



## ELABORAR UNA PROPUESTA TURÍSTICA PARA EL MONUMENTO CORAZÓN DE JESÚS QUE CONTRIBUYA A LA PROMOCIÓN DEL LUGAR

Kristel Barzola<sup>1</sup> Norka Estrada<sup>1</sup> Dianna Pauta<sup>2</sup>

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Km. 30.5 Vía Perimetral, Código Postal: 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador Email(s)<sup>(1)</sup>

[kbarzola@espol.edu.ec](mailto:kbarzola@espol.edu.ec) [noestrad@espol.edu.ec](mailto:noestrad@espol.edu.ec) [dpauta@espol.edu.ec](mailto:dpauta@espol.edu.ec)

### Resumen

*El Monumento Corazón de Jesús posee un valor cristiano e histórico para la ciudad de Guayaquil, es elemental destacarlo dándole la importancia que se merece, las investigaciones realizadas dieron como resultado que la mayoría de los visitantes son de la ciudad de Guayaquil, hombres y mujeres de 18 a 35 años de edad, que acuden al lugar por turismo; los datos recabados en el trabajo de campo demuestran las necesidades que tiene los visitantes como transportación, ya que no todos los visitantes poseen vehículo propio y el regreso del monumento al centro de la ciudad resulta difícil ya que no circulan taxis con mucha frecuencia. De igual manera otra de las necesidades de los visitantes es la falta de un guía, que de una breve explicación sobre el lugar, como fue construido, su historia y su arte.*

*En definitiva, el Monumento Corazón de Jesús no cuenta con un plan de promoción turística como otros atractivos de la ciudad, por consiguiente el número de visitas al lugar no es significativo.*

*Es por eso que proponemos actividades recreativas y culturales que permitan cubrir de cierta forma las necesidades de los visitantes y a su vez ayuden a aumentar el flujo de visitas al monumento "Corazón de Jesús".*

**Palabras Claves:** *Necesidades, Promoción Turística, Actividades culturales y recreativas*

### Abstract

*Monument Heart of Jesus has a Christian and historical value for the city of Guayaquil, is giving elementary highlight the importance it deserves, investigations resulted in the majority of visitors are from the city of Guayaquil, men and women 18 to 35 years old at the scene for tourism, the data collected in the field work has shown the visitors needs such as transportation, as not all visitors have their own vehicle and return the monument to the center of city is difficult because taxis do not circulate frequently. Similarly, another requirement of the visitors is the lack of a guide, a brief explanation about the place, it was constructed, its history and art. In short, the Memorial Heart of Jesus has a plan to promote tourism and other attractions in the city, therefore the number of site visits is not significant. That's why we offer recreational and cultural activities so as to cover a certain way the needs of visitors and in turn help increase the flow of visits to the monument "Heart of Jesus."*

**Key words:** *Needs, Tourism Promotion, Cultural and recreational activities*

---

<sup>1</sup> Licenciada en Turismo

<sup>2</sup> Msc en Docencia, Ingeniera en Estadística.



## 1. Introducción

La ciudad de Guayaquil cuenta en la actualidad con diversos sitios de recreación familiar, sin embargo no todos cuentan con la debida promoción como es el caso de “El monumento al Corazón de Jesús”, el cual posee un gran valor artístico ya que la estatua fue trabajada en Pistoya, Italia y luego trasladada en partes a Guayaquil en 1970; además un importante significado cristiano debido que el Ecuador durante la presidencia del Dr. García Moreno fue consagrado al Sagrado Corazón de Jesús, sin olvidar su valor histórico pues la idea de la construcción se da en el año de 1955 finalizando la obra 17 años después en 1972.

Considerando que el monumento no solo posee un valor cristiano dado por la comunidad sino también artístico e histórico es elemental destacarlo para de esta manera darle mayor importancia a nuestra identidad por lo que la elaboración de una propuesta de actividades turísticas que contribuyan en la promoción del monumento Corazón de Jesús, permitirá una mayor concurrencia tanto de los guayaquileños como de turistas nacionales y extranjeros; pues según una encuesta realizada en el Malecón 2000 en el año 2006 por las tesis, acerca de la frecuencia de visitas al monumento Corazón de Jesús, el 25% de los visitantes, han visitado 1 vez el lugar, 10% 2 veces, 8% 3 veces, y por lo menos 4 veces el 30%, además hay que destacar que el 27% no lo ha visitado, lo que lo que demuestra que a pesar de la regeneración urbana realizada en el 2004 el monumento Corazón de Jesús no cuenta con la debida promoción.

## 2. Metodología

### a. Bibliográfica.-

La información histórica acerca del Corazón de Jesús se obtuvo principalmente de los libros que se encuentran en el Archivo Histórico de Guayaquil.

De igual manera para poder definir los conceptos de nuestro marco conceptual, se consultaron algunos libros de la biblioteca de la Licenciatura en Turismo de la Escuela Superior Politécnica Del Litoral.

### b. Multimedia.-

Debido a la poca información obtenida en los libros, se decidió buscar en las páginas Web: [www.visitaguayaquil.com](http://www.visitaguayaquil.com) y [www.guayaquilsigloxxi.com](http://www.guayaquilsigloxxi.com); del M. I. Municipio de Guayaquil, donde se obtuvo datos referentes a la reseña histórica pero sobre todo acerca de la regeneración actual.

### c. De campo

Para determinar los valores utilizados en las encuestas, en cuanto al tipo de transportación se realizará una investigación de los costos del servicio de taxi rutas en la ciudad de Guayaquil.

Existen varias cooperativas de taxis que ofrecen este servicio cumpliendo una ruta específica y con un valor universal a pagar.

## 2.1 Sujetos de Estudio

Los sujetos de estudio de nuestra investigación serán los visitantes al Monumento Corazón de Jesús, hombres y mujeres mayores de 18 años. Que a través de una encuesta realizada entre los días 18 a 27 de julio del presente año, ayudaran a determinar necesidades de los visitantes partiendo de la oferta actual del lugar.

## 2.3. Tamaño de la muestra

Se utiliza una muestra con el objetivo de validar el cuestionario y determinar la proporción de visitantes que consideran que hace falta promoción al lugar.

La fórmula que se utiliza para determinar el número de encuestas a realizarse es:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$



Donde:

	Es un valor asociado a una
Z	confianza
P	Es la probabilidad
e	Es error máximo permitido
N	Es el tamaño de la población

### 3. Características del Mercado turístico

#### 3.1. Oferta Turística

##### 3.1.1. Atractivos.-

###### Monumento al Sagrado Corazón de Jesús.-

Aplicando la clasificación de atractivos turísticos, el Monumento al Corazón de Jesús está dentro de la categoría de Museos y Manifestaciones Culturales, tipo obra de arte técnica y subtipo escultura.

La estatua mide 15,5 metros y está hecho de bronce vaciado; representa la imagen de un Cristo caminante, que mira piadosamente a la ciudad, los pliegues de su vestidura proyectan movimiento.

Por otra parte la plataforma de éste mide 12 metros de alto y 9 x 9 metros de ancho, está elaborada en concreto pintado.

Es importante recalcar el valor artístico y el significado cristiano que tiene el Monumento para la ciudad, ya que el Ecuador durante la presidencia del Dr. García Moreno fue consagrado al Sagrado Corazón de Jesús y además la mayor parte de sus habitantes son católicos creyentes.

##### 3.1.2. Servicios Turísticos.-

###### a. Alimentación.-

El sitio posee un pequeño kiosco, el cual está ubicado en la mitad de las mismas; cuenta con bebidas hidratantes, dulces y snacks para los visitantes que a su vez pueden servirse en los lugares adyacentes al mismo, el horario de atención del mismo es a partir de las 16:00 hasta las 23:00.

###### b. Mirador.-

Al ser el Cerro del Carmen la elevación más alta de la ciudad, el mirador que posee es considerado uno de los más importantes, ya que desde este lugar se puede apreciar una hermosa vista panorámica de toda la ciudad de Guayaquil. Esta actividad constituye su gran fortaleza.

Sus grandes competidores son el cerro Santa Ana y el mirador de Bellavista. El Cerro Santa Ana que se encuentra ubicado en el mismo circuito central en donde está localizado el monumento "Corazón de Jesús" y tras subir 444 escalones los visitantes llegarán a la cumbre en donde se encuentran una gran vista de la ciudad de Guayaquil; Por otra parte el mirador de Bellavista recientemente inaugurado en el mes de junio anterior posee un área de 300 hectáreas de extensión y se encuentra ubicado en pleno bosque protector del cerro El Paraíso, localizado junto a la ciudadela Bellavista.

#### 3.2. Otras facilidades.

##### 3.2.1. Acceso.-

###### 3.2.1.1. Escalinatas.-

Para acceder al Monumento existen las escalinatas, elaboradas a base de hormigón con 168 escalones, cada uno con su respectiva placa. En el lapso de subida al monumento se encuentran 15 placas, una en cada descanso, 14 relatan gráficamente el Vía Crucis de Jesucristo y la última la Resurrección del mismo; éstas reafirman la devoción y el catolicismo de los quienes visitan el lugar.

##### 3.2.2. Seguridad.-

Desde el inicio de las escalinatas el lugar cuenta con guardias de seguridad, quienes cuidan no solo del ornato del sector, sino también de los visitantes que acuden a éste; los que están ubicados en zonas estratégicas como en el kiosco y el mirador

#### 3.3. Actividades

##### 3.3.1. Recreacionales y turísticas

De las observaciones realizadas en el lugar, se obtuvo como resultado que el Mirador posee mayor atención que el propio monumento; los visitantes se dirigen al lugar para poder apreciar la ciudad de Guayaquil desde otro punto de vista; pero como se mencionó, el Monumento representa la fe cristiana de la ciudad, es por esto que la segunda actividad que más se realiza es: La visita al Monumento en si por demostración de fe; es importante recalcar que en fechas como Semana Santa ésta se convierte en la actividad más realizada según informó el guardia de seguridad.

Por otro lado, de acuerdo a las observaciones efectuadas por las tesis, actividades como el ejercicio físico, (subir las escalinatas), las

realizan generalmente personas que habitan cerca del sector y otras actividades que se realizan con menor frecuencia son: la meditación, toma de fotos, observación de las instalaciones del monumento para programas de televisión, específicamente personal de ECUAVISA.

además mencionamos que las escalinatas están compuestas por 164 escalones y complementan el atractivo. El mirador está ubicado a lado izquierdo del monumento y posee bancas para descansar; en cuanto a la seguridad el lugar está bajo el cuidado de guardias de seguridad privados de la empresa EMSEOM laborando las 24 horas, así como una PAI cerca del lugar para seguridad de los visitantes.

#### 4. Propuesta Estratégica de Promoción

Con base a los estudios y resultados que se obtuvieron de la investigación de campo y documental, el presente capítulo desarrolla una propuesta de promoción turística para el Monumento “Corazón de Jesús”.

Antes de desarrollar la propuesta estratégica de promoción es importante resaltar que se determinó el número de visitantes potenciales al lugar, esto es un mínimo de 70 personas diarias (dato recabado en el 2006), hombres y mujeres de 20 a 35 años de edad, que residen en la ciudad de Guayaquil, su estado civil soltero y con un nivel de instrucción superior, que visitan el lugar acompañados por su familia y/o amigos u otros acuden solos, además su tiempo de permanencia en el lugar es de 30 minutos a 1 hora.

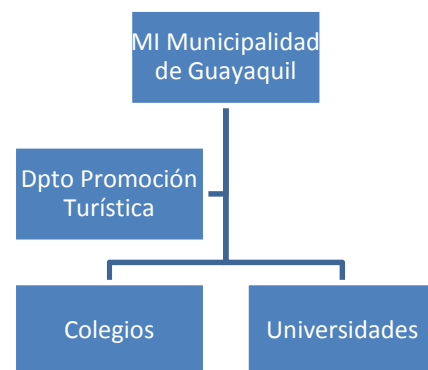
El principal atractivo del Monumento “Corazón de Jesús” es la imagen de Cristo, representada en una estatua de 15,5m que puede ser apreciada por toda la ciudadanía desde cualquier punto de la urbe. Otro de sus atractivos turísticos es el mirador destinado a los visitantes, para que estos puedan apreciar la ciudad de Guayaquil en sus diferentes puntos cardinales.

Dentro de los servicios que ofrece el Monumento “Corazón de Jesús” se encuentran un kiosco al inicio de las escalinatas donde se puede encontrar variedad de snacks y un parqueadero para aquellos visitantes que acuden al lugar en vehículo propio.

Por otra parte las actividades que se realizan en el lugar son: el ejercicio físico, fotografía, visita al mirador, meditación, oración, peregrinaciones religiosas, entre otras. Cabe mencionar que las instalaciones del lugar han sido regeneradas en su totalidad a partir del año 2004 y adaptadas a las necesidades actuales de los visitantes, la calle Dr. Julián Coronel la cual conduce al lugar, se encuentra en buen estado y con la respectiva señalización; así como también la red de agua potable la cual es utilizada por el kiosco y servicios sanitarios. El alumbrado público abarca desde la calle Dr. Julián Coronel hasta el mirador y el monumento en sí;

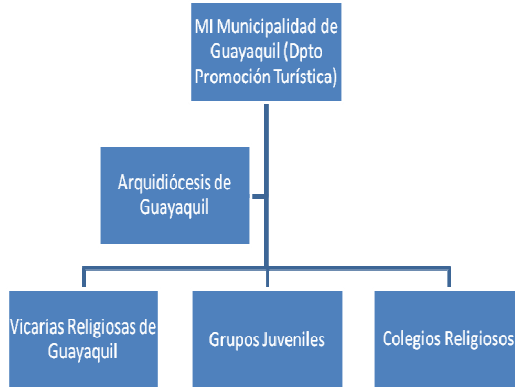
Al desarrollar la propuesta estratégica de promoción para el Monumento “Corazón de Jesús” se propone aumentar el número de visitas al lugar, debido a que la investigación de campo determinó que existe un flujo poco significativo de visitantes y de estos se concluye que se conoce del lugar a través de la información transmitida entre conocidos, por lo que se justificó nuestra hipótesis ya que el lugar no cuenta con un plan de promoción turística, y en base a este resultado se desarrolla la propuesta estratégica de promoción para el Monumento Corazón de Jesús.

**Diagrama de organismo que intervienen en actividades Culturales Recreativas**



**Diagrama 1**

**Diagrama de organismo que intervienen en actividades Religiosas**



**Diagrama 2**

## 5. Agradecimientos

De manera especial, queremos extender nuestro agradecimiento a la Ing Dianna Pauta, nuestra directora de Tesis, por brindarnos su ayuda y apoyo en la elaboración de este proyecto.

## 6. Conclusiones

- Según la investigación realizada a través de las encuestas a los visitantes del monumento “Corazón de Jesús”, se pudo cumplir el objetivo principal de la tesis de crear la “Propuesta de una Estrategia para la Promoción Turística del Monumento “Corazón de Jesús” que contribuya a incrementar el interés en los turistas por visitar el lugar”; la misma que se basa en actividades religiosas, recreativas y culturales.
- De igual manera se pudo cumplir con los objetivos específicos de los cuales mencionamos los más importantes:
- “Identificar las necesidades de los visitantes en cuanto a los servicios y actividades que ofrece el lugar”; según las opiniones de los visitantes a través de las encuestas, mencionan que a pesar de lo atractivo que es el Monumento y los buenos servicios que ofrecen, estos no cubren sus necesidades, tales como parqueo, alimentación, seguridad entre otros y por esta razón prefieren acudir a otros atractivos turísticos.

- Además, se confirmó que para llegar al lugar, este no brinda las facilidades requeridas, como la de salvaguardar la integridad de los visitantes y su acceso, esto es, el angosto camino que lleva a las escalinatas cuando se ingresa por la calle Baquerizo Moreno (lado oeste del hospital Luis Vernaza), además de la falta de un medio de transporte que facilite su regreso, todo ello ocasiona el desinterés por visitar el lugar.
- Otro objetivo específico es: “Identificar la demanda actual y potencial del lugar”; del cual la mayor parte de la demanda actual lo constituyen grupos de hombres y mujeres, jóvenes y adultos que acuden por turismo y esparcimiento, se trasladan con vehículo propio en su mayoría y otros en taxi es por esto que se que se determina como demanda potencial, es decir visitantes locales, del lugar a hombres y mujeres de 20 a 35 años de edad solteros, nivel de instrucción superior, los mismos que habitualmente viven en la ciudad de Guayaquil, y que visitan el lugar solo o acompañados por su familia y/o amigos.
- Identificar qué operadoras turísticas incluyen al monumento como producto turístico en la ciudad de Guayaquil, es otro objetivo específico que podemos destacar puesto que se pudo confirmar que las operadoras no incluyen al monumento dentro de sus circuitos turísticos sin embargo, la visita al lugar es considerada como un valor agregado cuando la demanda solicita el circuito que incluye al cementerio.
- El Monumento “Corazón de Jesús” no cuenta con un plan de promoción turística como otros atractivos de la ciudad, por consiguiente el número de visitas al lugar no es significativo.
- Se confirmó la hipótesis planteada al comienzo de este trabajo de investigación: **“La limitada demanda turística en el Monumento (Corazón de Jesús) se debe a la poca promoción turística del lugar”**. Ya que el Departamento de Promoción Turística de la Dirección de turismo de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil y la Fundación Siglo XXI (entidad que administra el Monumento Corazón de Jesús); no tienen un plan estratégico de promoción en este lugar, es por esto que en el capítulo IV, se propone





# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



varias actividades recreativas y religiosas que pueden ser aplicadas en el lugar, en cualquier mes del año según sea conveniente para los organismos responsables, de tal manera se procura atraer a los visitantes locales.

- i) Es importante mencionar que el monumento posee una ventaja competitiva frente a los otros atractivos turísticos, ya que es el único monumento religioso como atractivo turístico dentro de la urbe.
- j) Monumento “Corazón de Jesús” no cuenta con un plan de promoción turística como otros atractivos de la ciudad, por consiguiente el número de visitas al lugar no es significativo.
- k) Se confirmó la hipótesis planteada al comienzo de este trabajo de investigación: *“La limitada demanda turística en el Monumento (Corazón de Jesús) se debe a la poca promoción turística del lugar”*. Ya que el Departamento de Promoción Turística de la Dirección de turismo de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil y la Fundación Siglo XXI (entidad que administra el Monumento Corazón de Jesús); no tienen un plan estratégico de promoción en este lugar, es por esto que en el capítulo IV, se propone varias actividades recreativas y religiosas que pueden ser aplicadas en el lugar, en cualquier mes del año según sea conveniente para los organismos responsables, de tal manera se procura atraer a los visitantes locales.
- l) Es importante mencionar que el monumento posee una ventaja competitiva frente a los otros atractivos turísticos, ya que es el único monumento religioso como atractivo turístico dentro de la urbe.

## 7. Referencias

- [1] BUZZETA, Obdulio (1970). **Guayaquil 70**. Guayaquil: Graba.
- [2] BUZZETA, Obdulio (1975). **Hechos y realizaciones en 5 capítulos**. Guayaquil: Graba.
- [3] CAZORLA, María (2005). **Conceptos varios en notas de la clase Introducción al Turismo**. Guayaquil: ESPOL.
- [4] ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (2002). **Fiestas Populares de la provincia del Guayas**. Guayaquil.
- [5] ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (1998).
- [6] **Proyecto de desarrollo turístico del Monumento Corazón de Jesús**. Guayaquil.
- [7] GURIA, Manuel (1994). **Introducción al Turismo**. Guayaquil: Trillas.
- [8] GUTIÉRREZ, Aline (2005). **Definiciones varias en notas y apuntes de la clase Teoría del Turismo**. Guayaquil: ESPOL.
- [9] GRUPO EDITORIAL VISTAZO (1957: 24 - 25). “El mejor Monumento al Corazón de Jesús, un gran Hospital para niños”, en Revista VISTAZO N° 6. Guayaquil.
- [10] GRUPO EDITORIAL VISTAZO (1957: 14 - 15). “El Monumento al Corazón de Jesús”, en Revista VISTAZO N° 7. Guayaquil.
- [11] M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL. “Breve reseña histórica del Monumento al Corazón de Jesús”. Internet. [www.VisitaGuayaquil.com](http://www.VisitaGuayaquil.com). Acceso: 19 de Mayo del 2006.
- [12] M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL. “Monumento al Corazón de Jesús”. Internet. [www.guayaquilsigloXXI.com](http://www.guayaquilsigloXXI.com). Acceso: 26 de Julio del 2006.
- [13] MICROSOFT CORPORATION (2006). **Biblioteca de consulta Microsoft Encarta**. Microsoft Corporation: Estados Unidos.
- [14] MOLINA, Sergio (2000). **Conceptualización del turismo**. México: Limusa.
- [15] MONTANER, Jordy. Et. Al. (1998). **Diccionario de turismo**. Madrid: Síntesis.



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- [16] MONTERROSO, Neptalí y  
ZIZUMBO, Lilia (2000). **La  
conceptualización del turismo**. México:  
UAEM.
- [17] OCÉANO GRUPO EDITORIAL S.A.  
(2001) **Enciclopedia del Ecuador**.  
España: Océano Grupo Editorial S.A.
- [18] OMT (1998: 43 - 48). **Introducción al  
Turismo**. “Definiciones del Turismo”.  
Madrid: OMT.