



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Propuesta de Creación de un Museo de Cacao en la Ciudad de Guayaquil.

Alberto Coello ⁽¹⁾ Fátima Ramos ⁽²⁾ Máster Jerry Landívar (Director de tesis)
Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar (FIMCM)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 Vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
byflores@espol.edu.ec

Resumen

El tema del museo que planteamos del museo del cacao en la ciudad de Guayaquil; es que a más de generar un nuevo atractivo turístico de la ciudad y del país, muy diferente a los que existen en la ciudad, marca un punto de referencia al conocimiento general, especialmente el educativo para ésta y futuras generaciones.

Uno de los objetivos de este museo es de crear un nuevo espacio cultural y turístico con la finalidad de dar a conocer la importancia que tuvo la época cacaotera en el impacto económico, social, cultural y político de Guayaquil y del Ecuador; mediante la investigación de los acontecimientos históricos que marcaron el auge de la producción del cacao, aportando así al conocimiento de la comunidad, de modo que se convierta en uno de los atractivos turísticos más visitados, que combine historia, cultura y entretenimiento.

La implementación de un museo se convertirá en un medio más de promoción turística de la ciudad de Guayaquil; como una alternativa original dentro de un entorno cultural que transporte al visitante a la época del apogeo del cacao en el Guayaquil colonial y republicano, permitiendo así, la interacción entre los visitantes y las representaciones culturales.

Palabras Claves: museo, cacao, Guayaquil, turismo cultural, boom cacaotero.

Abstract

The topic that we outlines of the museum of the cocoa in Guayaquil , it is that to more than generating a new tourist attractiveness of the city and the country, it marks a reference point to the general knowledge , especially the educational one, for this and future generations.

One of the objectives of this museum is to make a new tourist space with the purpose of giving to know the importance that had the cocoa in the economic, social, cultural, and political impact of Guayaquil and Ecuador, by means of the investigation of the historical events that marked the peak of the production of the cocoa , contributing this to the knowledge of the community ,and become one of the most important tourist attractions, that combines history, culture and entertainment.

The implementation of a museum will become a means more than tourist promotion of the city of Guayaquil, as an original alternative inside a cultural environment that transports the visitor to the time of the acme of cocoa in the colonial and republican Guayaquil , allowing this way, the interaction between the visitors and the cultural representations.

Keywords: museum, cocoa, Guayaquil, cultural tourism, cocoa boom

1. Introducción

Guayaquil, ciudad turística por excelencia, es protagonista a lo largo de los años de la producción cacaotera nacional.

El propósito de esta tesis es de crear un nuevo espacio turístico-cultural; siendo un producto nuevo que tendrá aceptación por parte del público guayaquileño en especial, ya que su propósito es mostrar la historia de la ciudad en torno al cacao con sus acontecimientos representativos e informar a la ciudadanía valorando culturalmente al cacao.

En este artículo se analizará los orígenes del cacao, la Historia del cacao en el mundo, El cacao en Ecuador, La Producción de cacao en la antigua Provincia de Guayaquil y su incidencia en la independencia, el Boom cacaotero, El cacao y el Progreso en Ecuador en la República, El Montubio Ecuatoriano y el cacao, El cacao y costumbres, Crisis de la Escoba de la bruja, de la Segunda guerra mundial y la depresión y la Situación actual.

2. Marco Teórico

Turismo Cultural

El Turismo Cultural es el que tiene por objeto, el descubrimiento de los sitios y de los monumentos. Ejerce sobre éstos un efecto positivo considerable en la medida en que, persiguiendo sus propios fines, contribuye a mantenerlos en vida y a protegerlos.

(La Organización Mundial del Turismo (OMT), Poria, Butler y Airca, 1985)

Museo

“Un museo es una institución de carácter permanente y no lucrativo al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que exhibe, conserva, investiga, comunica y adquiere, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material de la gente y su medio ambiente.”

(Consejo Internacional de Museos ICOM)

3. Descripción del Producto

El Museo del Cacao de Guayaquil se convertirá en uno de los museos más visitados de la ciudad. El museo creará un nuevo espacio cultural y turístico con la finalidad de dar a conocer la importancia que tuvo la época cacaotera en el impacto económico, social y político de Guayaquil y del Ecuador.

Guión Museológico

Es el desarrollo más amplio del concepto o guión temático y se convierte en la base para preparar el guión museográfico. En el guión se desarrolla la información y la división de los temas de acuerdo con la localización de los objetos, a los tópicos señalados para la exhibición y catalogación de la colección.

Salas disponibles al público

1. Salón Prehispánico – “Manjar de los Dioses”
2. Salón Colonial – “La Provincia de Guayaquil”
3. Salón Republicano – “El Gran Cacao”
4. Salón del Cacao: La Pepa de Oro
5. Salón dedicado al Montubio ecuatoriano
6. Salón Belga – Francés
7. Mini biblioteca de cacao, chocolate y el Montubio
8. Restaurante con los mejores chocolates del mundo y tienda de souvenirs
9. Sala de conferencias y eventos culturales
10. Sala para cursos y talleres
11. Baterías sanitarias

4. Estudio de Mercado

Mercado meta

Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

Grupo Objetivo

El grupo objetivo es el conjunto a quien va dirigido la promoción del museo, nuestro grupo objetivo corresponde a las clases sociales media, media alta y alta de Guayaquil, hombres y mujeres que tengan un rango de edad de los 17 – 65 años.

A continuación veremos cuatro preguntas que fueron de suma importancia para el proceso de elaboración de los ingresos que puede generar el Museo de Cacao, así como el interés de la población en visitar este tipo de atractivos culturales:

Gráfico 1. Encuesta. ¿Alguna vez ha asistido a un museo?



Fuente: Elaboración propia

La mayor parte contestó si haber asistido alguna vez a un museo con un porcentaje bastante notorio del 95%; seguido de aquellos quienes nunca han asistido un museo, con una cantidad muy pequeña comparada con la anterior, del 5%.

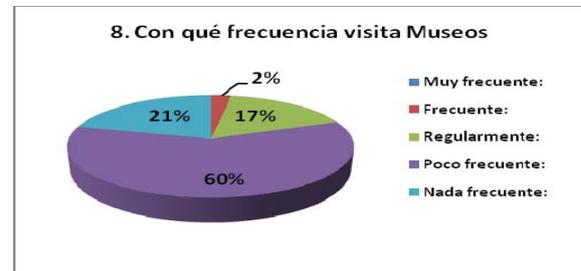
Gráfico 2. Encuesta. Nombre del Museo que ha visitado últimamente



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados han visitado el museo del MAAC con un porcentaje del 30%; en segundo museo más visitado es el Museo Nahaim Isaías con el 19%; el tercero más visitado es el Municipal con el 16%; el cuarto pertenece al Museo Presley Norton y aquellas personas que no recuerdan con el 8% respectivamente; el quinto, al Museo Amantes de Sumpa con el 7%; y los últimos puestos el Museo de la Música, casa de la cultura e Guayaquil y el de Portovelo con un 2% respectivamente; seguido de otros museos con el 6%.

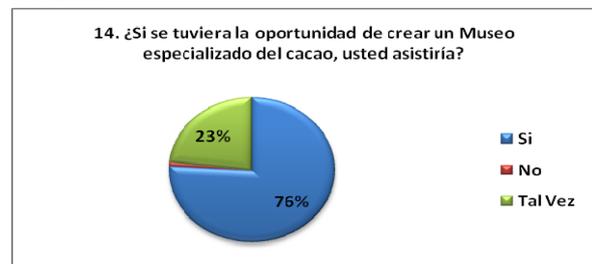
Gráfico 3. Encuesta. ¿Con qué frecuencia visita Museos?



Fuente: Elaboración propia

Del total de los encuestados, la mayoría respondió que visita poco frecuente los museos con un porcentaje del 60%; en segundo lugar están quienes respondieron que su visita es nada frecuente con el 21%; en tercer lugar ocupan aquellos quienes visitan museos regularmente con el 17%; en cuarto lugar están aquellos que su visita es frecuente con una minoría del 2% y por último, está la opción muy frecuente que ninguno de los encuestados respondió y cuyo porcentaje es del 0%.

Gráfico 4. Encuesta. ¿Si se tuviera la oportunidad de crear un Museo especializado del cacao, usted asistiría?



Fuente: Elaboración propia

Los encuestados en su mayoría respondieron que si visitarían un museo especializado en cacao si éste se crearía con el 76%; en segundo lugar, quienes respondieron que tal vez con el 23% y por último lugar, aquellos que no lo harían con una gran minoría del 1%.

Por qué la creación de un Museo de Cacao

La creación del Museo es estratégico para el sector turístico siendo un producto nuevo que tendrá aceptación por parte del público guayaquileño en especial, ya que su propósito es mostrar la historia de la ciudad en torno al cacao con sus acontecimientos representativos e informar a la ciudadanía valorando culturalmente al cacao.

Características de la oferta

La oferta de museos en Guayaquil es variada, se ha tomado en cuenta como competidor (aunque no de una manera directa) el Parque Histórico Guayaquil; aunque no de una manera directa, debido a que el parque temático combina naturaleza, cultura y entretenimiento.

Fijación de precios

Los precios lo hemos determinado tomando en cuenta los de la competencia que en la actualidad fluctúan: \$1,50 y 4,00 contando con otros museos como el Municipal, Presley Norton, Museo de la Música donde la entrada es gratis. La entrada quedaría de la siguiente manera:

Tabla1: Fijación de Precios del Museo

PRECIO	CATEGORÍA
USD 5,00	PÚBLICO GENERAL
USD 3,00	Estudiantes secundarios, tercera edad, niños y discapacitados
USD 3,00	Grupos de escuelas y colegios

5. Plan de Marketing y promoción turística del museo

Logo como símbolo identificativo del Museo de Cacao.



Figura 1. Logo propuesto para el Museo de Cacao

Creación de Concepto Publicitario

Nuestro slogan será “*El perfume de Huaiquilla para el Ecuador y el mundo*” que alude al cacao de fino aroma y su aceptación en las grandes industrias

de chocolate de todo el mundo.

Nuestro museo contará con un gancho publicitario que será el chocolate, que como es sabido, muchas personas gustan de este producto, siendo útil para promover las exposiciones de historia del cacao, su importancia en la historia de la antigua provincia de Guayaquil y la República del Ecuador como factor detonante en la economía y el desarrollo del País, que a no todas las personas les llaman la atención.

Campaña Publicitaria

La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

Posicionamiento

Nuestro Museo se diferenciará de los de la competencia que ofrecen productos similares a los nuestros, porque se pretende posicionarlo en la mente de los futuros clientes como en aquella cita de la historiadora María liviana Cuetos donde decía que la palabra *cacao* y *Guayaquil* eran sinónimos para los viajeros y extranjeros que visitaban la ciudad en el siglo XVIII, pero la nuestra será: “*No puedes estar en Ecuador sin visitar el Museo del Cacao*”.

6. Estructura de la Organización.

Para la ejecución del Museo se han determinado las siguientes funciones:

*Director General quien será la cabeza principal en quién recaerá la administración eficiente del Museo.

*Administrador del Museo es quien se encargará de coordinar las actividades y quien generará nuevas actividades para ofrecer a nuestros visitantes.

*Secretaria que labore con el Administrador que junto a el, trabajarán en las relaciones públicas coordinando citas y reuniones.

*Restaurador – curador: Encargado de los depósitos y de la documentación, responsable de conservación.

También desempeñará el papel de Curador, quien es el responsable general y quien cuida las exhibiciones.

*Guías especializados

*El Contador se encargará del área financiera del Museo

*El bibliotecario

*Guardias de seguridad

* Personal de limpieza

7. Aspectos Financieros

Se ha tomado como referencia un capital operacional de USD **5.430.280,00** dólares, que es el monto con el cual se podría iniciar la construcción, infraestructura, equipamiento y diseño del Museo y la parte publicitaria.

En la siguiente tabla se observan los respectivos valores de cada uno de éstos:

Tabla 2: Cuadro de Inversión (Estimado en dólares)

Cuadro de Inversión	
Rubro	Total
Inversión inicial	
Construcción	2.400.000,00
Infraestructura y Equipamiento	2.396.000,00
Diseño de área exterior de Museo	450.000,00
Capital de Trabajo	127.703,30
Gastos Preoperacionales	56.576,70
Inversión Total	5.430.280,00

Fuente: Elaboración Propia

Ingresos del Museo del Cacao

Los rubros de ingresos de divisas al Museo, contemplados son:

- Valores por cobro de entrada
- Talleres de estampado de camisetas con motivos de cacao y chocolate
- Alquiler del restaurante de chocolate, tienda de souvenirs y el local para eventos.
- Cursos de chocolatería y repostería

8. Conclusiones

Es gratificante compartir las experiencias, pues en esta búsqueda constante de verificar la autenticidad de los hechos se pudo adquirir información valiosa para la tesis, ya que se contó con la opinión y conocimiento de historiadores y gente involucrada y entendida en el tema, que ayudaron armar y estructurar más profesionalmente lo que originalmente se consideró realizar en este proyecto museístico. Una de ellas fue concluir y asegurar que el cacao es endémico de tierras ecuatorianas por las distintas teorías y evidencias ya expuestas en el primer capítulo.

El cacao y su relación estrecha con la vida del País desde que se inició como República, ocupa un espacio muy importante y el mejor tributo que se le puede ofrecer es el hecho concreto de la materialización del proyecto. Si bien es cierto en las encuestas realizadas, la mayor parte de las personas contestaron tener conocimiento del cacao solo como fuente de divisas, pero sin embargo, ignoran importantes acontecimientos que ocurrieron en la época del auge cacaotero, que no solo implicó el factor económico, sino que también otros de tipo social, político y cultural.

El Museo será un ícono, un legado patrimonial que cuente nuestro pasado y revele hechos que aun la población desconoce y que una vez informados, puedan reconocer y valorar la historia narrada desde otro ángulo, pero en esta ocasión con una experiencia sensorial que pueda transmitir la información de manera vivencial, donde el visitante será parte de ella y a veces protagonista, de manera que vaya forjándose una apropiación de lo nuestro a los habitantes quienes serán los nuevos anfitriones y portavoces de nuestra cultura e historia.

Unos de los legados más importantes de este proyecto de tesis es la valoración de la etnia Montubia que nació del mestizaje y fue que por la actividad cacaotera donde se acentuó más su particularidad como grupo con propias manifestaciones culturales y quienes tendrán en el museo su espacio y reconocimiento. El análisis financiero fue de utilidad para demostrar que los proyectos de tipo social generalmente no son lucrativos, pero sin embargo pueden tener beneficio para la sociedad. Se espera que el Museo de Cacao, sea el espacio y el punto de encuentro de los sectores tanto de la producción (con respecto al cacao y derivados), la parte cultural y turística donde nazcan nuevas ideas, proyectos, negocios, alianzas estratégicas que puedan generar más fuente de empleo y enriquecimiento para el país, causando otro "boom" en este siglo.

