asociados al ajuar funerario y estarían hablando de que la muerte fue una ocasión de combinar los rituales fúnebres con los de propiciación para la fertilidad de las personas y de los campos. El espacio físico que ocupa la necrópolis se convierte en una zona sagrada que posiblemente fue considerada como el centro del mundo, el espacio De encuentro con los dioses y los antepasados; sería el lugar que asegura la continuidad de la vida de toda la comunidad. Por ello los rituales relacionados con la muerte tienen un fuerte componente simbólico relacionado con la fertilidad.

La muerte sería pues concebida como una regeneración, un nuevo nacimiento. La construcción de las sepulturas sería el comienzo hacia una nueva vida, una especie de regeneración o purificación en esta vida que les prepararía para la otra vida. Para (*Eliade, 2004, pag 15*) toda construcción es un comienzo absoluto que tiende a restaurar el instante inicial, es decir el origen de los individuos y de la comunidad, así la necrópolis podría haber significado el sitio de origen por yacer allí los antepasados, y a la vez el inicio de una nueva vida.

La forma en sí de las sepulturas de pozo profundo con cámara central estaría materializando el origen, la cámara central representaría este concepto; los individuos enterrados en ella debían engalanarse, a diferencia de lo que sucede con los enterrados en la plataforma que utilizan vestuarios de la vida cotidiana. Únicamente un individuo estaba ataviado con spondylus, prendedores de oro y ganchos de propulsor, el resto debió tener una vestimenta sencilla, el individuo engalanado de esta manera fue el primero en enterrarse, por lo que representaría el origen.

Los objetos de orfebrería no pueden quedar fuera de la simbología fúnebre. Se encuentran siempre formando parte del ajuar de los individuos enterrados en la cámara central, por lo que su mensaje estaría relacionado con el origen de la comunidad. Los objetos encontrados por lo general no presentan decoración, su técnica es el laminado y recortado, unos son de oro; otros de cobre y de cobre dorado, estos últimos realizados con la técnica de fusión. A excepción de las láminas tubulares de oro, el resto de objetos forman parte de la vestimenta ritual de los individuos.

Los discos de oro, cobre y cobre dorado van cocidos a la vestimenta, mientras que los prendedores de oro y cobre sujetan parte de ésta. Los cascabeles de cobre forman parte del remate de las vestimentas. Los pectorales son de cobre dorado y cobre, y en un solo individuo encontramos una nariguera doble. Tenemos un solo ejemplo de un disco de oro encontrado en la mortaja de uno de los individuos de la sepultura 2 en el que se ha realizado un diseño con la técnica del repujado.

Similares a las cuentas hechas de Spondylus tenemos cuentecillas de cobre con algún componente de oro en la superficie que forman parte de la vestimenta ritual. Los objetos de oro procedentes de la sepultura 1 presentan una aleación de oro, plata y cobre; las proporciones de oro en el caso de las piezas decorativas son mayores que en las utilitarias donde predomina el cobre. La suelda de oro se hizo con la técnica de fusión. De esta forma la suelda caliente no disuelve la superficie del objeto a soldarse sino que se adhiere al mismo. Por lo general el oro de los objetos decorativos es de 22 quilates mientras que el de los utilitarios, por su mayor contenido de cobre es de 19 quilates.

En los de las sepulturas 2 y 4 se ha utilizado un promedio de oro de 21 quilates, el procedimiento empleado en las sueldas es el mismo que para los de la Sepultura 1. En estos objetos no existe relación entre el contenido de oro y su aplicación. El oro y el cobre podrían haber sido trabajados en el mismo yacimiento. Los estudios geológicos efectuados en la zona han detectado oro aluvial y pirita en las

quebradas cercanas que bajan Del Macizo del Pichincha.

Solorzano en las excavaciones realizadas en La Florida encontró un crisol que en su interior contenía restos de oro y cobre fundido. Como Parte del ajuar de la sepultura 3 encontramos una toba volcánica que se comporta de una forma Similar a la arcilla y que había sido modelada para darle una forma cónica (fig. 5), (ver anexo, Sepultura 5pag 103) Presentó restos muy pequeños de láminas de oro, lo que nos sugiere que pudo haber sido utilizada a manera de molde para dar forma a los objetos. (Solórzano, 2003,pag 36).

La presencia de tobas volcánicas cónicas no es única de La Florida, se las ha reportado como parte de los ajuares funerarios en Cayambe (Molestina, 1985, pag 7) y Cochasquí (Zalles, 1981pag, 24)este último sugiere que posiblemente sirvieron como apoyos o Moldes para la confección de objetos de láminas de metal precioso o para cualquier otra tarea de los orfebres.

La evidencia más antigua del trabajo en oro en el Ecuador es la de Putushio, en la sierra sur, el yacimiento perteneciente al Formativo tardío y está datado en torno a 1470 a.C. "(Temme, 2000, pag 10) Los objetos se habían trabajado en base al martillado y recortado. Para la Meseta de Quito, los hallazgos de Cumbayá (200 a.C.) serían los más antiguos.

En el mismo yacimiento y procedentes de las sepulturas tanto del Desarrollo Regional como de Integración es El pensamiento simbólico de los habitantes de La Florida (Quito-Ecuador) Encontraron varios objetos de cobre y oro que integraban la vestimenta de diferentes individuos. Se trata de discos laminados y repujados, y un tinculpa de cobre (Buys, 1994, pag 49).

En otros yacimientos de Integración tardío como Chilibulo y Chillogallo también la orfebrería en oro y cobre estuvo presente como parte de la vestimenta de los difuntos. (Jijón y Caamaño, 1920, pag 56) reporta para Alchipichi y Pomasqui, los dos en la Meseta de Quito, tinculpas de cobre con decoración de

felinos repujados. Estas representaciones son frecuentes en la orfebrería de la Sierra Norte. Objetos similares a los nuestros se reportan para el departamento de Nariño con dataciones en unos casos contemporáneas a las nuestras y en otros posteriores. Las piezas de Nariño analizadas por tienen la misma aleación que las nuestras, parecería que se trata de una técnica similar que podría haberse esparcido desde La Florida hacia el norte. (Lleras, 2002, pag 35) y (Plazas, 1977-1978, pag 76).

En Atacames se recuperaron una serie de objetos de cobre, oro y cobre dorado, así como instrumentos para el trabajo en metales. Propone que el metal fue trasladado en láminas desde el norte del Perú e intercambiado por Spondylus; nosotros creemos que por la composición del cobre de Atacames similar al de La Florida, su origen bien pudo ser nuestro yacimiento. (Guinea, 1998, pag 22).

En el Ecuador prehispánico la orfebrería se extendió tanto en la sierra como en la costa y Amazonía. Varios cronistas describen la decoración

simbólica de las embarcaciones con objetos de oro. En la zona de Coaque, provincia de Manabí, afirman que encontraron al interior de las casas objetos de oro, plata y esmeraldas. (Marcos, 2005, pag 28)

Cieza narra que los indios de Puerto Viejo adornan sus personas con joyas de oro combinadas con cuentas de *Spondylus princeps*, así mismo Los comerciantes cambian gran cantidad de oro por las cuentas de *Spondylus* por lo que no nos extrañaría que en La Florida se dedicaran al trabajo en metales a fin de intercambiarlo Con cuentas de *spondylus*, necesarias para sus ceremonias. El Anónimo de 1573 afirma algo parecido para los indígenas de la región de Quito. (Cieza de León, 1553, pag 54).

Las fuentes de oro son originarias de las cordilleras Oriental y Occidental, en las quebradas y ríos se recolecta oro aluvial así como piritas y calcopiritas que en el lenguaje popular se denomina oro tierno. En Sarapullo al pie del Corazón, hay yacimientos polimetálicos.

Posiblemente ya desde la época prehispánica se recolectó estos metales y continuó durante la Audiencia. Otros Lugares cerca de nuestro yacimiento son Lloa y Lumbisí, incluso en Lloa existe la leyenda de «La cueva del padre encantado» que queda entre el Guagua y Ruco Pichincha. Se cuenta que un Hombre entraba y salía, después de algún día cargado con un costalillo, realizó varios viajes y luego se fue a vivir en la ciudad de San Francisco de Quito con todas las comodidades, la gente dice que su fortuna la sacó de la cueva. (ver anexo, Sepultura 5pag 103).

Los cronistas del siglo XVI y los documentos tempranos registran el uso por parte de los indígenas de la costa del oro como adorno personal y las esmeraldas engastadas en los objetos de orfebrería como narigueras, orejeras, La Emperatriz Isabel en 1536 mandó a Comprar para ella y el Emperador las mejores esmeraldas que producía la Audiencia de Quito. Actualmente Colombia es uno de los productores mundiales de esmeraldas. (Navarro, 1986, pag 24).

A pesar de la abundante referencia a las minas en todo el territorio de la Audiencia de Quito, en los documentos no se precisa el lugar y parece que no se las explotó, pues no se trataba de verdaderas minas sino de oro aluvial de ríos y quebradas. Antonio de Borja en 1591 cita la existencia en Mira, actual provincia del Carchi en la Sierra Norte del Ecuador, de una quebrada llamada Quique que arrastra oro y plata y de la que se benefician los indios.

En las actas del Cabildo de la ciudad de San Francisco de Quito se hacen muchas referencias a La explotación del oro por parte de sus vecinos, incluso llegan a nombrar un alcalde de minas y ensayador. De acuerdo al testimonio de Alonso Camacho, minero, hecho en 1548 al Cabildo de la Ciudad, las minas se encuentran en los términos de la misma.

Las ordenanzas relativas a la explotación de minería establecían se realizara esta actividad durante el verano, es decir a partir del mes de junio y más concretamente del 24 de junio, fiesta de San Juan, lo que certificaría que se trata de oro aluvial

que bajaba por ríos y quebradas: al disminuir las lluvias en verano, lavar el oro era más fácil. Seguramente en el periodo prehispánico también se utilizó la estación seca para estos menesteres.

Al hablar de la ciudad de San Francisco de Quito dice que aunque no se han encontrado minas de oro, los arroyos que provienen del Pichincha llegan cargados de pepitas de oro y que los indios las recogen, indica además que hacia el pueblo de Pintag cerca de la ciudad, se encontraron huellas de que se trabajaba el oro.

No nos llame pues la atención que en los yacimientos prehispánicos de la Meseta de Quito se encuentren objetos trabajados en este metal, llegando sus orfebres a una alta especialización. Benzoni, platero natural de Milán Italia, refiere que los indios cuando funden el oro y la plata colocan el metal en un crisol largo o redondo, hecho de un pedazo de trapo embadurnado con tierra mojada y carbón machacado, una vez que éste está seco lo ponen

al fuego con la cantidad de metal que puede caber en él. (Salazar, 1992, pag 73).

Con cinco o seis canutos de caña, tanto soplan que éste termina por fundirse o colar. Luego sentados los orfebres en el suelo, con unas Piedras negras confeccionadas para esta clase de labor, ayudándose uno al otro, hacen, o por mejor decir hacían, en la época de su prosperidad, lo que se había mandado confeccionar, esto es estatuas vacías, vasos, ovejas, joyas y en fin, toda suerte de figuras de los animales que se podían ver. Existen pocas referencias documentales sobre el cobre, seguramente porque solo fue utilizado en la Audiencia esporádicamente para la fabricación de moneda menuda y en general para objetos utilitarios comunes.

Establece para Sudamérica dos zonas cupríferas: Colombia, Ecuador y Perú, en las que el cobre no presenta impurezas de estaño y Bolivia, Argentina y Chile cuyo Cobre presenta estaño como impureza. División interesante que habría que profundizar para

identificar el origen y difusión de los objetos prehispánicos. (*Jijón y Caamaño, 1920, pag 39- 56*).

Los metales trabajados en La Florida podrían representar una simbología en cuanto al color. El amarillo del oro por lo general ha sido asociado con el amanecer, y podría estar relacionado con el inicio de un nuevo día, de una nueva vida en ultratumba. Mientras que el cobre por su color oscuro podría significar el ocaso, es decir el final de la vida terrestre. Al proceder todos los objetos metálicos de ajuares y vestimenta funeraria, debemos limitarnos al pensamiento Fúnebre. La forma circular de las cabezas de los prendedores nos está nuevamente sugiriendo la circularidad, lo infinito, el mundo sin tiempo del más allá (figura 6) (ver anexo, Sepultura 6pag103).

Procedentes de las sepulturas 2 y 4 tenemos prendedores que posiblemente representen la sepultura de pozo profundo y cámara central, interpretando la cámara central como el símbolo del origen o raíz (fig. 7) (ver anexo, Imagen 7pag 103).

2.2 Hipótesis

La falta de estrategias de promoción y difusión han provocado la disminución del flujo turístico del museo arqueológico la Florida.

CAPÍTULO II PROMOCIÓN TURÍSTICA

2.1 Publicidad Turística

La Publicidad se enmarca dentro del marketing que trata de analizar el mercado para descubrir sus necesidades interpretarlas y crear los productos y servicios capaces de satisfacerlas en el marco de los objetivos perseguidos por la organización empresarial.

La función de la publicidad dentro del marketing es dar a conocer los productos y servicios turísticos, difundir una imagen de marca o la imagen de la empresa, diferenciándola de los de la competencia para que el receptor del mensaje pueda identificarlos.

La publicidad es, pues, una comunicación masiva y persuasiva dada por un emisor (empresa institución...) cuya finalidad es transmitir información (mensaje) y/o incidir sobre las actitudes -creándolas, modificándolas o reforzándolas- para impulsar a los destinatarios de la misma (receptores) un comportamiento o respuesta (feed back), en

principio favorable a los intereses del anunciante (empresa). Esta transmisión del mensaje se produce a través de unos medios de comunicación (directos o indirectos).

En el circuito de la comunicación tenemos:

- **Emisor del mensaje.** La persona, organización, empresa o institución turísticas que quieren lanzar un mensaje publicitario turístico.
- **Receptor del mensaje.** La persona, organización, empresa o institución que recibe el mensaje y ante el que tiene tres posibilidades de respuesta:
 - ✓ Dar una respuesta positiva.
 - ✓ Dar una respuesta negativa.
 - ✓ No dar ninguna respuesta o ser indiferente al mensaje.
- **Feed Back.** Proceso de retroalimentación o de respuesta por parte del receptor del mensaje que puede adoptar las tres posturas anteriores.
- **Mensaje.** Comunicación -información, propaganda...-- que quiere dar el emisor al receptor, previamente codificada y descodificada para que el receptor la

entienda, a través de un mismo lenguaje comunicativo. A veces en el transcurso del envío del mensaje pueden surgir ruidos o interferencias que dificulten la transmisión del mismo; por ejemplo: lenguajes distintos, conceptos distintos de los que quiere transmitir... que hacen distorsionar el contenido del mensaje y su transmisión.

2.2 Medios de Comunicación Turística

Los medios de comunicación a través de los cuales se transmite el mensaje; por ejemplo: vallas publicitarias prensa, radio, televisión.

La comunicación publicitaria es una información caracterizada por ser persuasiva, que debe incidir en las motivaciones y necesidades del destinatario de la misma (cliente del hotel, de la agencia de viajes, de la compañía de transporte).

Los objetivos de la comunicación publicitaria turística están basados en varios esquemas, el más

aceptado es el denominado AIDA: Atención (A), Interés (I), Deseo (D) y Acción (A). La publicidad ha de captar la atención y provocar, después, el interés y el deseo para que su destinatario realice la acción - comprar, convencer, asumir la idea-que la campaña persigue: Atención, interés, deseo, acción.

Para alcanzar sus objetivos, la difusión de los mensajes publicitarios ha de llegar a sus destinatarios. Estos constituyen el público-objetivo. La publicidad utiliza, en consecuencia, todos los medios de comunicación idóneos para que su mensaje sea conocido por el público objetivo. De entre los medios de comunicación, destacan los medios de comunicación de masas (mas media): prensa radio, televisión y cine.

Los mensajes Publicitarios reciben diversas denominaciones, según el medio de difusión:

- a) Anuncio, en prensa.
- b) Cuña, en radio.
- c) Spot, en televisión y cine.

Los medios de comunicación de masas tienen una considerable importancia social pues difunden la mayor parte de la información que recibe la sociedad y transmiten los valores sociales dominantes. La función cultural e informativa que desempeñan favorece su gran capacidad de impacto como medios de difusión, a la que se debe su intensa utilización por la publicidad. La publicidad es por otra parte, la principal fuente de financiación de los medios de comunicación de masas en los países con libertad informativa.

Entre los demás medios de comunicación, diferentes de los de más media, los más utilizados en la difusión de la publicidad son la vía pública (donde se ubican vallas publicitarias), los medios de transporte (autobuses, metro, taxis, tranvías), el correo (maillín), y la distribución a domicilios (buzoneo)

2.3 Promoción turística mediante revistas

Es una publicación periódica de información sobre viajes que pretende dar a conocer la información sobre

los diferentes destinos turísticos, alojamientos, gastronomía, arte y cultura al público en general.

Frente a los objetivos publicitarios, más generales y próximos a la estrategia de marketing que antecede a la campaña, los objetivos de comunicación se refieren a lo que se pretende conseguir, por medio del mensaje publicitario, del público objetivo medido en términos de lo que se quiere que ese receptor piense, sienta o haga tras recibir el mensaje.

En el caso de la publicidad turística, los principales objetivos publicitarios destacados por los autores son los siguientes:

➤ Dar a conocer o informar sobre el producto:
Conseguir que el público objetivo tome conciencia de la existencia del producto turístico y de sus características; que lo "descubra" y almacene esa información para que esté disponible en el momento de la toma de decisiones.

➤ Construir imagen de marca/posicionamiento: No basta recurrir a la publicidad para dar a conocer

los productos y servicios turísticos sino que también se impone la necesidad de dar a conocer una imagen de marca que permita que el receptor identifique y diferencie el producto turístico anunciado frente a sus competidores.

- Tangibilizar el producto: Este objetivo tiene su origen en los riesgos que el consumidor percibe como inherentes a la compra de este tipo de productos (riesgos que tienen que ver, sobre todo, con el hecho de que el servicio no existe hasta que se consume y con que debe ser pagado antes de ser consumido). Para disminuir esa sensación de riesgo se aconseja "tangibilizar" al máximo el servicio ofertado a través de todo tipo de soportes publicitarios: catálogos, folletos, PLV (publicidad en el lugar de venta), materiales audiovisuales etc.

- Transmitir "calidad": En estrecha relación con el objetivo precedente y el de construir imagen de marca, aparece la necesidad de que toda acción de comunicación responda a una cuidada estrategia de

imagen que, ante la falta de elementos objetivos discriminadores, pueda convertirse en indicador de la calidad del producto que se anuncia.

➤ Desestacionalizar la demanda: La estacionalidad que caracteriza la demanda de muchos productos turísticos obliga a plantearse este objetivo publicitario de cara a evitar las pérdidas que se generan dado el carácter perecedero de los servicios turísticos. Se trata tanto de alargar las temporadas como de generar flujo de turistas en periodos inhabituales en las costumbres de la población. Para el logro de este objetivo puede recurrirse a las estrategias de precios, a la búsqueda de nuevos segmentos de población o a la incidencia en nuevos atributos y valores del producto.

➤ Desmontar estereotipos: En esta línea se sitúan aquellas campañas turísticas con las que se intentan eliminar creencias y percepciones relativas al producto que están actuando como barreras psicológicas que frenan su consumo.

- Resolución/paliación de problemas eventuales: En parte relacionado con el objetivo precedente, aunque mucho más coyuntural que él, este objetivo persigue valerse de la comunicación publicitaria para hacer frente a alguna situación transitoria que afecta a la demanda turística favoreciendo en ella el rechazo, la inseguridad o la desconfianza hacia el destino/producto (como puede ser una catástrofe natural, una situación de inestabilidad política, una crisis alimentariaetc).

La ejecución de los mensajes

Una vez que los creativos han tomado las decisiones oportunas sobre los aspectos relativos al producto, a los recursos persuasivos, al público objetivo y a los objetivos de la acción publicitaria, estas decisiones deben condensarse en un concepto creativo capaz de comunicar eficazmente los contenidos pretendidos, concepto que deberá ser plasmado en una pieza concreta para cada medio.

Debe tenerse en cuenta que, dado que la comunicación debe ser homogénea a todos los niveles,

los aspectos denotativos y connotativos del mensaje deben resultar convergentes. Además, el hecho de que la campaña suponga la inclusión del mensaje en medios y soportes distintos refleja la importancia de mantenerse fiel al concepto, a la idea creativa, ya que será ese contenido el que unifique a todas las piezas y dé sentido al plan de medios.

Instrumentos de comunicación Turística

Los instrumentos de comunicación varían según se trate de mercados de consumo o mercados organizacionales, para el primer caso, se utiliza la publicidad y la promoción de ventas.

- **Publicidad:** Inserción de anuncios en diversos medios de masas: de televisión, prensa, revistas, prensa, radio, publicidad exterior, inclusión de anuncios en libros y guías turísticas, folletos y páginas Web de otras instituciones u operadores turísticos.

- **Ferías Turísticas:** Encuentros anuales de corta duración que tienen lugar en la misma fecha y

lugar; sirven para presentar y promocionar la oferta comercial de las empresas y destinos a intermediarios, proscriptores y público en general. Su máxima utilidad consiste en el establecimiento o mantenimiento de contactos personales entre los distintos operadores del sector.

2.4 Promoción turística a través de canales de televisión

Los canales de televisión, son uno de los medios de publicidad turística que mayor interés tiene en el público espectador, por lo que se convierte en una de las mejores opciones para dar a conocer lugares de interés, gastronomía, fauna, flora, noticias del mundo entero, tecnología, y nuevos avances.

En el ámbito turístico podemos encontrar diferentes canales donde se da a conocer al espectador toda la información necesaria acerca de los atractivos, la infraestructura, precios, gastronomía, vías de acceso, lo cual permite al turista estar bien informado al momento de viajar hacia su destino. Esto ayuda a generar oportunidades

de negocios y posicionar el destino Ecuador en el resto del mundo.

➤ **Canales de Promoción Turística:**

- ✓ DiscoveryChannel
- ✓ Channeltravel
- ✓ HistoryChannel
- ✓ Nationalgeographyc
- ✓ Travel and living cannell
- ✓ Animal planet
- ✓ Warner brothers
- ✓ Noticias de sur América

Cabe destacar que, Entre los destinos favoritos que los visitantes suelen consultar para visitar Ecuador están: las Islas Galápagos, la Amazonía, Quito, Guayaquil y Cuenca.

Ecuador Ama la Vida, es canal Ecuatoriano que llega al país mediante los siguientes medios:

- CN PLUS. Canal 3 TV CABLE - Pichincha y Guayas
- BRISA TV. Canal 23 UHF - Santa Elena
- CORAL TV. Canal 6 por TV CABLE - Bolívar
- TVN. Canal 9 - Imbabura y Carchi

- ÉLITE TELEVISIÓN. Canal 45 UHF - Cotopaxi
- OK TV. Canal 27 - Pastaza /canal 6 - Morona Santiago
- TELEINSULAR. Canal 9 - Galápagos
- TELEVISIÓN CATÓLICA, LOS ENCUENTROS. Canal 4 - Zamora Chinchipe
- TELEVISIÓN MANABITA. Canal 30 UHF - Manabí.
- TV CHACO. Canal 4 - Napo
- TV CISNE. Canal 2 - Sucumbíos
- TELESUCESOS. Canal 29 / TVCABLE canal 73 / UNIVISA canal 80 - Pichincha
- UNSIÓN TV. Canal 25 UHF - Azuay, Cañar y Morona Santiago.
- UVTELEVISIÓN. Canal 4 y canal 10 - Loja / canal 9 - Zamora Chinchipe
- ZARACAY TV. Canal 5 - Noroccidente Pichincha/ TV CABLE canal 22 - Los Ríos, Manabí y Esmeraldas.
- TV UNIVERSITARIA. UTV canal 24 UHF - Imbabura y Carchi
- TELECOSTA. Canal 5 - Esmeraldas
- CANAL MUNICIPAL SANTA CRUZ. Canal 34 TV CABLE - Galápagos
- TV13 MISIÓN FRANCISCANA. Canal 12 - Galápagos
- CANAL MUNICIPAL SAN CRISTÓBAL. Canal 7. Galápagos.
- OROMAR TELEVISIÓN, Canal 3. Manta y Manabí

- 13 PLUS TV, Canal 13. Loja
- CABLEVISION, Canal 3. Guayas
- PALMAS TV, Canal 41. Esmeraldas
- YAHUACHI TV, Canal 2. Guayas
- TELECUENCA, Canal Universitario Católico, Canal 3.
Azuay
- ORELLANA TV, Canal 10. Orellana
- TVS RIOBAMBA, Canal 13. Chimborazo
- UNIMAX, Canal 34. Tungurahua
- PACIFIC TV, Canal 219. Guayas
- GAMA TV, Canal 2, Cobertura Nacional.

CAPÍTULO III OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

3.1 Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, y son la motivación principal de la visita.

Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. ejemplos Carreteras, puertos.

Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte.

3.2 Demanda turística

Es el proceso de toma de decisiones para la planificación del ocio, depende de factores económicos, psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

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

Tipos de demanda Turística:

- **Demanda Afectiva o Actual:** se refiere al número actual de personas que efectivamente viajan, uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, influencia de los viajes turísticos en una población determinada.
- **Demanda no efectiva:** se refiere a la población que no viaja por algún motivo en específico como:
 - ✓ **Demanda Potencial:** son aquellos que viajaran en un futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero).
 - ✓ **Demanda Diferida:** es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona determinada, falta de alojamiento).
- **No Demanda:** es un grupo de personas adverso a los viajes, y aquellos que simplemente no desean viajar.

En términos económicos la demanda turística es siempre una magnitud monetaria y no el número de consumidores el cual se define como (el gasto

realizado por un visitante o de parte de un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino).

3.3 Análisis de la oferta Turística del Museo de la florida

La oferta del Museo Arqueológico de la Florida, en la actualidad no ha sido muy difundida por lo que ha llevado como resultado a la poca afluencia de turistas visitantes, y con el tiempo ha ido siendo olvidado por la sociedad.

Por lo que la oferta turística, no ha sido significativa en estos dos últimos años, ya que el desconocimiento total de la existencia de un museo arqueológico en el sector de San Vicente de la Florida, ha llevado el descuido y poco interés en los turistas nacionales y extranjeros.

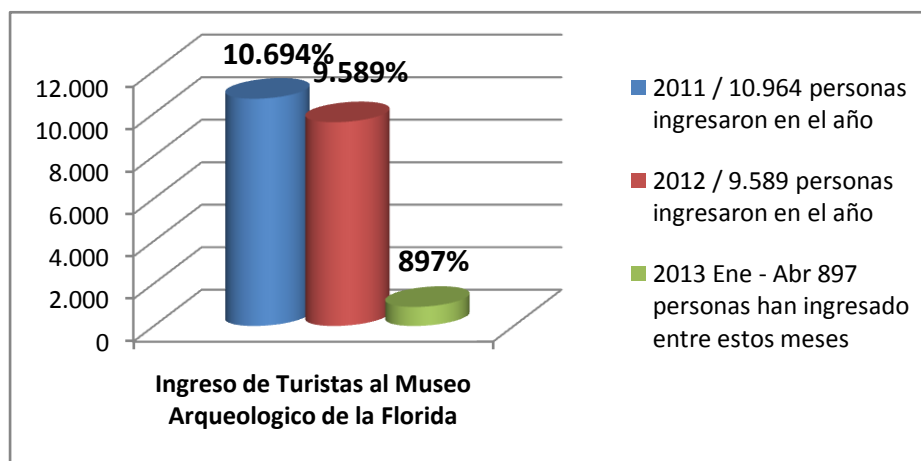
3.4 Análisis de la demanda Turística del Museo de la florida

El museo de la florida, por no tener una adecuada difusión y promoción turística ha llevado como resultados a la poca afluencia de turistas visitantes nacionales y extranjeros, o en el peor de los casos el desconocimiento parcial de la existencia del mismo.

Por lo que se ha visto afectado seriamente en las visitas al museo, y el motivo principal es la poca difusión y promoción del lugar y su dirección exacta ya que eso también representa otro inconveniente (la ubicación del museo).

Resultados Estadísticos de Ingreso de Turistas al Museo Arqueológico de la Florida

Grafico 1. Ingreso de Turistas



Fuente: Entrevista moradores del sector
Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

3.5 Análisis de la promoción y difusión del Museo Arqueológico de la Florida.

El estudio realizado hacia el museo arqueológico de la florida nos indica que la demanda turística se ha visto afectada por la falta de promoción y difusión del mismo ya que la oferta no se encuentra enfocada en los diferentes puntos de información turística o agencias de viajes.

Los recursos turísticos del museo arqueológico de la florida son histórico-cultural, que son la motivación principal de la visita al museo, la infraestructura no es la adecuada para un museo pero el tipo de hallazgos y las excavaciones son in situ por lo que se abrió este lugar para la visita del público en general, la escasa oferta y demanda del museo arqueológico de la florida depende mucho del manejo de publicidad y medios de comunicación utilizados los cuales influyen mucho en el flujo turístico.

TERCERA PARTE -METODOLOGÍA

3.1 Tipo de diseño de la Investigación

La presente investigación de tipo descriptivo dio a la meta no se limitó a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Esta investigación recogió los datos sobre el Asentamiento de Arqueológico de la Florida, se expuso y se resumió la información de manera cuidadosa y luego se analizaron minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Esto dio como resultado un amplio acceso a la información sobre el museo Arqueológico de la Florida de Quito mediante un análisis cuantitativo porque tomo en cuenta la aplicación de encuestas, entrevistas estructuradas, consultas bibliográficas, e investigación de campo, además fue de manera cualitativa por el enfoque de estudio de análisis de la propia investigación.

3.2 Población y Muestra

Para la presente investigación se tomó como universo a la población total del sector San Vicente de la Florida, cuyo dato es de 1.300 personas.

A continuación la siguiente fórmula para el cálculo:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1)(E/k)^2 + pxq}$$

N = Universo (1300 hab.) San Vicente de la Florida

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad a favor (50%)

q = Probabilidad en contra (50%)

E= 0.05 margen de error

K= constante variable 2

n =?

p = 0.50

q = 0.50

E= 0.05

K= 2

CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{1300 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{(1300 - 1)(0.50 / 2)^2 + 0.50 \cdot 0.50}$$

$$n = \frac{1300 \cdot 0.25}{(1299)(0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{325}{(0.811875) + 0.25}$$

$$n = \frac{325}{1.061875}$$

$$n = 306,06$$

El número total de encuestas a realizarse en la población es de 306.

3.3 Instrumentos de Recolección de Datos

Entre los principales instrumentos de investigación que se utilizaron son:

- Encuestas, que consto de 10 ítems de preguntas dicotómicas que 5 están relacionadas con la variable independiente y 5 con la variable dependiente.
- Entrevista estructurada, que consto de 10 preguntas que 5 están relacionadas con la variable independiente y 5 con la variable dependiente.

Estos instrumentos de investigación nos ayudaron a la posterior obtención de resultados con los cuales pudimos tener un preámbulo mucho más amplio de la situación actual del Museo Arqueológico de la Florida.

3.4 Descripción del Trabajo de Campo

Finalmente los diferentes instrumentos de investigación ayudaron a obtener una información más amplia y el trabajo de campo se realizó en días específicos para aquello se ha tomado en cuenta lo siguiente:

- Encuestas, se realizaron a los moradores del sector y turistas visitantes del museo, mediante una breve explicación sobre la encuesta y las preguntas existentes esto fue realizado los días miércoles a domingo desde las 11:00 am hasta las 16:00 pm, ya que es donde mayor ingreso de turistas hay al museo, esto lo realice yo como autora de la investigación con colaboradores del museo.

- Entrevista Estructurada, se realizó a los investigadores, arqueólogos y encargados del manejo del Museo Arqueológico de la Florida en Quito, mediante preguntas estructuradas, esto fue realizado los días miércoles y jueves desde las 13:00 hasta las 16:00 ya que es donde los

entrevistados tienen disponibilidad de tiempo, esto lo realice yo como autora de la investigación y un colaborador adicional.

3.5 Procesamiento y Análisis

Para la obtención de datos se utilizó Microsoft Excel donde se tabularon los resultados de las encuestas realizadas teniendo como datos finales los gráficos estadísticos y de esta forma se procedió a realizar los análisis, a través de la media, frecuencia, los cuales sirvieron para interpretar los resultados obtenidos de esta investigación.

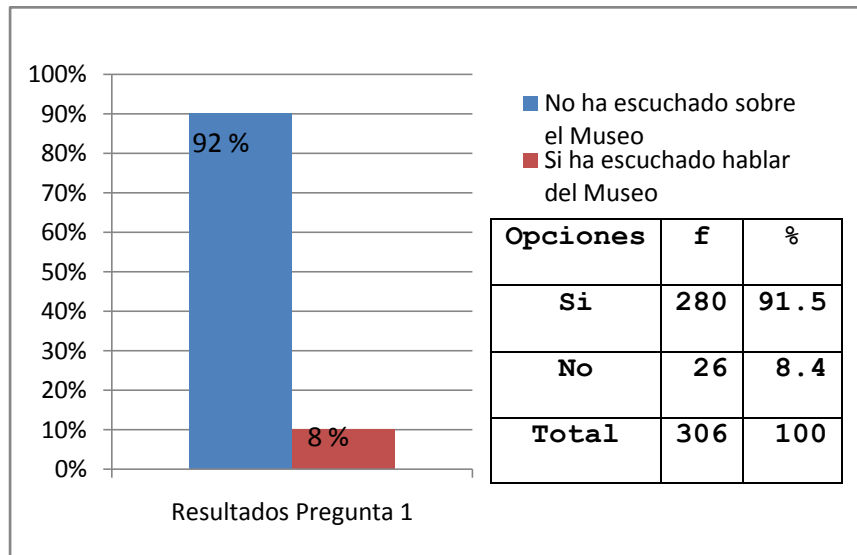
CUARTA PARTE - ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación gráfica de resultados

A continuación se encuentran los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los moradores del sector.

1. ¿Ha escuchado sobre el Museo Arqueológico de la Florida, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito?

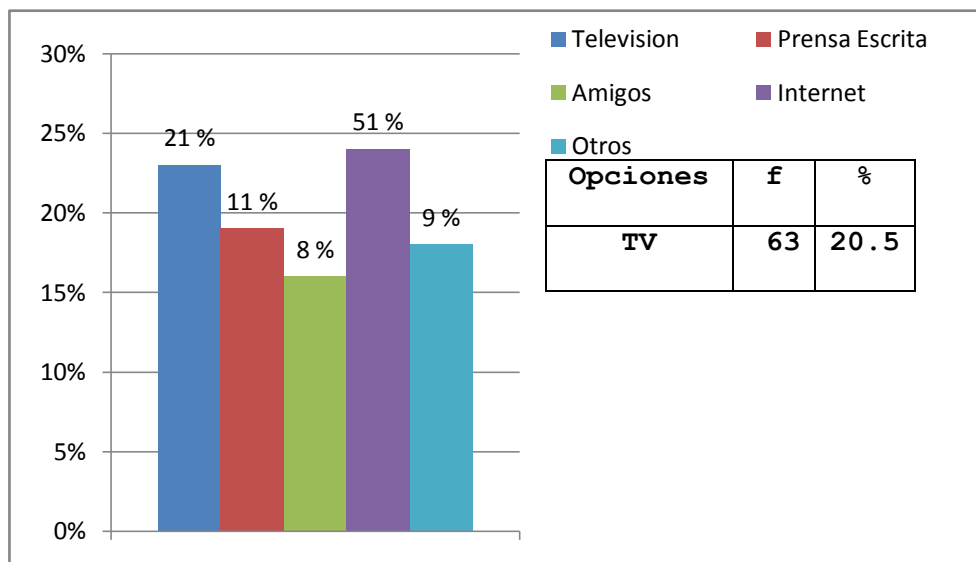
Grafico N°2 Conocimiento del Museo de la Florida



Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

2. ¿Si su respuesta anterior fue Si, ¿cómo se enteró de la existencia del Museo Arqueológico de la Florida?

Grafico N°3 Existencia del Museo Arqueológico de la Florida

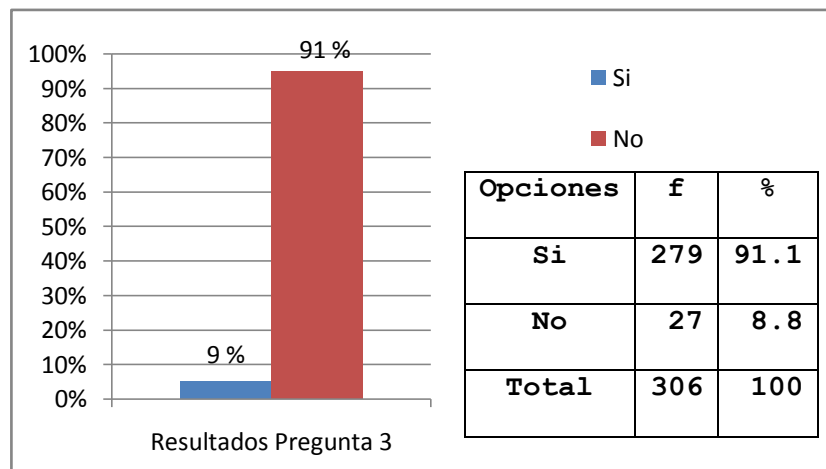


P.Escrita	35	11.4
Amigos	25	8.1
Internet	155	50.6
Otros	28	9.1
Total	306	100

Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

3. ¿Cree usted que es fácil identificar la ubicación del Museo Arqueológico de la Florida?

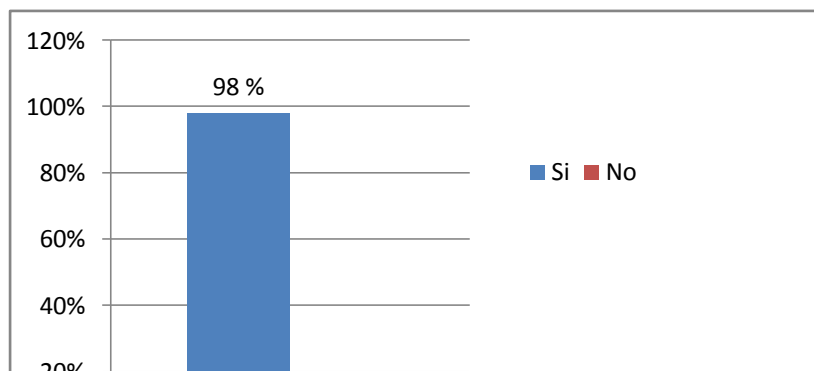
Grafico N°4 Ubicación del Museo de la Florida



Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

4. ¿Cree usted que el museo Arqueológico de la Florida es de gran importancia para la sociedad?

Grafico N°5 Importancia del Museo de la Florida

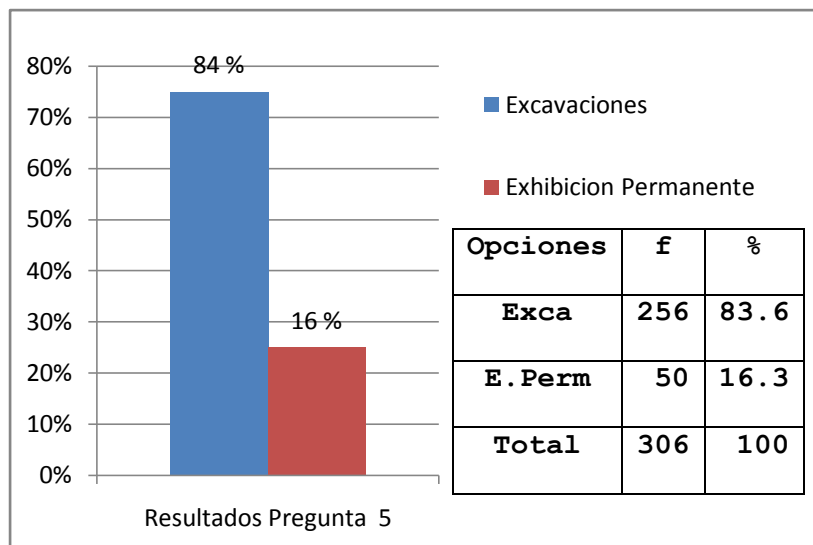


Opciones	f	%
Si	300	98
No	6	1.9
Total	306	100

Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

5. ¿Qué tiene de novedoso el Museo de la Florida, que haya llamado mucho su atención?

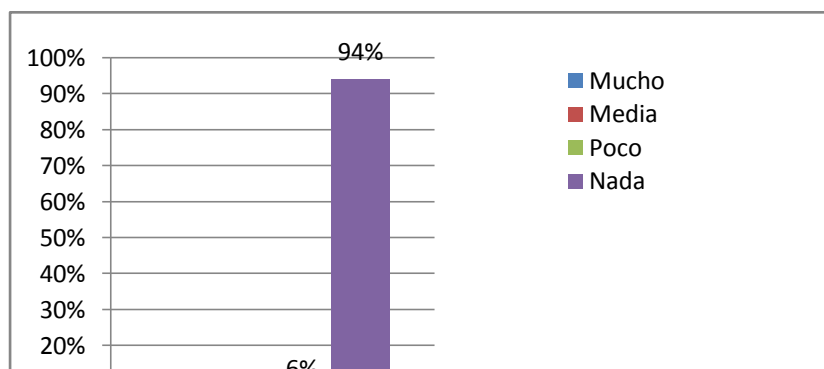
Grafico N°6 Atractivos del Museo de la Florida



Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

6. ¿Tiene Promoción y difusión el museo Arqueológico de la Florida?

Grafico N°7 Promoción y Difusión del Museo de la Florida

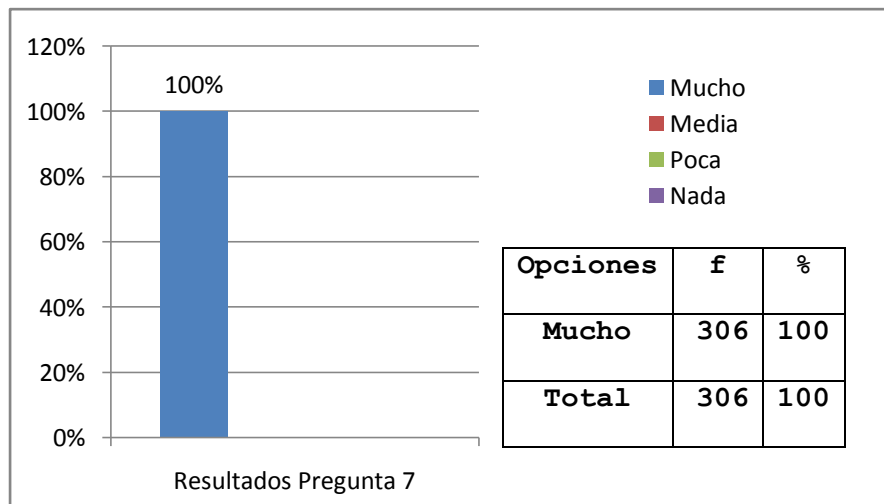


Opciones	f	%
Nada	288	94.1
Poco	18	5.8
Total	306	100

Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

7. ¿Cree usted que la difusión y promoción del Museo Arqueológico de la Florida es importante para el desarrollo Turístico?

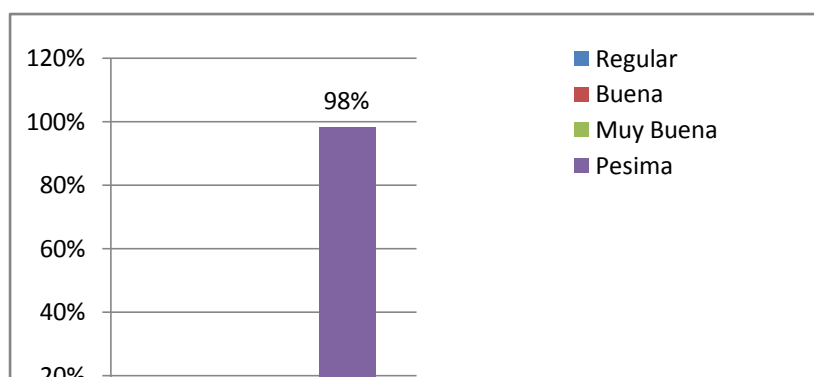
Grafico N°8 Importancia del Museo Arqueológico de la Florida



Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

8. ¿Cómo califica usted la difusión y promoción turística del Museo Arqueológico de la Florida en agencias de viajes receptoras de Turismo?

Grafico N°9 Promoción por parte del Museo de la Florida

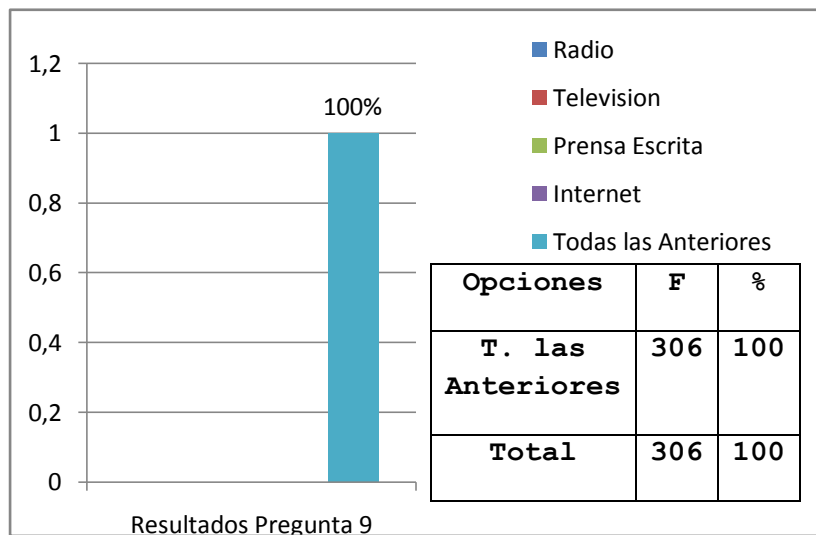


Opciones	f	%
Pésima	299	97.7
Regular	7	2.2
Total	306	100

Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

9. ¿Qué canales de comunicación se debería usar para la difusión y promoción del Museo?

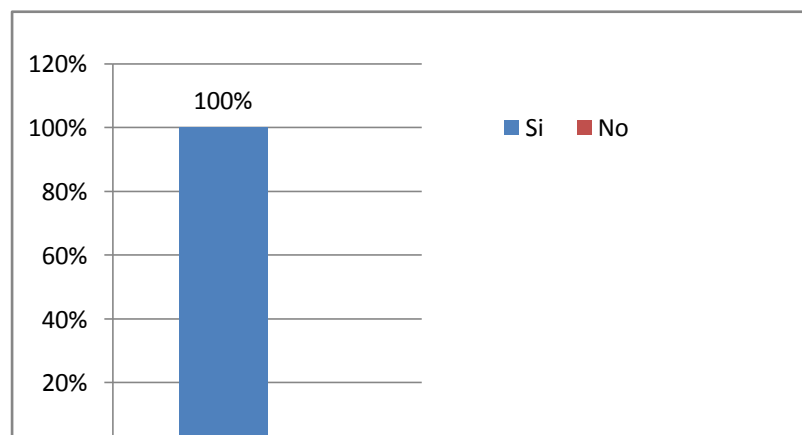
Grafico N°10 Medios de Comunicación



Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

10. ¿Recomendaría usted visitar el Museo Arqueológico la Florida?

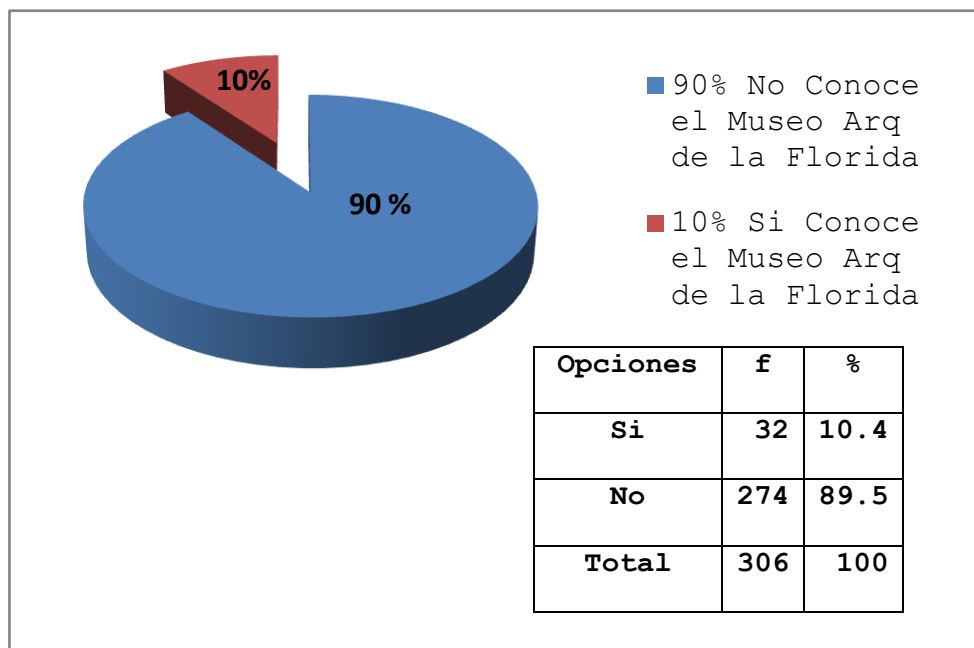
Grafico N°11 Recomendaría Visitar el Museo de la Florida



Opciones	f	%
Si	306	100
Total	306	100

Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

Grafico N°12 Resultados de la Encuesta



Fuente: Entrevista moradores del sector
 Autora: Ana Lucia Erazo Yamá

4.2 Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a la información estadística facilitada por parte de las encuestas del Museo Arqueológico de la Florida,

Pregunta 1. Los resultados obtenidos en las encuestas revelan que el 90% de la población desconoce completamente la existencia del Museo Arqueológico de la Florida, y apenas el 10% conoce el Museo, obteniendo como resultados el desconocimiento de la comunidad aledaña del museo sobre su existencia.

Pregunta 2. El porcentaje mayor de respuestas en esta pregunta es del 51%, la gente se enteró de la existencia del museo mediante el internet y el porcentaje más bajo con el 8% por amigos, los resultados nos indican que la mayor parte de la gente tiene más acceso al internet y a la información que encuentra sobre el lugar.

Pregunta 3. Los resultados en esta pregunta revelan que el 91% de la población y turistas visitantes no conoce la ubicación del Museo de la Florida en Quito, y el 9% tiene una idea de donde se encuentra, es decir que la señalética o información sobre cómo llegar al museo no es clara.

Pregunta 4. Las respuestas en esta pregunta indican que el 98% de la población reconoce que es de suma importancia tener conocimiento del Museo de la Florida

y el 2% cree que no es muy interesante, esto indica que gran parte de la comunidad y público visitante está interesado en el aporte turístico que brinda el museo.

Pregunta 5.La mayor parte de la gente indica que el museo tiene el 84% de llamativo o novedoso las excavaciones y el 16% indica que la exhibición permanente es la más llamativa, los hallazgos encontrados en este lugar han sido el principal motivo de su valor histórico y cultural.

Pregunta 6.Las encuestas nos revelan que el 94% de las personas encuestadas indicaron que el Museo de la Florida no tiene nada de promoción en ningún tipo de mercado, y tan solo el 6% indico que la promoción es muy decadente en agencias de viaje, esto nos indica la poca difusión y promoción que tiene el museo en los diferentes establecimientos turísticos, por lo que habría que empezar desde la misma comunidad con la concientización del lugar.

Pregunta 7.El 100% de la gente encuestada respondió que la difusión y promoción del museo arqueológico de la florida es de suma importancia para el desarrollo

turístico la educación y concientización de la sociedad, los resultados obtenidos revelan que el museo es de suma importancia por valor histórico cultural.

Pregunta 8.El 98% de la población dice que la difusión y promoción por parte de agencias de viajes es pésima, ya que no lo promocionan como deberían dándole la importancia que merece, esto quiere decir que el problema también radica desde las agencias locales de turismo, comunidad y museo.

Pregunta 9.El 100% de la población indico que sería la mejor manera de promocionar y difundir el museo de la Florida sería mediante diferentes medios de comunicación como televisión, prensa escrita, radio, internet, con la finalidad de fomentar el flujo turístico en el museo de la Florida.

Pregunta 10.Los resultados obtenidos en esta pregunta son del 100% favorable para el museo, recomendando que lo visiten como concientización y conservación de la cultura, gran parte de la comunidad y público visitante expresaron su deseo que el museo sea conocido y visitado por turistas nacionales y extranjeros con el objetivo de conservar el valor histórico cultural.

Estos resultados obtenidos nos revelan que en los dos últimos años es decir 2011 y 2012 el ingreso de turistas ha sido el siguiente:

En el año 2011: ingresaron 10.964 personas al Museo

En el año 2012: ingresaron 9.589 personas al Museo

En el presente año 2013 entre los meses de Ene hasta Abril el ingreso de turistas ha sido de 897 personas.

Por lo que tenemos con resultado final que en el año 2011 hubo mayor ingreso de turistas visitantes, que en el 2012 donde disminuyó la afluencia, según investigaciones esto se debe a que en el año 2011 hubo un programa donde asistieron chivas con turistas a visitar el museo en determinados meses, por esta razón se debe el incremento de visitantes en los cuadros estadísticos del año 2011.

Entrevista

La presente entrevista, nos ayudará a conocer acerca de la historia Cultural del Museo Arqueológico de la Florida de Quito.

Nombre del Entrevistado: JUAN LUIS SIGUENZA

1. ¿Cómo fue que se hizo el descubrimiento de los vestigios arqueológicos del actual Museo de la Florida, y en qué año?

Bueno descubrimiento no sino el conocimiento de este recurso arqueológico, por cuanto se realizó trabajos de conservación de bienes culturales, y es así que en el año de 1997 se inicia con la investigación de recuperación y conservación.

2. ¿Podría decirme si los gobiernos de turno por medio de las entidades culturales tienen planes y estrategias para conservar y difundir el patrimonio cultural?

En las políticas de estado según conozco está previsto el revalorizar y difundir la cultura nacional esto justificaría la existencia de los ministerios de cultura y de patrimonio, claro está que para esto necesitan cuadros estadísticos de atractivos culturales, históricos, y naturales.

3. ¿Podría explicar históricamente a qué período y grupo humano pertenece el sitio arqueológico

ubicado en la florida y que tan importante resulta para la cultura nacional?

Es una manifestación cultural que pertenece al periodo de desarrollo regional, el hecho de ser considerado espacio funerario del pueblo quitu - cara es un aporte muy importante del desarrollo cultural de los pueblos que habitaron el valle de quito enriqueciendo el aspecto cultural de ecuador América y el mundo prehispánico.

4. ¿Qué sugerencias haría a las entidades educativas con respecto a capacitar y poder dar a conocer a los niños y jóvenes sobre la arqueología ecuatoriana?

Que utilicen estos laboratorios de conocimiento y aprendizaje para impartir las clases insitu, es el mejor recurso para que los estudiantes conozcan la historia contada en el lugar de los hechos.

5. ¿El complejo cultural de la florida cómo contribuye a enaltecer y enriquecer el patrimonio cultural de la ciudad?

Es un gran recurso cultural que incrementa los espacios turísticos culturales, poniendo en valor los vestigios arqueológicos con una muy buena infraestructura y organización en la puesta en valor del patrimonio cultural y artístico de la ciudad

6. ¿Qué recomendaciones propone a las autoridades respecto a la conservación y promoción del lugar?

Bueno creo que lo están haciendo, faltaría implementar programas de educación en escuelas y colegios, promover estos lugares utilizando los medios de comunicación especialmente la televisión para promocionar la cultura nacional.

7. ¿Qué instrumentos considera efectivos para promocionar el lugar en el mercado turístico internacional?

Son muy importantes las ferias internacionales y no solamente las que tienen que ver con el turismo, sino las convenciones que se hacen para todo tipo de negocios ahí debe estar el gestor cultural promocionando la cultura nacional.

Y lo que he dicho los medios de comunicación es hora de tener un programa en tv para promocionar las curiosidades del país, también están las empresas turísticas como operadoras por ejemplo.

8. ¿Considera a la florinda una fortaleza cultural, si es así cuales cree que podrían ser las amenazas?

Si es una fortaleza cultural, considero una amenaza la desviación de recursos, en lugar de desarrollar programas de promoción que la población del sector no se involucre a las actividades del museo para que se apropie y valore su entorno

9. ¿A qué se debe que este sitio arqueológico se encuentre en un lugar elevado y no en la parte baja del valle de Quito?

Bueno la ciudad actualmente está ubicada en el valle donde en tiempos anteriores estaba gran parte cubierta de agua, es una de las justificaciones según los investigadores también la necrópolis es un cementerio destinado a los

líderes de la cultura en mención, tomando en cuenta que estas personas tenían sitios privilegiados para sus enterramientos importantes.

10. ¿A qué se debe que las culturas prehispánicas enterraban a sus muertos muy al interior de la tierra?

Bueno esta significación es muy importante y que todos deberíamos valorar, mientras más profunda era la tumba más cerca del vientre de la pacha mama estaríamos, siendo personas de gran importancia había que sepultar más al interior de la tierra el valor al útero que da la vida como es la tierra sigue siendo excepcional para todos.

4.3 Conclusiones

- El museo Arqueológico de la Florida tiene una desventaja en el ámbito turístico por su ubicación geográfica y la escasa promoción y difusión del museo.

- La investigación a fondo de los tipos de estrategias de difusión y promoción se pueden o podrían utilizar para la fomentación de publicidad del Museo de la Florida como atractivo turístico cultural, que posee el sector de San Vicente.

- El análisis de los medios de comunicación como televisión, revistas, tienen mayor aceptación por parte del público, esta sería una de las mejores opciones para enfocar la promoción y difusión del museo de la Florida.

- El estudio de la oferta y demanda turística sobre el museo arqueológico de la Florida, han incidido en la poca afluencia de visitantes y estos factores influyen en el aspecto positivo y negativo del lugar.

- Las repuestas obtenidas en todas las encuestas nos revelan que el Museo Arqueológico de la Florida tiene poca difusión y promoción turística a través de agencias receptoras de turismo y por ende el resultado es la escasa afluencia de público

visitante y el desconocimiento de la misma comunidad.

4.4 Recomendaciones

Para la mejora de difusión y publicidad del Museo arqueológico de la florida es recomendable tomar en cuenta las siguientes observaciones:

- Se debería fomentar la promoción del Museo de la Florida en escuelas; colegios y universidades mediante campañas de concientización sobre la existencia del mismo.

- Implementar la correcta señalética e información de la ubicación del museo, para evitar el desconocimiento del lugar por parte de los turistas visitantes.
- Fomentar la difusión y promoción del Museo en agencias de viajes receptoras de turismo, con el fin de introducir al mercado el museo como un destino primordial.
- La difusión y promoción acerca del museo debería hacerse en todos los medios de comunicación; a manera de promociones cada tres meses para acatar la atención de todos los medios.
- Mejorar la investigación de los sitios arqueológicos del Ecuador para lograr obtener mayor información sobre los pobladores de ese periodo con el fin de entender el modus vivendi de nuestros antepasados.
- Recuperar el sitio de la Florida y continuar con las excavaciones con el fin de tener datos y vestigios certeros para dar a difundir un mejor conocimiento a las siguientes generaciones.

QUINTA PARTE - PROPUESTA

5.1 Tema de la Propuesta

Promoción del Museo Arqueológico la florida en medios relacionados con la actividad turística como agencias de viajesreceptoras de turismo mediante flayers informativos.

5.2 Justificación

Mediante una investigación previa se detectó la falta de promoción y difusión del Museo Arqueológico de la Florida, se ha visto la necesidad de dar a conocer este producto turístico en medios relacionados con la actividad turística como agencias de viajes receptoras de turismo, su finalidad es de integrar el Museo de la Florida en los destinos indiscutibles de recreación social y conocimiento educativo.

Los beneficios que traerá dicho proyecto son:

- El conocimiento por parte de los moradores del sector.
- Publicidad en agencias en agencias receptoras de turismo.
- Aumento el flujo turístico hacia el museo arqueológico de la florida.
- Concientización hacia el valor histórico cultural del lugar.
- Proyectos de investigación a futuro, por parte de estudiantes.

La acción dentro de los establecimientos educativos, se planteara un proyecto de actividades lúdicas educativas, históricas y culturales para la mejor recepción de este museo.

Esta propuesta se la realizará mediante flayers informativos digitales de una forma lúdica mediante la web.

5.3 Impacto

El museo de la Florida se beneficiará de la publicidad y difusión turística realizada en los diferentes medios relacionados con la actividad turística como como agencias receptoras de turismo, establecimientos educativos, habitantes del sector (voluntariado) como tiendas, negocios mediante material publicitario. Y como resultado el incremento de visitantes a las instalaciones del museo, obteniendo resultados positivos.

De esta forma la comunidad estará informada sobre los horarios de atención, para todos aquellos que deseen visitar este lugar arqueológico dentro de la ciudad de Quito.

5.4 Objetivos

5.4.1 Objetivo General

Promocionar el Museo Arqueológico de la Florida en medios relacionados con la actividad turística como en agencias de viajes receptoras de turismo mediante flayers publicitario.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Definir a que agencias de viajes receptoras de turismo va dirigido el material publicitario.

- Diseñar el material publicitario conocido como "Flayer digital" promocionando el Museo Arqueológico de la Florida.

- Enviar el material publicitario a las agencias seleccionadas.

5.5 Ubicación sectorial y física

El museo La Florida, está ubicado en el barrio San Fernando al noroccidente de la ciudad, a 2850 msnm.

Y está rodeado, al norte por el barrio La Concepción, al sur por San Carlos, al oriente por la avenida de La Prensa y al occidente por la avenida Mariscal Sucre. (Ver anexo del sitio pag 95)

5.6 Viabilidad

La presente propuesta posee una investigación de Promoción y difusión del Museo de la Florida, de acuerdo a los resultados obtenidos se ha procedido a realizar flayers digitales con la finalidad de ser difundidos en medios relacionados con la actividad turística como en agencias de viajes en donde se expondrá la información del museo como ubicación, horarios de atención, promociones.

5.7 Plan de Ejecución

Tabla 1. Plan de Ejecución

OBJETIVOS ESPECÍFICO	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS	RESPONSABLES	INDICADORES
*Definir a que agencias de viajes receptoras de turismo va dirigido el material publicitario	Seleccionar Agencias locales tomando en cuenta mayor afluencia de turistas Nacionales y Extranjeros, y por la ubicación de la agencia.	10 de Julio 2013	Humanos: ✓ Autor Materiales: ✓ Laptop ✓ Listado de agencias	*Autor	* Se elegirá a 30 agencias receptoras de turismo
*Diseñar el material publicitario conocido como "Flayer digital" promocionando el Museo Arqueológico de la florida.	*Contactar a un Diseñador Gráfico para que realice los flayers informativos donde dé a conocer toda la información acerca del museo, de una forma lúdica al público para Fomentar	12 de Julio 2013	✓ Autor ✓ laptop ✓ Presentación en diapositivas	*Autor *Diseñador Grafico	* Se realizara 2 flayers digitales uno digital y otro físico

	<p>la afluencia turística en el museo arqueológico de la florida</p> <p>*toma de fotografías para la realización del flyer</p>		<ul style="list-style-type: none"> ✓ USB ✓ impresora ✓ diseñador 		
<p>*Enviar el material publicitario a las agencias seleccionadas.</p>	<p>Al momento de tener el material publicitario se enviaran a las agencias seleccionadas</p>	<p>15 de Julio 2013</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Autor ✓ Internet ✓ Material Publicitario ✓ Laptop ✓ USB 	<p>*Autor</p>	
<p>*Incrementar el número de visitantes al museo Arqueológico de la florida</p>	<p>Después de un mes aproximadamente se empezaran a ver los resultados en la afluencia de visitantes al museo</p>	<p>05 de Agosto 2013</p>		<p>*Autor</p>	<p>*Esta información será enviada dos veces por mes promocionando el museo</p> <p>*Como resultado obtendremos el incremento de visitantes al museo de la florida</p>

Diseño del Material Informativo (Flayer Digital de Promoción y Difusión)

El presente material turístico o (Flayer digital) tiene el propósito de informar al público en general sobre la exhibición del Museo Arqueológico de la Florida, horarios de atención, ubicación con un pequeño croquis, y lo más importante señalar que la entrada es gratuita para todo el público, logrando de esta manera rescatar la importancia del Museo y fomentar el flujo de visitas.

El objetivo de este material turístico es el de dar a conocer al público sobre la existencia del museo, utilizando a las agencias de viajes receptoras de turismo, mediante él envió mensual de Flayers digitales promoviendo la visita al museo de una forma novedosa y original.

Paseando por el Pasado ven y Visita:



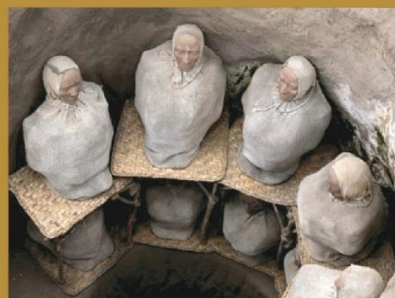
Museo Arqueológico La Florida

El Sitio muestra los vestigios de la cultura **Quitus** que se asentó desde los años 220 d.C. hasta los 640 d.C., en los períodos de Desarrollo Regional e Integración.

Hallazgos:

- Tumbas reflejan la cosmovisión de esta cultura: los cuerpos eran devueltos al vientre de la Madre Tierra. Se han logrado rescatar ofrendas funerarias de cerámica, tejidos, Spondylus, metales preciosos y otros accesorios, junto con cientos de cuerpos.
- 10 tumbas, de 17 metros de profundidad y de 2 metros y medio de diámetro cada una, que aparecen en el suelo y develan la forma de enterrar a los muertos.
- Una recreación muestra a 16 cuerpos, en posición fetal, ubicados en tres niveles, separados cada uno por pequeñas mesas denominadas tiangaz.

HORARIO DE ATENCIÓN:
Miercoles a Domingo
08:30 hasta 16:30



Ubicado en la calle Antonio Costas N52-104, entre Antonio Román y César Villacrés, sector de La Florida Alta, a la altura del barrio San Fernando, que está diagonal a la Jefatura de Tránsito. (Ver Croquis)
Contacto.: Vicente Altamirano 0997613731

Tabla 2. Cronograma para las actividades a realizar

Actividad	MESES							
	May /Jun				Jul			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Realización del Flyer informativo de difusión y promoción	X							
Selección de agencias de viajes receptoras de turismo específicas		x						
Aprobación de la propuesta		x						
Aplicación de la propuesta en el campo turístico						X		
Resultados finales							x	

5.8 Recursos

5.8.1 Materiales

Tabla 3. Materiales

Materiales	Cantidad
CPU	1
Flash memory	1
Impresora	1
Lápiz	2
Cuaderno pequeño espiralado	1
Hojas de papel bond	150
Borrador	2
Bolígrafo	3
Copias	50

5.8.2 Económicos

Tabla 4. Materiales Económicos

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Copias	50	0,02	1,00
Bolígrafos	2	0,75	1,40
Lápiz	2	0,50	1,00
Borrador	2	0,25	0,50
Cuaderno pequeño espiralado	2	2,00	4,00
Uso de internet	30 horas	0,80 hora	24,00
Computador portátil	1	500,00	500,00
Impresora	1	120,00	120,00
Tinta para impresora	1	25,00	25,00
Otros		20,00	20,00
		TOTAL	791,14

5.8.3 Talento humano

Tabla 5. Talento Humano

Personal
Autor de la propuesta: Ana lucia Erazo Yamá
Personal de apoyo Diseñador gráfico: Carlos Velastegui
Agencias de turismo: Holidaystravel Sangay tour Palmar Vogages Galex tour Ecoandes Latin Trails Tierra de Fuego Galasam La selva Yutun Celebrity Caribe viajes Equinoccial tours Yuturi tour Happy Gringo Via Natura Surtrek

Sunshine Travel

Galacruises Expeditions

Climbing tours

Tropical Adventures

Papayatours

Condor Tours

Tip top travel

Gray line

ATC

Enchanted expeditions

Nuevo Mundo

Klein tours

Metropolitan touring

Gulliver Expeditions

Habitantes de la parroquia

REFERENCIAS CITADAS

- CAMINO, B. & CASTILLO, A., 1997 - Proyecto de salvamento Arqueológico La Florida; Quito. Informe al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

- ALVARADO CEVALLOS, A. P., 1996 - Evolución Geológica cuaternaria y paleosismicidad de la Cuenca de Quito-Ecuador, Quito: Escuela Politécnica Nacional.

- ANÓNIMO, 1992 [1573] - Descripción de la ciudad de San Francisco de Quito. In: Relaciones Histórico Geográficas de la Audiencia de Quito (Ponce Leiva, P., ed.) Quito: AbyaYala.

- BUYS, J., CAMINO, B. & SANTAMARÍA, A., 1994 - La investigación arqueológica de Cumbayá, Quito: Proyecto de Cooperación Técnica Ecuabel. Informe Final entregado al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

- CAÑADAS CRUZ, L., 1980 - El Mapa Bioclimático y Ecológico del Ecuador, Quito: Banco Central del Ecuador.

- DOYON, L., 1989 - A High-Status Cemetery of the Regional Developmental Period: Excavations at La Florida (Quito, Pichincha); Quito. Final Report to the Museo del Banco Central del Ecuador.

- ECHEVERRÍA ALMEIDA, J., 2004 - Las sociedades prehispánicas de la Sierra Norte del Ecuador, una aproximación arqueológica y antropológica; Otavalo: ed. Instituto Otavaleño de Antropología.

- ELIADE, M., 2004 - El mito del eterno retorno, Madrid: ed. Alianza Editorial.

- ERAZO RODRÍGUEZ, R., 2004 - Ensayo semiótico del diseño prehispánico quiteño, Informe al Proyecto Arqueológico La Florida.

- ERAZO RODRÍGUEZ, R., 2006 - Estudio del diseño prehispánico Quiteño (V d.C.), Informe al Proyecto Arqueológico La Florida.

- GUINEA, M., 1998 - La Metalurgia del Cobre en la costa norte del Ecuador durante el periodo de Integración.

In: El Área Septentrional Andina, Arqueología y etnohistoria (Guinea, M., ed.) Quito: AbyaYala.

- GUINEA, M., 2004 - Los Símbolos del Poder o el Poder de los Símbolos. In: Simbolismo y ritual en los Andes Septentrionales (Guinea, M., ed.) Quito: AbyaYala.

- GUTIÉRREZ USILLOS, A., 2002 - Dioses, símbolos y alimentación en los Andes, Quito AbyaYala.

- KNAPP, G., & RYDER, R., 1985 - Aspectos del origen, morfología y función de los camellones en el altiplano de Quito. Revista Cultura, Quito: ed. Banco Central del Ecuador.

- LEÓN, P., 2004-2005 - Análisis óseos de las sepulturas de La Florida, Informe a Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural del Distrito Metropolitano de Quito.

- MOLESTINA ZALDUMBIDE, M. del C., 1985 - Investigaciones Arqueológicas en la zona Negativo del Carchi o Capulí. Revista Cultura, Quito: ed. Banco Central del Ecuador.

- MOLESTINA ZALDUMBIDE, M. del C., 1998 - Transferencias ideológicas en la Sierra Norte (Ecuador). In: El Área Septentrional Andina, Arqueología y etnohistoria (Guinea, M., ed.) Quito: AbyaYala.

- SALAZAR DE VILLASANTE 1992 [1570] - Relación de la ciudad y provincia de Quito. In: Relaciones Histórico Geográficas de la Audiencia de Quito (Ponce Leiva, P., ed.); Quito: AbyaYala.

REFERENCIAS WEB

- Museo Nacional del Banco Central del Ecuador Rescatado de la Pag Web el 15/03/13 en <http://museos-ecuador.info/>
- Museos del Ecuador extraído el 02 de Febrero del 2013 desde <http://museos-ecuador.info/>
- Emilio Estrada, la contribución Arqueológica de extraído el 03 Febrero del 2013 desde <http://arqueologia-diplomacia-ecuador.blogspot.com/2011/02/la-contribucion-arqueologica-de-emilio.html>
- Tres museos Arqueológicos en Quito muestran sus tesoros, Tomado el 03/Diciembre /2012 | 00:26 de la Página Web del Diario Hoy, 8/Noviembre/2011 | 00:26 <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/tres-museos-arqueologicos-en-quito-muestran-sus-tesoros-512617.html>
- Tomado de la Pagina Web de la Revista Apachita Arqueología, el 15 de Diciembre del 2012 <http://revistas.arqueoecuatoriana.ec/es/apachita/apachita-11/115-la-florida-un-sitio-del-quito-pre-inca>
- Fonsal Sitio Arqueológico documento Infográfico, Rescatado del Youtube el 12 de Enero del 2013 desde <http://www.youtube.com/watch?v=Hwofc8J3ghg>

ANEXOS

Anexo 1



sepultura 1

Anexo 2



sepultura 2

Anexo 4



Sepultura 4

Anexo 5



Sepultura 5

Anexo 6



Sepultura 6

Anexo 7



Figura 7

APÉNDICES

Apéndice A



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TURISMO Y HOTELERÍA INTERNACIONAL ITHI

ENCUESTA

Solicitamos a Ud. Comedidamente preste su colaboración en la presente encuesta, que será necesaria para conocer la demanda turística del Museo Arqueológico de la Florida de Quito.

Género:

Masculino

Femenino

Lea detenidamente y conteste con sinceridad.

1. ¿Ha escuchado sobre el Museo Arqueológico de la Florida, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito?

Si

No

2. Si su respuesta anterior fue Si, ¿cómo se enteró de la existencia del Museo Arqueológico de la Florida?

Televisión Prensa Escrita Amigos Internet

Otros

Explique cómo:

.....

3. ¿Cree usted que es fácil identificar la ubicación del Museo Arqueológico de la Florida?

Si

No

Explique ¿por qué?

.....

4. ¿Cree usted que el museo Arqueológico de la Florida es de gran importancia para la sociedad?

Si No

Explique ¿Por qué?

.....

5. ¿Qué tiene de novedoso el Museo de la Florida, que haya llamado mucho su atención?

.....

6. ¿Tiene Promoción y difusión el museo Arqueológico de la Florida?

Mucho Media Poca Nada

Explique ¿Por qué?

.....

7. Cree usted que la difusión y promoción del Museo Arqueológico de la Florida es importante para el desarrollo Turístico?

Mucho Media Poca Nada

Explique ¿por qué?

.....

8. ¿Cómo califica usted la difusión y promoción turística del Museo Arqueológico de la Florida en agencias de viajes receptoras de Turismo?

Regular Buena Muy Buena Pésima

Explique ¿por qué?

.....

9. ¿Qué canales de comunicación se debería usar para la difusión y promoción del Museo?

Radio TV-Prensa Escrita Internet
Todas las anteriores

Explique cómo:

.....

10. ¿Recomendaría usted visitar el Museo Arqueológico la Florida?

Si No

Explique ¿por qué?

.....



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TURISMO Y HOTELERIA
INTERNACIONAL ITHI

ENTREVISTA

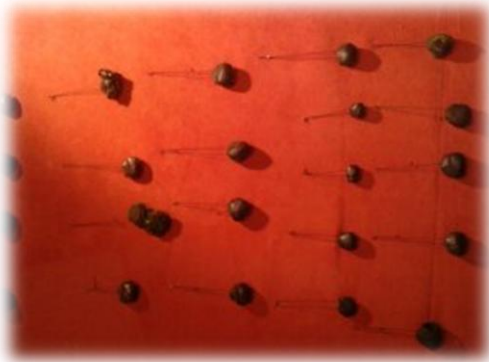
La presente entrevista, nos ayudará a conocer acerca de la historia Cultural del Museo Arqueológico de la Florida de Quito.

Nombre del Entrevistado:

1. ¿Cómo fue que se hizo el descubrimiento de los vestigios arqueológicos del actual Museo de la Florida, y en qué año?
2. ¿Podría decirme si los gobiernos de turno por medio de las entidades culturales tienen planes y estrategias para conservar y difundir el patrimonio cultural?
3. ¿Podría explicar históricamente a qué período y grupo humano pertenece el sitio arqueológico ubicado en la florida y que tan importante resulta para la cultura nacional?
4. ¿Qué sugerencias haría a las entidades educativas con respecto a capacitar y poder dar a conocer a los niños y jóvenes sobre la arqueología ecuatoriana?
5. ¿El complejo cultural de la florida cómo contribuye a enaltecer y enriquecer el patrimonio cultural de la ciudad?

6. ¿Qué recomendaciones propone a las autoridades respecto a la conservación y promoción del lugar?
7. ¿Qué instrumentos considera efectivos para promocionar el lugar en el mercado turístico internacional?
8. ¿Considera a la florinda una fortaleza cultural, si es así cuales cree que podrían ser las amenazas?
9. ¿A qué se debe que este sitio arqueológico se encuentre en un lugar elevado y no en la parte baja del valle de Quito?
10. ¿A qué se debe que las culturas prehispánicas enterraban a sus muertos muy al interior de la tierra?

Apéndice C



Tobas volcánicas

Apéndice D



Platopresentativo del
inframundo

Apéndice E



Restos de los obrajes

Apéndice F



Propulsores

Apéndice G



Restos de los obrajes
Museo

Apéndice H



Exhibición permanente del
Museo

Apéndice I



Mapa de ubicación del Museo Arqueológico de la florida