



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
GUATAMARE**

**PROPUESTA DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO PARA EL
CASTILLO SANTA ROSA EN LA ASUNCIÓN, MUNICIPIO
ARISMENDI, ESTADO NUEVA ESPARTA.**

Trabajo de Grado Modalidad Investigación Presentado como Requisito Parcial para
Optar al Título de Licenciado en Turismo

Autoras:

Judenina Del C, Cantagallo Guerra.

Eilin G, Campos Bellorín.

Tutor:

Lic. Rafael Lunar

Guatamare, Junio de 2006



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
LICENCIATURA EN TURISMO**

Por::

Judenina Del C, Cantagallo Guerra.

Eilin G, Campos Bellorín.

**PROPUESTA DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO PARA EL
CASTILLO SANTA ROSA EN LA ASUNCIÓN, MUNICIPIO
ARISMENDI, ESTADO NUEVA ESPARTA.**

Trabajo de Grado **APROBADO EXCELENTE** en nombre de la
Universidad de Oriente, por el siguiente jurado, en Guatamare a los veintiuno (21)
días del mes de Junio de 2006.

Lic Maribel Lárez

Lic Ricardo Moya

Lic Rafael Lunar

POEMA

Imponente entre montañas
Te cubren con tu esplendor
Majestuoso ante la brisa en
La ciudad de La Asunción.

Tus paredes vigorosas
Te cubre como una manta
Para dar calor de Historia
Castillo Santa Rosa.

A tu arquitectura sobria
Se le reflejan recuerdos
De la heroína que allí
Tras rejas vivió sufriendo

Aún se escucha lamentos,
Cadenas y hasta cañones
Y héroes en las garitas
Vigilando los alrededores.

Aquí canta la neblina
Y los rayos del sol
Son Solistas que
Aviva del Pasado

Para el presente al turista.

Sixtalina Guerra

DEDICATORIA

Este Trabajo de Grado se la dedico primeramente a **Dios**, ya que sin Él nada puedo hacer. Dios es quien me concede el privilegio de la vida y me ofrece lo necesario para lograr mis metas. GRACIAS, Gracias de todo corazón por permitirme estar aquí, por las pruebas que me hacen crecer como persona y ser humano y me permiten dar lo mejor de mí, pero lo mejor de todo, me acercan más a ti, ya que todo en este mundo es perecedero y solamente lo que viene de ti es verdadero y es eterno.

También le dedico mi trabajo a mis padres: **Meche y Juan**, porque ellos siempre están aquí en las buenas y en las malas; me educan, me aconsejan, me imparten valores para conducirme correctamente y me ofrecen el sabio consejo en el momento oportuno. Los quiero mucho. Así como también a mis hermanos: **Josemaría, Liliana, Gianfranco y Mónica**, los quiero mucho.

Otra persona, también importante en mi vida: **Mi abuela: Carmen Elena**. Mamaíta te fuiste tan pronto pero yo se que desde el cielo estas orgullosas de mí y feliz por haber culminado mi carrera; este trabajo es tuyo...porque siempre recuerdo que me decías: *Es Mejor Hacer Una Tesis, Porque Allí Puedes Dedicárselo A Alguien y es muy bonito hacer la dedicatoria....* Y ese alguien eres tú. Te Quiero y Te extraño.

A todas aquellas personas que forman parte imprescindible en mi vida como los son mis tías: **Sixtalina, Cristina, Persida, Morelys, Felicidad, Josefina, Zuleika**, primos y primas, que me apoyan y que siempre están conmigo. Los quiero mucho a todos.

También a ustedes amigas les dedico mi trabajo a: **Lennys Zabala, Ana Mata, Norealyz Gutiérrez, Elizabeth Narváez, Maily López, Jessica Sánchez** y a ti **Eilin Campos** por permitirme estar a tu lado para llevar a cabo este hermoso y valioso trabajo, Dios nos mantenga unidas y muchas gracias por su amistad y apoyo. Las quiero.

Por fin, he culminado mi carrera, más vale tarde que nunca. Y nunca es tarde cuando la dicha es buena.

A Ustedes Les Dedico Mi Trabajo Con Mucho Amor, Dedicación Y Constancia. Espero Que Se Sienta Orgullosos De Este Trabajo, Como Me Siento Yo.

“Al realizar cualquier trabajo se debe tener en cuenta en primer lugar hacerlo con amor, dedicación, constancia y finalizarlo” **Jude.**

Judenina del C Cantagallo Guerra

DEDICATORIA

A **Dios** por guiarme en todo momento y orientarme por el camino del bien con sus bendiciones.

A mis padres **Elena Bellorin** y **Ramón Campos** por darme la vida. Muy especialmente a mi mamá por su apoyo en todo momento para lograr las metas que me he trazado en la vida. Este logro es gracias a ti **MAMI**.

A todos mis hermanos: **Gustavo A, Railenis C, Carlos E, César A y Anneles A**, por su apoyo incondicional al venirme a la isla. Ustedes han sido mi mayor motivación para el logro de este título que es Gracias a ustedes. Los quiero mucho hermanos.

A mis sobrinos **Anthony J, Cirene E y Rebeca** que me han llenado de mucha alegría desde que llegaron a mi vida.

A todas mis amigas que durante el curso de esta hermosa carrera compartimos agradables momentos: **Daizy G, Migdalys G, Mariana R, Graciela B, Jhomaira A, Elizabeth N, Norealys G, Jessica S, Lennys Z, Maily L, Ana M**. A ti **Judenina C** de forma muy especial por ser mi compañera durante el desarrollo de esta investigación, brindándome tu apoyo y compartiendo momentos de alegrías y preocupaciones, Jude gracias por esta bonita amistad.

También a mis amigas: **Viviana R, Carla B, Zuleida S, Nayari S, Liz G** y todas aquellas personas que en mi trabajo me han brindado su apoyo y amistad durante todo mi recorrido en la universidad.

Con Mucho Cariño y Amor

Eilin Gabriela Campos Bellorin

RECONOCIMIENTOS

En el transcurso de la realización de este Trabajo de Grado, hubo muchas personas que colaboraron para su desarrollo y culminación.

A la **Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta Escuela de Hotelería y Turismo** por darnos el privilegio de adquirir conocimientos valiosos que nos permitirán llevarlo a la práctica en el ámbito profesional.

A todos los **profesores** de la Escuela de Hotelería y Turismo por sus enseñanzas impartidas en el salón de clase.

Queremos dejar constancia de nuestro más profundo agradecimiento al **Profesor Rafael Lunar** por su dedicación, amabilidad y cariño, ya que sin su ayuda, su comprensión y desinteresada colaboración, todo este trabajo habría sido imposible realizar.

Además resultó invaluable la ayuda brindada por nuestra amiga la **Lic Jessica Sánchez**, por facilitar la información a través de la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta. Gracias Amiga. Sigue así.

Nuestra satisfacción y agradecimiento por la ayuda recibida por parte de los **representantes e instituciones**: Al Sr. José A Rodríguez M. Coordinador de Asuntos Literarios del Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta (IACENE); y a la Sra. Rosady García Malavé Directora del despacho del Alcalde de la Alcaldía del Municipio Arismendi.

Igualmente agradecemos la valiosa colaboración a los **representantes de los canales de distribución**: Grupo Olé. Representante: Blass Guevara; Holiday Tours. Representante: Mijael Shaffer, Road Unlimited Tours. Representante: Daniel Rojas, Operadora Turística Sky Limit. Representante: Javier Guerrero, Magic Tour and Travel. Representante: Daniel Medina, Altos de Cimarrón Tours. Representante: Manuel Franco, J.H Service: Representante: Carlos Colmenares e Ibero Isla. Representante: Manuel Pérez.

Queremos dar las gracias también al **Señor Rómulo Montaner** presidente de la Asociación de Vecinos Urbanización Buenos Aires (ASOVE-UBA), al **Sr. Mauricio** del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) por su asesoría en la elaboración del mapa para el área de estudio, al **Sr. Eladio Mújica** por su ayuda desinteresada, a la profesora **Melania Balan** por sus asesoría.

Nuestro agradecimiento al **Sr. Hipólito Requena** y a su hijo **Bernardo Requena** por la información y la ayuda dada.

Así como también a **Ana Acosta**, Gracias amigui por los ratos compartidos cuando estabas en la Isla, e igualmente los momentos entretenidos por el MSN y por tus consejos. Además agradecemos la colaboración de **David J. Garsia Frederiksen y Celina**, amigos la distancia no es impedimento para mantener nuestra amistad, gracias por su ayuda cuando lo necesitábamos. Igualmente a **Migdalys García** por su ayudita en algún momento de la transcripción y a **Dayzi Guerra** por facilitarnos su cámara en algún momento de las visitas realizadas al Castillo Santa Rosa.

Sin ánimo de olvidar a nadie en particular y a todas aquellas personas que de una u otra manera han colaborado con este trabajo, nuestro sincero agradecimiento a su comprensión, estímulo y ayuda, ya que todos forman parte de este trabajo.....**MUCHAS GRACIAS A TODOS**

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	V
DEDICATORIA	VII
RECONOCIMIENTOS	IX
LISTADO DE CUADROS	XVI
Cuadro.....	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	XXXVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	5
EL PROBLEMA	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
Objetivos de la Investigación	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos.....	14
Justificación	15
CAPÍTULO II	17
MARCO TEÓRICO	17
Antecedentes de la Investigación	17
Bases Teóricas.....	21
Definición de términos	83
CAPÍTULO III	86
MARCO METODOLÓGICO	86
Nivel de la Investigación.....	86
Área de Estudio	87
Diseño de la Investigación	89

Población y Muestra.....	91
Entes de Gobierno con competencia en el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.....	91
Comunidad de La Asunción:.....	91
Turistas:.....	92
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	94
Fuentes Primarias	94
Fuentes Secundarias	95
Técnicas de Procesamiento y Análisis de los Datos	95
Presentación de la Información:.....	96
CAPITULO IV	101
PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	101
Descripción de las Características Generales que Presenta el Castillo Santa Rosa Después de las Restauraciones y/o Intervenciones Realizadas en el Año 2003 ...	101
Reseña Histórica	101
Características Generales que Presenta el Castillo Santa Rosa Después de las Restauraciones y/o Intervenciones Realizadas en el Año 2003.....	119
Identificar Y Describir Las Características De Los Canales De Distribución Que Aprovechan Turísticamente El Castillo Santa Rosa En La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.....	146
Conocer la Opinión de los Representantes de los Canales de Distribución Respecto al Uso Turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta	156
Perfil y Opinión del Turista Nacional e Internacional que Visita Actualmente el Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi Estado Nueva Esparta	172
Recomendaciones del Turista Nacional para Mantener este Lugar Histórico en Mejores Condiciones.....	220
Perfil Internacional.....	223

Recomendaciones del Turista Internacional para Mantener este Lugar Histórico en Mejores Condiciones.....	270
Conocer la Opinión de la Comunidad de la Asunción Adyacente al Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta, en Cuanto a su Aprovechamiento Turístico.....	271
Opinión De Los Representantes De Los Entes De Gobierno: Instituto Autónomo De Cultura Del Estado Nueva Esparta, Corporación De Turismo Del Estado Nueva Esparta, Alcaldía Del Municipio Arismendi Del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi E Instituto Del Patrimonio Cultural, Acerca Del Aprovechamiento Turístico Del Castillo Santa Rosa En La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.....	276
Entrevista realizada al Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta (IACENE) el representante de este organismo fue el Coordinador de Asuntos Literarios de IACENE, Sr. José A Rodríguez M.	277
Entrevista realizada a Rosady García Malavé quien es la Directora del despacho del Alcalde de la Alcaldía del Municipio Arismendi.....	280
Identificar los Planes, Programas y Proyectos de los Organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación De Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto Del Patrimonio Cultural, Referentes al Aprovechamiento Turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.....	286
Entrevista realizada en el Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta (IACENE). El representante por este organismo fue el Sr. José Augusto Rodríguez Méndez, encargado de la Coordinación de Asuntos Literarios IACENE. Persona delegada por el Presidente del Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, el Sr. Humberto Cazorla.....	289
Entrevista realizada en la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR) organismo quién posee la tutela del Castillo Santa Rosa y quien	

tiene la competencia de la ejecución de planes, programas y/ proyectos. La representante por este ente fue la Lic. Jessica Sánchez la cual desempeña el cargo de planificador..... 290

Entrevista realizada a la Sra. Rosady García Malavé quien se desempeña como Directora del Despacho del Alcalde Leopoldo Espinoza Prieto, en la Alcaldía del Municipio Arismendi. Esta persona fue delegada por el Alcalde. 292

Entrevista realizada al Presidente del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi (ICPMA), el Sr. Luís Eduardo Acosta Anés. 293

Por el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC), el representante fue el Señor. Omar Vielma. Coordinador del Instituto de Patrimonio en el Estado Nueva Esparta. ... 293

Identificar en los Instrumentos Legales que Regulan el Uso Turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, los Aspectos que Definen el Aprovechamiento Turístico 295

CAPÍTULO V..... 299

ESTABLECER ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL CASTILLO SANTA ROSA EN LA ASUNCIÓN, MUNICIPIO ARISMENDI, ESTADO NUEVA ESPARTA. 299

Factores Internos 301

Factores Externos 308

Flujograma Situacional 313

Matriz de Impacto Cruzada (Mic- Mac) 314

CONCLUSIONES..... 361

RECOMENDACIONES..... 382

REFERENCIAS 393

ANEXOS 399

Visión 438

Misión 438

Planes y Programas 438

Ruta Fortificada..... 439

Ruta Religiosa.....	439
Ruta Artesanal.....	440

LISTADO DE CUADROS

Cuadro 1	6
Atractivos Históricos que pertenecen al patrimonio histórico- cultural del Estado Nueva Esparta.	6
Cuadro 2.....	23
Clasificación De Los Atractivos Turísticos	23
Cuadro 3.....	35
Etapas Del Proceso De Planificación.....	35
Cuadro 4:.....	65
Operacionalización de Variables.....	65
Cuadro 7.....	147
Distribución absoluta y porcentual de porque los canales de distribución incluyen en sus paquetes y rutas turísticos al Castillo Santa Rosa.....	147
Cuadro 8.....	149
Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa Rosa	149
Cuadro 9.....	150
Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías turísticos para los recorridos en el Castillo Santa Rosa.....	150
Cuadro 10.....	151
Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías acreditados por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR).....	151
Cuadro 11.....	152
Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías que poseen cursos de historia de la Isla de Margarita o patrimonio cultural...	152
Cuadro 12.....	153

Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que estarían de acuerdo que los guías realicen cursos sobre patrimonio cultural margariteño.....	153
Cuadro 13.....	154
Distribución absoluta y porcentual de la frecuencia de los canales de distribución realizan rutas hacia el Castillo Santa Rosa.....	154
Cuadro 14.....	157
Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico	157
Cuadro 15.....	158
Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas están conforme con la información que se le suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa.....	158
Cuadro 16.....	159
Distribución absoluta y porcentual de los tipos de medio que le gustaría encontrar los representantes de las empresas turísticas en el Castillo Santa Rosa para informar a los turistas.	159
Cuadro 17.....	161
Distribución absoluta y porcentual de como los representantes de la empresas turísticas clasificarían la atención que se le brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa.....	161
Cuadro 18.....	162
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los representantes de las empresas turísticas con respecto el estado de conservación del Castillo Santa Rosa.	162
Cuadro 19.....	163
Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con el rescate y restauración del Castillo Santa Rosa.....	163
Cuadro 20.....	164

Distribución absoluta y porcentual de cual sector debería emprender la restauración.	164
.....	
Cuadro 21	165
Distribución absoluta y porcentual de como consideran los representantes de las empresas turísticas la calidad de los servicios complementarios y básicos en el Castillo Santa Rosa.	165
Cuadro 22	166
Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas estarían de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al Castillo Santa Rosa con el fin de financiar su mantenimiento.	166
Cuadro 23	167
Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con la idea de incorporar guías propios al Castillo Santa Rosa.....	167
Cuadro 24	168
Distribución absoluta y porcentual de que le gustaría incorporar los representantes de las empresas turísticas al Castillo Santa Rosa para hacerlo más aprovechable como atractivo turístico.....	168
Cuadro 25	172
Distribución absoluta y porcentual del lugar de procedencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.	172
Cuadro 26	174
Distribución absoluta y porcentual de la profesión y ocupación de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	174
Cuadro 27	176
Distribución absoluta y porcentual del nivel educativo de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	176
Cuadro 28	177
Distribución absoluta y porcentual del género de turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	177

Cuadro 29	178
Distribución absoluta y porcentual del estado civil de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	178
Cuadro 30.....	179
Distribución absoluta y porcentual de la edad de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	179
Cuadro 31	181
Distribución absoluta y porcentual del nivel de ingreso de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	181
Cuadro 33.....	184
Distribución absoluta y porcentual del motivo de visita de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	184
Cuadro 34.....	185
Distribución absoluta y porcentual del tiempo de permanencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	185
Cuadro 35	187
Distribución absoluta y porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa.....	187
Cuadro 36.....	188
Distribución absoluta y porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista nacional acerca del Castillo Santa Rosa.....	188
Cuadro 37.....	190
Distribución absoluta y porcentual de la forma de visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa	190
Cuadro 38.....	191
Distribución absoluta y porcentual del transporte utilizado por los turistas nacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.....	191
Cuadro 39.....	192

Distribución absoluta y porcentual de las actividades realizadas por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa.....	192
Cuadro 40.....	194
Distribución absoluta y porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa.....	194
Cuadro 41.....	195
Distribución absoluta y porcentual de las formas de impartir la información a los turistas nacionales dentro del Castillo Santa Rosa.....	195
Cuadro 42.....	196
Distribución absoluta y porcentual de la información suministrada a los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa.....	196
Cuadro 43.....	198
Distribución absoluta y porcentual de cómo los turistas nacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa.....	198
Cuadro 44.....	199
Distribución absoluta y porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista nacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.....	199
Cuadro 45.....	200
Distribución absoluta y porcentual del pago de los turistas nacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa.....	200
Cuadro 46.....	202
Distribución absoluta y porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.....	202
Cuadro 47.....	203
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la promoción, durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	203
Cuadro 48.....	204

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	204
Cuadro 50.....	207
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	207
Cuadro 51.....	209
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa..	209
Cuadro 52.....	210
Distribución absoluta y porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.....	210
Cuadro 53.....	212
Distribución absoluta y porcentual de quién organizó la visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa.....	212
Cuadro 54.....	213
Distribución absoluta y porcentual de cuanto costó el tour.	213
Cuadro 55.....	214
Distribución absoluta y porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.	214
Cuadro 56.....	215
Distribución absoluta y porcentual si este tour incluye el servicio de guía.	215
Cuadro 57.....	216
Distribución absoluta y porcentual de como considera el servicio de guía.	216
Cuadro 58.....	217
Distribución absoluta y porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista nacional en este lugar.	217
Cuadro 59.....	219
Distribución absoluta y porcentual si los turistas nacionales le gustarían volver a este lugar.	219

Cuadro 60.....	223
Distribución absoluta y porcentual del lugar de procedencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	223
Cuadro 61.....	225
Distribución absoluta y porcentual de la profesión y ocupación de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	225
Cuadro 62.....	227
Distribución absoluta y porcentual del nivel educativo de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	227
Cuadro 64.....	229
Distribución absoluta y porcentual del estado civil de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	229
Cuadro 65.....	230
Distribución absoluta y porcentual de la edad de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	230
Cuadro 66.....	232
Distribución absoluta y porcentual del nivel de ingreso de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	232
Cuadro 67.....	234
Distribución absoluta y porcentual del motivo de viaje de los turistas internacionales que visitan la Isla de Margarita.....	234
Cuadro 68.....	236
Distribución absoluta y porcentual del motivo de visita de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	236
Cuadro 69.....	237
Distribución absoluta y porcentual del tiempo de permanencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	237
Cuadro 70.....	239

Distribución absoluta y porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa	239
Cuadro 71	240
Distribución absoluta y porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista internacional acerca del Castillo Santa Rosa	240
Cuadro 72	242
Distribución absoluta y porcentual de la forma de visita de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa	242
Cuadro 73	243
Distribución absoluta y porcentual del transporte utilizado por los turistas internacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.	243
Cuadro 74	245
Distribución absoluta y porcentual de las actividades realizadas por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa.....	245
Cuadro 75	246
Distribución absoluta y porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa.....	246
Cuadro 76	247
Distribución absoluta y porcentual de las formas de impartir la información dentro del Castillo Santa Rosa	247
Cuadro 77	248
Distribución absoluta y porcentual de la información suministrada a los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa cubrió sus expectativas	248
Cuadro 78	249
Distribución absoluta y porcentual de cómo los turistas internacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa	249
Cuadro 79	250

Distribución absoluta y porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista internacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.	250
Cuadro 80.....	252
Distribución absoluta y porcentual del pago de los turistas internacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa .	252
Cuadro 81	253
Distribución absoluta y porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.....	253
Cuadro 82.....	254
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a la promoción durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	254
Cuadro 83.....	256
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	256
Cuadro 84.....	257
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a las vías de acceso durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	257
Cuadro 85.....	258
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa	258
Cuadro 86.....	259
Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa..	259
Cuadro 87	261
Distribución absoluta y porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.....	261
Cuadro 89.....	263
Distribución absoluta y porcentual de cuanto costó el tour.	263

Cuadro 90.....	264
Distribución absoluta y porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.....	264
Cuadro 91.....	265
Distribución absoluta y porcentual si este tour incluye el servicio de guía.....	265
Cuadro 92.....	266
Distribución absoluta y porcentual de como considera el servicio de guía.....	266
Cuadro 93.....	267
Distribución absoluta y porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista internacional en este lugar.....	267
Cuadro 94.....	269
Distribución absoluta y porcentual si los turistas internacionales le gustaría volver a este lugar.....	269
Cuadro 95:.....	311
Combinaciones Estratégicas.....	311
Cuadro 96:.....	314
Variables Mic- Mac.....	314
Cuadro 99:.....	327
Visión y Misión.....	327
Cuadro 100:.....	330
Proyectos.....	330
Cuadro 101:.....	331
Plan de acción.....	331
A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios Cuadro 102:.....	333
Cuadro 102:.....	334
Plan de acción.....	334
Cuadro 103:.....	336
Plan de acción.....	336

Cuadro 104:.....	338
Plan de acción	338
Cuadro 105:.....	340
Plan de acción	340
Cuadro 106:.....	342
Cuadro 107:.....	343
Plan de acción	343
Cuadro 108:.....	345
Plan de Acción	345
Cuadro 109:.....	347
Cuadro 110:.....	348
Plan de acción	348
Cuadro 111:.....	349
Plan de acción	349
Cuadro 112:.....	351
Plan de acción	351
Cuadro 113:.....	353
Plan de acción	353
Cuadro 114 (Cont.)	357
Cuadro 114 (Cont.)	359

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Funcionamiento Del Sistema Turístico. Tomado de “Planificación del Espacio Turístico”. Por R. Boullón, 1990. Editorial Trillas. P.32	22
Gráfico 2: Modelo De Interrelaciones Entre Los Componentes Del Sistema Turístico. Tomado de “Estudios y Perspectivas en turismo”. Por A. Alfredo. 1992.	26
Gráfico 3: Etapas Básicas En El Proceso De Planificación Turística. Tomado de “Administración del Turismo”. Por M. Acerenza. (1984).....	38
Gráfico 4: Los Tres Pilares de la Sostenibilidad. Tomado de “Organización Mundial de Turismo” (1999).....	47
Gráfico 5: Componentes del producto turístico. Tomado de “Promoción Turística”. Por. M. Acerenza.1993	51
Gráfico 6: Composición del Patrimonio. Tomado de “Patrimonio Cultural y Turismo”. Por R. Lunar.....	57
Gráfico 8: Fuerte de San Bernardo en las proximidades de la Asunción.....	103
Gráfico 9: Planos de Castillo Santa Rosa (26 de Julio de 1751).....	104
Gráfico 10: Capilla.....	104
Gráfico 11: Puerta actual.....	108
Gráfico 12: Ventana actual.....	109
Gráfico 13: Pared Resanada con cemento y lechada de arcilla.....	110
Gráfico 14: Restauraciones Parciales en Puerta, Ventanas y Paredes.	111
Gráfico 15: Canal de drenaje.....	112
Gráfico 16: Vista del techo y caminería actual.	113
Gráfico 17: Vista del techo actual (interno).....	113
Gráfico 18: Piso actual.....	115
Gráfico 19: Revestimiento con lajas de piedra.	115

Gráfico 20: Ubicación de las restauraciones Parciales en Instalaciones Sanitarias, Techos, y Pisos.....	116
Gráfico 21: Ubicación de las restauraciones Parciales en Pisos.	117
Gráfico 22: Plano actual del Castillo Santa Rosa.....	123
Gráfico 23: Puerta Principal (300 años).....	126
Gráfico 24: Puerta principal colocada.....	126
Gráfico 25: Paredes sucia, agrietadas y la pintura se desmorona.	127
Gráfico 26: Raíces en las paredes externas del castillo.....	128
Gráfico 27: Plantas en las paredes externas.	128
Gráfico 28: Desagüe en mal estado.....	129
Gráfico 29: Viga en mal estado.....	130
Gráfico 30: Techo en mal estado.	130
Gráfico 31: Grietas en la caminería del lado derecho.	131
Gráfico 32: Marco de la puerta con termitas.....	131
Gráfico 33: Reflectores de iluminación en mal estado.	132
Gráfico 34: Tomacorriente visible.	133
Gráfico 35: Salones cerrados.	134
Gráfico 36: Ventana desde donde se observa los objetos que están encerrados.	134
Gráfico 37: Cañón sin una base de apoyo.....	135
Gráfico 38: Balas Partidas.....	136
Gráfico 39: Cañón ubicado en el nivel superior frente sur sin cureña y en mal estado.	136
Gráfico 40: Caballo y marco de un cuadro.	137
Gráfico 41: Escarpas del cerro.	138
Gráfico 42: Jardinería.....	138
Gráfico 43: Escaleras actuales	139
Gráfico 44: Fogonaduras o hendiduras.	139
Gráfico 45: Viga de madera en mal estado.	140
Gráfico 46: Bases o cimientos de la edificación agrietadas y desmoronándose.	140

Gráfico 47. Escaleras externas.....	141
Gráfico 48: Huecos en el pavimento.....	141
Gráfico 49: Dos depósitos de agua y sanitarios.....	142
Gráfico 50: Nivel superior.	143
Gráfico 51: Construcción de alojamiento.	144
Gráfico 52: Distribución porcentual de porque los canales de distribución incluyen en sus paquetes y rutas turísticos al Castillo Santa Rosa.....	148
Gráfico 53: Distribución porcentual de los canales de distribución que incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa Rosa	149
Gráfico 54: Distribución porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías turísticos para los recorridos en el Castillo Santa Rosa.....	150
Gráfico 55: Distribución porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías acreditados por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR).....	151
Gráfico 56: Distribución porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías que poseen cursos de historia de la Isla de Margarita o patrimonio cultural...	152
Gráfico 57: Distribución. porcentual de los canales de distribución que estarían de acuerdo que los guías realicen cursos sobre patrimonio cultural margariteño.....	153
Gráfico 58: Distribución porcentual de la frecuencia de los canales de distribución realizan rutas hacia el Castillo Santa Rosa.....	154
Gráfico 59: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico	157
Gráfico 60: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas están conforme con la información que se le suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa.....	158
Gráfico 61: Distribución porcentual de los tipos de medio que le gustaría encontrar los representantes de las empresas turísticas en el Castillo Santa Rosa para informar a los turistas.	160

Gráfico 62: Distribución porcentual de como los representantes de la empresas turísticas clasificarían la atención que se le brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa.....	161
Gráfico 63: Distribución porcentual de la opinión de los representantes de las empresas turísticas con respecto el estado de conservación del Castillo Santa Rosa.	162
Gráfico 64: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con el rescate y restauración del Castillo Santa Rosa.....	163
Gráfico 65: Distribución porcentual de cual sector debería emprender la restauración.	164
Gráfico 66: Distribución porcentual de como consideran los representantes de la empresas turísticas la calidad de los servicios complementarios y básicos en el Castillo Santa Rosa.	165
Gráfico 67: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas estarían de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al Castillo Santa Rosa con el fin de financiar su mantenimiento.	166
Gráfico 68: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con la idea de incorporar guías propios al Castillo Santa Rosa.....	168
Gráfico 69: Distribución porcentual de que le gustaría incorporar los representantes de la empresas turísticas al Castillo Santa Rosa para hacerlo más aprovechable como atractivo turístico.....	170
Gráfico 70: Distribución porcentual del lugar de procedencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.	173
Gráfico 71: Distribución y porcentual de la profesión y ocupación de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	175
Gráfico 72: Distribución porcentual del nivel educativo de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	176
Gráfico 73: Distribución porcentual del género de turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	177

Gráfico 74: Distribución porcentual del estado civil de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	178
Gráfico 75: Distribución porcentual de la edad de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	180
Gráfico 76: Distribución porcentual del nivel de ingreso de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	181
Cuadro 32.....	182
Distribución absoluta y porcentual del motivo de viaje de los turistas nacionales que visitan la Isla de Margarita.....	182
Gráfico 77: Distribución porcentual del motivo de viaje de los turistas nacionales que visitan la Isla de Margarita.....	183
Gráfico 78: Distribución porcentual del motivo de visita de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	184
Gráfico 79: Distribución porcentual del tiempo de permanencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa	186
Gráfico 80: Distribución porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa.....	187
Gráfico 81: Distribución porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista nacional acerca del Castillo Santa Rosa.....	189
Gráfico 82: Distribución porcentual de la forma de visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa	190
Gráfico 83: Distribución porcentual del transporte utilizado por los turistas nacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.....	191
Gráfico 84: Distribución porcentual de las actividades realizadas por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa.....	193
Gráfico 85: Distribución porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa.....	194
Gráfico 86: Distribución porcentual de las formas de impartir la información a los turistas nacionales dentro del Castillo Santa Rosa.....	195

Gráfico 87: Distribución porcentual de la información suministrada a los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa.....	197
Gráfico 88: Distribución porcentual de cómo los turistas nacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa	198
Gráfico 89: Distribución porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista nacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.	200
Gráfico 90: Distribución porcentual del pago de los turistas nacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa	201
Gráfico 91: Distribución porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.....	202
Gráfico 92: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la promoción, durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	203
Gráfico 93: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	205
Gráfico 94: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a las vías de acceso durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	206
Gráfico 95: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	208
Gráfico 96: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa..	209
Gráfico 97: Distribución porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.....	211
Gráfico 98: Distribución porcentual de quién organizó la visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa.....	212
Gráfico 99: Distribución porcentual de cuanto costó el tour.	213
Gráfico 100: Distribución porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.	214
Gráfico 101: Distribución porcentual si este tour incluye el servicio de guía.	215

Gráfico 102: Distribución porcentual de como considera el servicio de guía.	216
Gráfico 103: Distribución porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista nacional en este lugar.	218
Gráfico 104: Distribución porcentual si los turistas nacionales le gustaría volver a este lugar.	219
Gráfico 105: Distribución porcentual del lugar de procedencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	224
Gráfico 106: Distribución porcentual de la profesión y ocupación de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	226
Gráfico 107: Distribución porcentual del nivel educativo de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	227
Gráfico 108: Distribución porcentual del género de turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	228
Gráfico 109: Distribución porcentual del estado civil de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	229
Gráfico 110: Distribución porcentual de la edad de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	231
Gráfico 111: Distribución porcentual del nivel de ingreso de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	233
Gráfico 112: Distribución porcentual del motivo de viaje de los turistas internacionales que visitan la Isla de Margarita.....	235
Gráfico 113: Distribución porcentual del motivo de visita de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	236
Gráfico 114: Distribución porcentual del tiempo de permanencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.....	238
Gráfico 115: Distribución porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa	239
Gráfico 116: Distribución porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista internacional acerca del Castillo Santa Rosa	241

Gráfico 117: Distribución porcentual de la forma de visita de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa	242
Gráfico 118: Distribución porcentual del transporte utilizado por los turistas internacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.	244
Gráfico 119: Distribución porcentual de las actividades realizadas por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa.....	245
Gráfico 120: Distribución porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa.	246
Gráfico 121: Distribución porcentual de las formas de impartir la información dentro del Castillo Santa Rosa	247
Gráfico 122: Distribución porcentual de la información suministrada a los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa cubrió sus expectativas	248
Gráfico 123: Distribución porcentual de cómo los turistas internacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa	249
Gráfico 124: Distribución porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista internacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.	251
Gráfico 125: Distribución porcentual del pago de los turistas internacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa .	252
Gráfico 126: Distribución porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.....	253
Gráfico 127:: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a la promoción durante su visita al Castillo Santa Rosa	255
Gráfico 128: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa	256
Gráfico 129: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a las vías de acceso durante su visita al Castillo Santa Rosa	257
Gráfico 130: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa.....	258

Gráfico 131: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa	260
Gráfico 132: Distribución porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.....	261
Gráfico 133: Distribución porcentual de quién organizó la visita de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa.	262
Gráfico 134: Distribución porcentual de cuanto costó el tour	263
Gráfico 135: Distribución porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.	264
Gráfico 136: Distribución porcentual si este tour incluye el servicio de guía.	265
Gráfico 137: Distribución porcentual de como considera el servicio de guía.	266
Gráfico 138: Distribución porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista internacional en este lugar.....	268
Gráfico 141: Motricidad-Dependencia	320



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

PROPUESTA DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO PARA EL CASTILLO SANTA ROSA EN LA ASUNCIÓN, MUNICIPIO ARISMENDI, ESTADO NUEVA ESPARTA

Autoras: Eilin Campos

Judenina Cantagallo

Fecha: Junio de 2006.

RESUMEN

En el desarrollo de la actividad turística son importantes los diferentes atractivos que se ofrecen a los turistas en especial los atractivos culturales por representar estos la historia de la Isla de Margarita, como es el caso particular el Castillo Santa Rosa ubicado en la Asunción. Es por ello que el objetivo general de esta investigación estuvo centrado en diagnosticar el aprovechamiento turístico de este castillo, y luego se propusieron las estrategias de aprovechamiento turístico. Las bases teóricas vienen dadas por los fundamentos establecidos por: M. Acerenza, R Boullón, A. Ascanio, F. Cárdenas. J. Corredor, L Guzmán, De La Torre, entre otros. Para alcanzar los objetivos fue necesario aplicar una metodología basada en la aplicación de guía de observación, formato de cuestionarios, guías de entrevistas y fichas bibliográficas, a lo diferentes autores involucrados: CORPOTUR, IACENE, Alcaldía del Municipio Arismendi, ICPMA e IPC, los canales de distribución, turistas y comunidad. Del análisis de los diferentes objetivos se pudo concluir que: Se realizaron restauraciones inadecuadas además de una falta de mantenimiento continuo en las instalaciones y los objetos muebles en el Castillo Santa Rosa que se evidenciaron en las visitas in situ. Los canales de distribución aprovechan este atractivo histórico sin ningún tipo de supervisión y control por

parte de los entes competentes. El perfil de los turistas nacionales e internacionales es variado ya que tanto jóvenes como adultos se interesan por visitar este tipo de atractivo y su opinión fue que el castillo debería estar en buenas condiciones y disponibilidad para la exhibición de los objetos muebles. La opinión de la comunidad concluyó que es utilizado como atractivo turístico pero debe ser incorporado elementos como los guía de turismo, material informativo, mejorar sus servicios públicos y tomar en cuenta la participación de la comunidad en las actividades turísticas en el Castillo Santa Rosa de una manera Lucrativa- Participativa. En lo que respecta a los representantes de los entes de gobierno se puede concluir que solo CORPOTUR es el ente tutelar de este castillo, así como también, ejecuta los planes actualmente para este atractivo; mientras que los demás entes están concientes de la importancia de este atractivo para la actividad turística, sin embargo no están involucrados en el aprovechamiento del mismo. Existen instrumentos legales que regulan el mantenimiento, conservación y restauración de los monumentos histórico culturales pero poco se aplica por parte de algunos entes. Finalmente, se proponen las estrategias que permiten reconducir el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.

Descriptor: Atractivo Histórico Cultural, Planificación estratégica, Aprovechamiento Turístico, Conservación, mantenimiento, restauración y Modelo de Desarrollo Sostenible

INTRODUCCIÓN

La Ciudad de La Asunción en la actualidad cuenta con la presencia de variados atractivos naturales, culturales, gastronómicos e históricos, estos últimos constituyen la riqueza e imagen de una ciudad que es digna de ser disfrutada por su belleza natural y la historia que envuelve a cada uno de sus sitios, entre ellos destaca el Castillo Santa Rosa de la Eminencia, el cual posee valor histórico por su contexto arquitectónico, ya que es una edificación que ha permanecido en el tiempo al igual que los hechos acontecidos en su época.

A partir del valor histórico que representa el Castillo Santa Rosa surgió el interés de llevar a cabo la presente investigación denominada Propuesta de Aprovechamiento Turístico para el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta; la cual tendrá como objetivos principales: Diagnosticar el aprovechamiento actual del Castillo Santa Rosa y Proponer estrategias de aprovechamiento que permitan reconducir su uso turístico en una forma adecuada y favorable.

El tipo de investigación es descriptivo en el cual se busca caracterizar los elementos del lugar de estudio para conocer la realidad de la actividad turística que se desarrolla en el Castillo Santa Rosa a través del diseño de campo por cuanto permitirá observar los hechos directamente de la realidad tal como se presentan. De este modo lo plantea Hernández Sampieri y otros (2003), en el libro Metodología de la Investigación, donde establece que el propósito del investigador consiste en describir situaciones, eventos, y hechos. Es decir, como es y como se manifiesta determinado fenómeno.

La Presentación de este proyecto está orientado a través de las normas para la elaboración de proyectos establecidos en el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales creado por Maritza Barrios Yaselli, de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), Caracas- 2002.

Esta investigación está estructurada en capítulos, de la siguiente manera:

El primer capítulo, consiste en la presentación del problema de investigación, los objetivos generales específicos y propuestos y la justificación del proyecto.

El segundo capítulo contiene información sobre los antecedentes de la investigación, seguidamente las bases teóricas que sustenta la investigación, luego la definición de términos y la operacionalización de variables.

El tercer capítulo presenta el nivel de la investigación, área de estudio, diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de los datos, procesamiento y análisis de los datos y presentación de la información.

En el cuarto capítulo está la presentación de la información, donde se desarrolla cada uno de los objetivos, a continuación se señalan:

Descripción de las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003.

Identificación y descripción de las características de los canales de distribución que aprovechan turísticamente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Opinión de los representantes de los canales de distribución respecto al aprovechamiento del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Perfil y opinión del turista que visita actualmente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi Estado Nueva Esparta.

Opinión de la comunidad de La Asunción adyacentes al Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto de Patrimonio Cultural, acerca del aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta

Planes, programas y proyectos de los organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural, referentes al aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Identificación en los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, los aspectos que definen el aprovechamiento turístico.

El quinto capítulo se establece la propuesta estratégica para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.

Conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, la Isla de Margarita posee una variedad de atractivos producto de los hechos históricos ocurridos a lo largo de su historia y distribuidos en su territorio. Entre ellos están las fortificaciones con las cuales se debía resguardar la seguridad de las poblaciones, (razón esta que dio inicio a las construcciones de fortines o castillos), y así evitar las invasiones de los piratas que buscaban riquezas en este lugar; de esta forma se fueron fundaron las diferentes construcciones que actualmente son bienes que pertenecen al patrimonio histórico cultural. Tal como lo plantea Lunar y Peralta (1998), "... se caracteriza por poseer un patrimonio histórico cultural, reflejo de ello son sus bienes, que han sido herencia, legado histórico, y que hoy por hoy, son dignos de ser conocidos y visitados para el disfrute de las generaciones futuras". Esto permite que la comunidad se identifique con los valores propios y se involucre con la historia que estos representa para darla a conocer entre las corrientes turísticas que visitan los diferentes atractivos históricos.

De esta manera, es necesario señalar los bienes y sitios históricos ubicados a lo largo de la geografía neoespartana, los cuales forman parte de su patrimonio Histórico- cultural, ya sea como construcciones militares, religiosas y civiles (institucionales) que actualmente fungen como atractivos turísticos y que a continuación se señalan en el cuadro siguiente.

Cuadro 1
Atractivos Históricos que pertenecen al patrimonio histórico- cultural del Estado
Nueva Esparta.

NOMBRE	TIPO	UBICACIÓN
Castillo San Carlos de Borromeo (Época Colonial)	Militar	Municipio Maneiro
Castillo Santa Rosa (Época Colonial)	Militar	Municipio Arismendi
Antigua Aduana de Pampatar (Época Republicana)	Civil	Municipio Maneiro
Iglesia del Santísimo Cristo del Buen Viaje (Época Colonial)	Religioso	Municipio Maneiro
Iglesia Nuestra Señora del Pilar (Época Colonial)	Religiosa	Municipio Maneiro
Iglesia San Nicolás de Bari (Época Contemporánea)	Religioso	Municipio Maneiro
Iglesia Nuestra Señora de la Asunción (Época Colonial)	Religioso	Municipio Arismendi
Iglesia Santa Ana del Norte (Época colonial)	Religioso	Municipio Gómez
Iglesia Parroquial San Juan Evangelista (Época Republicana)	Religioso	Municipio Marcano
Iglesia Nuestra Señora del Valle (Época Contemporánea)	Religioso	Municipio García
Iglesia San José (Época Colonial)	Religioso	Municipio Antolin del Campo
Casa Juan Bautista Arismendi	Civil	Municipio Arismendi

(Época Colonial)		
Casa de Francisco Esteban Gómez (Época Colonial)	Civil	Municipio Gómez
Puente de Piedra (Época Colonial)	Civil	Municipio Arismendi
Convento de los Franciscanos (Época Colonial)	Civil	Municipio Arismendi
Casa donde funciona el Museo Nueva Cádiz (Época Colonial)	Civil	Municipio Arismendi
Casa Natal Policarpo Mata (Época Colonial)	Residencial	Municipio Gómez

Fuente: Algunos datos tomados de “Diagnostico de los bienes inmuebles declarados Patrimonio Nacional como atractivo turístico del Estado Nueva Esparta”. Por D. Osmile, 2003. (p.123)

Es evidente entonces que existe una diversidad de bienes del patrimonio histórico-cultural en la Isla de Margarita en algunos de los municipios, lo cual le permite ofrecer a los visitantes una alternativa diferente al momento de disfrutar las vacaciones en este destino que cuenta con atractivos representativos de la época de la colonial, republicana y contemporánea, los cuales podrían ser aprovechados junto al principal atractivo de la Isla como son sus bellezas naturales, representadas por sus playas entre otros atractivos, lo que permitiría diversificar la oferta al momento de promocionar el territorio neoespartano a los diferentes segmentos de mercado.

Particularmente, las fortalezas o castillos son atractivos promocionados (clasificados dentro de la categoría de sitios culturales) por las diferentes empresas turísticas que ofrecen paquetes turísticos que incluyen visitas guiadas en los atractivos de variadas rutas, tal como se pudo constatar en las visitas realizadas al Castillo Santa Rosa en el mes de agosto de 2003. Igualmente se le hace promoción a través diferentes folletos, revistas, trípticos e Internet, entre ellos se encuentran: “ Así es Margarita”, “Margarita en tus Manos” y páginas web tales como: Venezuelatuya.com, Venezuelahoy.com, nuevaesparta.com, tiwy.com e

islamargarita.com, en los que se destacan como atractivos de valor histórico por representar el patrimonio histórico- cultural neoespartano, sin embargo se les subestima en las facilidades de guías, folletería e información que estos ofrecen, tal como lo plantea Trujillo (2003),“... el estado extremo de olvido en que se encuentran dichos atractivos es grave, teniendo estos un potencial turístico enorme”.

Por otra parte, es de resaltar que en la dinámica turística constituye un factor básico la participación del turista quien se interesa y motiva en visitar los atractivos históricos y esto se corrobora de acuerdo a la información contenida en las estadísticas turísticas del año 2005, pertenecientes a la temporada vacacional de Agosto que presenta la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (2005), la cual refleja que los monumentos históricos ubicados específicamente en el Municipio Arismendi, son visitados por un 6,7% de los turistas que ingresan al Estado.

De este modo, se puede apreciar que solo una minoría de los turistas que ingresan a la Isla de Margarita visitan los atractivos históricos de Arismendi. Mientras que el Municipio García reciben un 7,7% de los turistas que visitan los Monumentos Históricos representativos del Estado Nueva Esparta. Entre los de interés turístico se encuentra el Castillo Santa Rosa, una de las dos fortalezas significativas en cuanto a tamaño y capacidad Bélica de las que se encuentran en Nueva Esparta, ubicado en lo que se denomina El Valle de Santa Lucia en La Asunción. Este atractivo histórico- cultural forma parte del patrimonio arquitectónico militar de Margarita, al cual en la época de la colonia se le llamaba San Bernardo y fue construido por los españoles en el año 1618 (Heredia, 1996). Los turistas que visitan el Castillo, buscan conocer la historia y hechos contenidos en sus espacios interiores y exteriores, entre estas destaca el encierro de la heroína Luisa Cáceres de Arismendi y otros patriotas, de acuerdo a lo expresado por Durán (2003).

Sin embargo, lo que se aprecia producto de visitas in situ en el mes de Noviembre de 2004, es un atractivo con pocas piezas de la época colonial e independentista exhibidas de manera desordenada sin ningún criterio museológico sin que pueda alguna persona guiar las visitas o suministrar información completa del lugar. Por esta razón se debe considerar que existen empresas turísticas que ofrecen el servicio de guía en los recorridos de rutas culturales en los cuales incluyen al Castillo Santa Rosa, tal como se pudo apreciar en la observación in situ realizada el mes de Mayo de 2005, en el cual se sostuvo una conversación personal con el Sr. M. Gálvez, guía turístico de la empresa Manuel Adventure Tours, quien expresó: “ yo doy información breve sobre los acontecimientos mas resaltantes ocurridos en los espacios del Castillo. Pero reconozco que esta información debería ser mas profunda y completa. Sin embargo existen compañeros de trabajo que proporcionan información completa del atractivo”. Igualmente el guía manifestó que: “no he realizado curso de guía de turismo al igual que varios compañeros, sin embargo poseo formación universitaria” (Entrevista personal, Mayo 20, 2005)

El Castillo Santa Rosa presentaba características en su estructura originaria tales como: 130 pies de lado interior, murallas, parapeto, aljibe, cuarteles y capillas (Heredia,1996); sin embargo, estos elementos los ha ido perdiendo a causa del deterioro por la erosión del suelo y la falta de cuidados y mantenimiento por parte de los organismos que le compete el uso y aprovechamiento de los patrimonios históricos culturales, evidencias estas corroboradas por la observación in situ efectuada en Noviembre de 2004, por información suministrada por la persona que se encuentra a cargo del cuidado del Castillo, Sr. Bernardo Requena, el cual en conversación sostenida en Noviembre 28, 2004, señaló que: “recientemente se le han hecho restauraciones, sin embargo al poco tiempo se ha ocasionado la ruptura del estilo original de la edificación y las paredes ya está agrietadas...”, de allí que se puede inferir que los elementos que se utilizaron en su restauración no son los

adecuados, pues al utilizar materiales como la terracota, cemento entre otros ha ocasionado la pérdida del valor arquitectónico originario del Castillo.

Igualmente se aprecia la ausencia de participación por parte de los entes gubernamentales que deben tener competencia o jurisdicción en este bien del patrimonio arquitectónico militar, ya que no cuenta con un organismo que esté a cargo por completo del Castillo, pues no existe participación activa por parte de algún ente, ya que se tratan de implementar programas o proyectos en beneficio de estas instalaciones sin poder obtener resultados favorables por la discontinuidad en lo que respecta a las razones políticas, económicas o sociales y que no contribuyen a que estos entes gubernamentales, entre los cuales se encuentran la Corporación de Turismo, Alcaldía de Arismendi, el Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, emprendan el monitoreo sistemático de esta fortificación.

Así mismo, el factor normativo que se refiere a las leyes y reglamentos que regulan el manejo de este bien histórico, aunque existen no son tomadas en cuenta al momento de planificar las intervenciones que se le hacen debido a que no se cumple con lo que se encuentra contemplado en las diferentes leyes, entre ellas destacan la Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta y la Ley de Protección y Conservación del Patrimonio, las cuales deben servir de apoyo al momento de realizar alguna acción en este tipo de bienes para contribuir a su conservación.

En este sentido, el Castillo Santa Rosa es un atractivo histórico en el cual se nota el desinterés por parte de los representantes de los entes de gobierno y la comunidad que lo rodea, al igual que ocurre con el resto de los atractivos históricos que se encuentran en esta categoría, tal como lo sostienen, Lunar y Peralta (1998)...“la acciones que se realizan no son mancomunadas, se separa la acción oficial de la acción privada, sin tomar en cuenta el uso socio-cultural de la edificación destinándola por lo general a servir de sede a un museo que tiene pocos objetos que

exhibir sin recursos con los que mantener su función menos aún para preservar el edificio”.(p. 3)

De acuerdo a lo expresado, se manifiesta la necesidad de reconducir el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa, con el fin de lograr que este atractivo histórico sea uno de los más representativos del pueblo margariteño y realmente destaque entre los seleccionados para ser visitado por los turistas, y de este modo darle el valor histórico que este representa y pueda ser utilizado de forma adecuada, tal como ocurre con los atractivos históricos de otros países, de esta forma se pueden plantear esfuerzos que permitan aprovechar turísticamente el Castillo con las diferentes corrientes turísticas que se motivan en visitar este tipo de atractivos. En este contexto, es necesaria la planificación para evitar que pierda el valor histórico que este tipo de atractivo representa, al igual de los recursos para adecuar efectivamente su manejo y obtener beneficios que permitan continuar disfrutando de este bien del patrimonio arquitectónico militar, las corrientes turísticas y la comunidad receptora.

Dentro de la situación problema en la que se encuentra el Castillo Santa Rosa ubicado en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, se hace necesario el desarrollo de una investigación que permita precisar como está siendo aprovechado turísticamente este bien patrimonial, y de este modo involucrar a los elementos y a los actores que participan de manera directa e indirecta en el uso de este atractivo como recurso turístico. Y asimismo, promover lineamientos estratégicos que permitan el uso óptimo y la preservación de este bien del Patrimonio Histórico Venezolano como atractivo de relevante valor y a través de estos orientar el aprovechamiento turístico de este recurso.

De lo anteriormente expuesto se plantea las siguientes preguntas iniciales:

¿Qué uso turístico se le está dando actualmente al Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta?

¿Cuáles son las propuestas de aprovechamiento turístico para el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta?

Para hacer posible el desarrollo de las preguntas iniciales es necesario sistematizar las siguientes sub.-preguntas:

¿Cuáles son las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003?

¿A través de que canales de distribución turística se coloca el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta, en el mercado?

¿Cuál es la opinión de los representantes de los canales de distribución respecto al uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta

¿Cuál es el perfil y la opinión del turista que visita actualmente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta?

¿Cuál es la opinión de la comunidad de La Asunción adyacente al Castillo Santa Rosa, acerca de su aprovechamiento turístico?

¿Cuál es la opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio

Cultural, acerca del aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta?

¿Cuáles son los planes, programas y proyectos de los organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural,, referentes al aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta?

¿Cuáles son los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción y los aspectos que definen el aprovechamiento turístico?

¿Cuáles son las estrategias que permitirán el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diagnosticar el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Proponer estrategias de aprovechamiento turístico para el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, estado Nueva Esparta.

Objetivos Específicos

Describir las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003.

Identificar y Describir las características de los canales de distribución que aprovechan turísticamente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Conocer la opinión de los representantes de los canales de distribución respecto al uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta

Conocer el perfil y la opinión del turista que visita actualmente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi Estado Nueva Esparta.

Conocer la Opinión de la Comunidad de La Asunción Adyacente al Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta, en Cuanto a su Aprovechamiento Turístico.

Conocer la opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural, acerca del aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta

Identificar los planes, programas y proyectos de los organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi Estado Nueva Esparta, Instituto de

Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural, referentes al aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Identificar en los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, los aspectos que definen el aprovechamiento turístico.

Establecer estrategias que permitan el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Justificación

El Estado Nueva Esparta posee atractivos culturales que representan la historia del pueblo neoespartano, lo cual hace necesario la conservación y valoración de estos bienes del patrimonio arquitectónico para que continúen transmitiendo la historia que representa a las generaciones futuras.

Atendiendo particularmente al aprovechamiento actual que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta es importante tomar en cuenta las fallas que existan actualmente en lo que respecta a la conservación y aprovechamiento de este bien patrimonial para tomar las acciones necesarias que permitan contribuir a la puesta en valor de este atractivo histórico.

Así mismo este estudio podría servir de apoyo o guía a la asignatura Conservación del Patrimonio Cultural del pensum de estudios de la carrera Licenciatura en Turismo de la Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta, del mismo modo podría servir de ayuda a los entes gubernamentales que tienen la competencia del cuidado, aprovechamiento y manejo del Castillo Santa Rosa, entre

ellos: Corporación de turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía de Arismendi y el Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta.

Por otra parte se encuentra enmarcada en las líneas de investigación Impacto Sociocultural del Turismo y Planificación Manejo y Uso Ambiental del Centro de Investigaciones Turísticas (CITUR), de la escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad de Oriente.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

De acuerdo a la revisión documental se encontraron los siguientes trabajos de investigación relacionados con el tema de estudio en la Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta, estos son:

Aprovechamiento Turístico del Fortín de La Galera Municipio Marcano, Estado Nueva Esparta. (Agosto 2003). Trabajo de Grado presentado por Ramos, M y Morales A. En esta investigación concluye que existe en este atractivo un surgimiento espontáneo de la actividad turística sin previa planificación. La prestación de servicios turísticos se considera precaria debido a la ausencia de infraestructura adecuada para las necesidades básicas, la carencia de facilidades para atender a la demanda turística y por la desorganización del recurso humano que labora en las

instituciones encargadas de velar por el uso, manejo, protección y preservación del recurso turístico, que se evidencia en la ausencia de planes para el aprovechamiento del atractivo. Falta de vigilancia y control por parte de los entes gubernamentales para hacer cumplir la normativa legal en función de un uso adecuado del atractivo.

Aportes para el Diseño de una Ruta en Base a un Plan de Aprovechamiento Turístico para las Fortalezas Militares Existentes en la Isla de Margarita. (Mayo 2003) Trabajo de grado presentado por Trujillo. M. Se concluye que el estado extremo de olvido en que se encuentran actualmente dichos atractivos es grave, teniendo estos un potencial turístico enorme y de importancia para todos los neoespartanos, razón suficiente para conservarlos y preservarlos. Por otra parte no hay una clara definición de competencia por parte de los entes gubernamentales en relación a la labor que deben desarrollar con respecto a los bienes históricos culturales. Son muchos los proyectos que nacen en las áreas turísticas de las diferentes Alcaldías, pero el detalle es la falta de recursos económicos. Por otro lado, la centralización de la toma de decisiones por parte del Instituto del Patrimonio Cultural de la Republica Bolivariana de Venezuela afecta debido a que para obtener la respuesta con respecto a un proyecto retrasa muchísimo la ejecución del mismo trayendo como consecuencia que no se ejecuten a tiempo y los costos del mismo varíen debido a la inestabilidad económica que vive actualmente el país.

Diagnostico de los Bienes Inmuebles Declarados Patrimonio Nacional, como Atractivo Turístico del Estado Nueva Esparta (Marzo 2003). Trabajo de Grado Presentado por Durán, O. En esta investigación se concluye que actualmente los bienes inmuebles declarados patrimonio nacional que se presentan en mejor estado de conservación son los religiosos, debido al aporte que hace la feligresía, mientras que la gran mayoría de los restantes, no están aptos para ser ofertados como atractivos turísticos, debido al mal estado que presentan y a las malas intervenciones de la que han sido objeto. Asimismo no poseen ningún tipo de vigilancia y presentan escasez

de guiatura por parte de personas especializadas en el área. En cuanto a las leyes que regulan la protección y conservación de dichos bienes, se nota que su aplicabilidad ha sido poca o nula, tomando en consideración el estado que presentan estas edificaciones, ya que se realizan pocas inspecciones a las mismas.

Factibilidad del Aprovechamiento Turístico del Castillo San Carlos de Borromeo en Pampatar Municipio Autónomo Maneiro del Estado Nueva Esparta (Noviembre 1998). Trabajo de Grado Presentado por Lunar K y Peralta R. En esta investigación llegan a la conclusión que es el Castillo San Carlos de Borromeo está siendo inadecuadamente aprovechado desde el punto de vista turístico, lo cual constituye una problemática producto de factores como: La marcada centralización en la toma de decisiones obstaculizando la reutilización y puesta en valor de los sitios y monumentos históricos a través de la actividad turística, los recortes presupuestarios disminuyen la posibilidad de ejecutar los planes, programas y proyectos que han sido presentados en materia patrimonial, la falta de acción de los sectores públicos y privados se debe al poco compromiso de los mismos para preservar, mantener y conservar los sitios y monumentos históricos del Estado Nueva Esparta; esto trae como consecuencia el estado precario en que se encuentran los bienes patrimoniales de esta entidad.

Plan Estratégico para la Gestión y Aprovechamiento Turístico de los Sitios y Monumentos Históricos de los Municipios Autónomos Arismendi, Mariño, García y Gómez. (Noviembre 1995). Trabajo de Grado Presentado por Gómez R, y Grus, H. J, como Requisito Parcial para Optar al Título de Licenciado en Turismo. El estudio tiene como objetivo principal elaborar un Plan Estratégico como propuesta para la gestión y aprovechamiento turístico de los bienes inmuebles del patrimonio cultural de categoría sitios y monumentos históricos de los municipios autónomos Arismendi, Mariño, García y Gómez.

También se encuentra el trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título Magíster Scientiarum en Turismo Mención Planificación Turística, titulado: Caracterización de la Demanda Nacional e Internacional que Visita los Castillo Santa Rosa y San Carlos Borromeo Municipio Arismendi y Maneiro, Estado Nueva Esparta con Fines de Aprovechamiento como Atractivo Turístico (1995) Presentado por Lic. Lunar L. R En esta investigación se da a conocer una visión específica de las características que definen a la Demanda que visita estos monumentos presentes en la Isla de Margarita, así como también una visión de lo que opinan los representantes de los Canales de distribución que tienen que ver con estos bienes en su rol de atractivo turístico. Finalmente, concluye que si la principal motivación de la Demanda que visita los dos Castillos es su historia, no se satisfarán sus aspiraciones ni esto será posible por las condiciones en que funcionan los castillos entre otras cosas: no existe medios ni instrumentos de información en estos monumentos, no poseen personal que suministre información, el 46% de los guías de las empresas encuestadas no poseen cursos de historia, y finalmente las visitas guiadas no son abundantes.

De acuerdo a la revisión bibliográfica se pudo constatar que los estudios que sirven de antecedentes a esta investigación tienen un punto en común, que es la falta de planificación por parte de los entes gubernamentales involucrados en el manejo de este tipo de bienes al igual que la ausencia de programas o proyectos que permitan la preservación y conservación de estos lugares, esto sin dejar a un lado el aspecto presupuestario; razón esta para profundizar en un estudio que permita detectar particularmente las razones por la cual el Castillo Santa Rosa se encuentra inmerso en esta problemática y determinar posibles estrategias que permitan aprovechar este bien como atractivo turístico.

Bases Teóricas

Alrededor del turismo se han ido formando un conjunto de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema con partes integrantes en el cual el punto de partida del funcionamiento del sistema se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector, y la superestructura turística tiene como función controlar la eficacia del sistema vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes.

El sistema turístico tiene algunas particularidades en su funcionamiento tal como se presenta a continuación cada una de las partes se encuentran interrelacionadas para explicar el desarrollo de la actividad turística a través de las características que plantea Boullón (1990). En este orden de ideas el autor propone el modelo turístico denominado oferta-demanda, el cual en su parte izquierda presenta el punto de partida del funcionamiento del sistema, originando el encuentro de la oferta (bienes y servicios) con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la planta e infraestructura turística forman la estructura de producción de sector, tal como se indica en el Gráfico 1. En el centro de éste se encuentra la superestructura turística, cuya labor es controlar la eficacia del sistema, vigilando el funcionamiento e interrelación de sus partes.

En el desarrollo de la actividad turística es un recurso importante la materia prima que se encuentra representada por los atractivos de la región, sin estos los turistas no se motivan a desplazarse al lugar para disfrutar de los diversos atractivos. Estos tienen una clasificación tal como lo presenta Boullón (1990). (Ver cuadro 2)

En la categoría museos y manifestaciones culturales se encuentran ubicados los Lugares Históricos, Ruinas y Sitios Arqueológicos, los cuales representan una

alternativa diferente para diversificar la oferta turística de un destino y de este modo aprovechar los variados recursos con que cuenta una zona.

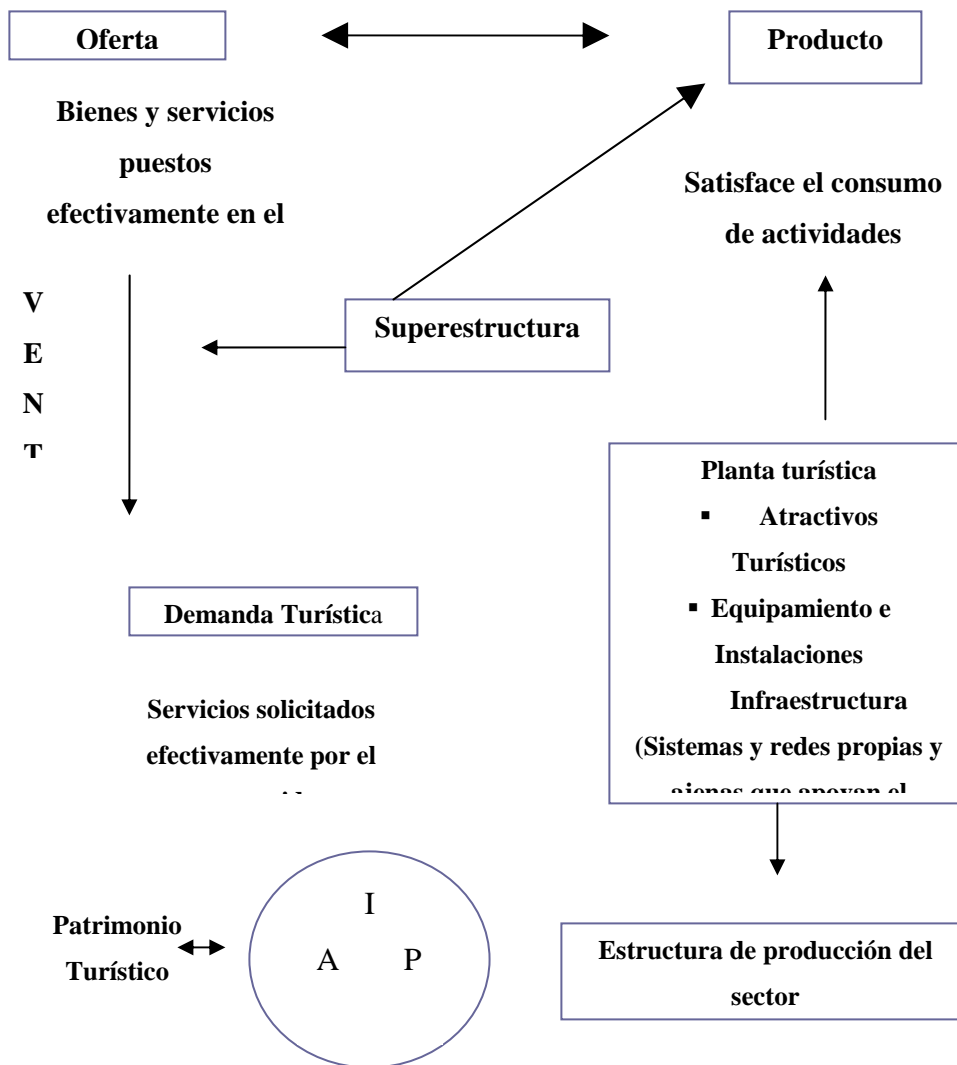


Gráfico 1: Funcionamiento Del Sistema Turístico. Tomado de “Planificación del Espacio Turístico”. Por R. Boullón, 1990. Editorial Trillas. P.32

Cuadro 2
Clasificación De Los Atractivos Turísticos

Categoría	Tipo
1. Sitios Naturales	1.1 Montañas 1.2 Planicies 1.3 Costas 1.4 Lagos, Lagunas y esteros 1.5 Ríos y Arroyos 1.6 Caídas de Agua 1.7 Grutas y Cavernas 1.8 Lugares de Observación de Flora y Fauna 1.9 Lugares de Caza y Pesca 1.10 Caminos Pintorescos 1.11 Termas 1012 Parques Nacionales y Reservas de Flora y Fauna
2. Museos y Manifestaciones Culturales	2.1 Museos 2.2 Obras de Arte y Técnica 2.3 Lugares Históricos 2.4 Ruinas y Sitios Arqueológicos
3. Folklore	3.1 Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares 3.2 Ferias y Mercados 3.3 Música y Danza 3.4 Artesanía y Arte Populares 3.5 Comidas y Bebidas Típicas 3.6 Grupos Étnicos 3.7 Arquitectura Popular y Espontánea
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporánea	4.1 Explotaciones Mineras 4.2 Explotaciones Agropecuarias 4.3 Explotaciones Industriales 4.4 Obras de Arte y Técnica 4.5 Centros Científicos y técnicos
5. Acontecimientos Programados	5.1 Artísticos 5.2 Deportivos 5.3 Ferias y Exposiciones 5.4 Concursos 5.5 Fiestas Religiosas y Profanas 5.6 Carnavales 5.7 Otros

Fuente: Tomado de “Planificación del Espacio Turístico”. Por R. Boullón. 1990. (p.45)

Otro modelo turístico fue el establecido por Alfredo Ascanio que aparece publicado en la obra *Estudios y perspectivas en turismo* (1992). Para este autor el funcionamiento del sistema turístico se basa en la interrelación entre los componentes del sistema que son todas las empresas turísticas dedicadas a poner en valor una materia prima, formada por un ambiente de concreciones y paisajes que forman la base para realizar un conjunto de servicios que se coordinan y comunican unos a los otros. De esta manera, el conjunto de empresas logran ofertar un servicio integral. Estos elementos forman el sub-sistema ambiente físico/empresarial, también existe un sub-sistema llamado ambiente comunal o humano que está formado por la comunidad de visitantes y la comunidad receptora que se comunican entre sí. A continuación se esquematiza el modelo de interrelaciones. (Ver Gráfico 2). Todos y cada uno de los elementos que intervienen en el sistema turístico son necesarios para poner en funcionamiento armónico cada una de las partes involucrada en el desarrollo de la actividad turística, razón por la cual no deben dejarse a un lado el objetivo principal que desarrollan cada uno de los elementos, de este modo a partir de la integración de los cuatro componentes esenciales se obtiene el patrimonio turístico de un país, es decir, el patrimonio turístico surge de la relación entre materia prima, infraestructura y la superestructura.

Por otro lado el teórico en turismo Jiménez Guzmán (1990), plantea que la teoría turística generalmente ha sostenido que para su resultado económico sea posible, es indispensable la presencia de un patrimonio turístico. Gray afirma, que toda industria turística viable se fundamenta en la presencia de atractivos para los visitantes, sin esto sería imposible desencadenar la actividad económica del turismo.

El concepto más utilizado por CICATUR, adscrito a la OEA (Citado por J. Guzmán, 1990), “El atractivo turístico es todo lugar o acontecimiento de interés turístico, son las atracciones que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual

y a permanecer por un buen tiempo fuera de el, para la realización de actividades turísticas”.

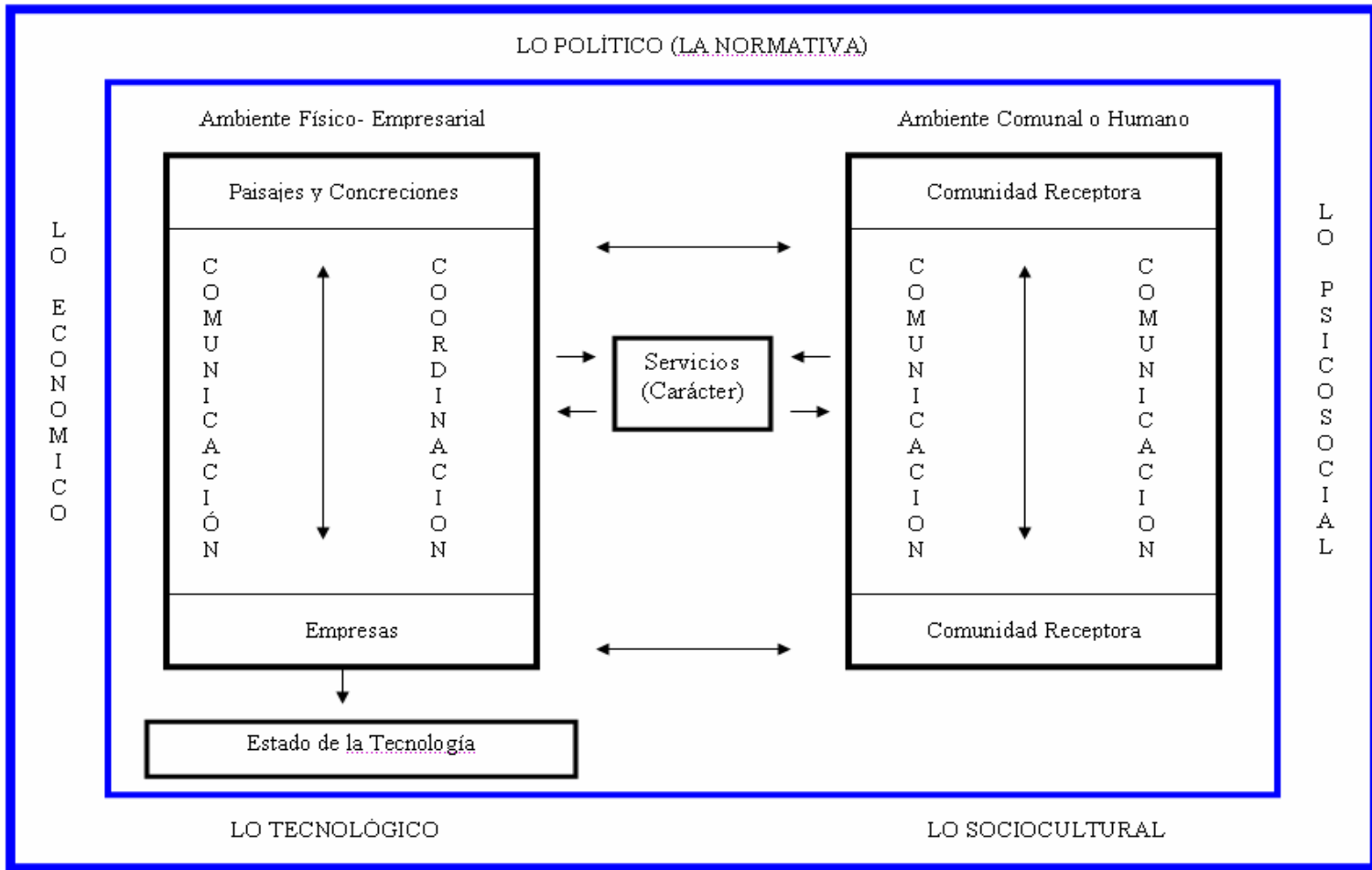


Gráfico 2: Modelo De Interrelaciones Entre Los Componentes Del Sistema Turístico. Tomado de “Estudios y Perspectivas en turismo”. Por A. Alfredo. 1992.

Sin la materia prima del turismo, que en este caso son los atractivos, el turista no sentiría la motivación de desplazarse de su lugar de residencia habitual a otro, ya que el conocer sitios de interés es la principal razón para realizar el desplazamiento.

Es importante destacar que los atractivos turísticos son elementos jerarquizables, categorizables y regionales que permiten diferenciarlos uno de otro por presentar características particulares que varían de un lugar a otro. Estas características permiten el uso correcto de los atractivos con el fin de evitar que sean subutilizados o hiperutilizados, de este modo se obtendrán mejores resultados en el desarrollo de la actividad turística ya que una vez diferenciados los atractivos se establecen patrones para un uso adecuado que permita su conservación.

Es por eso que los municipios deben fomentar el desarrollo de esta actividad, tal como se señala en el artículo 28 de la Ley Orgánica de Turismo “Los municipios, en ejercicio de su autonomía, fomentarán e integrarán la actividad turística en sus planes de desarrollo local, de conformidad con lo establecido en la ley respectiva. Ley Orgánica de Turismo (2005)

Así pues es imprescindible que la municipalidad supere ese papel pasivo y meramente regulador de las actividades que llevan acabo en su jurisdicción; a una actuación netamente activa. No debe ser un contenedor de actividades, sino productor y dinamizador, agente que desarrolle y proyecte iniciativas de interrelación entre las diferentes administraciones, los empresarios locales y a la vez que represente y coordine las iniciativas con la comunidad. Asimismo, debe existir una coordinación entre los distintos departamentos que tengan mayor incidencia en la configuración del sistema turístico: urbanismo y ordenación, cultura y patrimonio, medio ambiente, transporte, obras públicas, agricultura, artesanado, comercio, sanidad y seguridad ciudadana. Ello es posible a través de un proceso de planificación. En la actualidad se encuentra una serie de conceptos y/o definiciones de lo que es la planificación

dependiendo de la visión que tenga los autores. Las revisiones bibliográficas han permitido establecer una conceptualización a saber:

La planificación es un proceso racional producto del hombre, para lograr modificar ciertas circunstancias futuras o próximas, a través de acciones y aplicaciones de normas de manera organizacional. Además de recopilar elementos necesarios para ser evaluados e incorporando a los autores involucrados en los escenarios cambiantes, a través de una toma de decisiones o de estrategias establecidas. Lo anterior se puede corroborar con los planteamientos hechos por Corredor (1986), quien sostiene lo siguiente “La planificación, es un proceso integral que propone una nueva actitud hacia el futuro posible mediante la afirmación de normas que incluyan la razón organizacional, la relación de actores antagónicos, la actualidad del proceso y las perspectivas”.

En el proceso de planificación se tiene que analizar tres elementos fundamentales como son: Situación Inicial, Estrategias y visión. La situación inicial es un análisis de temporalidad, hay que tener en cuenta el espacio y el tiempo donde se da el fenómeno. Las estrategias son el conjunto de lineamientos que designan la aplicación práctica o el desarrollo de métodos que conduzcan obtener los objetivos fijados por el planificador. Y la visión, constituye la imagen objetivo o situación deseada.

La importancia de la planificación es que es aplicable a todos los niveles de las organizaciones, instituciones y compañías, además que puede ser empleada en diferentes ámbitos (económico, político, cultural, geográfico, tecnológico, social, turístico, entre otros) a través de herramientas de observación- prevención- ejecución, que son resultado de la teoría llevada a la acción.

Molina (1991), plantea que a partir de los años 50, el auge y acelerado desenvolvimiento de las actividades turísticas en Latinoamérica, provocó preocupación en las esferas públicas y privadas por conocer a fondo el impacto de las actividades turísticas sobre las comunidades, esta preocupación generó cambios en la forma de concebir el desarrollo y evolución del sistema turístico por caminos más convenientes para el grupo humano en el ámbito espacial y temporal, a través del proceso de planificación; termino que es definido por Molina (1991) de la manera siguiente:

La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitieran transformarlas de acuerdo con los intereses y aspiraciones con base en intereses específicos y generalizados.

El turismo se ha presentado como una alternativa social y económica que permite dinamizar el conjunto de actividades de una localidad, sin embargo, para que esta actividad tenga connotaciones positivas, deben llevarse a cabo bajo los lineamientos de la planificación, a fin de lograr a través del aprovechamiento racional de los recursos, la armonía entre el turismo, el medio ambiente y la comunidad receptora; garantizando un mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores. Al respecto la Organización Mundial del Turismo (Citado por Troncoso, 1999) refiere “Para que el turismo represente una estrategia económica verdaderamente beneficiosa para la comunidad debe proponerse mejorar también la calidad de vida de las personas que viven y trabajan en ella y proteger el medio ambiente”.

En tal sentido, la planificación turística juega un papel importante, sobre todo en esos espacios que hoy día puedan representar destinos turísticos potenciales. Es entonces mediante la planificación en donde el hombre a través de una serie de pasos

racionalizados y la utilización de diversas herramientas logra disminuir los riesgos a sufrir en las actividades futuras a realizar, hasta alcanzar lo deseado.

De acuerdo a esto, Acerenza (1984) plantea que:... “la planificación es la selección consciente de una determinada línea de acción que se diferencia de las acciones adoptadas por costumbre, impulsos irracionales e incluso, por ignorancia”. Así mismo (ob.cit) agrega... “un proceso de planificación erróneo o incompleto es responsable del uso indebido o del despilfarro de los materiales, la energía, el tiempo y el espacio de que se disponga y desde luego, responsable de los resultados que de esto se obtenga”.

De los planteamientos expuestos anteriormente, se determina que la planificación no es un fin en sí misma, es un medio, un proceso a través del cual se busca alcanzar los objetivos y metas propuestas, mediante estrategias específicas que dirijan las acciones para lograr transformar la situación problema en una situación deseada, mediante la utilización de ciertos instrumentos, métodos y procesos, que guiados por la racionalidad, van a determinar el más adecuado método de organización y funcionamiento de una sociedad, en el que se logre orientar las políticas de las mismas y se pueda mostrar las posibilidades y limitaciones de su propio desarrollo; siendo necesario para ello la participación activa de los diferentes actores de la sociedad, en los distintos ámbitos de acción.

Existen diversos enfoques que pueden adoptarse para la planificación del turismo en un determinado destino turístico; estos van a determinar la metodología a ser aplicada a cada caso en particular. Acerenza (1984) plantea que la planificación del turismo en sus inicios adoptó distintas orientaciones, que por lo general se dirigieron a dar respuesta a problemas concretos, por lo cual, estas orientaciones han seguido un planteamiento parcial de lo que representa la actividad turística, al no involucrar en su total magnitud a todos aquellos factores que intervienen en la

conducción de esta actividad. Posteriormente, estos enfoques tradicionales se ampliaron, dando origen a nuevos planteamientos que buscaban el logro de una metodología que permitiera un desarrollo armónico de la actividad turística, cuya planificación y conducción se ajustase a los planes de mejoramiento económico, social, cultural y ambiental. Entre las distintas orientaciones que ha adoptado la planificación del turismo, (ob.cit) señala los siguientes enfoques:

- ◆ El enfoque urbanístico, prevaleció en Europa durante la década de 1960; dicho enfoque se caracterizó por presentar un análisis y evaluación detallada de los recursos turísticos de orden físico que se encuentran en el lugar de estudio. El producto final está dirigido al diseño de un plan maestro que incluye el aprovechamiento del espacio para determinar el uso del suelo, y la localización de las facilidades turísticas.

- ◆ Enfoque económico, tuvo lugar a finales del año 1960 hasta comienzo de 1970, en Europa y América Latina. En este enfoque se emplea técnicas y metodologías utilizadas en otras actividades económicas, pero adoptadas al turismo, con el objeto de obtener el fomento de la actividad turística.

- ◆ Enfoque del producto turístico (1976-1977) este enfoque representa una aproximación a la problemática de la planificación del turismo y la recreación basado en el concepto del producto turístico. Técnicamente contempla los impactos económicos y sociales del desarrollo turístico, además de la protección del medio ambiente.

- ◆ Enfoque estratégico, surge a mediados de 1990 en Latinoamérica, como un nuevo planteamiento en el que se aborda la problemática y estrategia de desarrollo del turismo de manera integral con una nueva dimensión dentro de un marco de sostenibilidad.

En el hecho turístico confluyen muchas y variadas disciplinas y materiales tales como medio ambiente, sanidad, legislación, urbanismo, etc, que junto a las propias del acto turístico- hotelería, actividades de ocio, actividades culturales, etc, deben componer un todo integral que ha de ser correctamente interpretado y evaluado a la hora de definir el modelo de desarrollo turístico que se desea seguir. En este sentido, se puede suponer que la diferencia entre un producto competitivo o no, radica en la adecuada planificación que logre optimizar los recursos disponibles, y definir un plan de trabajo que sepa aunar y coordinar las diferentes disciplinas que intervienen en el desarrollo turístico

Se ha expuesto en párrafos anteriores, el turismo a igual que otras actividades, genera un ingreso económico y un flujo de turistas, que visitan un destino turístico, pero si este no es coordinado y sincronizado por medio de una planificación adecuada, puede causar a la larga un deterioro o destrucción de algunos de los atributos de este destino, lo cual conllevaría a que el lugar donde se desarrolla la actividad no fuera competitivo con el resto del mundo, es por ello que la planificación ayuda a sincronizar, controlar, coordinar y determinar cuales son las alternativas mejores para mantener la situación y la calidad de los servicios que garantice la variedad de atractivos que posee este destino.

El planificador interpreta los hechos de la realidad y los lleva a ideas concretas que originan la reflexión de los cambios; amplía el conocimiento, cambio de actitud y el comportamiento del mundo que lo rodea a través del pensamiento estratégico.

Cuando se habla de un pensamiento estratégico, se habla de un proceso sistemático ideológico que conlleva a obtener criterios de solución de problemas reales, lo cual permite realizar cambios. Para ello, el planificador debe estar consciente de los aspectos conceptuales y de la responsabilidad que tiene dentro

de este proceso tan importante; debe considerar el análisis de una serie de variables (culturales, sociales, políticos, legales, ecológicos y económicas) que condicionan el modo y el nivel de vida de la sociedad y que permite visualizar adecuadamente los problemas y sus implicaciones desde una perspectiva integral; y además, debe seguir una secuencia lógica a fin de poder lograr los objetivos establecidos. En este sentido, las tesis de la Escuela de Hotelería y Turismo (López y Schuler; 2000) en su trabajo de grado exponen lo siguiente:

La planificación estratégica es una planificación integral, en la que se incorporan contenidos y objetivos pertenecientes al ámbito económico, social, ambiental, territorial, cultural, institucional, etc., de lo que se deriva la concepción del Plan Estratégico como definición integral del territorio local como producto turístico, entendido como la suma de diferentes realidades (paisajes, empresas, infraestructura, equipamiento, entorno sociales, patrimonio, etc.); y que a su vez será utilizado como instrumento de discusión y unificación de diagnósticos, y de coordinación y definición de actuaciones públicas y privadas.

Sergio Molina (1991), expresa que la planificación estratégica como proceso lógico de pensamiento se va concretando en la elaboración de diferentes documentos (planes, presupuestos) y en la ejecución de diversas actividades (programas, tareas) que surgen del desarrollo de dos fases que integran este proceso como son : La fase de definición y de la fase de Ampliación.

En la fase de definición, se cumple con diversas etapas entre las cuales identificamos: las etapas de diagnóstico (diagnóstico de la situación); pronóstico (pronóstico del comportamiento futuro del fenómeno); establecimiento de fines (definición de objetos y metas); selección de estrategias y selección de instrumentos. La fase de Aplicación, es aquella en la cual se incluyen las etapas de

programación, Presupuestación, instrumentación y evaluación de acciones para modificar el objeto de la planificación en el sentido deseado.

Otro planteamiento a este respecto, es el presentado por Acerenza (1984) quien distingue las siguientes etapas o pasos a seguir para la ejecución de planes estratégicos:

1.- Identificación del problema: Se refiere a la determinación del problema cuya solución se busca, a través de condiciones externas e internas y la definición de objetos, es decir el propósito que se pretende alcanzar con los objetivos metas.

2. Análisis y evaluación de la situación: Fase de la planificación en la que se determina los hechos, se consideran los factores favorables y desfavorables que pueden estar vinculados al problema a resolver.

3. Formulación y elaboración del plan: Esta etapa permitirá determinar las posibles soluciones del problema; este proceso incluye la clasificación, comparación y selección de las líneas de acción. El planificador debe contar siempre con estrategias que le permitan alcanzar soluciones. Esta etapa completa el documento (plan) que esquematiza las acciones a seguir, las actividades por desarrollar y el orden que se llevarán y las responsabilidades de ejecución.

4. Programación de las acciones: Luego de elaborado la etapa siguiente será establecer su calendario con los medios disponibles, los materiales, el personal y los recursos financieros correspondientes y determinará el momento de su iniciación y finalización del plan.

5. Aprobación y autorización para llevar a cabo el plan. Se refiere a la etapa de otorgar el permiso y autorización para llevar a cabo el plan.

6. Ejecución del plan: Es la aplicación del plan que debe dar la solución parcial o total al problema.

7.- Control y evaluación de los resultados donde se va verificar que se cumpla cada uno de los pasos expresados en el plan y los resultados que este se arroje, el cual permitirá tomar nuevas decisiones o alternativas en el proceso.

Aun cuando nominalmente la denominación de las etapas de estos autores diferentes, su contenido o fin se mantiene igual, Molina (1991) presenta una división del proceso en fase, que a su vez se subdivide en etapas, en las que cada una de ellas, corresponde de forma funcional a los planteamientos o etapas descritas por Acerenza, este argumento se puede apreciar a través del siguiente cuadro comparativo:

Cuadro 3
Etapas Del Proceso De Planificación

Según Sergio Molina	Según Miguel Acerenza
Fase de Definición	
Diagnosis	Identificación del problema.
Prognosis	Análisis y evaluación de la situación
Establecimiento de fines	Formulación y elaboración del plan
Selección de estrategias	
Selección de instrumento	
Fase de Aplicación	Programación de las acciones
Programación	Programación de las acciones
Presupuestación	Aprobación y autorización para llevar a
Instrumentación	cabo el plan
	Ejecución del plan

Evaluación	Control y evaluación de los resultados
------------	--

Fuente: Tomado de “Administración del Turismo” y “Planificación Integral del Turismo.” Por S. Molina (1991) y M. Acerenza (1984).

En ambos planteamientos se cumple con los fines o lineamientos que establece el proceso de planificación como son: el diagnóstico de la situación inicial (del problema), definición de objetos y metas, determinación de estrategias, acciones y responsabilidades, evaluación y retroalimentación.

Abordado con mayor propiedad el ámbito de planificación de la actividad turística, Acerenza presenta una segunda definición de las etapas proceso de planificación, la cual se explica seguidamente:

La situación actual impone la necesidad de desarrollar productos turísticos competitivos, según un plan elaborado que englobe las siguientes etapas:

- ◆ Análisis de la gestión llevada a cabo, esta etapa tiene por objeto el conocimiento previo acerca de la significación del turismo en la región o lugar donde se desarrolla la actividad, por parte de los representantes del sector público y privado.
- ◆ Evaluación de la posición del turismo. En esta fase se evalúa las prioridades de la región o zona de desarrollo, y de los sectores públicos y privados, así como de la comunidad que intervienen en dicha actividad. Se considera la opinión de los distintos actores que intervienen en el desarrollo de la actividad turística en cuanto a la identificación de los problemas y de las oportunidades existentes para el desarrollo del turismo y de las expectativas que manejan con respecto a esta actividad, así como el nivel de participación que tienen en los programas y proyectos que se dirigen a este

respecto. En esta etapa según Acerenza, podrían ser considerados la opinión de los siguientes sectores. En el sector público, los representantes de los organismos de planificación turística de la zona, en su más alto nivel. En la comunidad, según el autor deben ser consultados los ciudadanos directamente afectados por el desarrollo turístico los líderes de opinión pública, grupos de interés especial (tanto social como profesional); las comisiones o ligas de fomento locales y comercios relacionados. En representación del sector privado, se considerará las asociaciones y representación de las empresas directamente vinculadas a la actividad turística.

- ◆ **Formulación de la política turística:** La política turística es la guía que orientará el desarrollo del sector, son el conjunto de decisiones en materia turística que integradas armónicamente en el contexto de la política nacional de desarrollo, orienta la conducción del sector y norman las acciones a seguir, éstas se concretan en planes y programas de desarrollo sectorial. En esta fase se formulan los objetivos.

- ◆ **Determinación de estrategias:** Las estrategias representan el medio para desplegar los recursos disponibles hacia el logro de los objetivos propuestos.

- ◆ **Especificación de los programas de acción:** Esta última fase del proceso constituye el punto de partida de la planificación táctica u operacional, la cual está referida a la determinación del presupuesto o recursos financieros, aprobación y ejecución de los programas de los mismos.

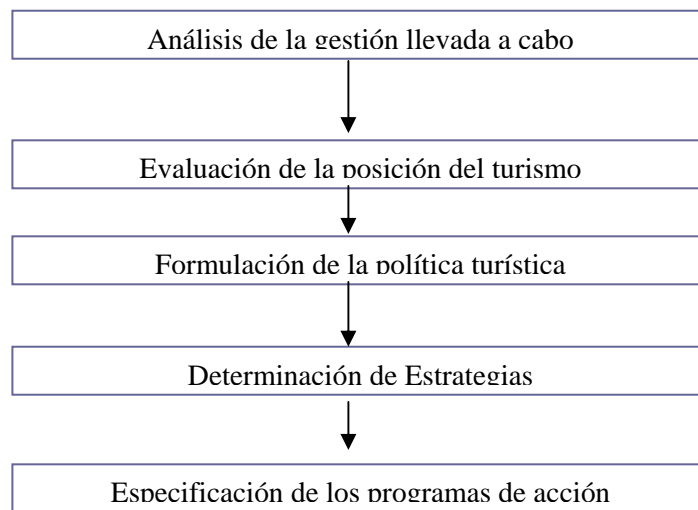


Gráfico 3: Etapas Básicas En El Proceso De Planificación Turística. Tomado de “Administración del Turismo”. Por M. Acerenza. (1984)

La necesidad que prevalece en cuanto a la participación de los actores que intervienen en el desarrollo de la actividad turística, especialmente la comunidad, a fin de propiciar un verdadero desarrollo del turismo, plantea la necesidad de establecer la coordinación de quienes intervienen en el desarrollo a través de la determinación de objetivos comunes y de responsabilidades a partir de integrar al proceso de planificación anteriormente descritos aspectos contenidos en la planificación participativa.

Según (Davidoff, Ackoff y Shön), (citados por Miklos 1993), la planificación participativa se considera importante pues,... “permite compartir objetivos comunes, la conjugación de valores, el aprendizaje y la acción responsable y compartida por parte de los afectados o usuarios”. Es un proceso de interacción, que involucra tanto a los planificadores como a la población que será afectada por los cambios a ser introducidos en su realidad; por ello, deben establecer un contacto que permita la comunicación y la retroalimentación continua.

Así mismo, según Demo, (citado por De Abreu 1999), las principales características inherentes al proceso de participación, son las siguientes:

1. El problema se origina en la comunidad.
2. Conlleva al cambio de estructuras y al mejoramiento de la vida de la población.
3. Envuelve a la población en el control de todo el proceso.
4. Concede gran importancia a la concientización del pueblo, de sus propias habilidades y recursos.
5. El “investigador” puede encontrarse en la comunidad o pueden ser técnicos especializados.
6. Aquellos con saber/entrenamiento especializado son participantes aprendices de un proceso que conduce más a la militancia que al distanciamiento.

Para lograr un desarrollo turístico equilibrado, se requiere de la participación de la comunidad, que oriente a partir de los basamentos sociales y culturales que caracterizan a la comunidad y a sus necesidades y expectativas, la concepción de los planes, programas y proyectos, así como la ejecución de los productos turísticos.

El enfoque participativo en la planificación permite conocer y tomar en cuenta las opiniones y consideraciones de los individuos afectados directamente por los planes a ser diseñados e implementados. De esta manera, los planes responderán directamente a las necesidades y expectativas reales de los individuos que mejor conocen- y padecen. Los problemas que los afectan, además que de ellos, pueden

surgir sus propias propuestas de solución y que deben ser tomadas en cuenta. En virtud de ello, la participación de la comunidad ha de concentrarse a través de diversos mecanismos de consultas (entrevistas, encuestas, exposiciones públicas, etc), según las distintas fases o etapas que integran el proceso de planificación, para que de esta forma calibrar las opiniones y posiciones del conjunto de la sociedad con respecto al desarrollo de la actividad turística y de la orientación de la misma.

En tal sentido, se establece la necesidad de instrumentar planes, programas y acciones que fomente un verdadero desarrollo turístico en beneficio de la sociedad y sobre las bases de un desarrollo respetuoso y consciente de las características específicas de la naturaleza, las cuales no pueden ser ignoradas. De esta manera, el turismo y la recreación lejos de producir deterioros ambientales irreversibles pueden convertirse en agente propiciadores de la conservación, defensa y mejoramiento de los recursos naturales, culturales y de las comunidades receptoras.

El turismo se ha encauzado en un modelo basado en el incremento de utilidades derivadas de la explotación irracional o intensiva de los recursos naturales disponibles, posición que ha generado paulatinamente un deterioro y desequilibrio ambiental. Es a partir de los años 70 cuando surge la búsqueda de nuevos modelos concebidos bajo la visión de desarrollo sustentable o sostenible, que alcance el equilibrio armónico de los factores que intervienen en el turismo. En la Asamblea General de las Naciones Unidas por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Citado por Troncoso, 1999), se definió este modelo de desarrollo como: “el que hace frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender a sus propias necesidades”

Considerando que el turismo es una actividad que depende del ambiente tanto en lo natural como en lo cultural, es necesario para la misma, que su desarrollo se base no sólo en la relación costo beneficio, sino también, en el compromiso de su

desarrollo sostenible del ambiente permite brindar a las diferentes especies, un espacio de vida acorde con sus necesidades naturales y sociales. Siendo el hombre parte de todos los ecosistemas, debe hacer esfuerzo por preservar los ambientes naturales y culturales que servirán para el manejo de las actividades turísticas y la consecución de la armonía en el planeta. En este sentido, surgen diversas apreciaciones con respecto al tema de desarrollo sostenible.

Los especialistas en desarrollo, Pronk y Mahbubul (Citado por Troncoso, 1999), definen el desarrollo sostenible como: “un estilo de desarrollo que busca en cada región soluciones específicas a problemas concretos tomando en consideración el entorno natural y cultural, atendiendo a las necesidades inmediatas y a las de largo plazo”. Se trata de encontrar los medios de armonizar el desarrollo socioeconómico con un manejo adecuado de los recursos naturales, culturales y el medio ambiente.

Según la Corporación de turismo de Venezuela (1996), hablar de desarrollo sostenible en materia de turismo implica mantener las condiciones óptimas para el desarrollo de esta actividad; a través del logro del equilibrio físico ambiental, en donde se hace necesario la conservación, preservación y aprovechamiento racional de los recursos turísticos naturales, la adecuación de la infraestructura y las exigencias de la dinámica del sector turístico y el control urbano que permite la armonía entre el ambiente natural y el artificial, del equilibrio socioeconómico, donde se busca la mejora de la calidad de vida de las comunidades haciéndolas participes del turismo, del equilibrio político, involucrando y comprometiendo al sector político en pro del crecimiento de la actividad del equilibrio cultural, donde es imprescindible la conservación, restauración y mantenimiento del patrimonio histórico arquitectónico, así como también la reafirmación de los valores de identidad nacional. Así mismo, Troncoso (1999), define el modelo de desarrollo sostenible como “Una nueva forma de planificar, ofertar y mercadear el producto turístico nacional, fundamentado en principios éticos y colectivos para el manejo de los recursos naturales y culturales,

cuyos beneficios económicos mejoran la calidad de vida de todos los sectores involucrados”. De los planteamientos anteriormente señalados, cabe destacar la interrelación de tres factores principales en el modelo de desarrollo sostenible, como son: el equilibrio ambiental (natural y cultural), la calidad de vida de la comunidad y el equilibrio socioeconómico; argumentos que se sustentan en lo expuesto en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, Cumbre de la tierra o río-92 (Citado por Troncoso, 1999), donde se plantea que el Desarrollo Sostenible se fundamenta en tres principios básicos:

- ❖ La sostenibilidad ecológica o ambiental, garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos biológicos.

- ❖ La sostenibilidad social y cultural que el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas afectadas, mantenga y fortalezca la identidad de la comunidad.

- ❖ La sostenibilidad económica garantiza que el desarrollo sea económicamente eficiente y que los recursos sean gestionados de modo que se conserven para las generaciones futuras.

Estos principios se concretan en los siguientes fines:

- ❖ Mejorar la calidad de vida de la población local.
- ❖ Promover mayor calidad de experiencia para el visitante.
- ❖ Mantener la calidad del medio ambiente del cual dependen la población local y los visitantes.

❖ La consecución de mejores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.

En tal sentido, hablar de desarrollo turístico, implica alcanzar a través del aprovechamiento del potencial turístico de un espacio, niveles óptimos de bienestar en la población receptora, basadas en modelos o paradigmas que sirvan de guía o norma para mejorar cuantitativamente y cualitativamente la economía y el funcionamiento de los sistemas así mismo, lograr el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad donde tiene lugar la actividad.

Como es lógico, siendo el turismo la actividad económica más importante del mundo, rol que toma a partir de los años 90, los teóricos del mismo se plantean insertarlo en el nuevo modelo de desarrollo sostenible, que constituye una nueva forma de planificar. Es la oportunidad de dignificar la relación del ser humano con su entorno, y dimensionar su perpetuidad; a través de la aplicación de los criterios o lineamientos que establece el modelo de desarrollo sostenible, a las distintas actividades que el hombre realiza, entre las cuales se encuentran la actividad turística; a este respecto, surgen diversas definiciones del término turismo sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (1999) define el turismo sostenible como:

Un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

La implementación del modelo de turismo sostenible es una realidad, con grandes recursos naturales y culturales, es una de las grandes posibilidades de

desarrollo integral. La OMT (1999), plantea que el turismo puede constituir una de las respuestas para el desarrollo, si es respetuoso con el medio ambiente, está basado en el sostenimiento de su base natural y cultural y no malgasta este capital de recursos. El turismo sostenible plantea que esto último es factible, tomando en cuenta que la sostenibilidad es un proceso que requiere de la cooperación entre los sectores públicos y privados en el desarrollo de la actividad turística y de la comunidad para obtener los beneficios que se derivan del turismo sostenible, puesto que ellos constituyen la base sobre la cual descansa la actividad turística, los actores que tienen en sus manos el manejo y la preservación de los recursos naturales de su entorno, para obtener beneficios sin dañarlos, en este sentido se tiene:

- ❖ El Gobierno, las autoridades que tiene la facultad de otorgar permisos, de definir las áreas de uso turístico y recreacional, y la potestad de legislar en materia de turismo y de hacer cumplir las leyes referentes a esta actividad y al ambiente.

- ❖ El turista, el que pone en marcha el motor del sistema, disfruta del ambiente conscientemente y sin causar daños en el entorno que visita.

- ❖ La comunidad donde tiene lugar el encuentro de la oferta con la demanda; representada por la población local propiamente dicha que interviene en la actividad a través de su interacción informal con el turista o como empleado del sector turístico. Y los empresarios y prestadores del servicio, que juega un papel muy importante en la satisfacción del turista.

El desarrollo turístico sostenible requiere no sólo de la perfecta conjugación entre los beneficios económicos y sociales que pueden generar la actividad turística, sino que también, del manejo racional de los recursos naturales y culturales, del mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad receptora; pero sobre todo, necesita para hacerse efectiva, de la participación coordinada de cada uno de los

actores que intervienen en el desarrollo de la actividad turística; siendo el estado el encargado de dirigir, gestionar y coordinar dicha participación. Dentro del esquema de desarrollo turístico sostenible, el Estado debe constituir un apoyo y estímulo hacia la conservación de los recursos naturales y el patrimonio cultural, que son primordiales para el desarrollo de la actividad turística, puesto que constituye el atractivo que se pone en marcha en el sistema, la motivación del viaje por motivos de placer, descanso y recreación. Además, debe fijar políticas, planes y elaborar un marco legal que permita controlar la actividad, para que esta no provoque problemas ambientales y puede generar los beneficios esperados, entre los cuales, cabe mencionar los siguientes:

- ❖ Integra las comunidades locales a las actividades turísticas.

- ❖ Estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre los recursos naturales y culturales.

- ❖ Genera empleo local, tanto directo como indirecto (por cada directo produce tres indirectos).

- ❖ Estimula el desarrollo de las empresas turísticas (agencia de viajes, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, recreativas y complementarias), así como también a las proveedoras (ganaderías, agricultura, comunicaciones, agroindustrias, etc)

- ❖ Genera divisas al estado e inyecta capitales a la economía local.

- ❖ Diversifica la economía local.

- ❖ Induce a la planificación regional, logrando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía.

- ❖ Estimula la mejoría de las infraestructuras de servicio al turismo (vías de acceso, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado sanitario, recolección y disposición final de sólidos, aeropuertos, marinas, etc)

- ❖ Promueve la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional.

- ❖ Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales (bailes, artesanía, gastronomía, vestimenta, música, manifestaciones religiosas y mágicas religiosas, etc.)

- ❖ Promueve la autoestima comunitaria.

- ❖ Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.

- ❖ En definitiva, mejora la calidad de vida de las personas y consolida una concientización integral del individuo.

Todo lo anterior se logra, única y exclusivamente dando respuesta a los tres indicadores del desarrollo turístico sostenible; pues tal y como lo expone la Organización Mundial de Turismo (1999), el objetivo final de la implementación de este modelo en el sistema turístico, es alcanzar el desarrollo turístico en cuanto a

logro de un desarrollo económico, social, cultural y ambiental pilares claves de la sostenibilidad los cuales se representa en el siguiente esquema:

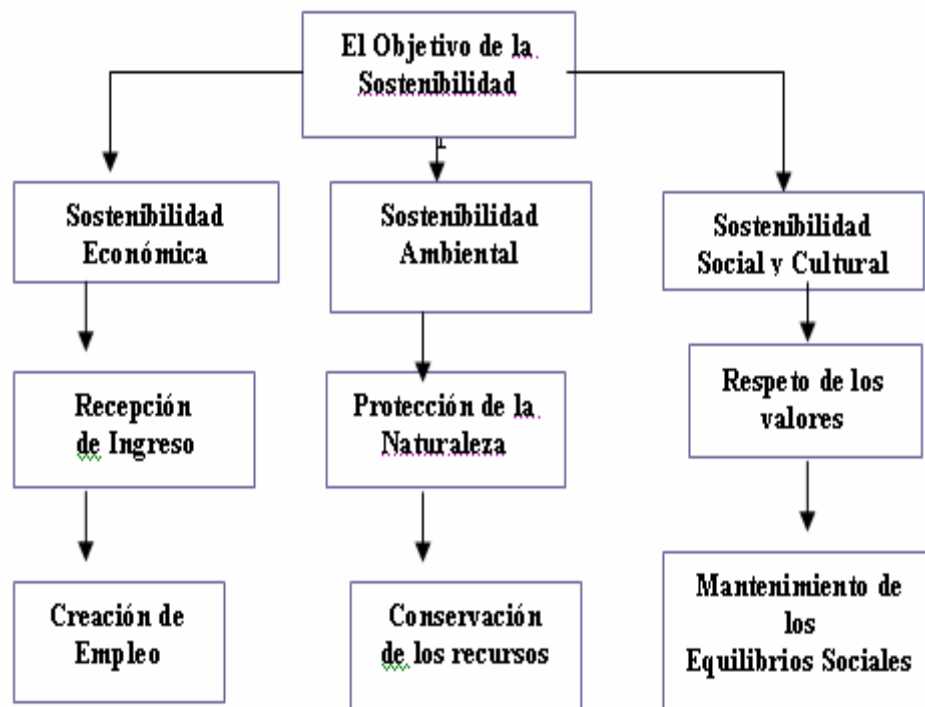


Gráfico 4: Los Tres Pilares de la Sostenibilidad. Tomado de “Organización Mundial de Turismo” (1999).

Para los fines que establecen equilibrados; la planificación y la gestión in situ de recursos, productos y territorios de naturaleza turística se convierte actualmente en una exigencia básica para enfrentar las nuevas posibilidades que ofrece el sector, ante la amplia gama de alternativa que surgen de esta actividad y que se ha de completar con la modernización de estructuras organizativas de las instituciones y empresas turísticas.

Una gestión razonable y planificada del turismo puede contribuir en gran medida a proteger y valorizar el medio ambiente físico- natural y el patrimonio cultural, así como a perfeccionar la calidad de vida del hombre, por lo tanto, no puede estar condicionada sólo por objetivos económicos. La planificación del desarrollo turístico no solamente es considerada como el modo más concreto para programar el progreso de una región, sino que cada vez resulta más indispensable. De allí pues que es necesario establecer el modo de lograr resultados favorables para la comunidad y los diferentes elementos involucrados en la actividad turística.

Para esto es relevante conocer la importancia que tiene la comercialización y promoción dentro de la actividad turística, por ello se plantea la definición de marketing por La Asociación Americana de marketing la cual lo define de la siguiente forma: “La ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor, de modo que satisfaga al consumidor, y cumpla con los objetivos de la empresa.

En esta definición se contemplan diversas actividades, la cual comprenden el proceso que se hace posible la transferencia de los productos o servicios turísticos hacia el consumidor final o el turista. La primera actividad es la obtención de la información para la toma de decisiones. En esta actividad se debe realizar una investigación de marketing, con el fin de buscar información sobre el mercado en el cual se va a actuar, la características del consumidor y su comportamiento con relación al viaje, las ofertas presentadas por los países o la regiones competidoras, los canales de distribución empleados por la competencia, sistema de promoción y venta y sobre las características de los medios de difusión disponibles. Con esta investigación del marketing previamente realizada se procede a la toma de decisiones que orientará a todo el proceso destinado a la comercialización y venta de la oferta turística. Proceso este que comienza con la preparación de un plan de marketing. De este modo, tanto los objetivos y acciones por llevar a cabo durante la preparación del

plan de marketing se orientará hacia el logro de los objetivos y metas establecidos en los planes de desarrollo. El plan de marketing es un documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas con relación al mercado, al tipo de producto, a los canales de distribución, a los precios a los cuales tal producto se debe vender, y a las características generales de las actividades de promoción y operaciones de venta a desarrollar durante el proceso de comercialización. Para lograr alcanzar los objetivos propuestos en el plan es necesario realizar una serie de actividades, destinadas a la elaboración de los distintos programas. Entre estas actividades se encuentra la planificación y desarrollo del producto turístico.

Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Los componentes básicos que lo integran son: atractivos, facilidades y acceso. Estos vienen a ser los componente básicos, que combinados entre si comprenden el producto final el cual efectivamente se ofrecerá en el mercado.

El primero de estos componentes los constituye los atractivos turísticos. Estos pueden ser de dos tipos:

➤ **Atractivos de Sitio:** Están determinados por la condiciones naturales, o por los factores d vida y actividad humana existentes en el lugar, o en sus alrededores, y que constituye el principal motivo para que el turista lo visite. Estos atractivos pueden clasificarse a su vez, siempre desde el punto de marketing en tres tipos: atractivos naturales: clima, paisaje, flora, fauna, etc ,atractivos relacionados con los usos y costumbres de la población, es decir, todo lo referente a sus manifestaciones culturales incluidos los vestigios de culturas antiguas; y atractivos relacionados con la infraestructura, entre los que pueden mencionarse, entre otros, las características

generales de las aglomeraciones urbanas, o las realizaciones técnicas contemporáneas.

➤ Atractivos de Eventos: son aquellos donde un acontecimiento se constituye en el principal factor para que el turista visite el lugar, tales como son: las ferias y las exposiciones, los congresos y las convenciones, y los acontecimientos especiales como pueden ser: un evento deportivo, un festival, o un certamen de belleza.

El segundo componente está constituido por las facilidades existentes en el destino, o en el lugar en el cual se localizan los atractivos turísticos. Son aquellos componentes del producto turístico que, normalmente, no generan por sí misma una corriente turística hacia el lugar, pero cuya ausencia puede impedir la integración del producto. Las facilidades complementan los atractivos, por cuanto permite la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Estas facilidades comprenden todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación, igual que las distracciones, amenidades y servicios complementarios para el turista.

El tercero y último componente, es el acceso. Es decir la disponibilidad de transporte de aproximación al destino, desde el lugar de origen del turista. El transporte, es el que permite el desplazamiento del turista al destino, para que pueda participar o disfrutar, del atractivo que motivo su viaje. (Ver Gráfico 5)

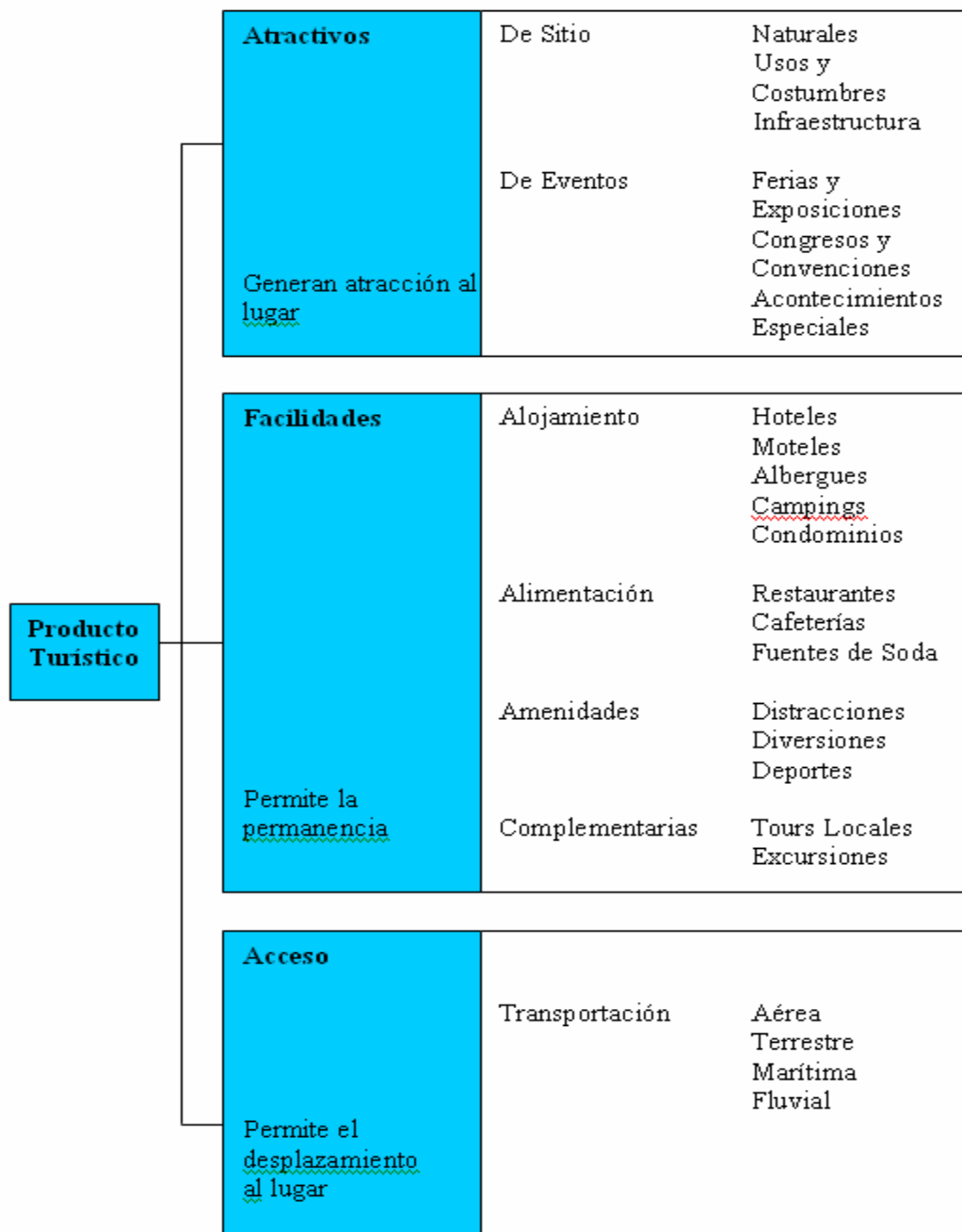


Gráfico 5: Componentes del producto turístico. Tomado de “Promoción Turística”. Por. M. Acerenza.1993

Una vez elaborado el producto turístico adopta la forma de un paquete de servicios o package o empaquetado del producto en folletos o magazines en las cuales se describen sus atributos, se indican los servicios que la integran, las condiciones de utilización, y su precio de venta, y se pone a la venta en el mercado, a través de los distintos canales de distribución. Para ello se debe seleccionar los canales de distribución más apropiados para hacerlo llegar al mercado, de tal manera que se encuentren al alcance del turista cuando este tome decisión de compra.

Según Acerenza se entiende por canales de distribución, a la estructura formada por la propia organización de venta del productor, más las organizaciones de ventas individuales y de todos los diferentes intermediarios que interviene en este proceso de comercialización del producto considerado.

Una de las decisiones que se debe tomar en cuenta, durante el proceso de preparación del plan de marketing, es la fijación del precio de venta del producto. Este adquiere una mayor relevancia dado que el precio puede convertirse, en un momento determinado, en el factor principal de decisión por parte del turista, sobre el lugar de destino al cual se dirigirá a pasar sus vacaciones.

Otro de las actividades a seguir es la determinación de las acciones promocionales. Esta es una de las últimas decisiones por adoptar, antes de pasar a ejecutar las acciones. En esta actividad se va establecer las acciones a realizar en el campo promocional, a los efectos de brindar la cobertura adecuada a las operaciones de venta a desarrollar en el mercado durante el proceso de comercialización, y lograr así, una decisión de compra por parte del turista. Acerenza define a las actividades de promoción como: “Aquellas actividades del marketing que tiene como fin persuadir al prospecto, es decir el turista potencial, para que adopte una decisión de compra a favor de un determinado producto. Por lo general estas actividades se llevan a un nivel institucional y a un nivel de producto.

Cuando se trata de a un nivel de marketing nacional, las actividades de promoción en el ámbito institucional las desarrolla el organismo nacional de turismo, y las actividades a nivel de producto específico, cada uno de los prestadores de servicios turísticos nacionales que participan en el proceso de promoción y venta de la oferta turística del país. De este modo, a nivel institucional, el organismo nacional de turismo vende ideas, es decir, inicia una transacción comercial que es cerrada por los prestadores de servicios turísticos en forma individual, con la venta del producto efectivo.

Una vez finalizado la preparación del plan de marketing, el siguiente paso es programar y coordinar la ejecución de las distintas acciones previstas en el mismo. Como en la ejecución de estas acciones intervendrán el organismo nacional de turismo y a las empresas prestadoras de servicios turísticos en forma individual, es necesario establecer un plan de acción conjunta conjunto, que permita coordinar e integrar los esfuerzo de todos aquellos que participaran en las operaciones, con el propósito de lograr una adecuada concentración en el tiempo, lugar y producto por vender. El primer paso de este plan de acción conjunta es definir la organización territorio de las operaciones. Es decir donde se va a vender los productos, en que momento, por que medios, y quien o quienes llevaran cabo las operaciones. Definidos estos aspectos se procede a coordinar la ejecución de las acciones previstas, de tal manera, que mientras el organismo nacional de turismo desarrolle actividades de promoción a nivel institucional, lo prestadores de servicios turísticos nacionales y los intermediarios extranjeros que participen en el proceso, puedan llevar acabo las operaciones de venta de los productos individuales.

Por último, es necesario supervisar, observar y medir los resultados para conocer los logros que están obteniendo en comparación con los que se ha estipulado en los objetivos del plan de marketing. Para ello se hace necesario establecer un sistema de información y control, que permita medir las desviaciones en función de lo

previsto, y retroalimentar así el proceso de toma de decisiones. Este sistema de información y control debe prever, tanto el control y la evaluación de resultados a nivel de las actividades de marketing en su conjunto, como a nivel individual de cada una de ellas. Es decir se debe establecer un control a nivel de dirección de marketing y controles operacionales, para cada una de las actividades que integran sus distintos programas. Especialmente para las actividades de promoción y de venta personal. Es importante tener en cuenta los recursos con los cuales cuenta un destino al momento de promocionarlo para así definir el tipo de atractivo que será aprovechado entre los cuales destaca los señalados por Sessa, (Citado por J. Guzmán, 1990) quien destaca que los recursos o bienes turísticos se pueden organizar en dos grandes grupos:

- Bienes naturales: son aquellos bienes no transformados, en estado natural, que sirven como materia prima para el proceso productivo turístico.
- Bienes culturales: son los recursos creados por el hombre, y que también se constituyen en la materia prima para el proceso productivo turístico.

El término patrimonio se deriva del latín *patrimonium* que significa “lo que se hereda”. Igualmente la Ley de Patrimonio Histórico (1985) lo define como:

Los bienes inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico. También, forman parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas así como los sitios naturales, jardines y parques, que tengan valor artístico, histórico o antropológico.

El patrimonio histórico en su amplio contexto está rodeado de valores, creencias, bienes tanto muebles como inmuebles que a su vez se encuentran localizados en pequeños espacios que están representados por su identidad cultural,

de acuerdo a esto Posani (1995) sustenta sus planteamientos considerando que en “el carácter del patrimonio anidan valores insustituibles e irrenunciables cuya pérdida pone en duda o en riesgo las propias dimensiones de un pasado lejano o cercano en el cual descansa buena parte de lo que llamamos identidad.”

Es necesario señalar que de acuerdo a lo motivos de viajes el mercado turístico está segmentado por diferentes corrientes de visitantes, entre ellos se ubica el turismo cultural en el cual se busca el deseo de aumentar los propios conocimientos o de disfrutar emociones artísticas. Para conocer las obras de arte no hay medio más eficaz, no obstante sus posibles reproducciones, como la contemplación directa de las mismas, y de ahí la gran atracción que ejercen los monumentos, los museos y otros.

Cabe señalar que existen varios tipos de turismo entre los cuales se encuentra el cultural tal como lo plantea Cárdenas (1997), señala que “el turismo cultural corresponde a aquellas corrientes de visitantes que miran museos, monumentos, obras de arte y vestigios arqueológicos, de manera superficial, y se forman imágenes de los lugares de acuerdo a los pocos valores que visitaron y analizaron”.

El turismo cultural abarca todos los aspectos de los viajes por medio de los cuales la gente conoce la vida y pensamientos de otras personas. Por esto, el turismo es un instrumento importante para promover las relaciones culturales dentro de una nación es un medio de fomentar recursos para atraer visitantes. El turismo contribuye activamente a la preservación de monumentos arqueológicos y testimonios de culturas pasadas, los cuales constituyen la herencia cultural de la civilización actual.

En este sentido puede decirse que el turismo ha sido el instrumento tradicionalmente empleado para revalorizar culturas. Al estimular la protección de las ciudades históricas, la arquitectura tradicional, los monumentos y otras manifestaciones, el turismo ayuda a que los pueblos adquieran conciencia de sus

propios valores culturales y contribuye a fortalecer el orgullo nacional. En este campo es, quizás donde el turismo realiza su mayor aporte en beneficio de la sociedad.

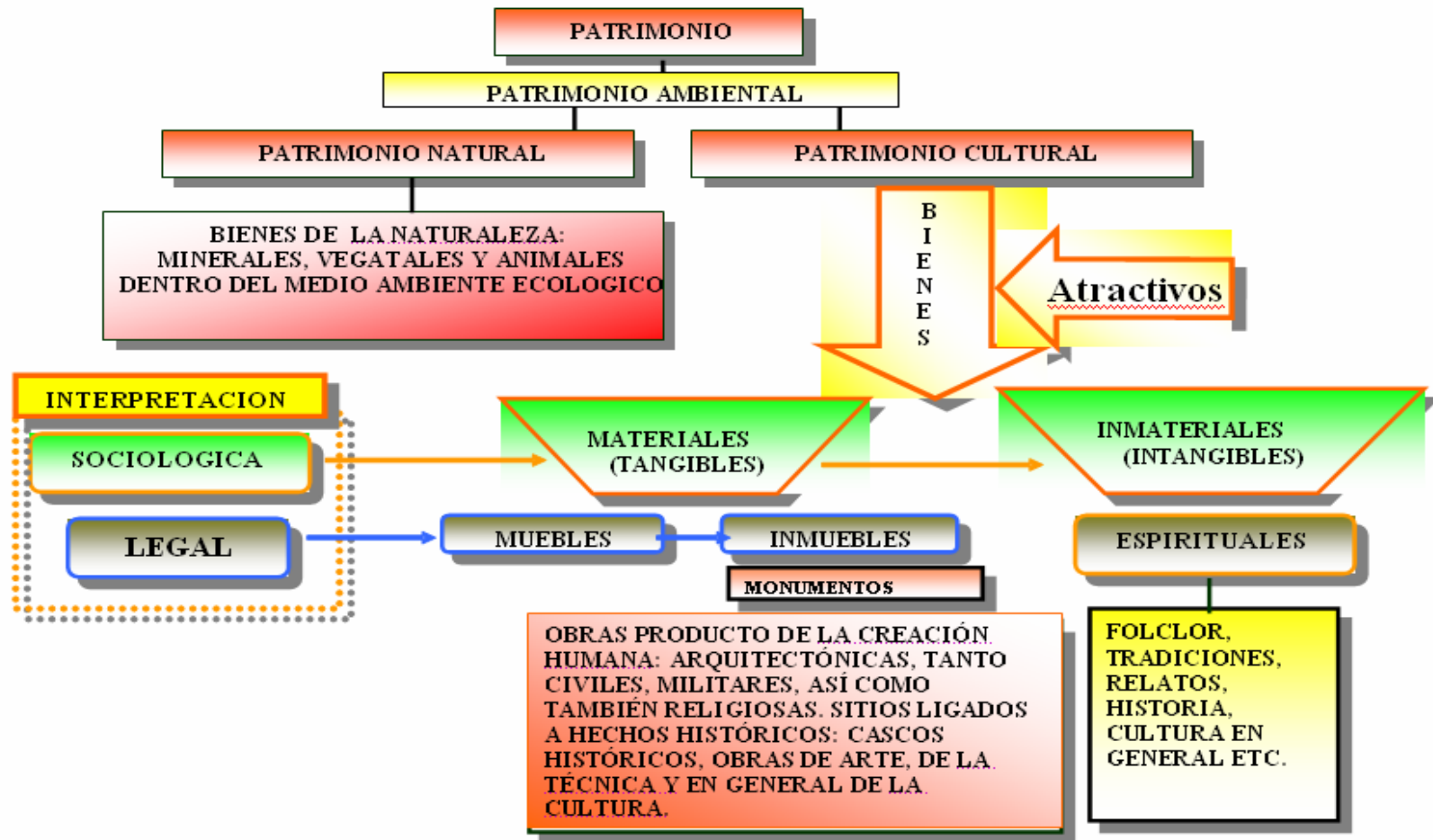


Gráfico 6: Composición del Patrimonio. Tomado de “Patrimonio Cultural y Turismo”. Por R. Lunar.

Con miras a la conservación del patrimonio cultural existen normas que sirven de instrumento y defensa del mismo, estas regulaciones jurídicas pueden ser, internacionales (ICOMOS y la UNESCO), nacionales, regionales y locales. En el país a nivel nacional se han creado leyes para la conservación del patrimonio, como lo es la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural, que establece los principios que rigen su defensa, asimismo a nivel regional, también existen leyes, como la del Estado Nueva Esparta que cuenta con la Ley de Cultura.

Por ende, es necesario aplicar ciertas leyes de conservación del Patrimonio Cultural, pues, su objetivo principal es prolongar la duración útil de un bien cultural y, de ser posible clarificar los mensajes históricos y artísticos sin alterar su autenticidad. La adopción de este objetivo implica algunas consecuencias, entre ellas se encuentran:

1.- La conservación está fundada sobre valores, la adecuación de técnicas y métodos elegidos se definen en relación a los valores propios de un sitio dado.

2.- Por tanto, la conservación se vincula a cuestiones subjetivas; utiliza métodos científicos para aumentar en la medida de lo posible, la objetividad de las decisiones.

3.- Los métodos empleados en la conservación son siempre específicos a cada caso y necesitan ser adaptados a las exigencias y valores de cada caso; los principios mismos de la conservación no son absolutos, sino que deben ser aplicados de acuerdo al contexto dado por los valores y las circunstancias de cada sitio en particular.

4.- El éxito de la conservación depende de la calidad y la profundidad de los estudios hechos para definir los valores del sitio y las necesidades de restauración

para reducir lo más posible los elementos de subjetividad e incertidumbre en su restablecimiento.

5.- La conservación exige un método de mínima intervención cuyo objetivo sea siempre satisfacer las necesidades fundamentales con el mínimo efecto adverso posible (o los mayores efectos favorables posibles) sobre los valores definidos.

Por lo tanto, a través de la conservación se trata de mantener la significación de los sitios ya sea que eso exija o no la supervivencia de todos los elementos significantes. Las actividades de la conservación pueden orientarse hacia el pasado (la protección de vestigios) o hacia el futuro (a fin de mejorar y desarrollar basándose en los elementos que subsistan), a condición de que los esfuerzos en las dos direcciones esté fundadas en los valores que dan una significación a tales sitios, en la plenitud de su contexto social e histórico.

Se puede enfatizar que en la época moderna de la conservación empezó con dos acontecimientos: la creación del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) y la redacción de la Carta de Venecia, ambas nacidas del 2º Congreso Internacional de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos, que tuvo lugar en Venecia en Mayo de 1964. En el transcurso de estos 41 años pasados, ha aumentado de manera importante la atención prestada a la protección y revitalización de los barrios históricos. Desde entonces ICOMOS junto con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) han trabajado y esforzado para reunir los conocimientos de los diversos expertos en conservación en una serie de cartas, convenciones y de recomendaciones internacionales. Ejemplo de ellos es la Declaración De Xi'an Sobre La Conservación Del Entorno De Las Estructuras, Sitios Y Áreas Patrimoniales; realizada en la ciudad histórica de Xi'an, China del 17 al 21 de octubre de 2005, con ocasión de celebrarse la XV Asamblea General de ICOMOS; donde los participantes adoptaron cierta declaración de

principios y recomendaciones, y la dirigen a las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, a las autoridades nacionales y locales, y a los especialistas que pueden contribuir, a través de la normativa, las medidas políticas, los procesos de planificación y la gestión, a una mejor protección y conservación de las estructuras, los sitios y las áreas patrimoniales del mundo dentro de sus respectivos entornos. Los principios o recomendaciones fueron las siguientes:

1. El entorno de una estructura, un sitio o un área patrimonial se define como el medio característico, ya sea de naturaleza reducida o extensa, que forma parte de- o contribuye a - su significado y carácter distintivo. Más allá de los aspectos físicos y visuales, el entorno supone una interacción con el ambiente natural; prácticas sociales o espirituales pasadas o presentes, costumbres, conocimientos tradicionales, usos o actividades, y otros aspectos del patrimonio cultural intangible, que crearon y formaron el espacio, así como el contexto actual y dinámico de índole cultural, social y económica.

2. Las estructuras, los sitios o las áreas patrimoniales de diferentes escalas, inclusive los edificios o espacios aislados, ciudades históricas o paisajes urbanos, rurales o marítimos, los itinerarios culturales o los sitios arqueológicos, reciben su significado y su carácter distintivo de la percepción de sus valores sociales, espirituales, históricos, artísticos, estéticos, naturales, científicos o de otra naturaleza cultural. E igualmente, de su relaciones significativas con su medio cultural, físico, visual y espiritual. Estas relaciones pueden ser el resultado de un acto creativo, consciente y planificado, de una creencia espiritual, de sucesos históricos, del uso, o de un proceso acumulativo y orgánico, surgido a través de las tradiciones culturales a lo largo del tiempo. Comprender, documentar e interpretar los entornos en contextos diversos.

3. Comprender, documentar e interpretar los entornos es esencial para definir y valorar la importancia patrimonial de cualquier estructura, sitio o área. La definición del entorno requiere comprender la historia, la evolución y el carácter de los alrededores del bien patrimonial. Se trata de un proceso que debe tener en cuenta múltiples factores que han de incluir la experiencia de aproximación al sitio y el propio bien patrimonial.

4. Incluir el entorno en la comprensión requiere una aproximación multidisciplinaria y la utilización de diversas fuentes de información. Dichas fuentes incluyen fondos documentales y archivos, descripciones artísticas y científicas, historias orales y conocimientos tradicionales, los puntos de vista de las comunidades locales y de las relacionadas con el bien, así como un análisis de las perspectivas visuales. Las tradiciones culturales, los rituales, las prácticas espirituales y los conceptos, así como la historia, la topografía, los valores del medio natural, los usos y otros factores contribuyen a crear el conjunto de valores y dimensiones tangibles e intangibles del entorno. La definición del entorno debe conjugar armoniosamente su carácter, sus valores y su relación con el bien patrimonial. Desarrollar instrumentos de planificación y prácticas para conservar y gestionar el entorno.

5. El desarrollo de instrumentos normativos y de planeamientos eficaces, así como de políticas, estrategias y prácticas para gestionar de forma sostenible el entorno, exige también una aplicación coherente y continuada de los mismos, y su adecuación a las particularidades locales y culturales. Las herramientas de gestión del entorno comprenden medidas legislativas específicas, preparación profesional, desarrollo de planes o sistemas integrales de conservación y gestión, y la utilización de métodos idóneos de valoración del impacto patrimonial.

6. La legislación, la reglamentación y las directrices para la conservación, la protección y la gestión de las estructuras patrimoniales, los sitios y las áreas

patrimoniales deben prever la delimitación de una zona de protección o respeto a su alrededor que refleje y contribuya a conservar el significado y el carácter distintivo del entorno.

7. Los instrumentos de planeamiento deben incluir medidas efectivas de control del impacto de los cambios rápidos o progresivos del entorno. Las siluetas, las vistas y las distancias adecuadas entre cualquier nuevo proyecto público o privado y las estructuras, los sitios y las áreas patrimoniales, son factores fundamentales a tener en cuenta para evitar las distorsiones visuales y espaciales o los usos inadecuados en un entorno cargado de significado.

8. Deben llevarse a cabo valoraciones de impacto ambiental para cualquier proyecto que suponga un impacto en el significado de las estructuras, de los sitios y de las áreas patrimoniales, así como en su entorno. El desarrollo dentro del entorno de las estructuras, los sitios y las áreas patrimoniales debe contribuir a interpretar positivamente su significado y su carácter distintivo. El seguimiento y la gestión de los cambios que amenazan el entorno.

9. La envergadura de los cambios y sus impactos, tanto aislados como de carácter acumulativo, así como la transformación del entorno de las estructuras, sitios y áreas de valor patrimonial, es un proceso en curso que requiere un seguimiento y una gestión. La transformación rápida y progresiva de los paisajes rurales y urbanos, las formas de vida, los factores económicos, o el medio ambiente natural, pueden afectar de forma sustancial o irreversible a la auténtica contribución del entorno al significado de una estructura, un sitio o un área de valor patrimonial.

10. El cambio del entorno de las estructuras, los sitios y las áreas de valor patrimonial debe gestionarse de modo que se mantenga su significado cultural y su carácter distintivo. Gestionar el cambio del entorno de las estructuras, los sitios y las

áreas de valor patrimonial no significa necesariamente evitar u obstaculizar el cambio.

11. La gestión debe definir las formas y las acciones necesarias para valorar, medir, evitar o remediar la degradación, la pérdida de significado, o la reducción a lo trivial, y proponer mejoras para la conservación, la gestión y las actividades de interpretación. Deben establecerse unos indicadores de índole cualitativa y cuantitativa que permitan valorar la contribución del entorno al significado de una estructura, un sitio o un área de carácter patrimonial. Los indicadores propios de la gestión deben contemplar aspectos materiales tales como la distorsión visual, las siluetas, los espacios abiertos, y la contaminación ambiental y acústica, así como otras dimensiones de carácter económico, social y cultural. Trabajar con las comunidades locales, interdisciplinarias e internacionales para la cooperación y el fomento de la conciencia social sobre la conservación y la gestión del entorno.

12. La cooperación y el compromiso de las comunidades locales y de otras relacionadas con los bienes patrimoniales es fundamental para desarrollar estrategias sostenibles de conservación y gestión del entorno. Debe estimularse el compromiso multidisciplinar como una práctica habitual de la conservación y la gestión del entorno. Entre las disciplinas necesarias al efecto se incluyen, por ejemplo, la arquitectura, la planificación urbana, regional y paisajística, la ingeniería, la antropología, la historia, la arqueología, la etnología, la museología y la gestión de archivos. También debe fomentarse la cooperación con instituciones y especialistas del campo del patrimonio natural, como parte integrante de un buen método para la identificación, protección, presentación e interpretación de las estructuras, los sitios y las áreas patrimoniales en su entorno.

13. Debe fomentarse la capacitación profesional, la interpretación, la educación y la sensibilización de la población, para sustentar la antedicha cooperación y

compartir los conocimientos, así como para favorecer las metas de la conservación e incrementar la eficacia de los instrumentos de protección, de los planes de gestión y de otros instrumentos.

La experiencia, el conocimiento y los instrumentos elaborados para la conservación individualizada de determinadas estructuras, sitios y áreas, deberían hacerse extensivos a la gestión de su entorno. Deben dedicarse recursos económicos a la investigación, la valoración y la planificación estratégica de la conservación y la gestión del entorno de las estructuras, los sitios y las áreas de carácter patrimonial. La toma de conciencia sobre el significado del entorno en sus diferentes dimensiones es una responsabilidad que incumbe a los profesionales, a las instituciones, a las comunidades locales y a otras relacionadas con los bienes patrimoniales, todos los cuales deberían tener en cuenta las dimensiones tangibles e intangibles del entorno a la hora de tomar decisiones.

En consecuencia, una vez que los profesionales de una ciudad o región conozcan bien estos principios, pueden ser utilizados para elaborar normas locales apropiadas y constituir planes de acción de las prácticas recomendadas, adaptándose a las características particulares del área, región o monumento, esto con el fin de lograr que los principios sean llevados a la práctica para obtener la conservación del sitio, así como también un buen funcionamiento de las actividades turísticas.

**Cuadro 4:
Operacionalización de Variables**

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicador	Índice	Nivel de Medición	Ítems
1.- Describir las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003	Constituye el carácter total distintivo de las particularidades del Castillo Santa Rosa	Características Generales	Características Turísticas	Categoría	Tipos	Nominal	¿Cuáles son las características turísticas del Castillo Santa Rosa?
				Dirección	Sector	Nominal	
				Horario	Horario de Visitas	Nominal	
				Actividades	Tipos y número de actividades	Nominal	
				Servicios	Tipos	Nominal	
				Infraestructura	Tipos	Nominal	
			Características Físico-estructurales de la planta	Condiciones de la planta	Estado físico de la planta: Muy Buena Buena Regular Mala Muy mala Observaciones	Ordinal	¿Cuáles son las características físico estructurales de la planta?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicador	Índice	Nivel de Medición	Ítems
2.- Identificar y Describir las características de los canales de distribución que aprovechan turísticamente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.	Empresas que aprovechan el Castillo Santa Rosa como atractivo turístico	Canales de Distribución	Empresas	Características	A. V A. V. T T. T. T M. V. T	Nominal	¿Cuáles son las empresas que aprovechan turísticamente al Castillo Santa Rosa?
					-Mostrar la edificación. -Dar a conocer la historia del castillo. -Panorámica que se observa. -Por ser este un atractivo de importancia en lo que se refiere a atractivos culturales en el Estado Nueva Esparta.	Nominal	¿Porqué incluyen en sus paquetes y rutas turísticas al Castillo Santa Rosa?
					Opinión Favorable- desfavorable	Nominal	Incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa Rosa? ¿Cuanta UD con guías turísticas para los recorridos en el Castillo Santa Rosa?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicador	Índice	Nivel de Medición	Ítems
				Características	Opinión Favorable-desfavorable	Nominal	En caso de contar con guías, ¿Están estos acreditados por Computur?
			Opinión Favorable-desfavorable (¿Cuál institución?)		Nominal	¿Poseen algún curso sobre la Historia de la Isla de Margarita o acerca del Patrimonio Cultural?	
			Opinión Favorable-desfavorable		Nominal	Estaría de acuerdo que los guías realizaran cursos sobre Patrimonio Histórico-Cultural Margariteño?	
			-Una vez por semana - 2 a 3 veces por semana -4 a 5 veces por semana -6 a 7 veces por semana.		Nominal	¿ Con que frecuencia realizan rutas turísticas hacia el Castillo Santa Rosa ?	

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Items
3.- Conocer la opinión de los representantes de los canales de distribución respecto al uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta	Manera de pensar de los representantes de los canales de distribución respecto al uso turístico del Castillo Santa Rosa	Opinión	Uso turístico	El Castillo Santa Rosa como atractivo turístico	Opinión favorable o desfavorable	Nominal	¿Considera UD. al Castillo Santa Rosa un atractivo turístico?
				Información del atractivo	Opinión favorable o desfavorable	Nominal	¿Esta conforme con la información que se le suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa?
				Medios que se utilizan para informar al turista	Folleto Videos Postales Dispositivos Revistas Todos estos Otros	Nominal	¿Qué otro tipo de medio le gustaría encontrar en el Castillo Santa Rosa para informar a los turistas?
				Atención al turista	Muy buena Buena Regular Mala Muy Mala	Ordinal	¿Cómo clasificaría la atención que se le brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa? ¿Que opinión le merece el estado de conservación del Castillo Santa Rosa?
				Estado de conservación del atractivo turístico			

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Ítems
				Rescate y restauración	Opinión favorable o desfavorable	Nominal	¿Está de acuerdo con el rescate y restauración del Castillo Santa Rosa?
					Público Privado Ambos	Nominal	¿Qué sector debería emprender la restauración?
				Servicios Complementarios Servicios básicos	Muy buena Buena Regular Mala Muy Mala	Ordinal	¿Cómo considera UD. la calidad de los servicios Complementarios y básicos en el Castillo Santa Rosa?
				Pago de entrada al castillo (Financiamiento)	Opinión favorable o desfavorable	Nominal	¿Estaría de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al Castillo Santa Rosa con el fin de financiar su mantenimiento?
				Servicio de guía	Opinión favorable o desfavorable	Nominal	¿Está de acuerdo UD. con la idea de incorporar guías propios al Castillo Santa Rosa?
				Recomendaciones y sugerencias para el aprovechamiento turístico del atractivo	- Organizar actos culturales. - Organizar eventos. - Mayor información. - Reabrir las salas - Mejorar el servicio sanitario. - Realizar diariamente dramatizaciones. - Incorporar guía propios. - Convertirlo en un parque temático	Nominal	¿Qué le gustaría incorporar al Castillo Santa Rosa para hacerlo más aprovechable como atractivo turístico?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Ítems
4.- Conocer el perfil y la opinión del turista que visita actualmente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Referente a la totalidad o conjunto de personas que visita el Castillo Santa Rosa	Perfil Del Turista Nacional e Internacional	Características demográficas	Lugar de Procedencia	Número de Turistas por país o ciudad Tipo	Nominal	¿Cuál es el lugar de procedencia?
				Profesión o Ocupación	Tipo	Nominal	¿Cuál es la profesión u ocupación?
				Nivel Educativo	Primario Secundario universitario	Ordinal	¿Cuál es su nivel educativo?
				Género	Masculino Femenino	Nominal	¿Cuál es su género?
				Estado civil	Número de casados, viudos, solteros, divorciado	Nominal	¿Cuál es el estado civil?
				Edad	Número de años	Nominal	¿Cuál es su edad?
			Características Socio- económicas	Nivel de ingreso	Cantidades	Razón	¿Cuál es su nivel de ingreso?
				Motivo de viaje a la Isla	Tipos de motivos de viaje	Nominal	¿Cuál es el motivo de viaje a la Isla?
				Motivo de su visita a este atractivo	Tipo de Motivo	Nominal	¿Qué motivó su visita a este atractivo?
				Tiempo de permanencia	Número de horas	Nominal	¿Cuál es el tiempo de permanencia en el Castillo Santa Rosa?
Frecuencia de visitas	Número de veces	Nominal	¿Cuántas veces ha visitado al Castillo Santa Rosa?				

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Ítems
	Manera de pensar de los turistas respecto a la actividad turística desarrollada en el Castillo Santa Rosa.	Perfil Del Turista Nacional e Internacional	Características Socio- económicas	Medio por el cual obtuvo información acerca del Castillo Santa Rosa	Tipo	Nominal	¿Cuál fue el medio por la cual obtuvo información acerca del atractivo?
				Modo de visita	Forma de visita	Nominal	¿En que forma realiza la visita al castillo?
				Transporte utilizado para llegar al castillo	Tipo	Nominal	¿Cuál fue el medio de transporte?
				Actividades realizadas por el turista en el castillo	Tipo de actividades	Nominal	¿Cuáles son las actividades que el turista realiza en el castillo?
				Gasto realizado en el atractivo	Cantidad de gasto realizado	Razón	¿Cuál fue gasto realizado en el atractivo?
		Opinión	Turista Nacional Turista Internacional	Formas de impartir la información dentro del castillo.	Tipos	Nominal	¿Cuáles son las formas de impartir la información dentro del castillo?
				Información	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿La información suministrada dentro del Castillo Santa Rosa cubrió sus expectativas?
				Medios	Tipos	Nominal	¿Cómo usted prefiere la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Ítems
		Opinión	Turista Nacional Turista Internacional	Mantenimiento Conservación y Restauración	Muy buena Buena Regular Mala Muy Mala	Ordinal	¿Cuáles la impresión que le ha causado el Castillo con respecto al mantenimiento, conservación y restauración del mismo?
					Opinión favorable o desfavorable	Nominal	¿Pagarían ud. Los turistas una entrada para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del mismo?
				El castillo como atractivo turístico	Opinión favorable o desfavorable	Nominal	¿Considera al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico?
				Promoción, Servicios públicos, vías de acceso, señalización turística, servicios complementarios y otros servicios	Muy buena Buena Regular Mala Muy Mala	Ordinal	¿Qué opina acerca de los siguientes aspectos durante su visita al castillo: Promoción, Servicios públicos, vías de acceso, señalización turística y servicios complementarios?
					Aspectos	Nominal	Según su opinión, ¿Cuáles son los aspectos que se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del castillo?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Ítems
		Opinión	Turista Nacional Turista Internacional	Organización del tour	Usted mismo Agencia de Viaje Alguien más	Nominal	¿Quién organizó su visita al Castillo Santa Rosa?
				Precio del tour	Cantidades	Razón	¿Cuánto costo este tour?
				Tipo de tour	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Este tour incluyó los visitas a los lugares y Monumentos Históricos?
				Guía de Turismo	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Este tour incluye el servicio de guía?
					Muy bueno Bueno Regular Mala Muy Mala	Ordinal	¿Cómo considera el servicio de guía?
				Actividades Turísticas	Tipos	Nominal	¿Cuáles actividades preferiría realizar en este lugar?
				Retorno al atractivo	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Le gustaría volver a este lugar?
				Recomendaciones	Número de sugerencias	Nominal	¿Qué recomendaciones daría para mantener este lugar histórico en mejores condiciones?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Ítems
5.- Conocer la Opinión de la...Comunidad de la Asunción..Adyacente al Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta, en Cuanto a su Aprovechamiento Turístico.	Opinión por parte de la comunidad en relación al aprovechamiento del Castillo Santa Rosa	Opinión	Actividades en las que participa la comunidad	Turísticos Económicas Culturales	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Participa la comunidad de la Asunción en alguna actividad turística desarrolladas en el Castillo Santa Rosa?
			Programas	Turísticos Recreacionales Culturales	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿La comunidad de la...Asunción ha sido involucrado en programas turísticos recreacionales, culturales realizados en el Castillo Santa Rosa?
			Uso	Actual Futuro (Deseado)	Opinión	Nominal	¿Cuál cree Ud. es el uso que se le esta dando actualmente al Castillo Santa Rosa? ¿Cuál cree Ud. es el uso que debería dársele al Castillo Santa Rosa?
				Turístico	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Esta de acuerdo con que el Castillo Santa Rosa sea utilizado con fines turísticos?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Ítems
		Opinión	Aprovechamiento adecuado	Uso Turístico	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Considera Ud. que el Castillo Santa Rosa esta siendo aprovechado adecuadamente con fines turísticos?
			Beneficios a la comunidad	Tipos de Beneficios	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Las actividades que se llevan a cabo en el Castillo Santa Rosa generan beneficios a la comunidad?
				Tipo de actividades	Opinión	Nominal	¿Que tipo de actividades le gustaría que sea incorporadas al Castillo Santa Rosa?
				Empleo a la comunidad	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿El aprovechamiento del Castillo Santa Rosa como atractivo genera empleo a la comunidad?
			Estructura Física del atractivo	Estado Actual	Muy buena Buena Regular Mala Muy mala	Ordinal	¿Como considera Ud. el estado actual del Castillo Santa Rosa?
				Mejoramiento	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Considera Ud. que deben hacerse mejoras a la estructura física del Castillo Santa Rosa?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índice	Nivel de Medición	Items
		Opinión	Apariencia del atractivo	Promoción Servicios Públicos Servicios Complementarios Vías de acceso Señalización turística	Muy buena Buena Regular Mala Muy mala	Ordinal	¿Cuál es su opinión sobre la apariencia del atractivo en cuanto a: Promoción Servicios Públicos Servicios Complementarios Vías de acceso Señalización turística?
			Actuación de la Alcaldía del Municipio Arismendi	Imagen turística del atractivo	Muy buena Buena Regular Mala Muy mala	Ordinal	Para impulsar la imagen turística del Castillo Santa Rosa, ¿Cómo calificaría la actuación de la Alcaldía del Municipio Arismendi?
			Efectos	Positivo Negativo	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Qué efectos provoca el usar al Castillo Santa Rosa como atractivo turístico?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índices	Nivel de Medición	Ítems
6.-Conocer la opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo, Alcaldía del Municipio Arismendi, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural, acerca del aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La...Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta	Opinión de los representantes de los entes de gobierno acerca del aprovechamiento del Castillo Santa Rosa	Opinión	Condición actual	Estructura Física	Conocimiento del atractivo	Nominal	¿Cómo observa el estado físico actual del Castillo Santa Rosa?
				Conservación y mantenimiento			¿Cuál es su opinión sobre el estado de conservación y mantenimiento actual del Castillo Santa Rosa?
			Organismo	Responsabilidades	Tipos	Nominal	¿Cuáles son las responsabilidades de este organismo con respecto al aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?
			Legislación (Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural y la Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta)	Aplicación de las leyes	Opinión favorables Opinión desfavorable	Nominal	¿Cree UD. que se están aplicando la Ley de Protección y defensa del Patrimonio Cultural y la Ley de Cultura en el Estado Nueva Esparta?
Importancia Del atractivo	Actividad Turística	Conocimiento Del atractivo	Nominal	Para esta institución, ¿Cuál es la importancia del Castillo Santa Rosa para la actividad turística en el Municipio Arismendi?			

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índices	Nivel de Medición	Ítems
		Opinión	Importancia	Actividad Turística	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Considera que la actividad turística que se efectúa en el Castillo Santa Rosa es significativa? ¿Por qué?
			Aprovechamiento	Actividad Turística	Aportes	Nominal	¿Qué aportes ha hecho para el desarrollo y el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa?
		Factores			Nominal	¿Cuáles son los factores que han impedido el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa?	
		Opinión			Nominal	Cómo profesional, ¿Cuál es su opinión con respecto al Castillo Santa Rosa?	
		Opinión			Nominal	¿Considera UD. Que el Castillo Santa Rosa representa un atractivo de valor histórico?	
		Opinión			Nominal	¿Actualmente el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa se realiza de manera adecuada?	
			Valor Histórico				
			Aprovechamiento Adecuado				

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índices	Nivel de Medición	Ítems
7.- Identificar los planes, programas y proyectos de los organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo, Alcaldía del Municipio Arismendi, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural referentes al aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Planes, programas o proyectos que apoyan el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa	Planes Programas Proyectos	Nacionales Estadales Municipales	Actuales	Números de planes, programas y/o proyectos Denominación Tipos de planes, programas y proyectos	Nominal	¿Cuáles son los planes, programas y/o proyectos actuales para el Castillo Santa Rosa?
				Presentes Futuros	Denominación	Nominal	¿Qué proyectos presentes y futuros tienen en materia turística para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa? ¿Cuáles?
				Publicidad y promoción	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Existen programas de publicidad y promoción para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa? ¿Cuales?
				Comunitario	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Cuanta con programas o proyectos que involucran o benefician a la comunidad de La Asunción adyacente al castillo para su aprovechamiento turístico?
				Conservación y restauración	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Existen planes, programas y/o proyectos para la conservación y restauración del Castillo Santa Rosa?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índices	Nivel de Medición	Ítems
		Planes Programas Proyectos	Características	Competencia	Este competente	Nominal	¿De quien es competencia la ejecución de planes, programas y/o proyectos para el Castillo Santa Rosa?
				Recursos económicos	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	¿Cuanta actualmente con recursos económicos para la ejecución de planes, programas y proyectos que permitan el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?
				Aprovechamiento	Acciones desarrolladas	Nominal	¿Qué acciones se llevan a cabo para el desarrollo de la actividad turística que permita el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?
				Acuerdos o convenios	Opinión favorable Opinión desfavorable	Nominal	Tienen algún convenio o acuerdo con otros organismos (Cámara de Turismo, Instituciones Educativas, etc., otros.) para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

Objetivos Específicos	Variable Nominal	Variable Real	Dimensiones	Indicadores	Índices	Nivel de Medición	Items
8.- Identificar en los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, los aspectos que definen el aprovechamiento turístico.	Todas aquellas leyes que permiten el manejo adecuado del Castillo Santa Rosa	Instrumentos legales	Leyes Nacionales Leyes regionales estadales	Leyes Decretos	Aspectos/artículos	Nominal	¿Cuáles son los instrumentos legales que regulan el manejo adecuado del Castillo Santa Rosa? ¿Cuáles son los aspectos/artículos que contemplan el aprovechamiento turístico en los instrumentos legales?

Definición de términos

Aprovechamiento: Acción dirigida a utilizar todos y cada uno de los bienes conforme a su naturaleza, destacando sus características y méritos que conduzcan a cumplir la misión a que son destinados. (Castell, 1988).

Atractivos: Son los recursos de subsistencia múltiples, variados y variables, que el turismo obtiene del entorno, utilizándolos algunas veces de forma directa en su estado natural y en otras ocasiones después de transformarlos parcial o completamente. (Lunar Karina, 1998).

Atractivo Turístico: Es todo lugar, objeto u acontecimientos de interés turístico. (Acerenza, 1984).

Conservación: Es el conjunto de acciones y aplicaciones de técnicas mediante las cuales se prolonga la vida de los objetos, obras, etc. La conservación comprende acciones destinadas a la preservación, el mantenimiento, la utilización sostenida, la restauración y el mejoramiento del ambiente natural. (<http://www.nuevamuseologia.com.ar/Glosario.htm>, Consulta: 13 de Diciembre de 2005)

Patrimonio Cultural: Es el conjunto de creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos. (Enciclopedia Salvat, 1985).

Patrimonio Histórico: Está constituido por los monumentos históricos y demás obras de arte correlacionadas o no con la historia nacional. (Enciclopedia Salvat, 1985).

Restauración: Reparar, renovar o volver a poner una cosa en aquel estado o estimación que antes tenía.

Reparar una pintura, escultura, edificio, etc., del deterioro que ha sufrido. (Diccionario de la Real Academia española: <http://diccionario.terra.com.pe/cgi-bin/b.pl> .Consulta el 13 de Diciembre de 2005)

Turismo: Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por motivo de recreación, descanso o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro. (De la Torre, 1990).

Mantenimiento: Conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que instalaciones, edificios, industrias, etc., puedan seguir funcionando adecuadamente. (Diccionario de la Real Academia española: <http://diccionario.terra.com.pe/cgi-bin/b.pl> .Consulta el 13 de Diciembre de 2005)

Monumento Histórico: Edificios antiguos que conviene conservar a causa de los recuerdos que con ellos se relacionan o de su valor artístico.(García,1986).

Planificación Estratégica: Es una planificación integral, en la que se incorporan contenidos y objetivos pertenecientes al ámbito económico, social, ambiental, territorial, cultural, institucional, etc., de lo que se deriva la concepción del Plan Estratégico como definición integral del territorio local como producto turístico, entendido como la suma de diferentes realidades (paisajes, empresas, infraestructura, equipamiento, entorno sociales, patrimonio, etc.); y que a su vez será utilizando como instrumento de discusión y unificación de diagnósticos, y de coordinación y definición de actuaciones publicas y privadas. (López y Schuler, 2000)

Modelo de Desarrollo Sostenible: Es una nueva forma de planificar, ofertar y mercadear el producto turístico nacional, fundamentado en principios éticos y colectivos para el manejo de los recursos naturales y culturales, cuyos beneficios económicos mejoran la calidad de vida de todos los sectores involucrados. (Troncoso, 1999).



CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Nivel de la Investigación

De acuerdo a la naturaleza de esta investigación el nivel es de carácter descriptivo, en el cual se busca caracterizar los elementos del lugar de estudio. Tal como lo plantea Fideas Arias (1997) la investigación descriptiva: “Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. De esta manera se indagó y caracterizó los elementos que integran la realidad turística del Castillo Santa Rosa y así poder reconducir su aprovechamiento turístico a través de propuesta estratégicas.

De igual manera, es de carácter proyectiva, definida por Hurtado (1998) como:

La elaboración de una propuesta o de un modelo, los cuales constituyen una solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya que sea de un grupo social o de una institución o de un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos causales involucrados y las tendencias futuras. (p.7)

Igualmente en el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL-2002), considera a la investigación proyectiva bajo la modalidad de proyectos factibles, el cual consiste:

En la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (p.7)

Es decir, una vez que se realizó el diagnóstico del área de estudio se determinó los problemas o necesidades y seguidamente se estableció la propuesta para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa, a través de estrategias, objetivos y acciones.

Área de Estudio

Esta circunscrita en el Estado Nueva Esparta, específicamente en el Municipio Arismendi, el cual se encuentra ubicado al extremo nor-oriental de la Isla de Margarita, específicamente en la ciudad de La Asunción, en el sector denominado Valle de Santa Lucía. (Ver Gráfico 7)

Este Municipio limita al Norte con el Municipio Antolin del Campo, al Sur con los Municipios García y Mariño, al Este con los municipios Gómez y Díaz y; al Oeste con el Mar Caribe.

Gráfico 7: Área de Estudio

Diseño de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación se llevó a cabo en varias fases, ya que esto permitió dar respuestas a los diferentes objetivos. Atendiendo a los objetivos previamente planteados, la investigación estuvo orientada en un Diseño de Campo por cuanto permitió observar los hechos tal como se manifiestan en un determinado lugar sin manipular las variables de manera intencional (Fidias, 1997) y recolectar los datos directamente de la realidad, que luego fueron analizados e interpretados. Para obtener la información se utilizó las técnicas de encuestas, entrevistas semi-estructuradas, observación directa y revisión documental.

La elaboración de esta investigación se llevó a cabo en cinco fases:

I Fase: Esta fase se basó en describir las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003; para conocer las condiciones actuales del atractivo en cuanto a sus características turísticas y características físico- estructurales. La información se obtuvo a través de la observación directa, revisión bibliográfica y tomas fotográficas.

II Fase: Consistió en identificar y describir cuales son los canales de distribución que aprovechan turísticamente el Castillo Santa Rosa, con la finalidad de conocer las empresas que ofertan este atractivo en los paquetes y rutas turísticas, así como también se indagó la opinión de los representantes de estos canales de distribución con respecto al uso turístico del Castillo Santa. Esto se obtuvo a través de encuestas que se realizaron a los representantes de las empresas turísticas. Igualmente se realizó la recolección de datos a través de la técnica de encuestas para conocer el perfil y opinión del turista nacional e internacional que visita este atractivo histórico.

III Fase: Se conoció la opinión de la comunidad de La Asunción, adyacentes al atractivo, con el objetivo de indagar sobre su participación en la actividad turística y el desenvolvimiento de la misma en el atractivo. Asimismo se obtuvo la opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta e Instituto del Patrimonio Cultural con respecto al aprovechamiento del Castillo Santa Rosa. Del mismo modo se procedió a la identificación de los planes, programas y proyectos de los organismos anteriormente señalados, para determinar su ejecución en el atractivo, garantizando así su conservación. Se recopiló la información a través de la técnica entrevistas semi-estructuradas.

IV Fase: En esta fase se identificaron los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo, con el fin de determinar si el Castillo cuenta con una legislación que regule el aprovechamiento turístico adecuadamente y definir los aspectos turísticos. Este se obtuvo a través de la aplicación de la revisión documental de las leyes y decretos.

V Fase: Se realizó una propuesta de estrategias que permitan reconducir el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa. Para ello se llevó a cabo tomando en cuenta los resultados de las fases anteriores, revisión de material bibliográfico siguiendo los lineamientos relacionados con la planificación estratégica (Matriz Dofa, Flujograma Situacional, Matriz Mic- Mac) y el Modelo de desarrollo sustentable.

Población y Muestra

Entes de Gobierno con competencia en el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.

❖ Representante del Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta.: El representante por este organismo fue el Sr. José Augusto Rodríguez Méndez, encargado de la Coordinación de Asuntos Literarios IACENE.

❖ Representante de la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta: La representante por este ente fue la Lic. Jessica Sánchez

❖ Representante de la Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta: Sra. Rosady García Malavé quien desempeña el cargo de Directora del Despacho del Alcalde Leopoldo Espinoza Prieto, en la Alcaldía del Municipio Arismendi.

❖ Representantes del Instituto de Patrimonio Cultural. No hubo representante.

Comunidad de La Asunción:

❖ Se tomó una muestra intencional de los Representantes de la Asociación de Vecinos de la comunidad de La Asunción del Municipio Arismendi, adyacente al Castillo Santa Rosa. Entre las comunidades que se encuentran son: Cantarrana, Brisas Asuntinas, El Dique, Buenos Aires y La Sierra. Siendo la Asociación de Vecinos Urbanización Buenos Aires (ASOVE-UBA), la que se encuentra actualmente desarrollando sus actividades a cargo del Presidente: Señor Rómulo Montaner.

Turistas:

- ❖ Nacionales
- ❖ Internacionales

La muestra se seleccionó a través del muestreo aleatorio simple para conocer el perfil y opinión de los turistas nacionales e internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa, logrando así que cada uno de los sujetos tengan iguales probabilidades de ser seleccionados.

Los criterios para definir el tamaño de la muestra de la encuesta dirigida a los turistas están en función de las características de la población la cual se considera desconocida, con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 12% por tanto en estas condiciones la formula apropiada a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \times P \times Q}{E^2}$$

$Z_{\alpha/2}$ = Valor de distribución normal para un nivel de confianza $(1-\alpha)$

P = Proporción de personas que califican el atractivo como muy bueno.

Q = Porcentaje de personas que no califican al atractivo como muy bueno.

E = Error máximo permitido para hacer la estimación

N = Tamaño de la muestra.

$Z_{\alpha/2} = 0,95$

P = 0,50

Q = 0,50

$$E= 0,12$$

n = tamaño de la muestra a determinar.

$$n= \frac{(0,95)^2 \times (0,50) \times (0,50)}{(0,12)^2} = 69 \text{ turistas}$$

Se aplicó el formato de cuestionario a 69 turistas, el cual está dividido en:

- ◆ 30 turistas nacionales
- ◆ 39 turistas internacionales

Canales de distribución: Se tomó en cuenta las Empresas Turísticas (Agencias de viajes, transporte Turístico Terrestre, etc) y en ellas la opiniones de los representantes de las mismas. La muestra se estimó a través del muestreo intencional. Se tomó en cuenta las empresas turísticas que visitaron el Castillo Santa Rosa al momento de la aplicación de la encuestas a los turistas. Las empresas y sus representantes fueron los siguientes:

- Grupo Olé. Representante: Blas Guevara.
- Holiday Tours. Representante: Mijael Shaffer
- Road Unlimited Tours. Representante: Daniel Rojas
- Operadora Turística Sky Limit. Representante: Javier Guerrero

- Magic Tour and Travel. Representante: Daniel Medina
- Altos de Cimarrón Tours. Representante: Manuel Franco
- J.H Service: Representante: Carlos Colmenares
- Ibero Isla. Representante: Manuel Pérez

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Fuentes Primarias

Observación directa: Consistió en la recolección de los datos por las autoras directamente de la realidad en el área de estudio para describir las características generales que presenta actualmente el Castillo Santa Rosa en La Asunción., después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003. El instrumento que se derivó para la aplicación de esta técnica fue la guía de observación (Ver anexo A-2) y cámara fotográfica cuyo propósito es conocer las características físico-estructurales y turísticas en el Castillo Santa Rosa. (Ver Cuadro 5)

Entrevistas: A los fines de obtener información se realizó entrevistas semi-estructuradas, las cuales permitieron conocer las respuestas emitidas por los entrevistados, con el fin de facilitar la expresión de sus ideas y diferentes opiniones de los representantes de los entes gubernamentales (Ver anexo A-8 y A-9) y al representante de la Asociación de Vecinos (Ver anexo A-7). Se aplicó el instrumento guía de entrevistas. (Ver Cuadro 5)

Encuesta: Es la técnica que fue aplicada a los turistas. Se llevó a cabo a través del formato de cuestionario que se utilizó para aplicarlo a los turistas nacionales e internacionales (Ver anexo A-5 y A-6), que visitaron el Castillo Santa Rosa, con el fin de determinar los perfiles de ambos e igualmente conocer las opiniones sobre el atractivo turístico. También se utilizó el formato de cuestionario para recolectar la información que emitieron los representantes de los canales de distribución (Ver anexo A-3 y A-4). (Ver Cuadro 5)

Fuentes Secundarias

Revisión bibliográfica: Consistió en la revisión de las leyes y decretos que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa y los aspectos que definen el aprovechamiento turístico (Ver anexo A-10). Igualmente se realizó la revisión bibliográfica de las restauraciones parciales que fueron realizadas al castillo (Ver anexo A-1). El instrumento que se utilizó consistió en una ficha bibliográfica y se usó para recolectar los datos contenidos en los documentos que fueron consultados para obtener información referida al tema de estudio. (Ver Cuadro 5)

Técnicas de Procesamiento y Análisis de los Datos

Posteriormente de la recolección de datos se efectuó el procesamiento y análisis de los mismos. Para el análisis cualitativo de los objetivos específicos 1 y 8; se realizó previamente la lectura del material, luego se llevó a cabo el análisis e interpretación, redacción y transcripción de los resultados. Por otro lado, en los objetivos específicos 5, 6 y 7, se procedió a la lectura del material, redacción y se expusieron las opiniones emitidas por los representantes de gobierno, de esta manera se conocieron las opiniones tal cual fueron obtenidas y posteriormente fueron

analizadas y comparadas. Las mismas fueron tomadas en cuenta para la realización de la propuesta (Ver Cuadro 6)

En el análisis cuantitativo de los objetivos específicos 2, 3 y 4; el proceso se ejecutó por medio de la tabulación, seguidamente se creó el cuadro de distribución de frecuencia, el cual está constituido por categorías, frecuencia absoluta y relativa, seguidamente se utilizó los gráficos de distribución porcentual para finalizar con el análisis de la información. (Ver Cuadro 6)

Para el objetivo específico 9; se empleó el flujograma situacional que como instrumento de la planificación estratégica permitió establecer las relaciones causa-efecto entre los descriptores (Variables) del problema de investigación, igualmente se usó la técnica de la Matriz DOFA, permitió identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. Igualmente se usó la técnica del MIC- MAC (Matriz de Impacto Cruzado) que por medio de este se logró establecer las variables críticas (que se obtuvieron en la DOFA, e indicadores de la situación inicial o problema), de esta manera se determinó las líneas estratégicas y a partir de allí, formular objetivos, estrategias y acciones, tomando en cuenta el Modelo de Desarrollo Sustentable (Ver Cuadro 6).

Presentación de la Información:

La presentación de los datos obtenidos en la investigación se realizó primero de forma manual, luego fue transcrita y diseñada en forma computarizada a través de textos para mostrar los resultados de la investigación, cuadros y gráficos, que pueden ser interpretadas y comparadas fácilmente, está orientado por el Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) 2002, Caracas- Venezuela.

Cuadro 5:
Resumen de Técnicas y Recolección de Datos

OBJETIVOS ESPECIFICOS	FUENTES	TECNICAS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTOS DE REGISTRO
Describir las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003.	Primaria Secundaria	Observación Directa Revisión Bibliográfica	Guía de Observación Ficha Bibliográfica	Papel, lápiz y Cámara fotográfica
Identificar y Describir las características de los canales de distribución que aprovechan turísticamente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Primaria	Encuestas	Formato de cuestionario	Papel y lápiz
Conocer la opinión de los representantes de los canales de distribución respecto al uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta	Primaria	Encuesta	Formato de cuestionario	Papel y Lápiz
Conocer el perfil y la opinión del turista que visita actualmente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Primaria	Encuestas	Formato de cuestionario	Papel y Lápiz
Conocer la Opinión de la Comunidad de la Asunción. Adyacente al Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta, en Cuanto a su Aprovechamiento Turístico.	Primaria	Entrevistas Semi-Estructuradas	Guía de Entrevistas	Papel, lápiz y grabadora
Conocer la opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural acerca del aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado N. E	Primaria	Entrevistas Semi-Estructuradas	Guía de Entrevistas	Papel, lápiz y grabadora

Cuadro 5 (cont.)

OBJETIVOS ESPECIFICOS	FUENTES	TECNICAS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTOS DE REGISTRO
Identificar los planes, programas y proyectos de los organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural, referentes al aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Primaria	Entrevistas Semi-Estructuradas	Guía de Entrevistas	Papel, Lápiz y Grabadora
Identificar en los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, los aspectos que definen el aprovechamiento turístico.	Secundaria	Revisión Bibliográfica	Ficha Bibliográfica	Papel y lápiz
Establecer estrategias que permitan el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.	Primaria Secundarias	Información obtenida de los objetivos anteriores. Matriz DOFA Flujograma Situacional Matriz de Impacto Cruzada- MIC- MAC	Información obtenida de los objetivos anteriores.	Papel y lápiz

Fuente: Elaboración Propia.

Cuadro 6

Resumen de Procesamiento y Análisis de Datos

OBJETIVOS ESPECIFICOS	TECNICAS DE PROCESAMIENTO	TIPO DE ANÁLISIS	TECNICA DE ANALISIS
Describir las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003.	Análisis	Cualitativo	Lectura del material, análisis e Interpretación, Redacción y Transcripción.
Identificar y Describir las características de los canales de distribución que aprovechan turísticamente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Tabulación	Cuantitativo	Estadística Descriptiva, Distribución de Frecuencias, Categorías, Frecuencia Absoluta, Frecuencia Relativa, Gráficas de Distribución Porcentual y Análisis.
Conocer la opinión de los representantes de los canales de distribución respecto al uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta	Tabulación	Cuantitativo	Estadística Descriptiva, Distribución de Frecuencias, Categorías, Frecuencia Absoluta, Frecuencia Relativa, Gráficas de Distribución Porcentual y Análisis.
Conocer el perfil y la opinión del turista que visita actualmente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Tabulación	Cuantitativo	Estadística Descriptiva, Distribución de Frecuencias, Categorías, Frecuencia Absoluta, Frecuencia Relativa, Gráficas de Distribución Porcentual y Análisis.
Conocer la Opinión de la Comunidad de la Asunción Adyacente al Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta, en Cuanto a su Aprovechamiento Turístico.	Análisis	Cualitativo	Lectura del material, redacción y se expusieron las opiniones emitidas, posteriormente fueron analizadas-comparadas
Conocer la opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural acerca del aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Análisis	Cualitativo	Lectura del material, redacción y se expusieron las opiniones emitidas, posteriormente fueron analizadas y comparadas

Cuadro 6 (cont.)

OBJETIVOS ESPECIFICOS	TECNICAS DE PROCESAMIENTO	TIPO DE ANÁLISIS	TECNICAS DE ANALISIS
Identificar los planes, programas y proyectos de los organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural, referentes al aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.	Análisis	Cualitativo	Lectura del material, redacción y se expusieron las opiniones emitidas, posteriormente fueron analizadas y comparadas
Identificar en los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, los aspectos que definen el aprovechamiento turístico.	Análisis	Cualitativo	Lectura del material, análisis e Interpretación, Redacción y Transcripción.
Establecer estrategias que permitan el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.	Resultados obtenidos de los objetivos anteriores. Matriz DOFA Flujograma Situacional Matriz de Impacto Cruzada- MIC- MAC	Cualitativo Cuantitativo	Resultados obtenidos de los objetivos anteriores Análisis Dofa (Fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades), Flujograma Situacional y Matriz Mic-Mac.



CAPITULO IV

PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Descripción de las Características Generales que Presenta el Castillo Santa Rosa Después de las Restauraciones y/o Intervenciones Realizadas en el Año 2003

Reseña Histórica

La Asunción ciudad capital del Estado Nueva Esparta. Antes capital de la provincia de Margarita. Esta ciudad se levantó a orillas del riachuelo de su nombre a 108 metros sobre el nivel del mar. A 110.1' y 5'' de latitud N y 3° 7' 58'' de longitud 0 y su temperatura media es de 28 ° grados, máxima 37 ° y mínima 19 ° 3.

Fundada en el extenso Valle de Santa Lucía, con el nombre de Nuestra Señora de La Asunción. Marco E. Dorta da como fecha de la fundación de esta ciudad, el 15 de Agosto de 1528. Se atribuye la fundación de La Asunción al Capitán Pedro González Cervantes de Albornoz, quien según su hijo, en una probazan de meritos, dice que después de la salida de Aguirre de la Isla de Margarita, su padre el citado Capitán, recogió a los vecinos disperso por los montes y la costa firme y trasladó la

ciudad al Valle de Santa Lucía. Esta ciudad sufrió diversos ataques de piratas, corsarios, entre otros, ya desde el siglo XVI, Venezuela había sufrido ataques de Inglaterra, Francia y de los países bajos. Para el siglo XVII la ciudad de La Asunción carecía de verdaderas fortificaciones, solo habían levantando unos muros (Ver gráfico 8), que otros sucesores fueron reconstruyendo, y a los que llamaban fuerte de San Bernardo.

Esta fortificación fue llevada a cabo bajo la gobernación de Don Pedro de Salazar en el año 1595. Este Gobernador afrontó la edificación de esta fortaleza en una de las colinas que domina la ciudad de La Asunción, calculó el costo de 15000 ducados y solicitó de las autoridades españolas el envío de tal cantidad, pero su petición fue denegada, a pesar de esto, el gobernador y los vecinos iniciaron la construcción de esta fortaleza, cuya eficacia negativa había quedado bien demostrada en el desembarco que se realizó en el Morro el 24 de Enero de 1677 cuando una armada francesa de 11 bajeles y 600 piratas saquearon La Asunción, de la cual fueron dueños durante ocho días. Incendios, robos, maltratos a la iglesia y conventos, fueron el resultado de la estancia francesa.

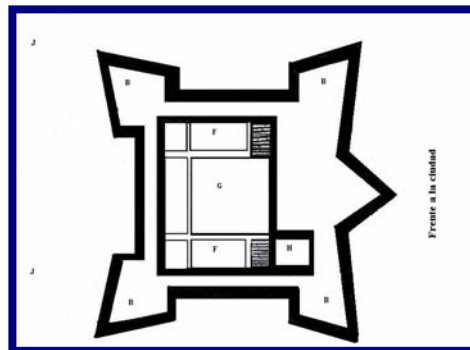
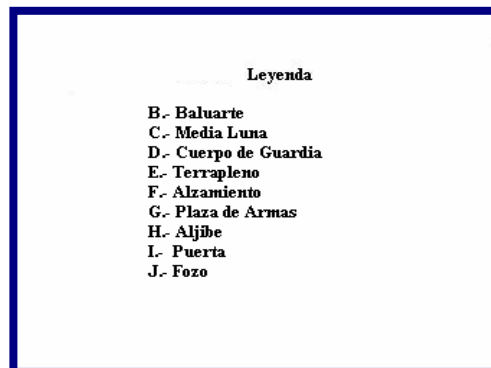


Gráfico 8: Fuerte de San Bernardo en las proximidades de la Asunción.

Tomado de “Las Fortificaciones de la Isla de Margarita en los siglos XVI-XVII-XVIII”. Por. A. Heredia, 1996. Editorial Fondene. P. 61.

Gráfico 8 (cont.)



Después de este nefasto ataque sumado a otros ataques, la necesidad de construir una verdadera fortaleza que defendiese la capital de posibles invasiones, pareció evidente a los gobernadores y vecinos de la isla. Fue Don Juan Muñoz de Gadea el primero que se preocupó de ello, aunque la reedificación proyectada que se inició cambiando el nombre de San Bernardo por el de Santa Rosa de La Eminencia, fue continuada por obra del Maestre de Campo Don Juan Fermín Huidrobo, quien realizó los planos del Castillo Santa Rosa. Estos planos indicaban un castillo de cuatro baluartes con 130 pies por el lado interior, la altura correspondiente a su terreno y grueso de murallas y parapetos, aljibes, almacenes de pertrecho y pólvora,

cuarteles, capilla (Ver gráfico 10), casa de guardia, plaza de armas, pabellón oficial y garita. (Ver gráfico 9)

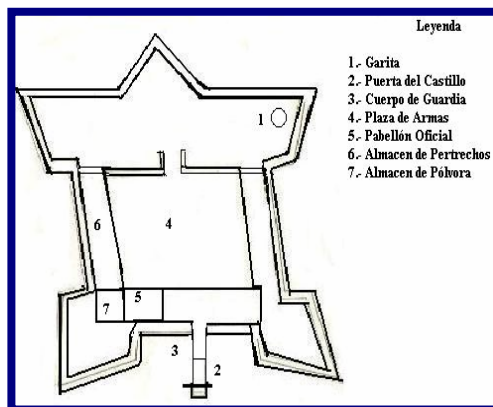


Gráfico 9: Planos de Castillo Santa Rosa (26 de Julio de 1751).

Tomado de “El Castillo Santa Rosa”. Por. R. Acosta, 1990. P. 13.



Gráfico 10: Capilla.

Tomado de “Las Fortificaciones de la Isla de Margarita en los siglos XVI-XVII-XVIII”. Por. A. Heredia, 1996. Editorial Fondene. P. 58.

Los materiales, en su mayoría, se fueron traídos de Araya, el resto se tomaron de las fuerzas viejas. El costo de la obra se calculó alrededor de unos 25.000 pesos. Con la autorización de Muñoz de Gadea, Don Juan Fermín de Huidrobo, inició la obra el día 24 de Marzo de 1681, se realizó el trabajo con gran celeridad y ya para septiembre de 1682 estaba concluida. La carta fechada el 6 de Febrero de 1683, Don Juan Fermín informaba al Rey de la terminación del Castillo Santa Rosa.

Posteriormente, en el año 1777 el Castillo Santa Rosa en sus inicios poseía un puente firme para entrar, y el elevadizo nuevo con sus dos cadenas medianas corrientes. En el interior estaba revestido con sus puertas, y postigo en ella, antigua de buena calidad con dos cerraduras, y las llaves corrientes. En las plaza de armas se encontraban cuatro cuarteles de bovedillas de ladrillos, en cada una tres argollas de colgar hamacas, una ventana con rejas de cañones viejos, sus puertas, cerraduras y llaves corrientes. También en su interior estaba un almacén en que se entraba por uno de los cuarteles para pertrechos de artillería, con su puerta y llaves corrientes. Un calabozo de bovedilla de ladrillo con su puerta y llaves corrientes. Entre las artillerías que había en el castillo se encontraban los cañones de hierro. Por otro lado, estaban las Cureñas, las armas para los cañones (Cucharas de varios calibres, atacadores de varios calibres, femanela con sus astas para lanadas, sacatrapos grandes y chicos, astas labradas, espegues y agujas de fogos), los útiles para el servicio de la artillería del castillo (pasabalas de madera, pares de grillos, capo con su candando, astas de madera para bandera, ampolletas de arena, hierro viejo, botijas vacías vidriadas, un morrión de hierro), los instrumentos de gastadores (Palas de hierro, azadas y barras), balas rasas de artillería, palanquetas, arma y municiones para la infantería (balas de fusil, cartuchos con balas de infanterías, partesanas, lansillas, rascadores de fusil, fusiles repartidos en la infantería con sus ballonetes, fusil ingles, machetes y pólvora) y cuerpo de guardia (una mesa mediana, un taburete de madera y una campana).

En el siglo XIX las fortificaciones de la Isla de Margarita juegan un papel importante en la gesta emancipadora. El 4 de Mayo de 1810, los jefes, oficiales y soldados del Castillo Santa Rosa se adhirieron a la causa libertaria. Para el año 1812 el Castillo Santa Rosa es entregado a las fuerzas realistas comandada por Pascual Martínez; posteriormente en el año 1813 Pascual Martínez abandona el Castillo; quedando el Castillo Santa Rosa bajo la dirección de los españoles a cargo de Joaquín Urreiztieta. En ese mismo año, el 23 de septiembre Doña Luisa Cáceres de Arismendi fue encarcelada en uno de los calabozos del castillo, en donde dio a luz una niña muerta. En los años siguientes (1817-1821) se repara la fortificación y después de la lucha independentista se habilita como Cuartel de Artillería, luego, en 1830 se habilita como almacén de pólvora y municiones; (1863) se utiliza como cuartel y oficina de armas y en 1899 se utiliza como cuartel general.

Para el siglo XX en el año 1901 por orden de la Presidencia de la República se realiza la reparación del castillo para ser utilizado para alojamiento y una compañía del Ejército Nacional. Después en 1935 el Gobernador General Rafael Falcón es destituido a la muerte de Juan Vicente Gómez y es encerrado en el Castillo. Más tarde (1935) las tropas del ejército nacional abandonan el castillo por la muerte del general Juan Vicente Gómez y (1955) por iniciativa regional se convierte en Museo de Guerra. El 29 de Octubre 1965 el Castillo Santa Rosa de la Eminencia fue declarado Monumento Histórico nacional según la Gaceta Oficial N° 27.876. Tres años más tarde (1968) en un informe elaborado por el Arquitecto Willy Ossott señala el desconocimiento de la fecha en la cual fue eliminado el puente levadizo. Se termina la primera fase de reparación del castillo bajo la dirección de la Corporación Venezolana de Fomento y el Servicio de Divulgación y Conservación del Patrimonio Histórico Artístico del estado. Se realizaron las reparaciones de las vías de acceso al castillo en 1979 y en el año 1982 la gobernación con la dirección del Sr. Augusto Hernández bajo la supervisión de la Junta de Patrimonio Artístico e Histórico Nacional inicia trabajos de restauración. En el año 2001 el Instituto de patrimonio

Cultural realizó la estabilización estructural de uno de los baluartes del castillo colapsado en el año 1999 a raíz de las fuertes lluvias, igualmente hicieron el mantenimiento correctivo de los techos y muros producto de una falta de estabilidad del suelo.

Dos años después, el 26 de Mayo de 2003 comenzó la restauración parcial del Castillo Santa Rosa de La Asunción, Municipio Arismendi. Este proyecto fue presentado por la Alcaldía del Municipio Arismendi ante el Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES), avalado por el Instituto de Patrimonio Cultural; una vez aprobado se llevo a cabo por la empresa contratista Evea Cumana, C. A, número de expediente: 1491-2002 y número de contrato de ejecución de obra: 2003-04-04. (Ver anexos E-1, E-2, E-3, E-4 y E-5). Las restauraciones realizadas al Castillo Santa Rosa tuvo una duración de seis meses, por lo tanto, la fecha de terminación contractual fue el 26 de noviembre de 2003. Aunque no finalizó en esa fecha, tal como lo afirma el Señor Hipólito Requena, ex encargado del castillo, y que en algunos casos, es suplente de su hijo.

Este castillo, lamentablemente ha pasado por intervenciones muy fuertes y depredadoras a través del tiempo que los errores cometidos ya tienen un carácter irreversible. Una considerable parte de los aspectos constructivos y espaciales han sido modificados y verdaderamente agredidos, sin tener en cuenta el respeto de este monumento de alto valor histórico y patrimonial. No hay dudas que una vez concluida la guerra por la independencia y la fortaleza fue concedida al ejército y a otras dependencias del Estado, el edificio se va adaptando a sus necesidades sin tener en cuenta los efectos nocivos que le producía al monumento histórico.

Restauraciones Parciales

Las restauraciones realizadas al Castillo Santa Rosa en el año 2003 fueron las siguientes:

Puertas y Ventanas:

❖ Reposición de puertas y rejas exceptuando la principal. Se fabricaron todas las puertas y rejas de madera de las ventanas, con maderas duras, de alta resistencia a la intemperie. Las nuevas puertas tienen herrajes en hierro forjado. Se cambia el revestimiento con caico industrial de los umbrales de las ventanas por baldosas artesanales, para dar uniformidad a la obra. El área neta de puertas y rejas de madera son 16,14 m². La remoción, restauración y reposición de 21,00 m lineales de dinteles dañados. (Ver gráfico 11, 12 y 14)

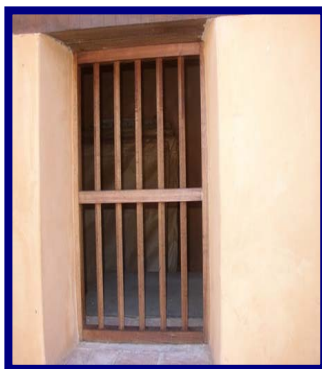


Gráfico 11: Puerta actual.

Tomadas en la observaciones realizadas al lugar. Por las autoras. E. Campos y J. Cantagallo. 2005



Gráfico 12: Ventana actual.

Tomadas en la observaciones realizadas al lugar. Por las autoras. E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

Paredes Internas:

- ❖ Escarificación de frisos en el muro frontal a la entrada.

- ❖ Se resanaron los muros con cemento expansivo en los sitios donde se encontraban las grietas (178,00 m² de muros). Se mezcló el muro frontal para apreciar el acabado final de todo el friso y se aplicaron las capas en las áreas de las fachadas internas y externas. Se diseñaron las mezclas para el friso. (Ver gráfico 13 y 14)

- ❖ Reparación superficial de paredes interiores con aplicación de lechada de arcilla. Se hizo necesaria la reparación de paredes interiores por encontrarse dañadas en diferentes zonas. (Ver gráfico 13)



Gráfico 13: Pared Resanada con cemento y lechada de arcilla.

Tomada en las observaciones in situ. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

Instalaciones Sanitarias:

❖ Apertura del canal de drenaje de aguas de lluvias para su limpieza y reparación. Reparación de drenaje desde el patio central, hasta la salida exterior del muro. Al remover el piso sobre el drenaje se constató que estaba totalmente obstruido, por lo que el agua percolaba a través del piso de lajas y también producían filtraciones constantes en una pared. (ver gráfico 20)

❖ Perforación en muro de piedra, para reparación y sustitución de drenaje existente obstruido. Existen dos tanquilla drenaje de aguas de lluvia desde la terraza superior, que pasan dentro del muro de piedra hasta llegar a nivel de base del muro, se encontró una obstrucción que no pudo ser destapada, por lo que se perforó el muro y se colocó una tubería embutida, con salida lateral. (Ver gráfico 20)

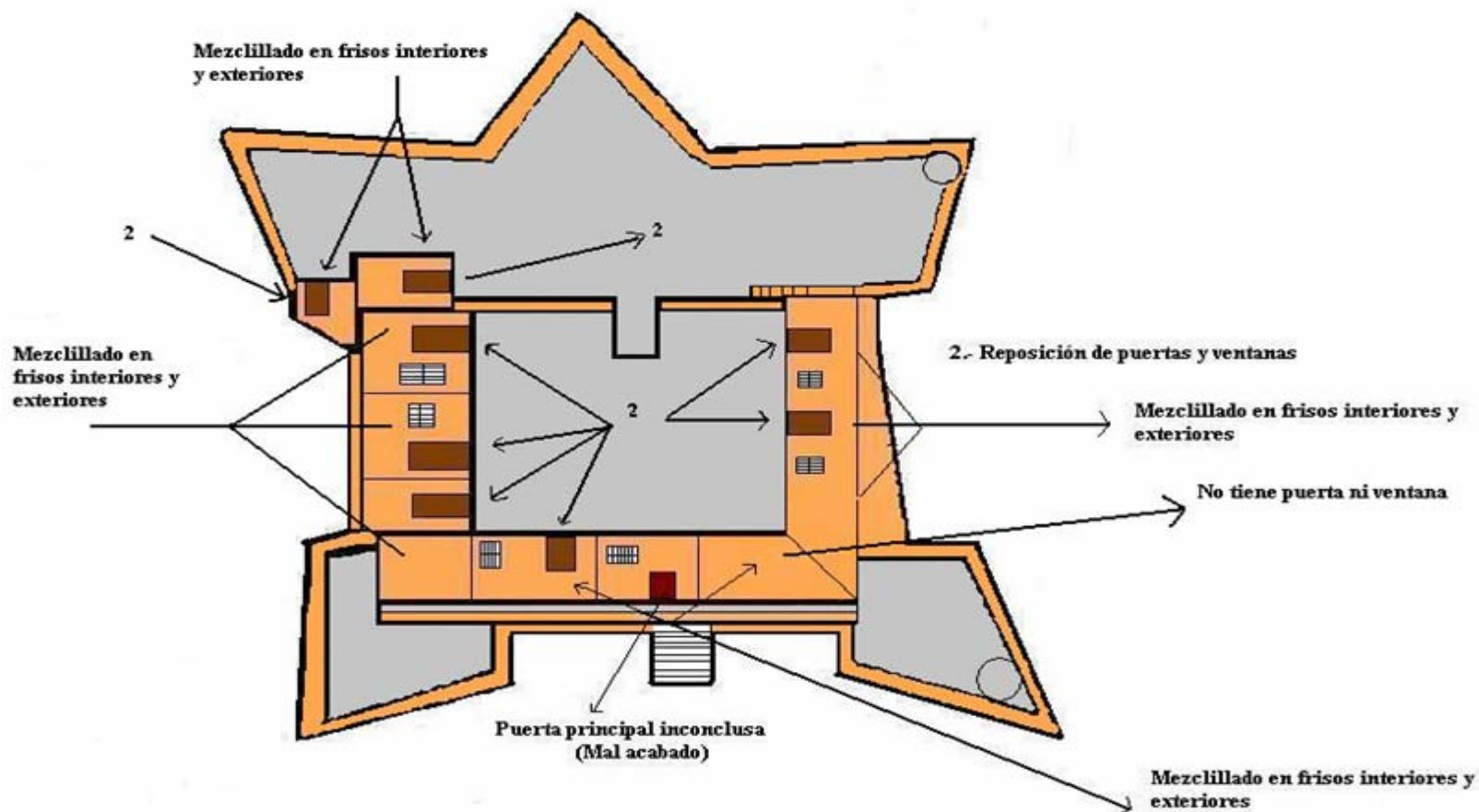


Gráfico 14: Restauraciones Parciales en Puerta, Ventanas y Paredes.

Tomado de “Restauraciones Parciales del Castillo Santa Rosa de La Asunción, Municipio Arismendi”. Por la Alcaldía del Municipio Arismendi. 2004.

- ❖ Excavación de las zanjas, Suministro y colocación de tuberías y embonado con concreto de tanquillas para su protección.

- ❖ Colocación de tuberías para drenar aguas de lluvias a las tanquillas exteriores. Colocación de tapón de registro en tanquilla dentro del castillo.



Gráfico 15: Canal de drenaje.

Tomada en las observaciones in situ. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

Techos

- ❖ Desmontaje de rolas, cañas y tejas de arcillas Demolición y reposición del manto asfáltico y colocación de tablas y vigas de madera. (Ver gráfico 17) (Machihembrado).

- ❖ Demolición y colocación de bloques en la caminería superior del techo. Se reparó y niveló el muro donde se encontraba la caminera superior del techo. Y construcción de acera de remate entre techos y parapeto. Fue necesario reconstruir estas aceras, que las existentes fueron apoyadas sobre el techo, por lo que se desmontaron junto con la cubierta. (Ver gráfico 16)

❖ Reparación de grieta perimetral entre parapetos y planos inclinados de los techos con junta elástica. Se refiere a la junta existente entre las aceras revestidas de lajas de piedra, que están construidas sobre los techos permitiendo el acceso a las terrazas del frente y los parapetos o muros de borde. Estas juntas se hicieron con material flexible que absorbe los movimientos de la edificación, manteniéndose impermeable. (Ver gráfico 20)



Gráfico 16: Vista del techo y caminería actual.

Tomada en las observaciones in situ. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. 2005.



Gráfico 17: Vista del techo actual (interno).

Tomada en las observaciones in situ. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

❖ Suministro y colocación de gotero de madera en bordes de techos. Para proteger el borde de techo de madera del efecto de la humedad. Se colocó en todos los techos, tanto nuevos como los existentes.

❖ Construcción y montaje de réplicas de bases de madera para apoyo de viga de carga. Al desmontar el techo se encontró que estas piezas estaban totalmente dañadas, incapaces de soportar la carga y fue necesario fabricar piezas nuevas.

❖ Asperjado general del área de cubiertas con piretrinas específicas contra termitas. Se hizo el asperjado a alta presión y termonebulización de toda la madera del castillo, además de las cubiertas se trataron todos los dinteles, puertas y ventanas, piso del calabozo de la terraza, y los bienes muebles del castillo, como forma de garantizar la protección adecuada a toda la edificación. El tratamiento se hizo en dos etapas la primera sobre la madera cruda y la segunda después de aplicado el sellador.

Pisos

❖ Construcción de revestimiento de 170,00 m² de pisos con baldosas de arcilla, acabado natural, incluye mortero base. Las baldosas utilizadas en el piso del castillo son piezas artesanales hechas a mano por encargo en Carora. Colocadas sobre piso de concreto existente, se construyó sobrepiso y se rectificaron las pendientes. (área de recepción y salones) (Ver gráfico 18 y 21)



Gráfico 18: Piso actual.

Tomada en las observaciones in situ. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

21.- Revestimiento con lajas de piedras en parte superiores, (caminería, garitas y terraza) posición norte y sur; y parte baja. (Patio Central) (Ver gráfico 19, 20 y



Gráfico 19: Revestimiento con lajas de piedra.

Tomada en las observaciones in situ. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

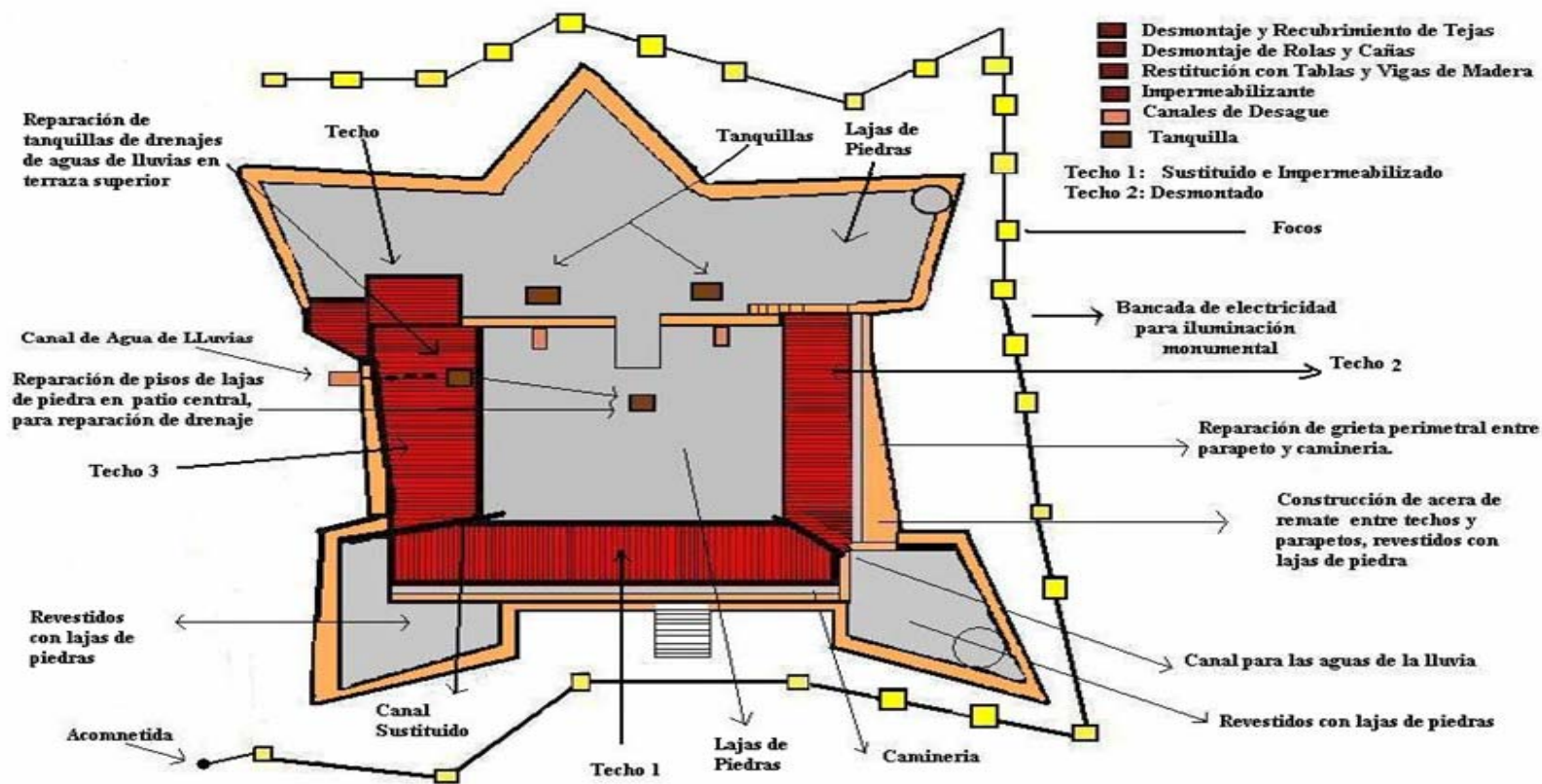


Gráfico 20: Ubicación de las restauraciones Parciales en Instalaciones Sanitarias, Techos, y Pisos.

Tomado de “Restauración Parcial del Castillo Santa Rosa de La Asunción, Municipio Arismendi”. Por la Alcaldía del Municipio Arismendi. 2004.

Instalaciones Eléctricas

❖ Colocación de tomacorrientes de aluminio. Localizados en el espacio entre la pared y la viga de carga del techo accesibles desde el interior de las salas, para utilizarlos tanto como tomacorrientes como para colocar las iluminarías cuando se requieran.

❖ Replanteo de las áreas exteriores para colocación de bancada de electricidad para la iluminación monumental. (Ver gráfico 20) La distribución eléctrica de los reflectores exteriores requirió de una canalización subterránea, también se instaló tanquillas de paso para poder hacer la distribución eléctrica, tanto interna como externa.

❖ Colocación de tablero metálico convertible. Se colocó el nuevo tablero en la entrada del castillo, desde donde se controla toda la iluminación.

❖ Se colocó interruptor termomagnético (breakers) se colocaron 4 en el nuevo tablero.

❖ Se instalaron cajetines metálicos.

Características Generales que Presenta el Castillo Santa Rosa Después de las Restauraciones y/o Intervenciones Realizadas en el Año 2003.

Características Turísticas

El Castillo Santa Rosa de la Eminencia es un atractivo turístico que pertenece a la categoría museos y manifestaciones culturales y se ubica dentro del tipo: Lugar histórico, según la clasificación de Roberto Boullón. Este castillo está ubicado en la Calle González, en las afueras de la ciudad de La Asunción, al lado del embalse de La Asunción. Su ubicación en el cerro de la eminencia fue netamente estratégico ya que permitió, en primer lugar proteger a La Asunción, capital de la isla de Margarita, ya que se encuentra sobre un cerro que domina un amplio panorama del valle, desde este cerro se observa el camino de Pampatar a la Asunción, los cerros circundantes, la costa este, el valle de Atamo, y las faldas de los cerros de Guayamurí y de Matasiete, desde donde podían combinar los fuegos con la batería. Este lugar histórico abre sus puertas todo el año en un horario comprendido de Lunes a Domingo de 9:00 AM a 6:30 PM, horas en la cual se realizan las visitas culturales a dicho atractivo

Dentro de los servicios que allí se encuentran están: un estacionamiento público con 19 puestos disponibles, el cual no está en condiciones óptimas, ya que se observó grietas en el pavimento, una venta de souvenirs en las afueras del mismo, expendiendo gran cantidad de productos relacionados con la isla, tales como collares de perlas, artesanías, entre otros. El mismo es atendido por el Señor José González, además de ello, está la venta de dulcería criolla y bebidas típicas (tortas, besos y papelón con limón), atendido por la Señora Apolonia Ortega y su Sobrina, pero ellas solo trabajan en las temporadas altas. También el castillo cuenta con el servicio de electricidad tanto interna como externa a través de la compañía de Servicio Eléctrico del Estado Nueva Esparta. (SENECA), de hecho en las noches se observa lo

llamativo que está el castillo con sus luces. A pesar que existe el servicio de electricidad, el mismo presenta ciertas fallas, pues se detectó que algunos de los alumbrados públicos y reflectores se encontraban dañados.

El servicio de recolección de desechos sólidos es llevado a cabo por la Alcaldía del Municipio Arismendi y la empresa SABENPE, la cual recoge la basura tres veces a la semana, pero en unas de las observaciones in situ realizadas se detectó gran cantidad de basura desbordándose en la cesta, bolsas de basura completamente llenas y listas para ser llevadas por el personal de la empresa y; en las áreas verdes se encontraron: plásticos, cartones, botellas de vidrios partidas (bebidas alcohólicas) y papeles. Igualmente se percató la presencia de basura dentro del Castillo Santa Rosa, específicamente en el área de recepción detrás de la puerta principal, en el calabozo de olvido, en el aljibe y en las garitas en los cuales se producían malos olores.

Cabe destacar, que este lugar histórico no posee ciertos servicios importantes para el buen funcionamiento del mismo, entre ellos se pueden mencionar: el servicio de guía, ya que no existe un personal que suministre la información sobre la historia del castillo, sus espacios, y objetos muebles allí encontrados. Este castillo cuenta con una persona encargada quien es el señor Bernardo Requena, pero en ningún momento se observó su participación en el transcurso de los recorridos realizados por los turistas, en la mayoría de los casos la información fue proporcionada por el guía de turismo que acompañaba a estos grupos de turistas, igualmente, hubo algunos grupos de turistas que eran dejados en el lugar histórico sin un guía que les diera la información sobre este atractivo histórico. No existe folletería ni ningún tipo de material informativo, solo existían unas pocas postales a la venta para el turista. De igual manera, ninguna de las piezas de exhibición se encontraron clasificadas ni identificadas, lo cual significa que el turista no recibe información acerca de las piezas; así como tampoco no están identificados los salones de exhibición y demás espacios que en su mayoría están actualmente cerrados. No posee vigilancia policial,

lo que ha traído como consecuencia la entrada de delincuentes a altas horas de la noche ocasionando hurtos de algunos objetos muebles, según observación realizada por el encargado del lugar. También debe señalarse que no existe el servicio de sanitarios públicos y de agua potable. Esto es debido a que la tubería está completamente dañada. Además de esto, no existe el servicio de teléfonos públicos para realizar llamadas en caso de emergencias.

Ahora bien, las vías de acceso hacia el Municipio Arismendi, donde se encuentra ubicado este castillo, son a través de la Vía Avenida 31 de Julio, Vía Carretera Los >Robles- La Asunción, desde Pampatar, es fácil acceder a la ciudad de La Asunción mediante el uso de la autopista Pampatar- La Asunción, también llamada autopista de San Lorenzo, la Vía Carretera Los >Robles- La Asunción y la Vía Avenida Juan Bautista Arismendi. Es oportuno resaltar que la avenida Jovito Villalba conduce a la avenida Circunvalación, desde la cual es posible acceder a la avenida Juan Bautista Arismendi y la avenida 31 de Julio. Desde Juan Griego, Santa Ana o Tacarigua, La Asunción es accesible a través de la única carretera que comunica entre sí a estos pueblos y ciudades: La Asunción- Juan Griego. Estas vías están asfaltadas, algunas de ellas no se encuentran en buen estado. Para acceder a este atractivo se puede llegar a través de los transportes privados (taxis) o transporte público, por medio de la Línea La Sierra, la cual se encuentra ubicada en el mismo municipio en la calle Unión detrás de la Alcaldía de Arismendi. En lo que se refiere a la señalización, existen tres anuncios antes de entrar al Castillo Santa Rosa; dos de ellas en muy buenas condiciones y la otra está en malas condiciones. Ahora bien, en los alrededores existen otras señalizaciones que se observaron en buen estado; estas están ubicadas en la Avenida 31 de Julio y en el centro de la Ciudad de La Asunción.

Características Físico- Estructurales

El Castillo Santa Rosa es de planta estelar con cuatro baluartes esquineros y un medio baluarte en la fachada norte de forma angular. Tres defensivos mirando hacia el sur, este y oeste, formados por tres lienzos o cortinas que cierran los baluartes y por una plataforma con rediente mirando hacia el norte. Y se desarrolla en dos niveles, en la parte alta: Las cañonerías, dos aposentos y dos garitas. En la parte baja: Se distribuye los demás aposentos, el área de recepción, la plaza de armas o patio central y un aljibe. Específicamente su interior se caracteriza y distribuye de la siguiente manera: (Ver gráfico 22)

- Casa de Guardia o Área de Recepción

- Tres Salas de exposición de artes. Anteriormente eran dormitorios y Pabellón del Oficial (Casa del Castellano). (Y en la actualidad están cerrados y unos de ellos se usa para depósito)

- 1 Cocina. (Actualmente abierto)

- 1 Calabozo “El calabozo del olvido”. (Está abierto)

- 1 Aljibe

- 2 Garitas

- Tres salas de museo de armas. (Eran dormitorio, almacén de pertrechos y de pólvora). (En la actualidad están cerrado).

- Una rampa para subir a la plataforma de artillería sobre la entrada principal.

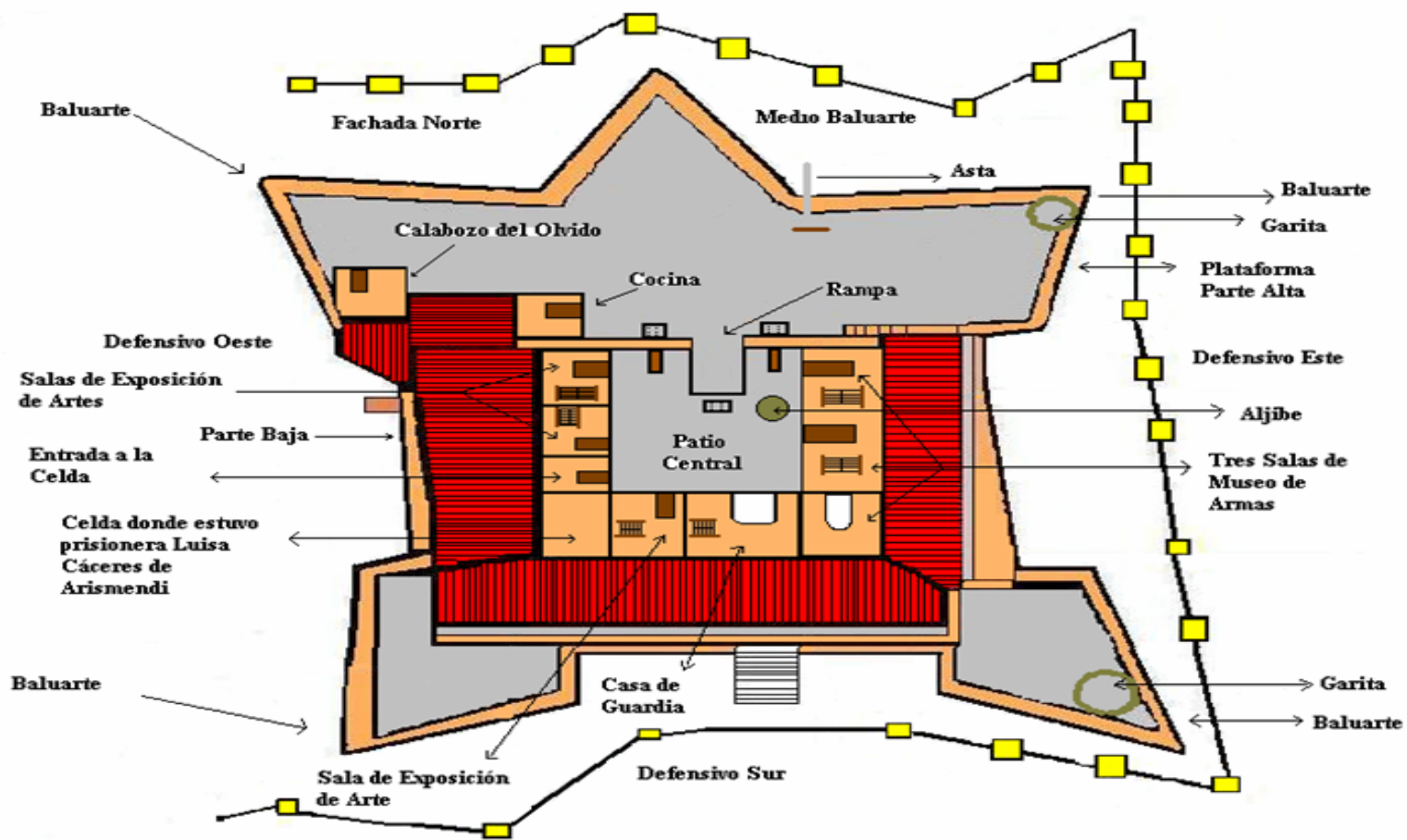


Gráfico 22: Plano actual del Castillo Santa Rosa.

Según observaciones in situ e información suministrada por el Sr. Bernardo Requena. e Hipólito Requena. 2005.

- La celda donde estuvo prisionera Luisa Cáceres de Arismendi. (Está abierto).
- Plaza de Armas o Patio Central.
- **Puertas y Ventanas:** Presenta puertas de madera con herraje en hierro forjado. Las Ventanas son de madera con rejas y los umbrales de las mismas poseen baldosas artesanales (Terracota) y lineales de dinteles de madera.
- **Paredes:** Las paredes están frisadas con cemento y lechada de arcilla. Las paredes externas presenta un acabado en piedra. (No hubo restauraciones).
- **Instalaciones Sanitarias:** El atractivo turístico posee dos tanquillas de concreto para las aguas de lluvia en terraza superior y dos tanquilla en el patio central. Igualmente cuenta con dos canales para las aguas de lluvia en el techo sur, dos en patio central y dos canales con salida lateral.
- **Techos:** Los techos poseen manto asfáltico, tablas y vigas de madera (machihembrado), con tejas de arcillas. Igualmente cuenta con una caminería (acera) entre techos y parapetos (techos sur y este). Posee gotero de madera en bordes de techos.
- **Pisos:** En el área de la recepción y salones (excluyendo el calabozo del olvido en la terraza superior) los pisos son de terracota. Tiene lajas de piedras en la parte superior, posición norte y sur (caminería, garitas y terraza); y parte baja en el patio central.
- **Instalaciones Eléctricas:** Cuenta con tanquilla de paso para la distribución eléctrica tanto interna como externa. Posee tomacorrientes de aluminio, cajetines y

tablero metálico convertible con interruptor termomagnético (4 breakers) para controlar toda la iluminación. Presenta una bancada para iluminación monumental externa, este dispone de 25 reflectores y también posee el servicio de electricidad a través del alumbrado público.

Estado Físico de la planta

Las restauraciones realizadas apuntan a incrementar, en cierta medida, los daños de que ha sido objeto y, por otra parte, no satisfacen por completo la preservación y conservación futura del Castillo Santa Rosa. De hecho, en este año (2005) siguen presentándose serios problemas en este castillo.

A continuación se enumeran las dificultades en el estado físico de la planta observada en las diversas visitas realizadas a este atractivo histórico.

Puertas y Ventanas

❖ La puerta principal que tiene 300 años (según el señor Bernardo Requena) tiene dos años y medio recostada de la pared en la entrada principal y todavía no se ha reubicado ni restaurado. La puerta principal que colocaron no está bien hecha, no tiene un buen acabado y no está acorde con el estilo del castillo. Las demás puertas, están buen estado, pero su acabado no esta acorde con la arquitectura del castillo.



Gráfico 23: Puerta Principal (300 años).

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005)



Gráfico 24: Puerta principal colocada.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005)

❖ Las ventanas están en buenas condiciones, pero no tienen un buen acabado y visualmente desentonan con el estilo, ya que se ve la diferencia entre lo nuevo y lo viejo.

Paredes

❖ Las paredes están sucias, agrietadas y la pintura se desmorona totalmente. Y estas fueron reparadas con cemento y lechada de arcilla, es decir con materiales no adecuado para su acabado. Estas deberían estar en armonía con el estilo arquitectónico del castillo.



Gráfico 25: Paredes sucia, agrietadas y la pintura se desmorona.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005)

❖ En las paredes externas del castillo se descubrieron fisuras, raíces, plantas y huecos.



Gráfico 26: Raíces en las paredes externas del castillo.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).



Gráfico 27: Plantas en las paredes externas.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

Instalaciones Sanitarias

❖ Desagüe en el área externa para las aguas de lluvias tiene la tapa partida y con basura.



Gráfico 28: Desagüe en mal estado.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

Techos

❖ El sistema antiguo de machihembrado, hechos de varas de mangle y tabla como se acostumbraba a usarse en la Isla de Margarita, se perdió totalmente y en su lugar se colocó otro de factura y diseño moderno de viga y tabla (machihembrado). Esto rompe con el estilo arquitectónico del castillo, ya que se ve el contraste entre lo nuevo y lo antiguo. En algunas áreas, las vigas están en mal estado (quebradas) y uno de los techos se observó deteriorado.



Gráfico 29: Viga en mal estado.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005)



Gráfico 30: Techo en mal estado.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

- ❖ En la caminería se detectó grietas en el lado derecho.



Gráfico 31: Grietas en la caminería del lado derecho.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

- ❖ En la entrada principal exactamente en el marco de la puerta se observó termitas en la madera.



Gráfico 32: Marco de la puerta con termitas.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

Pisos

❖ El piso del área de recepción, la cocina y en los salones es de terracota. Este no está en armonía con el estilo del castillo, rompe con el aspecto visual.

Instalaciones Eléctricas

❖ El sistema de luces alrededor del edificio que, a pesar que están protegidas con rejillas para el embellecimiento del edificio, sus bases están muy expuestas y chocan negativamente con el estilo arquitectónico visual del castillo y algunos de los reflectores están dañados.



Gráfico 33: Reflectores de iluminación en mal estado.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005)

❖ Se instalaron toma corrientes y están visibles. Esto desarmoniza con el estilo del castillo.



Gráfico 34: Tomacorriente visible.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

Salones de exhibición

❖ Algunos de los salones de exhibición se encuentran cerrados. Cuatro no están disponibles al público y; solo están abiertos: la cocina y la celda donde estuvo encerrada Luisa Cáceres de Arismendi. Según el encargado del castillo, estas están cerradas porque allí están todos los objetos del Castillo San Carlos de Borromeo que actualmente esta siendo restaurado.



Gráfico 35: Salones cerrados.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).



Gráfico 36: Ventana desde donde se observa los objetos que están encerrados.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

Objetos Muebles

❖ Dentro del castillo existen algunos objetos muebles: Está un cañón en la entrada del mismo, el cual lleva seis años tirado en el piso sin una base de apoyo que lo sostenga y proteja, según observación realizada por el Señor Bernardo Requena.



Gráfico 37: Cañón sin una base de apoyo.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

En el patio central están dos carretas, muy deterioradas y agrietadas, un aljibe; en su interior se observó basura y las paredes externas están sucias y agrietadas, un cañón pequeño, balas pequeñas, 5 balas grandes en regulares condiciones y 2 balas grandes partidas; en la parte superior frente norte se encuentran tres cañones grandes ubicados en el área central, en regulares condiciones; un cañón en el lado superior derecho en las mismas condiciones y la cureña está un poco deteriorada, un cañón que no está en su sitio, ni en su cureña y se encuentra en el lado superior izquierdo. En el nivel superior frente sur está otro cañón en las mismas condiciones.



Gráfico 38: Balas Partidas.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).



Gráfico 39: Cañón ubicado en el nivel superior frente sur sin cureña y en mal estado.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

En la cocina está un pilón y una piedra para moler maíz, ambas en buenas condiciones y en una de las salas de exposición que está actualmente cerrada por medio de un cordón, ya que no tiene puerta; allí está un caballo (sucio y falta de pintura) y un marco de un cuadro.



Gráfico 40: Caballo y marco de un cuadro.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

- ❖ La cesta donde depositan la colaboración los turistas se encuentra sucia y en mal estado, así como también el letrero que dice: “Gracias por su colaboración”
- ❖ No existe bandera en el asta.

Área externa y/o entorno

- ❖ Las pronunciadas escarpas del cerro donde se encuentra la fortaleza amenazan su estabilidad, la cual puede colapsar en tiempos de lluvias. No existe

ningún elemento, en este caso, un muro de contención que asegure sus cimientos o su línea de fundación.



Gráfico 41: Escarpas del cerro.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ El entorno deja mucho que desear cuando se observa una jardinería con pocas plantas ornamentales que no da una apariencia armónica ante la sobriedad de sus muros.



Gráfico 42: Jardinería.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ El puente levadizo desapareció en una de sus intervenciones y fue sustituido por unas escaleras de mampostería que no entonan con su antigua función. Hoy día lo único que se conserva son las fogonaduras o hendiduras en los muros de la entrada principal que dejó el primitivo sistema de cierre del puente. Actualmente, las escaleras presenta ausencia de mantenimiento.



Gráfico 43: Escaleras actuales

. Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).



Gráfico 44: Fogonaduras o hendiduras.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ En un alojamiento del extremo sur aparece una viga de madera, en mal estado, que parece es el único testimonio de la primitiva elevación de las cubiertas.



Gráfico 45: Viga de madera en mal estado.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ Las bases o cimientos de la edificación están agrietadas y desmoronándose.



Gráfico 46: Bases o cimientos de la edificación agrietadas y desmoronándose.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ Las escaleras ubicadas en el área externa presentan ausencia de mantenimiento.



Gráfico 47. Escaleras externas.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ El pavimento presenta huecos en el área del estacionamiento del Castillo Santa Rosa.



Gráfico 48: Huecos en el pavimento.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ En las afueras del castillo se pudo observar dos elementos que desarmonizan las áreas exteriores como es una construcción circular destinada para el servicio sanitario, el cual no está disponible y sus exteriores están sucios, y dos depósitos de agua que no funcionan.



Gráfico 49: Dos depósitos de agua y sanitarios.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

Morfología del edificio

❖ No fue colocado el cordón magistral en algunos de sus partes, elemento caracterizador y funcional de las fortificaciones modernas; este estaba destinado a separar el parapeto del muro principal de la fortaleza.

❖ La plaza de armas aparenta tener su traza original, aquí se encuentra el aljibe con un brocal y la rampa que conduce al nivel superior.

❖ Las edificaciones que rodean la plaza son las que han sufrido fuertes intervenciones y causan lamentable asombro cuando se advierte que, al subir su altura, han afectado toda la circulación del nivel superior.

❖ Presencia de un conducto o tubo de desagüe que lejos está de parecerse a una de las gárgolas típicas de las edificaciones de la época.

❖ En el nivel superior no se puede recorrer los tres frentes del sur, este y oeste; a tal punto que se prohíbe el paso por la caminería recientemente reparada. La altura del techo de teja de los alojamientos impide el acceso a los baluartes y a los adarves, que son los elementos constructivos más expresivos y obligados a visitar porque son los más representativos de las fortificaciones, desde aquí se puede apreciar los espacios interiores, la garita y las principales visuales del lugar.



Gráfico 50: Nivel superior.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E. Campos y J. Cantagallo. (2005).

❖ En los baluartes se aprecia que los pisos han subido casi a la altura de las cañoneras y la garita no tienen proporción entre la altura del hombre y las alturas de las aspilleras.

❖ El túnel que conducía a las tres salidas que está ubicado en el patio central está totalmente sellado. De uno de los túneles se desconoce su salida porque se derrumbó, de los otros dos se sabe que conducían: La Iglesia de Nuestra Señora de La Asunción y al Palacio Legislativo, antiguo convento franciscano.

❖ Se observó la construcción de un alojamiento que hizo desaparecer el flanco de la parte oeste; un contrafuerte que está expuesto sobre una cortina que no se interpreta su función; los grosores y alturas desiguales de los parapetos; las cubiertas de tejas de los alojamientos internos, especialmente transformados.



Gráfico 51: Construcción de alojamiento.

Tomada en las visitas in situ al Castillo Santa Rosa. Por las autoras: E Campos y J. Cantagallo. (2005).

Es conveniente destacar que el único espacio de la planta superior que puede ser visitado es la plataforma alta, que tiene un rediente en la línea magistral y por suerte conserva una garita y unos cañones que puede ser apreciados de cerca por sus visitantes. Esta plataforma tampoco conserva su originalidad, debido que también se

han realizado modificaciones en los pequeños alojamientos como la cocina, el calabozo y la garita.



Identificar Y Describir Las Características De Los Canales De Distribución Que Aprovechan Turísticamente El Castillo Santa Rosa En La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta

De los cuestionarios aplicados durante el mes de agosto a los representantes de los Canales de Distribución que incluyen al Castillo Santa Rosa en sus Rutas Turísticas se obtuvieron los siguientes resultados; una vez organizadas y tabuladas cada una de las respuestas de las diferentes representante de las empresas de turismo, lo cual permitió identificar y describir las características de los Canales de Distribución que se mencionan a continuación:

- Grupo Olé. Representante: Blas Guevara. (M.V.T)
- Holiday Tours. Representante: Mijael Shaffer. (A.V.T y T.T.T.)
- Road Unlimited Tours. Representante: Daniel Rojas. (T.T.T)
- Operadora Turística Sky Limit. Representante: Javier Guerrero (M.V.T)

- Magic Tour and Travel. Representante: Daniel Medina (T.T.T.)
- Altos de Cimarrón Tours. Representante: Manuel Franco (T.T.T y M.V.T)
- J.H Service: Representante: Carlos Colmenares (M.V.T)
- Ibero Isla. Representante: Manuel Pérez. (A.V.T)

Cuadro 7

Distribución absoluta y porcentual de porque los canales de distribución incluyen en sus paquetes y rutas turísticos al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Mostrar la edificación	2	25%
Dar a conocer la historia	2	25%
Panorámica que se observa	2	25%
Por ser este un atractivo de importancia en lo que se refiere a atractivos culturales en el Estado Nueva Esparta	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

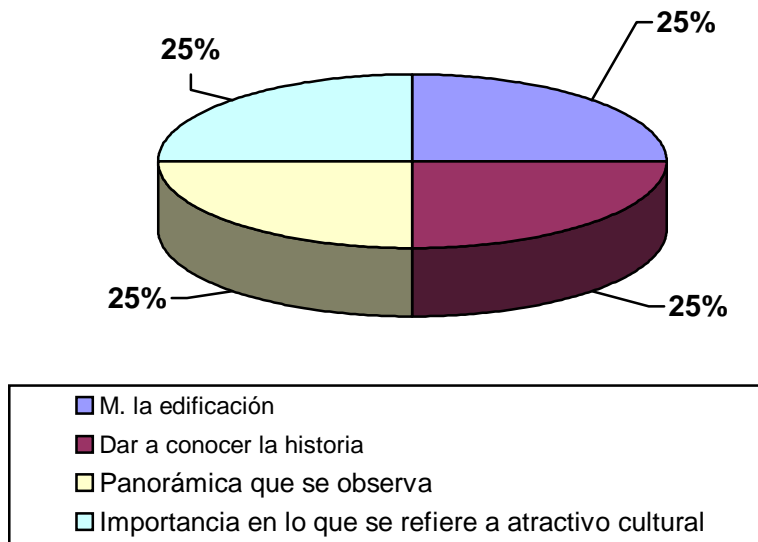


Gráfico 52: Distribución porcentual de porque los canales de distribución incluyen en sus paquetes y rutas turísticos al Castillo Santa Rosa.

El 25% de los representantes de los canales de distribución encuestados incluyen al Castillo Santa Rosa en sus paquetes y rutas turísticas, para mostrar la edificación, el otro 25% para dar a conocer la historia del atractivo, igualmente con un 25% incluyen al Castillo Santa Rosa por la panorámica que se observa desde el castillo y el restante (25%) por ser un atractivo de importancia en lo que se refiere a atractivos culturales en el Estado Nueva Esparta y por lo hechos ocurridos en el castillo ya que fueron de importancia en aquella época por lo cual representa un atractivo de valor histórico.

Cuadro 8

Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

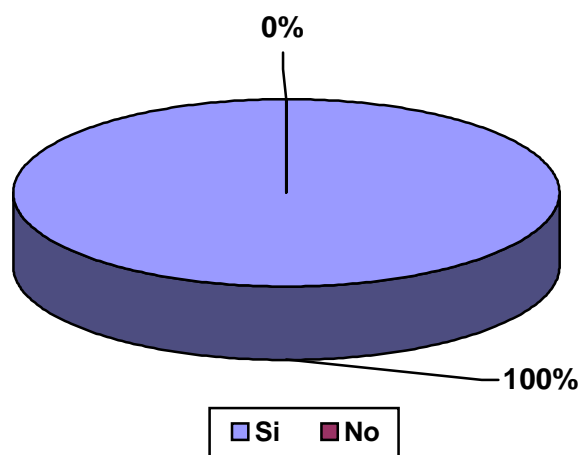


Gráfico 53: Distribución porcentual de los canales de distribución que incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa Rosa

El 100% de los Canales de Distribución encuestados incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa Rosa por: *“representar este un atractivo cultural de importancia en la Isla de Margarita y forma parte de la historia, también porque es*

un punto de parada en las excursiones a sitios históricos para turistas nacionales e internacionales”.

Cuadro 9

Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías turísticos para los recorridos en el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	7	87%
No	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

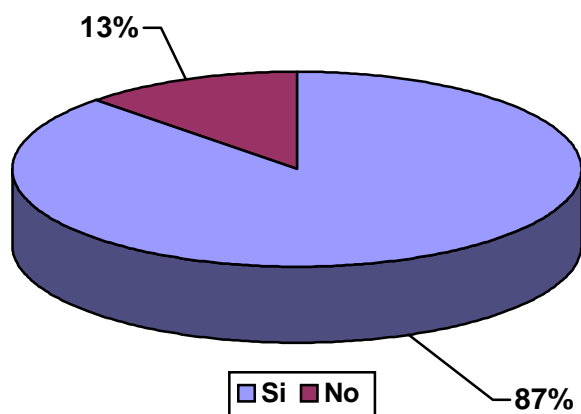


Gráfico 54: Distribución porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías turísticos para los recorridos en el Castillo Santa Rosa

El 87% de los Canales de Distribución cuentan con guías turísticos para los recorridos en el Castillo Santa Rosa ya que “es un personal capacitado para hablar en diferentes idiomas y el personal que labora en el castillo no brinda esta información, lo que se quiere con esto es informar y resaltar los acontecimientos ocurridos en el castillo”. Mientras el 13% no posee guías para los recorridos en el Castillo, “porque se le da la información a los turistas antes de llegar al castillo”

Cuadro 10

Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías acreditados por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR)

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

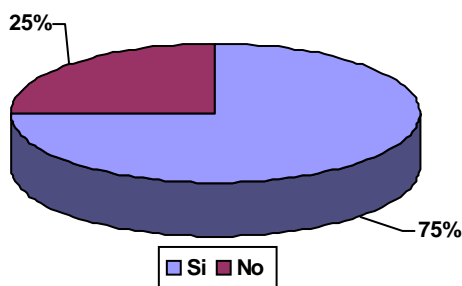


Gráfico 55: Distribución porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías acreditados por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR)

El 75% de los Canales de Distribución cuentan con guías acreditados por CORPOTUR para la realización de recorridos en el Castillo Santa Rosa con el fin de: “prestar un mejor servicio”. Mientras que el 25% restante no está acreditado por CORPOTUR para los recorridos en el Castillo esto es debido porque “no se han hechos las actualizaciones pertinentes”.

Cuadro 11

Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías que poseen cursos de historia de la Isla de Margarita o patrimonio cultural

Categorías	Frecuencias	Frecuencias
	Absolutas	Relativas
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.



Gráfico 56: Distribución porcentual de los canales de distribución que cuentan con guías que poseen cursos de historia de la Isla de Margarita o patrimonio cultural

El 63% de los Canales de Distribución que cuentan con guías poseen cursos sobre la Historia de Margarita o Patrimonio Cultural, “*dictado por Ince-turismo o Corpotur*”. Mientras el 37% restante cuentan con guías que no poseen cursos sobre Historia de Margarita o Patrimonio Cultural, ya que estos informan lo que saben por libros o revistas.

Cuadro 12

Distribución absoluta y porcentual de los canales de distribución que estarían de acuerdo que los guías realicen cursos sobre patrimonio cultural margariteño

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

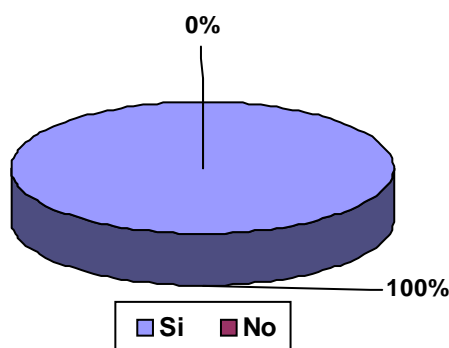


Gráfico 57: Distribución porcentual de los canales de distribución que estarían de acuerdo que los guías realicen cursos sobre patrimonio cultural margariteño.

El 100% de los Canales de Distribución están de acuerdo que los guías realicen cursos sobre patrimonio Histórico Cultural Margariteño “*porque es fundamental para así proporcionar mejor y completa información a los turistas, de forma que permita unificar criterios al tratar a los turistas y enseñar a las personas que no conocen la historia y con esto apoyar la actividad turística*”.

Cuadro 13

Distribución absoluta y porcentual de la frecuencia de los canales de distribución realizan rutas hacia el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
1 vez x sem.	1	12%
De 2 a 3 veces x sem	3	38%
De 4 a 5 veces x sem	1	12%
De 6 a 7 veces x sem	3	38%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

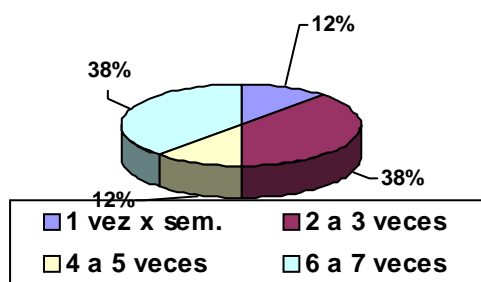


Gráfico 58: Distribución porcentual de la frecuencia de los canales de distribución realizan rutas hacia el Castillo Santa Rosa

El 38% de los Canales de Distribución realizan visitas al Castillo Santa Rosa todos los días a la semana, mientras el otro 38% de 2 a 3 veces por semana veces por semana. Por otra parte el 12 % realiza visitas como mínimo 1 día a la semana y el restante 12% realiza de 4 a 5 veces por semana. Cabe mencionar que el número de veces que realizan visitas al Castillo Santa Rosa depende de la época de temporada alta o baja.



**Conocer la Opinión de los Representantes de los Canales de Distribución
Respecto al Uso Turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio
Arismendi, Estado Nueva Esparta**

Dentro del sistema turístico en la Isla de Margarita están establecidos diversos canales de distribución, los cuales tienen la función primordial de hacer llegar a la demanda los paquetes turísticos e igualmente la elaboración de las rutas y/o circuitos que se realicen en el destino. Es por ello que es imprescindible conocer la opinión de los representantes de los canales de distribución en cuanto al desenvolvimiento de las actividades turísticas en el Castillo Santa Rosa, con el fin de establecer mejoras en este atractivo histórico cultural.

A continuación se presenta la información obtenida de los cuestionarios aplicados a los representantes de los canales de distribución que incluye en sus paquetes y rutas turísticas al Castillo Santa Rosa.

Cuadro 14

Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	7	87%
No	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

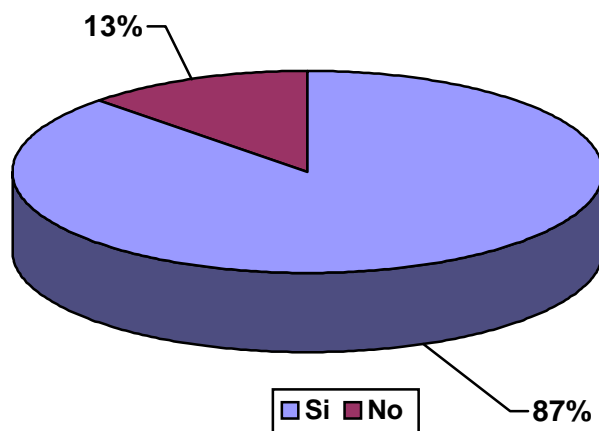


Gráfico 59: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico

El 87% de los representantes de las empresas turísticas consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico. Las causas por las cuales consideran a este castillo como un atractivo turístico son las siguientes: (1) “Por la belleza de su vista”. (2) “Por la historia que tiene el Castillo Santa Rosa, siendo lo primordial para el turista en conocer esta información”. Pero un 13% de los mismos no opinan igual. Este porcentaje opinó que: (1) “El Castillo Santa Rosa no está en condiciones de estar abierto, pues algunos de los salones no están disponibles y no están exhibidos los objetos de la época”.

Cuadro 15

Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas están conforme con la información que se le suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencia Relativas
Si	1	13%
No	7	87%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomados de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

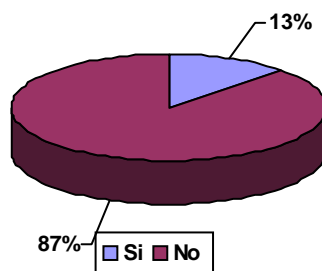


Gráfico 60: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas están conforme con la información que se le suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa.

Se evidencia en el gráfico porcentual que el 87% de los representantes de las empresas turísticas opinaron que no está conforme con la información que se les suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa. Estos representantes establecieron lo siguiente: (1) *“No existe información alguna dentro del Castillo”*. (2) *“Del personal que labora en el castillo no se obtiene ningún tipo de información”*. (3) *“Este personal no está empapado de la información que se debe dar”*. (4) *“No hay ninguna información, solo un portero mal educado”*. Y un 13% afirmó que si está satisfecho con la información que se le suministran a los turistas e indicaron que la información que se suministra en el mismo es buena.

Cuadro 16

Distribución absoluta y porcentual de los tipos de medio que le gustaría encontrar los representantes de las empresas turísticas en el Castillo Santa Rosa para informar a los turistas.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Folletos	2	25%
Videos	0	0%
Postales	0	0%
Diapositivas	0	0%
Revistas	0	0%
Todos estos	5	62%
Otros	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

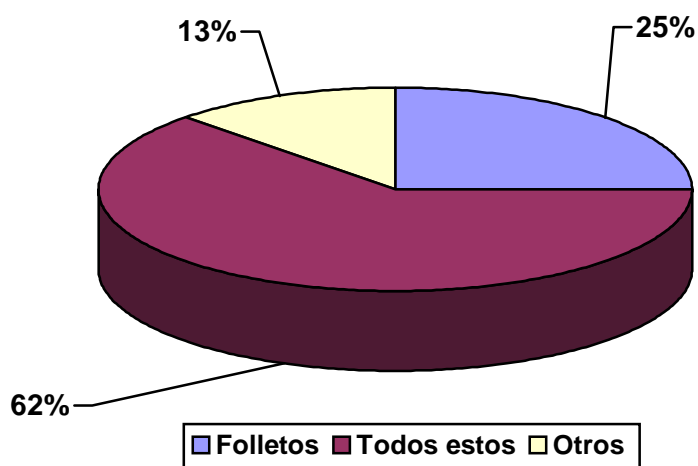


Gráfico 61: Distribución porcentual de los tipos de medio que le gustaría encontrar los representantes de las empresas turísticas en el Castillo Santa Rosa para informar a los turistas.

El mayor porcentaje fue de 62%, esto indica que la mayoría de los representantes prefieren diversidad de medios para informar al turista (todos los mencionados), en cambio el 25% de los representantes le gustaría encontrar folletos para informar a los turistas. Y un 13% sugirió otros recursos, como por ejemplo; “incorporar guías propios en el Castillo Santa Rosa”

Cuadro 17

Distribución absoluta y porcentual de como los representantes de la empresas turísticas clasificarían la atención que se le brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	1	13%
Regular	3	37%
Mala	1	13%
Muy Mala	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

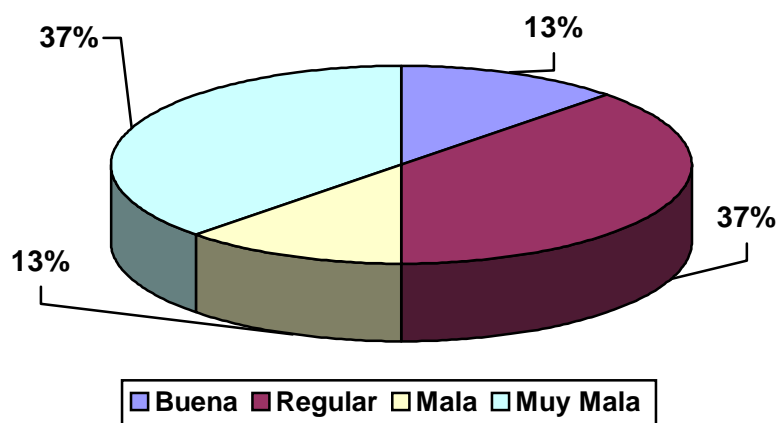


Gráfico 62: Distribución porcentual de como los representantes de la empresas turísticas clasificarían la atención que se le brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa.

Con respecto a la atención que se les brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa; un 37% lo consideró regular, el otro 37% opinó que es muy mala. El 13% expresó que es buena y el otro 13% enfatizó que es mala.

Cuadro 18

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los representantes de las empresas turísticas con respecto el estado de conservación del Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	3	37%
Regular	3	38%
Mala	0	0%
Muy Mala	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

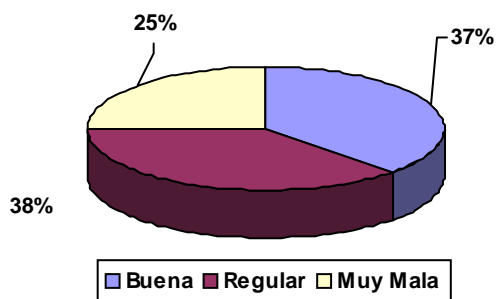


Gráfico 63: Distribución porcentual de la opinión de los representantes de las empresas turísticas con respecto el estado de conservación del Castillo Santa Rosa.

Es evidente que un 38% de los encuestados opinaron que el estado de conservación del Castillo Santa Rosa es regular, el 37% lo consideró como buena y un 25% dice que su estado de conservación es muy mala.

Cuadro 19

Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con el rescate y restauración del Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	8	100%
No	0	
Total		

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

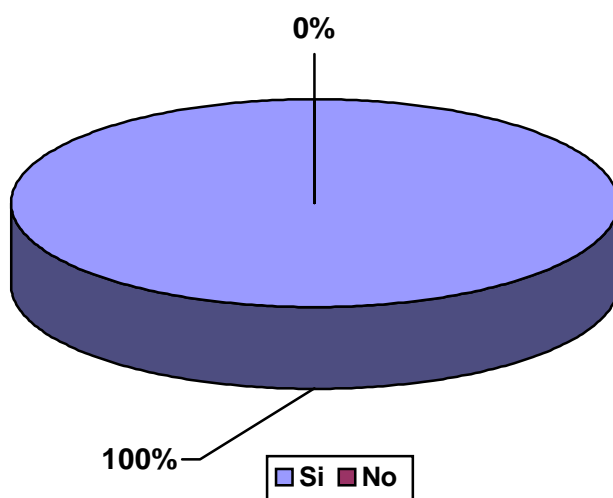


Gráfico 64: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con el rescate y restauración del Castillo Santa Rosa.

Todos los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo que se rescata y restaure el Castillo Santa Rosa. (100%). Las razones positivas fueron las siguientes: (1) “Ya es hora que le hagan algo”. (2) “Le hace falta un poco de mantenimiento”. (3) “Es necesario tenerlo en óptimas condiciones por la importancia de su historia y como imagen turística de la isla”.

Cuadro 20

Distribución absoluta y porcentual de cual sector debería emprender la restauración.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Público	1	13%
Privado	1	13%
Ambos	6	74%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomados de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

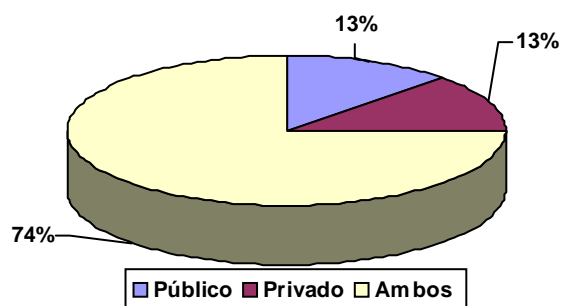


Gráfico 65: Distribución porcentual de cual sector debería emprender la restauración.

El 74% de los encuestados piensan que ambos sectores deberían emprender la restauración del Castillo Santa Rosa. Un 13% de los mismos indicó que debería ser el sector público quien debería de realizar estas restauraciones y el otro 13% estableció que debería ser el sector privado.

Cuadro 21

Distribución absoluta y porcentual de como consideran los representantes de la empresas turísticas la calidad de los servicios complementarios y básicos en el Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	0	0%
Regular	2	25%
Mala	3	37%
Muy Mala	3	38%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

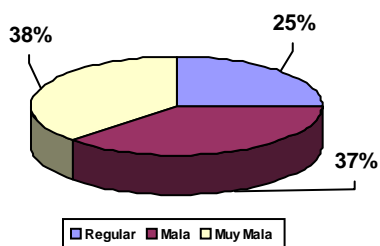


Gráfico 66: Distribución porcentual de como consideran los representantes de la empresas turísticas la calidad de los servicios complementarios y básicos en el Castillo Santa Rosa.

Se puede observar claramente que el 38% de los representantes opinaron que la calidad de los servicios complementarios y básicos es muy mala, el otro porcentaje (37%) lo considera como mala y el resto (25%) indicó que es regular.

Cuadro 22

Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas estarían de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al Castillo Santa Rosa con el fin de financiar su mantenimiento.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	3	38%
No	5	62%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

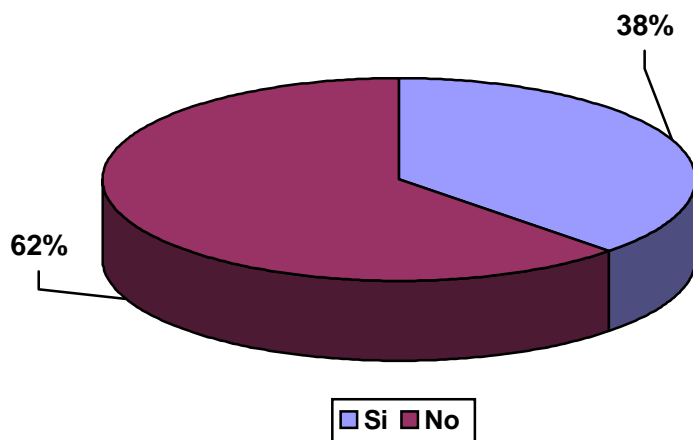


Gráfico 67: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas estarían de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al Castillo Santa Rosa con el fin de financiar su mantenimiento.

El 62% no estuvo de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al Castillo Santa Rosa con el fin de financiar su mantenimiento. Los motivos por la cuales no estuvieron de acuerdo son las siguientes:(1) “Los entes gubernamentales y/o privados son los que deberían encargarse de los gastos de mantenimiento”. (2) “Esto no debería ser obligatorio, debe ser una colaboración por parte del turista” (3) “Es un patrimonio histórico- cultural, pertenece al estado y este debe encargarse de su mantenimiento”. Por otro lado, el 38% opinó que si deberían cobrar una entrada a los turistas. Sus razones fueron las siguientes: (1) “Para mejorar los servicios básicos y complementarios”. (2) “Deberían cobrar esta entrada a los turistas siempre y cuando Corpotur sea el ente encargado de administrar este dinero y que el objetivo principal sea en realidad para el beneficio del castillo en todos los aspectos”.

Cuadro 23

Distribución absoluta y porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con la idea de incorporar guías propios al Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

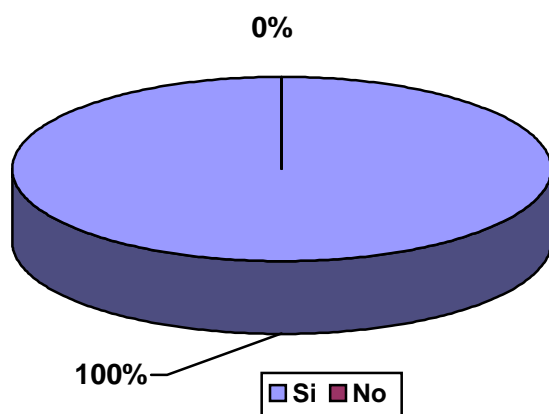


Gráfico 68: Distribución porcentual si los representantes de las empresas turísticas están de acuerdo con la idea de incorporar guías propios al Castillo Santa Rosa.

El 100% estuvo de acuerdo con la idea de incorporar guías propios al Castillo Santa Rosa. Los representantes establecieron lo siguiente: (1) “*Para que de información a los turistas*”. (2) “*Para que haya un personal calificado y de buena información y atención al turista*”. (3) “*Porque así le podrían brindar una mejor información a quien visite el castillo*”. (4) “*Para que aquellos turistas que vengan a visitar el castillo por cuenta propia, puedan disponer de guías turísticos*”.

Cuadro 24

Distribución absoluta y porcentual de que le gustaría incorporar los representantes de la empresas turísticas al Castillo Santa Rosa para hacerlo más aprovechable como atractivo turístico.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Organizar actos culturales	1	12%
Organizar eventos: Bodas, desfiles de moda, etc para así	1	12%

obtener fondos para el mantenimiento del mismo		
Mayor información a quien visite el castillo.	1	12%
Reabrir las salas de exposiciones e incorporar fotos, pinturas al óleo, objetos de la época, con sus respectivas fichas informativas.	1	12%
Mejorar el servicio sanitario.	1	13%
Realizar diariamente dramatizaciones de lo que se vivió en el castillo, para lograr que los turistas tengan una idea de ello.	1	13%
Incorporar guías propios con vocación de servicio.	1	13%
Convertirlo en un parque temático.	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

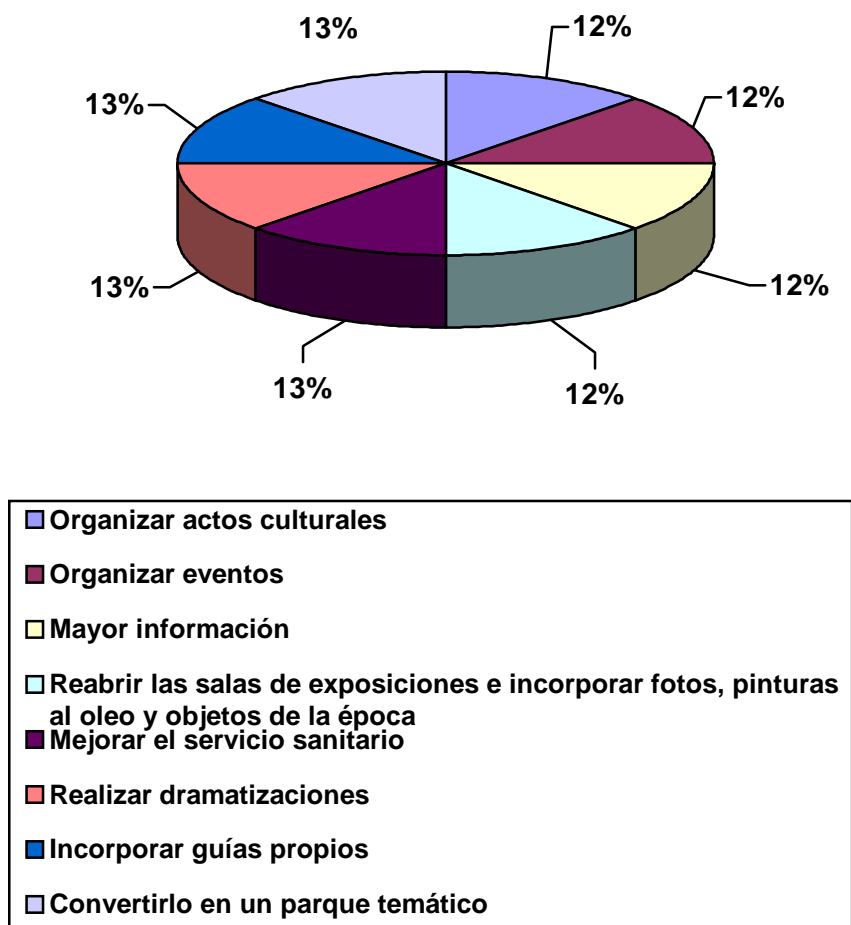
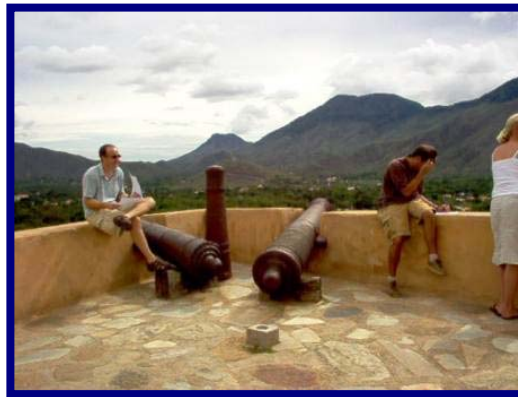


Gráfico 69: Distribución porcentual de que le gustaría incorporar los representantes de la empresas turísticas al Castillo Santa Rosa para hacerlo más aprovechable como atractivo turístico

Cada representante señaló diferentes sugerencias con respecto a lo que les gustaría incorporar al Castillo Santa Rosa. Cada 13% obtuvo lo siguiente: Mejorar el servicio sanitario (13%), Realizar diariamente dramatizaciones de lo que se vivió en el castillo (13%), para lograr que los turistas tengan una idea de ello, Incorporar guías propios con vocación de servicio (13%) y Convertirlo en un parque temático (13%). Y cada 12% sugirieron: Organizar actos culturales (12%), Organizar eventos: Bodas, desfiles de moda, etc; para así obtener fondos para el mantenimiento del mismo (12%), Mayor información a quien visite el castillo (12%) y Reabrir las salas de exposiciones e incorporar fotos, pinturas al óleo, objetos de la época, con sus respectivas fichas informativas (12%).



Perfil y Opinión del Turista Nacional e Internacional que Visita Actualmente el Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi Estado Nueva Esparta

El Castillo Santa Rosa es uno de los atractivos históricos visitados por los turistas nacionales e internacionales. Esto se corroboró en el momento de la aplicación de los cuestionarios en el mes de junio y julio; en las diversas visitas realizadas a este castillo, se observó gran afluencia de turistas en tempranas horas de la mañana. Esta afluencia disminuyó en horas del medio día y aumentó en horas de la tarde. La mayoría de los turistas estaban impresionados ante el hermoso y relajante paisaje que se observa desde el castillo y los mismos realizaron su recorrido en la instalaciones del castillo atentos a la narración del guía turístico que les acompañaba. Seguidamente se presentan los resultados del perfil y opinión del turista nacional e internacional que visitó este castillo en los meses anteriormente señalados.

Perfil Nacional

Cuadro 25

Distribución absoluta y porcentual del lugar de procedencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Caracas	9	30%
Aragua	4	13%
Zulia	4	13%
Bolívar	3	10%
Anzoátegui	3	10%
Miranda	2	7%
Carabobo	2	7%

Monagas	2	7%
Puerto La Cruz	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

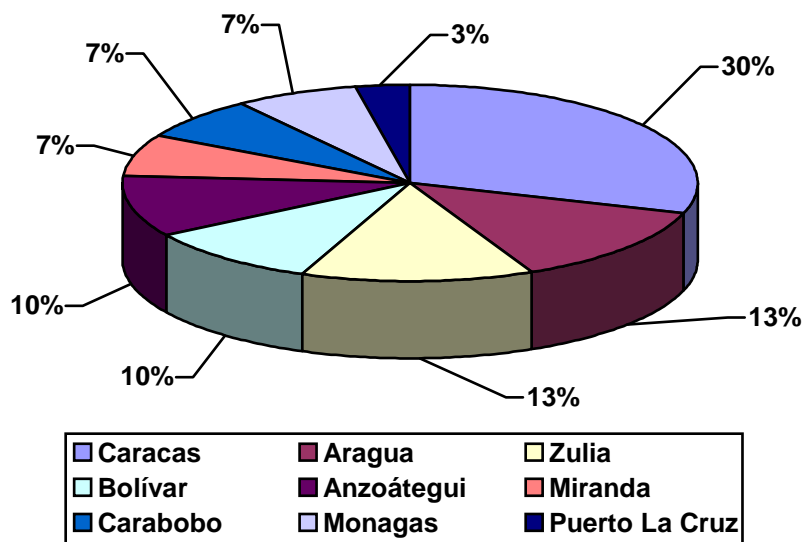


Gráfico 70: Distribución porcentual del lugar de procedencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.

El lugar de procedencia de los turistas nacionales es variado. Como se puede observa en el gráfico el mayor porcentaje es de 30% que corresponde al Distrito Capital: Caracas, el cual son los más interesados en conocer el Castillo Santa Rosa, luego están Aragua y Zulia con un 13% cada uno, Bolívar (10%) y Anzoátegui con 10%; Miranda (7%), Carabobo (7%) y Monagas con un 7% y finalmente Puerto La Cruz con un 3%.

Cuadro 26
Distribución absoluta y porcentual de la profesión y ocupación de los turistas
nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Estudiante	5	17%
Comerciante	5	17%
Profesor	5	17%
Ing. Industrial	2	7%
T.S.U Mecánico	1	3%
Fotógrafo	1	3%
Diseñadores de interiores	1	3%
Esteticistas Corporal	1	3%
Ing. Mecánico	1	3%
T.S.U en Procesos Ind.	1	3%
Lic. Bionálisis	1	3%
Ing. Petrolero	1	3%
Obrero	1	3%
Asis. Técnico	1	3%
Téc. Informática	1	3%
Geógrafo	1	3%
Médico	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

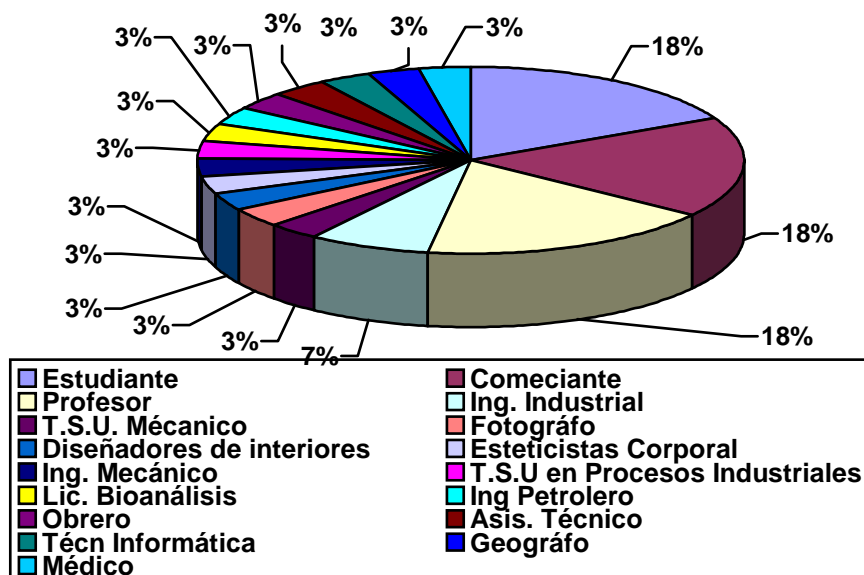


Gráfico 71: Distribución y porcentual de la profesión y ocupación de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

La profesión u ocupación de los turistas nacionales es diferente, sin embargo se pudo determinar que los educadores ocuparon unos de los mayores porcentajes (17%) junto con los comerciantes con un 17%, posteriormente, están los estudiantes con una porcentaje de un 17 %, lo que indica que por ser temporada de vacaciones, los mismos le gustan visitar los sitios históricos de la isla, luego con un 6.6% los Ingenieros Industriales y con un 3,3% se ubica los técnico superior en mecánica y el resto de las profesiones igualmente con un 3,3%

Cuadro 27

Distribución absoluta y porcentual del nivel educativo de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Universitaria	20	67%
Secundaria	10	33%
Primaria	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

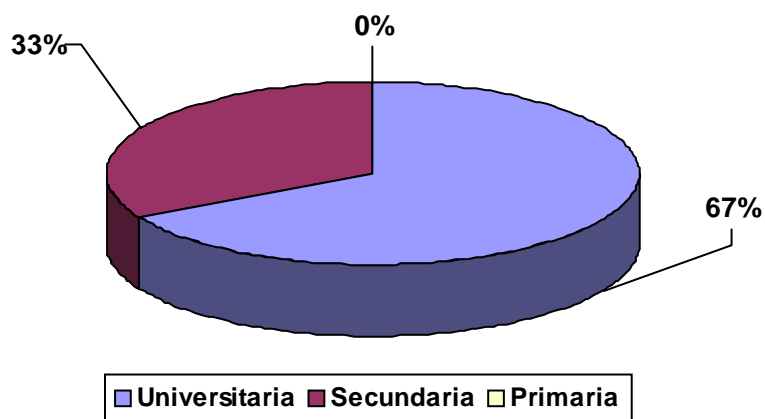


Gráfico 72: Distribución porcentual del nivel educativo de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El nivel universitario es el más representativo del grado de instrucción de la mayor parte de los turistas nacionales que visitó el Castillo Santa Rosa en los meses de junio y julio, obteniendo este un porcentaje de 67%, en segundo lugar el nivel secundario con un porcentaje de 33%.

Cuadro 28

Distribución absoluta y porcentual del género de turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Femenino	20	67%
Masculino	10	33%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

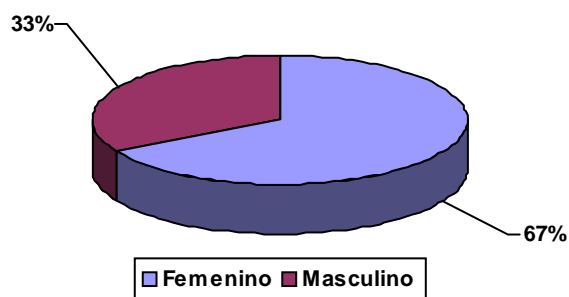


Gráfico 73: Distribución porcentual del género de turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El 67% por ciento de los turistas que asistió a este castillo fue el género femenino y el 33% era masculino.

Cuadro 29

Distribución absoluta y porcentual del estado civil de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Casado	15	50%
Soltero	12	40%
Viudo	2	7%
Divorciado (a)	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

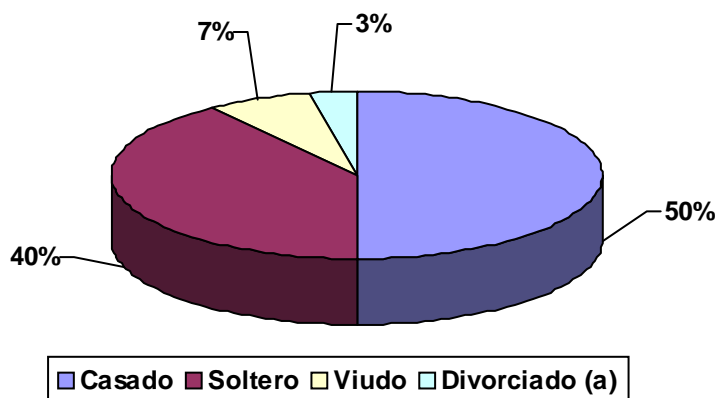


Gráfico 74: Distribución porcentual del estado civil de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El 50% de las personas que fueron al castillo son casadas, por lo general estos turistas iban con sus familias; el 40 % eran solteros, el 7% viudo y el 3% divorciados.

Cuadro 30
Distribución absoluta y porcentual de la edad de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
< 25	8	27%
25-30	0	0%
31-35	8	26%
36-40	6	20%
41-45	0	0%
46-50	2	7%
51-55	4	13%
56-60	2	7%
>61	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005

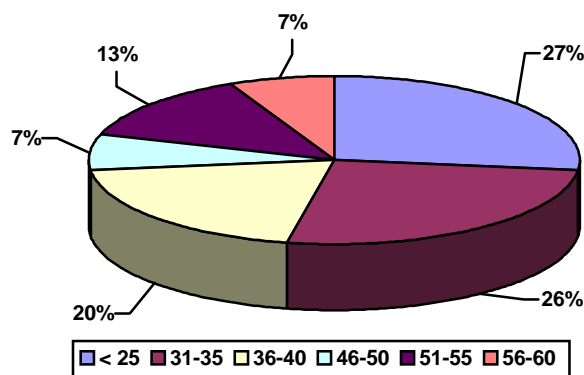


Gráfico 75: Distribución porcentual de la edad de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El turista nacional que visita este castillo es de diferentes edades, sin embargo los turistas menores de 25 años alcanzó el mayor porcentaje con un 27%, como se puede observar el turista que va al Castillo Santa Rosa es muy joven. En segundo lugar, aquellos turistas que su edad varía entre 31 y 35 años con un 26%, en tercer lugar, edades comprendida entre 36 y 40 años con un 20%, luego están aquellos turistas con avanzadas edades comprendidas entre 46-50, 56-60 años con un 7% cada uno y 51-55 años con un 13%.

Cuadro 31

Distribución absoluta y porcentual del nivel de ingreso de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
345.000 Bs.	4	13%
346.000-500.00 Bs.	2	7%
501.000-651.000 Bs.	3	10%
> 652.000 Bs.	17	57%
No Respondió	4	13%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

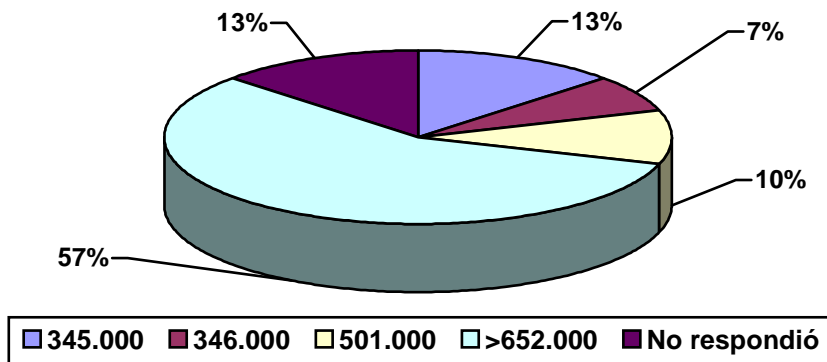


Gráfico 76: Distribución porcentual del nivel de ingreso de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El 57% de los turistas nacionales poseen un nivel de ingreso mayor de 652.000 Bs.; lo cual indica que estas personas son las que tienen más posibilidades de realizar viajes a otros lugares o por supuesto venir a la Isla de Margarita. El 13% de los turistas nacionales tiene un nivel de ingreso de 345. 000 Bs., un 13% no

contestó. El 10% de ellos con un nivel de ingreso entre 501.000- 651.000 Bs.; el 7% de los turistas nacionales poseen un nivel de ingreso entre 346.000-500.000 Bs.

Cuadro 32

Distribución absoluta y porcentual del motivo de viaje de los turistas nacionales que visitan la Isla de Margarita

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Visita Histórica- Cult.	5	17%
Salud	0	0%
Estudios	0	0%
Visitar amigos	1	3%
Vacaciones	10	33%
Sol y Playa	10	33%
Aventura	0	0%
Descanso	2	7%
Compras	2	7%
Gastronomía	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

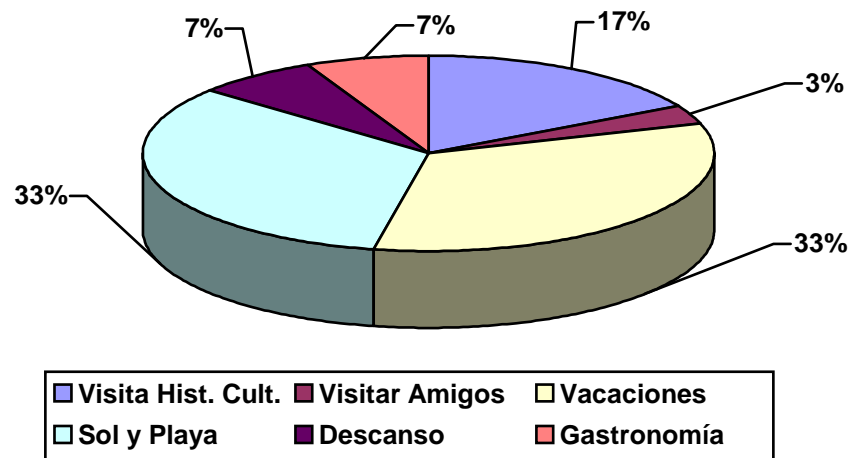


Gráfico 77: Distribución porcentual del motivo de viaje de los turistas nacionales que visitan la Isla de Margarita

El mayor porcentaje en los motivos de viaje a la Isla de Margarita corresponde con un 33% a las categorías: vacaciones, sol y playa, sin duda, que por ser temporada de vacaciones los turistas nacionales prefieren venir a la isla para vacacionar e ir a las playas; inmediatamente, el 17% lo obtuvo el motivo de: visita histórica- cultural, sucede pues, que los turistas nacionales le interesan conocer estos atractivos históricos que se encuentran en la isla, Así como también la cultura y su historia. También tenemos que los turista nacionales vienen a la isla para realizar compras y descansar, estas categorías obtuvieron un 7% y finalmente, los turistas vienen a visitar a sus amistades, este obtuvo un 3%.

Cuadro 33

Distribución absoluta y porcentual del motivo de visita de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Aprender acerca de su historia	12	40%
Estudios	0	0%
Por Trabajo	0	0%
Por su Arquitectura	8	27%
El paisaje	5	16%
Curiosidad	3	10%
Por otras Razones	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005

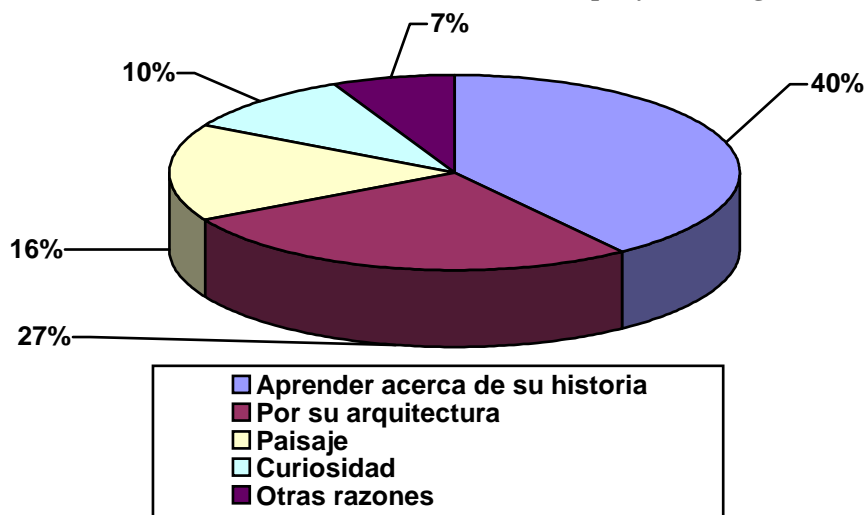


Gráfico 78: Distribución porcentual del motivo de visita de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Como se puede observar en el cuadro de distribución de frecuencia y en el gráfico porcentual, la razón por la cual visitan el Castillo Santa Rosa es para aprender acerca de su historia (40%), además de ello, con un 27% los turistas opinaron que les atrajo conocer su arquitectura. El 16% los motivos el paisaje que se observa desde el castillo y el 10% piensa que la curiosidad los indujo a conocer el lugar. Otros opinaron que visitaban el castillo por otras razones (7%), como por ejemplo: “llevar a su familia para que lo conocieran, o porque el castillo les traían recuerdos de la infancia”.

Cuadro 34

Distribución absoluta y porcentual del tiempo de permanencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
<15 Minutos	7	23%
15 Minutos	11	37%
Media Hora	10	33%
1 Hora	2	7%
>1 hora	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

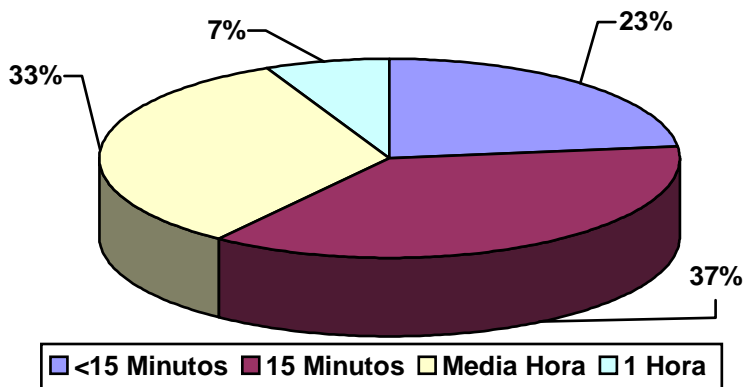


Gráfico 79: Distribución porcentual del tiempo de permanencia de los turistas nacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El 37% de los turistas nacionales permanecen en el castillo por 15 minutos, el 33% opinó que su permanencia y su recorrido en el castillo lo realizan en media hora. El 23% permanece menos de 15 minutos y el 7% una hora. Por lo general cuando los turistas realizan un tour completo, en el cual visitan diversos atractivos, su permanencia en el castillo Santa Rosa es de 15 minutos o menos de 15 minutos, ya que debe seguir el tour y poder tener el tiempo disponible para visitar los demás atractivos. Los turistas que permanecen más tiempo son aquellos que no vienen con tours.

Cuadro 35
Distribución absoluta y porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Primera Vez	16	53%
Segunda Vez	8	27%
Tercera Vez	5	17%
Mas de 3 veces	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo.2005.

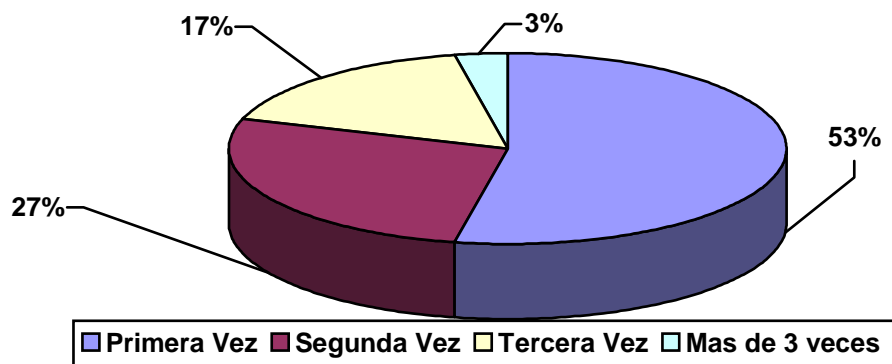


Gráfico 80: Distribución porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa

El 53% de los turistas nacionales visitó por primera vez el Castillo Santa Rosa, el 27% por segunda vez, el 17% por tercera vez y más de 3 veces con un 3%.

Cuadro 36

Distribución absoluta y porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista nacional acerca del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Guía Turístico	8	27%
Recomendaciones De familiares y amigos	8	27%
Folletos	3	10%
Revistas	1	3%
Libro de Historia	4	13%
Videos	3	10%
Comerciales en TV	0	0%
Periódicos o artículos	1	3%
Internet	0	0%
Otros Recursos	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

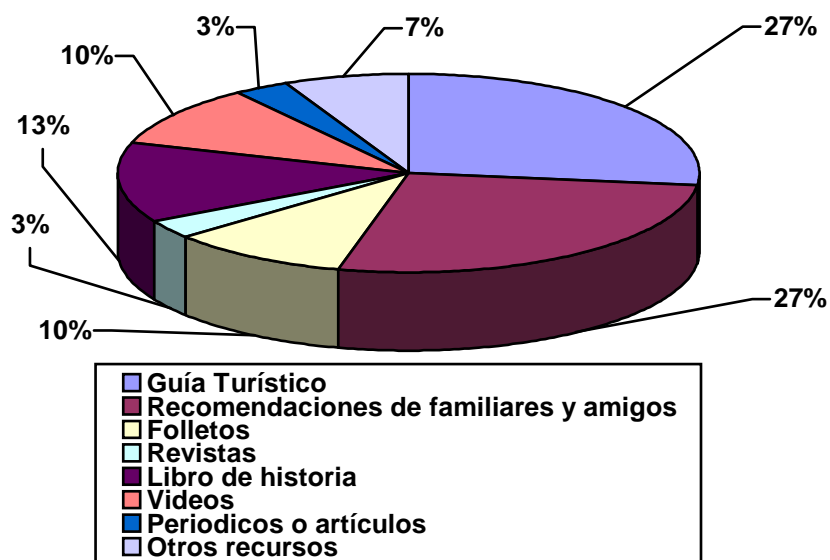


Gráfico 81: Distribución porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista nacional acerca del Castillo Santa Rosa

El 27% de los turistas afirmaron que por medio del guía turístico y recomendaciones de familiares y amigos fueron los medios por el cual obtuvieron información acerca del Castillo Santa Rosa; el 13% de los turistas obtuvo información del mismo por medio de los libros de historia. El 10% lo obtuvo a través de los folletos y videos, el 7% de los turistas lo obtuvo la información por medio de otros recursos, como los letreros en las vías o viajes anteriores realizados; y el 3% a través de revistas, periódico o artículos.

Cuadro 37

Distribución absoluta y porcentual de la forma de visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Solo	0	0%
Compañero (a)	6	20%
Con la Familia	10	34%
Con amigos	7	23%
En grupo	1	3%
Con el guía de turismo	4	13%
Con alguien más	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005

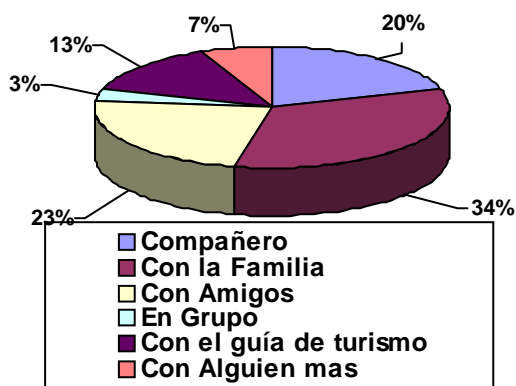


Gráfico 82: Distribución porcentual de la forma de visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa

La forma de visita de los turistas nacionales fue con la familia (34%). El 23% iba acompañado con amigos, el 20% estaba con un compañero (a), el 13% afirmó ir con el guía de turismo, el 7% asistió con alguien más y el 3% fue en grupo.

Cuadro 38

Distribución absoluta y porcentual del transporte utilizado por los turistas nacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
A pie	0	0%
Transporte Público	0	0%
Carro Propio	12	40%
Vehículo Alquilado	6	20%
Taxi	6	20%
Transporte Turístico	6	20%
Otros	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

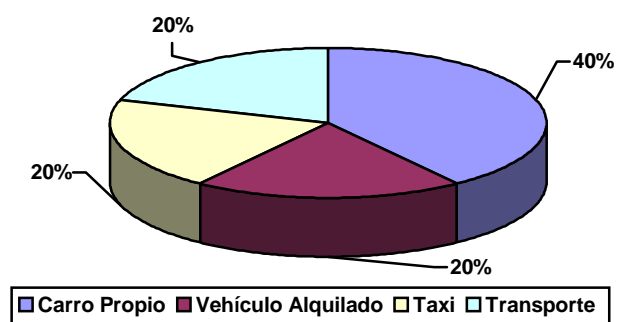


Gráfico 83: Distribución porcentual del transporte utilizado por los turistas nacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.

El transporte utilizado por el 40% de los turistas para llegar al Castillo Santa Rosa fue el carro propio. Por otro lado, el 20% prefirió usar vehículo alquilado, taxi y transporte turístico.

Cuadro 39

Distribución absoluta y porcentual de las actividades realizadas por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Esparcimiento	9	30%
Visita Cultural	13	43%
Deportivas	0	0%
Visita a Sitio Natural	3	10%
Asistencia a acontecimientos Programados	2	7%
No Respondió	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

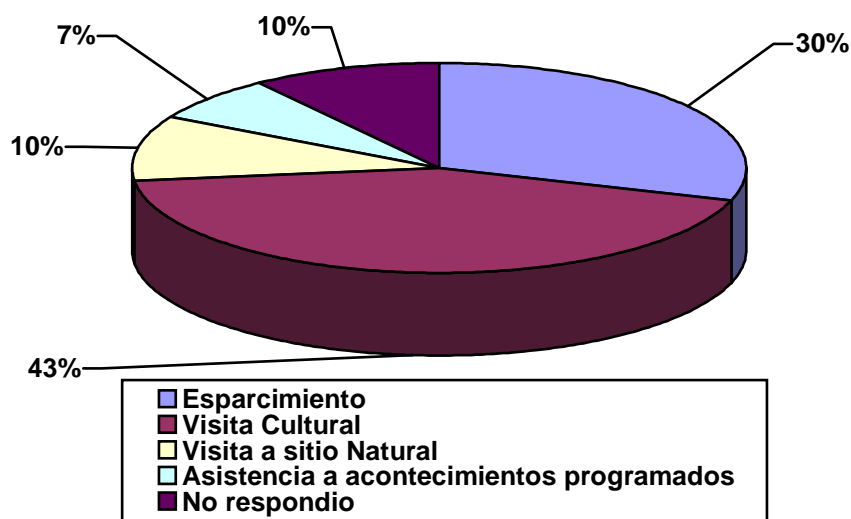


Gráfico 84: Distribución porcentual de las actividades realizadas por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa

El 43% de los turistas estuvieron de acuerdo que la actividad realizada en castillo fue visita cultural, por el contrario, el 30% de ellos opinó que la actividad realizada fue de esparcimiento. El 10% concluyó que fue una visita a sitio natural. Debe señalarse que algunos de los turistas al entrar al castillo, solo se dirigían observar el paisaje, en vez de admirar el atractivo como tal. Finalmente, el 7% de los turistas expresó que la actividad realizada fue asistencia a acontecimientos programados.

Cuadro 40

Distribución absoluta y porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Producto	0	0%
Cantidad	0	0%
No Respondió	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

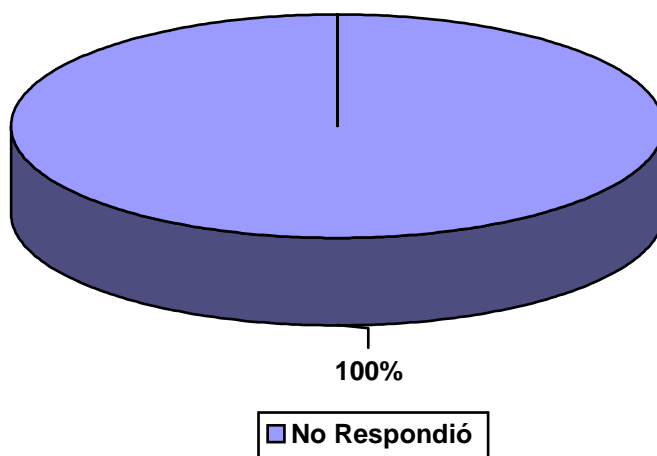


Gráfico 85: Distribución porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa

El 100% de los turistas nacionales no respondió, esto se debe a que en las instalaciones del castillo no existe nada que se pueda vender a los turistas como souvenir relacionado con el Castillo Santa Rosa.

Cuadro 41

Distribución absoluta y porcentual de las formas de impartir la información a los turistas nacionales dentro del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias	Frecuencias
	Absolutas	Relativas
Guía de Turismo	12	40%
Folletos	0	0%
Revistas	0	0%
Dramatizaciones	0	0%
Otros Recursos	0	0%
No contestó	18	60%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

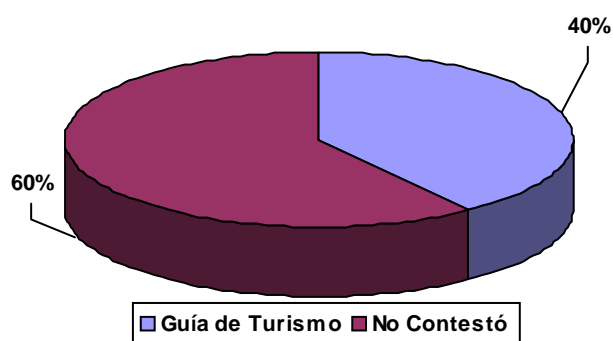


Gráfico 86: Distribución porcentual de las formas de impartir la información a los turistas nacionales dentro del Castillo Santa Rosa

El 60% de los turistas no contestó. Evidentemente, estos turistas no obtuvieron ninguna forma para impartirles la información dentro del castillo. En caso contrario, el 40% de los turistas recibieron información por parte de los guías de turismo, ya que seguramente estos turistas venían en tours y acompañados con sus guías particulares, en cambio, cuando el turista no viene con estos tours no recibía ningún tipo de información, ya que en el castillo no se cuenta ni con guías propios, ni material informativo, ni dramatizaciones, etc.

Cuadro 42

Distribución absoluta y porcentual de la información suministrada a los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	12	40%
No	16	53%
No Contestó	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo, 2005.

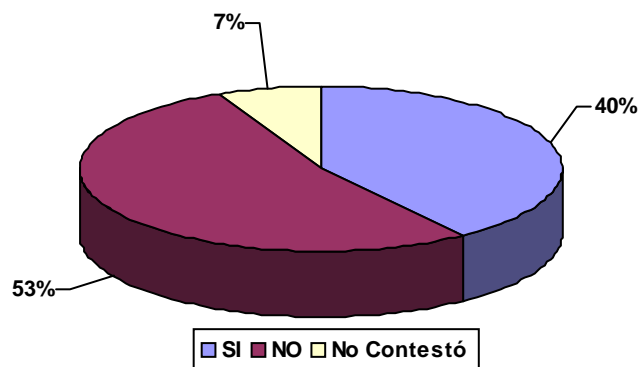


Gráfico 87: Distribución porcentual de la información suministrada a los turistas nacionales en el Castillo Santa Rosa

El 53% de los turistas no estuvo de acuerdo que la información suministrada dentro del castillo cubrió sus expectativas. Esto se explica por lo anteriormente señalado, pues los turistas afirmaron que: “ *no existen guías propios, ni ningún personal capacitado que relate los hechos históricos ocurridos, ni folletos, revistas ni fichas informativas sobre los pocos objetos allí encontrados dentro del castillo que permitan que el turista obtenga información del atractivo histórico*”. Ahora bien, el 40% indicó que la información suministrada dentro del castillo si cubrió sus expectativas. En este sentido se comprende que este porcentaje de turistas estaban acompañados con sus guías turísticos. El 7% no contestó esta pregunta.

Cuadro 43

Distribución absoluta y porcentual de cómo los turistas nacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Folletos	10	33%
Videos	5	17%
Forma Oral	13	43%
Otros Recursos	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

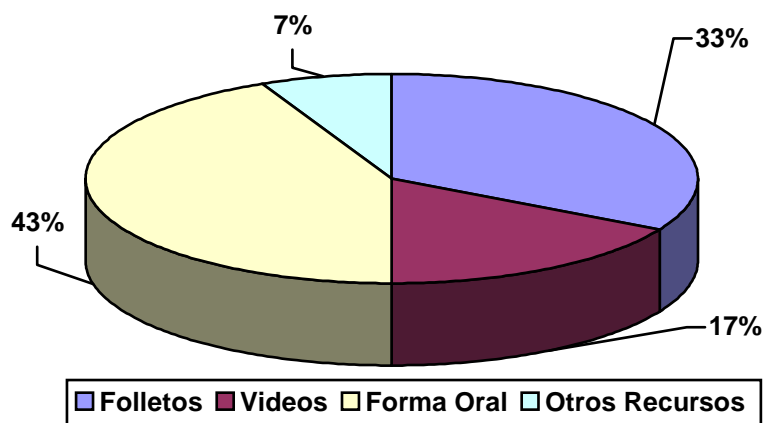


Gráfico 88: Distribución porcentual de cómo los turistas nacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa

El 43% de los turistas nacionales prefieren la forma oral para obtener la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa. El 33% lo prefiere por medio de folletos. El 17% les gustaría por medio de videos y el 7% opinó que: “*se debería utilizar otros recursos, como carteleras y periódicos*”.

Cuadro 44

Distribución absoluta y porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista nacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	6	20%
Buena	12	40%
Regular	7	24%
Mala	4	13%
Muy Mala	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

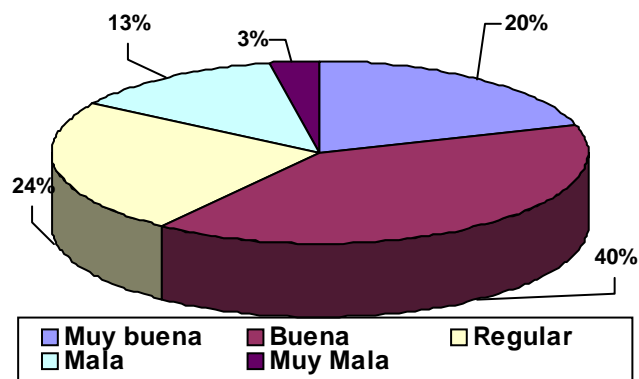


Gráfico 89: Distribución porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista nacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.

Con respecto a la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa acerca del mantenimiento, conservación y restauración, el 40% de los turistas opinó que es buena, el 24% de los turistas lo calificó como regular, el 20% considera que es muy buena; el 13% afirmó que es mala y el 3% cree que es muy mala.

Cuadro 45

Distribución absoluta y porcentual del pago de los turistas nacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencia	Frecuencias
	Absolutas	Relativas
Si	23	77%
No	6	20%
No Respondió	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

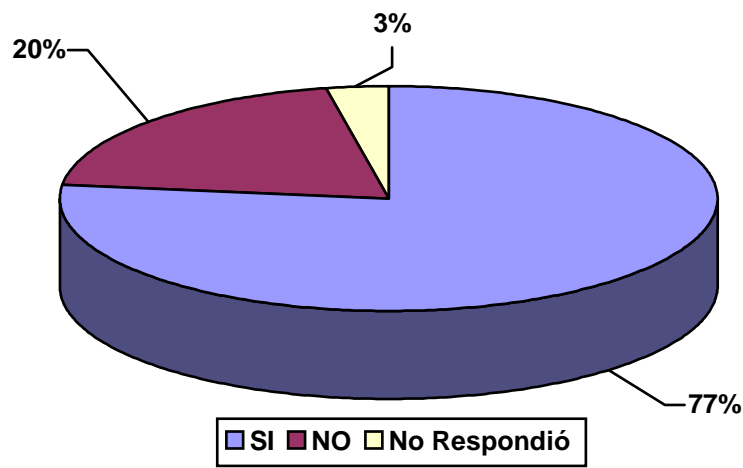


Gráfico 90: Distribución porcentual del pago de los turistas nacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa

El 77% de los turistas nacionales está de acuerdo en pagar una entrada para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del castillo. Dentro de las razones por la cual si pagarían esta entrada son las siguientes: (1) “Se necesita recursos económicos para mantenerlo en buen estado”. (2) “Para ayudar a fomentar el turismo”. (3) “Es un patrimonio histórico que se debe cuidar y preservar” (4) “Se debe restaurar con sentido común, a su estado anterior, no como esta actualmente donde colocaron pisos de esta época”. El 20% de los turistas no está de acuerdo en pagar esta entrada. Sus razones fueron las siguientes: (1) “Prefieren colaboración, los gastos lo debe cubrir el organismo encargado por velar su mantenimiento, conservación y restauración”. (2) “Nosotros los turistas no tenemos suficientes recursos económicos para cubrir esos gastos”. Por último, el 3% no respondió

Cuadro 46

Distribución absoluta y porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

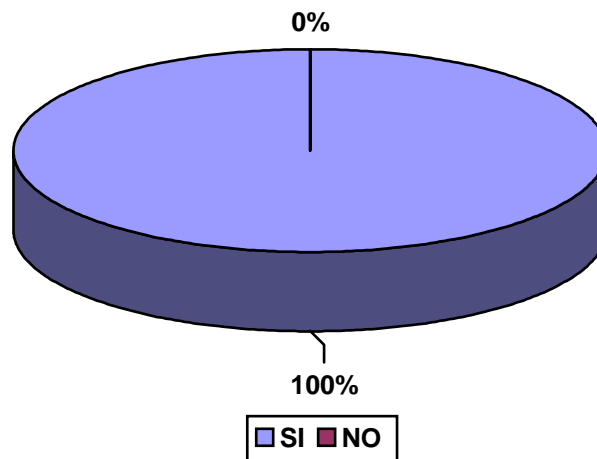


Gráfico 91: Distribución porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.

El 100% de los Turistas nacionales consideraron que el Castillo Santa Rosa es un atractivo turístico. Los turistas opinaron que lo consideran un atractivo turístico por estas razones: (1) “Es parte del patrimonio de Venezuela que todos debemos conocer para ser personas mas cultas”. (2) “Hay que sacarle provecho a lo nuestro”.

(3) “Es muy importante su historia”. (4) “Es una visita histórica”. (5) “Posee una vista panorámica hermosa y atractiva para el turista”. (6) “Es un monumento histórico del país y debería ser promocionado nuestra historia”.

Cuadro 47

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la promoción, durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	3	10%
Regular	3	10%
Mala	13	43%
Muy Mala	9	30%
No Contesto	2	7%
Total	30%	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

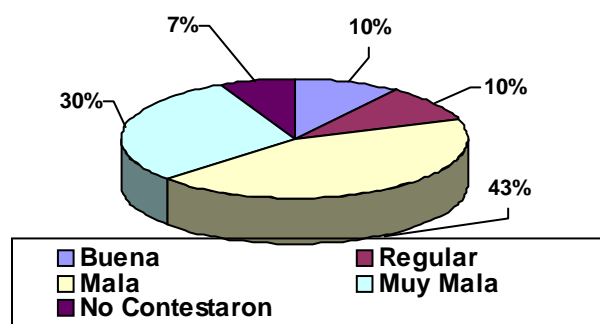


Gráfico 92: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la promoción, durante su visita al Castillo Santa Rosa

El 43% de los turistas opinaron que la promoción es mala. El 30% considera que es muy mala, el 10% piensa que es buena y regular y el 7% no contestaron.

Cuadro 48

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy Buena	0	0
Buena	0	0
Regular	4	13%
Mala	14	47%
Muy Mala	10	33%
No Contesto	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

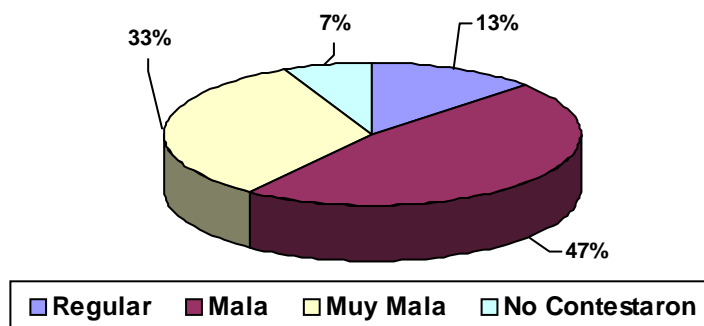


Gráfico 93: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa

El 47% de los turistas dice que los servicios públicos son malos, el 33% opinó que son muy malos, el 13% considera que es regular y el 7% no contestaron la pregunta. Cabe destacar que en el Castillo Santa Rosa posee un sanitario en mal estado, las tuberías dañadas, la recolección de la basura es deficiente, pues se observaron basura en los alrededores del castillo.

Cuadro 49

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a las vías de acceso durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	12	40%
Regular	9	30%
Mala	4	13%
Muy Mala	3	10%
No Contesto	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

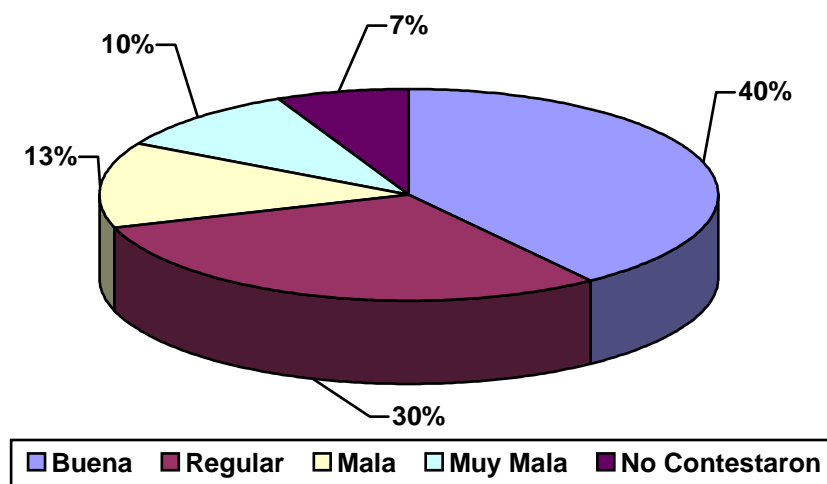


Gráfico 94: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a las vías de acceso durante su visita al Castillo Santa Rosa

Los turistas nacionales percibieron que las vías de acceso son buenas (40%). El 30% de los turistas opinó que son regulares, el 13% lo consideró mala, el 10% piensa que es muy mala y el 7% no contestó. En realidad, según las observaciones realizadas existen vías en buen estado, pero otras está en mal estado.

Cuadro 50

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	12	40%
Regular	9	30%
Mala	4	13%
Muy Mala	3	10%
No Contesto	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

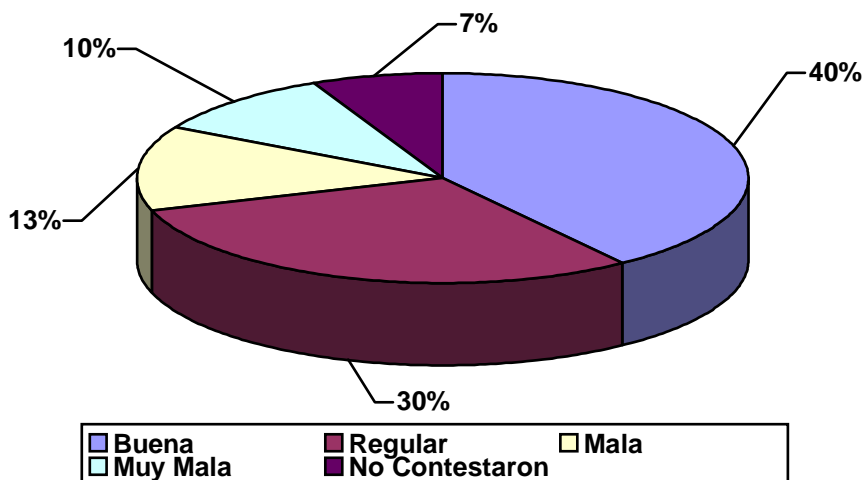


Gráfico 95: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a la señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa

El 40% de los turistas nacionales consideran que las señalizaciones turísticas se encuentran en buenas condiciones. Pero un 30% de los turistas indica que están en regulares condiciones. El 13% de los turistas opinan que están en malas condiciones, el 10% opinó que las mismas están en muy malas condiciones y el 7% de los turistas no respondieron esta pregunta.

Cuadro 51

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	0	0%
Regular	6	20%
Mala	10	33%
Muy Mala	12	40%
No contesto	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

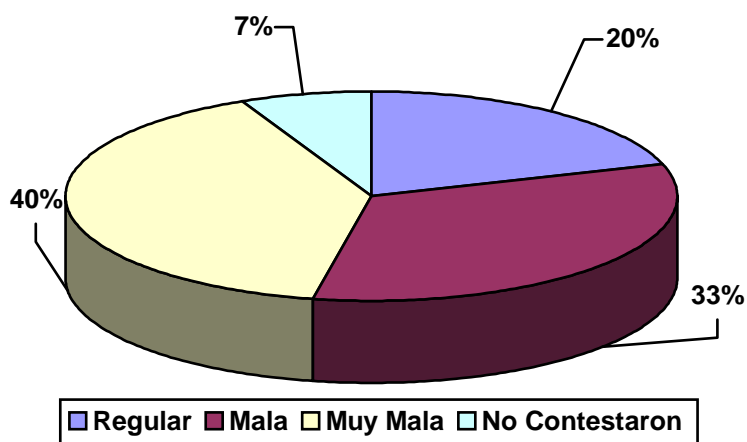


Gráfico 96: Distribución porcentual de la opinión de los turistas nacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa

El 40% de los turistas nacionales calificó como muy mala los servicios complementarios. Solo existe una venta de souvenirs, una venta de dulcería y bebida típica (tortas, besos y papelón con limón). Por otro lado, no existe un guía fijo en el castillo, no existe material informativo y no poseen transportes privados. También el 33% de los mismos opinaron que es mala. El 20% de los turistas nacionales lo considera regular y el 7% de ellos no respondió esta pregunta.

Cuadro 52

Distribución absoluta y porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Promoción	5	17%
Vías de Acceso	5	16%
Señalización Turística	3	10%
Servicios Públicos	6	20%
Servicios Complementarios	6	20%
Otros Servicios	5	17%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

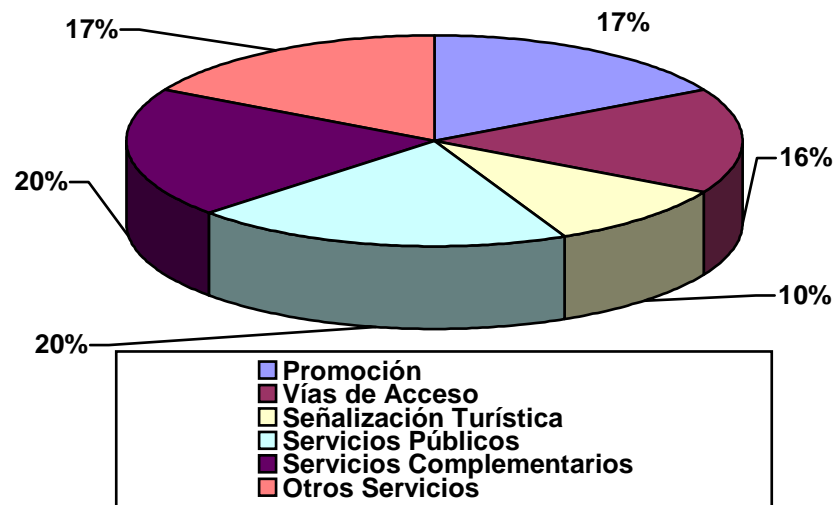


Gráfico 97: Distribución porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.

Los turistas recomendaron mejorar los servicios públicos y los servicios complementarios para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa con un 20% cada uno. Por otro lado, el 17% sugirió que se debe mejorar la promoción del castillo. Igualmente con el mismo porcentaje recomendaron mejorar otros servicios tales como: (1) “Eventos en el lugar”. (2) “El Horario debería ser mas temprano (7:00 a.m.)”. (3) “Presentación de objetos y restauración basándose en la época”. (4) “Exhibir los objetos que se encuentran en los salones cerrados”. (5) “Mantenimiento del Castillo y las áreas verdes”. El 16% indicó que se debe mejorar las vías de acceso y el 10% indicó mejorar la señalización turística.

Cuadro 53

Distribución absoluta y porcentual de quién organizó la visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Usted Mismo	17	57%
Una Agencia de Viaje	10	33%
Alguien más	2	7%
No Contestó	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

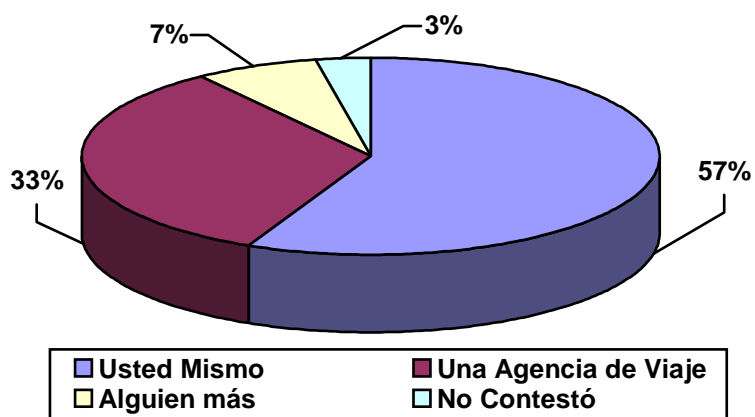


Gráfico 98: Distribución porcentual de quién organizó la visita de los turistas nacionales al Castillo Santa Rosa.

El 57% de los turistas organizó su propio viaje, mientras que el 33% organizaron su viaje a través de una agencia. El 7% de los turistas organizó su viaje por medio de alguna sobrina o algún compañero de estudio. Y el 3% no contestó la pregunta.

Cuadro 54

Distribución absoluta y porcentual de cuanto costó el tour.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
52.000 Bs.	15	50%
120.000 Bs.	6	20%
280.000 Bs.	6	20%
No Respondió	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

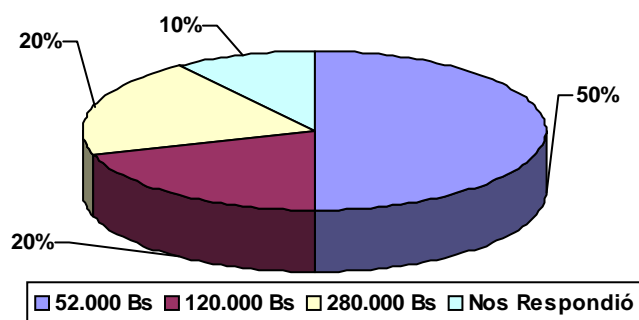


Gráfico 99: Distribución porcentual de cuanto costó el tour.

El 50% de los turistas afirmó que el tour costó 52.000 Bs. El 20% de los mismos dice que el precio del tour es de 120.000 o 280.000 Bs. y el 10% de los turistas no respondió esta pregunta.

Cuadro 55

Distribución absoluta y porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.

Categorías	Frecuencias	Frecuencias
	Absolutas	Relativas
Si	2	7%
No	6	20%
No Respondió	22	73%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

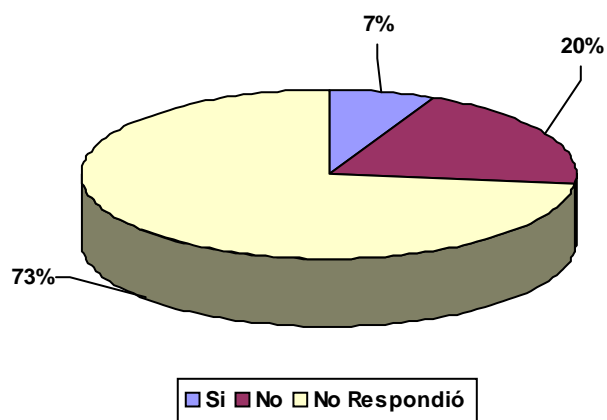


Gráfico 100: Distribución porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.

El 73% de los turistas no contestó esta pregunta. El 20% de los turistas respondieron que este tour no solo incluye visitas a los lugares y monumentos históricos. “Estos tours incluyen: visitas a las playas, al Museo Marino, Centros Comerciales, Laguna de la Restinga, etc.”. Otros tour solo incluyen visitas a los lugares y monumentos históricos este obtuvo un 7%.

Cuadro 56

Distribución absoluta y porcentual si este tour incluye el servicio de guía.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	15	50%
No	0	0
No Respondió	15	50%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

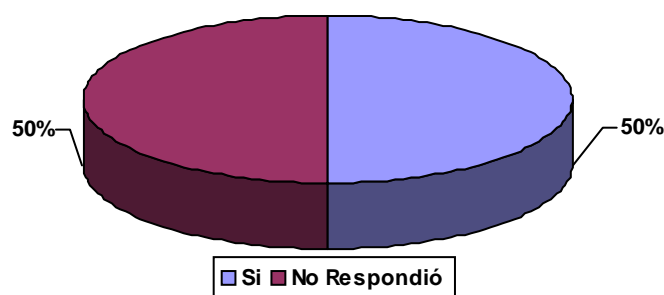


Gráfico 101: Distribución porcentual si este tour incluye el servicio de guía.

El 50% de los turistas indicó que si contaban con el servicio de guía. Y la otra mitad (50 %) no respondieron esta pregunta.

Cuadro 57

Distribución absoluta y porcentual de como considera el servicio de guía.

Categorías	Frecuencias	Frecuencias
	Absolutas	Relativas
Muy Bueno	20	67%
Bueno	0	0%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Muy Mala	0	0%
No Contestó	10	33%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

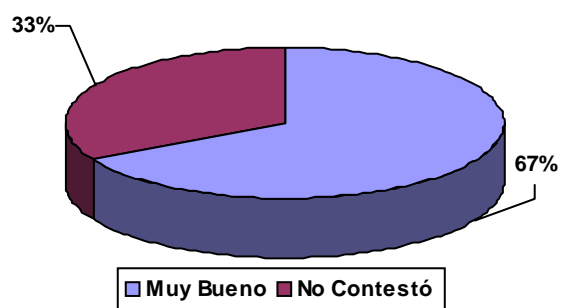


Gráfico 102: Distribución porcentual de como considera el servicio de guía.

El 67% de los turistas opinó que el servicio de guía es muy bueno y el 33% no respondió esta pregunta.

Cuadro 58

Distribución absoluta y porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista nacional en este lugar.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Representaciones de teatros histórico lo cual fueron relevante en este lugar	9	30%
Música y danza típica relacionada con el castillo	5	17%
Recitales Poéticos	5	17%
Exposición de arte	7	23%
Gastronomía	3	10%
Otros: Exposición de Artefactos de la época	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

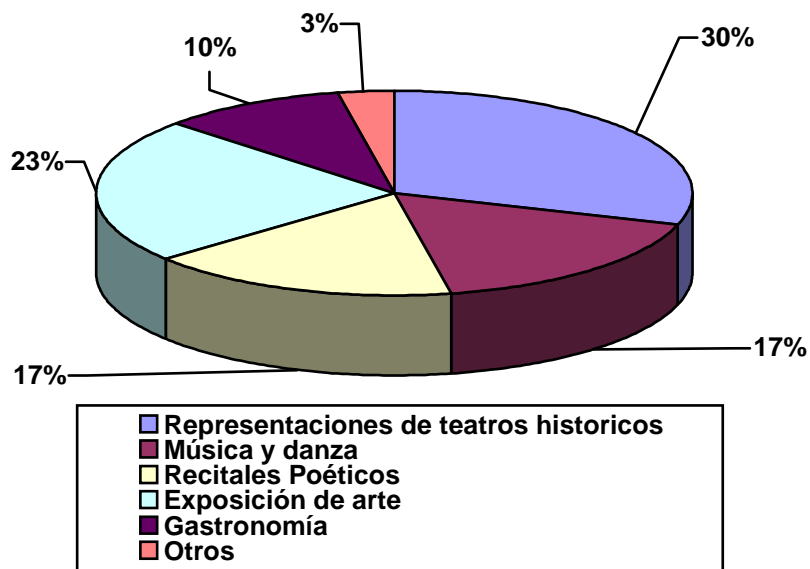


Gráfico 103: Distribución porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista nacional en este lugar.

El 30% de los turistas opina que preferiría ver actividades como representaciones de teatro históricos. Con el 23%, los turistas les gustaría que en el castillo realizaran exposiciones de arte. El 17% le atrajo la idea de ver y escuchar música, danza típica y recitales poéticos. El 10% prefiere la gastronomía típica y el 3% le gustaría ver exposiciones de artefactos de la época.

Cuadro 59

Distribución absoluta y porcentual si los turistas nacionales le gustaría volver a este lugar.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	24	80%
No	2	7%
No Contestó	4	13%
Total	30	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

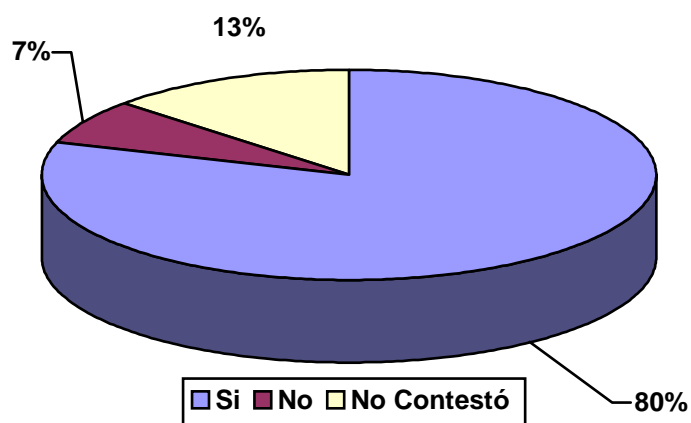


Gráfico 104: Distribución porcentual si los turistas nacionales le gustaría volver a este lugar.

El 80% de los turistas le gustaría volver a visitar el Castillo Santa Rosa. Los motivos por los cuales les gustaría volver son las siguientes: (1) “Para verificar el cambio y las mejoras que se vayan a realizar al mismo”. (2) “Para poder comprobar si los objetos de la época estas siendo exhibidos”. (3) “Para conocer más acerca de su historia”. (4) “Por su hermoso paisaje”. (5) “Porque es tradición y cultura”. El 13% no contestó y el 7% no le gustaría volver al Castillo. Las razones por la cual no les gustaría volver son: (1) “Lo pudo apreciar en este viaje”. (2) “Volvería si hubiera más diversidad de cosas que admirar”.

Recomendaciones del Turista Nacional para Mantener este Lugar Histórico en Mejores Condiciones

- Realizar su restauración para habilitar todos los espacios.
- Mantenimiento y conservación continúa de su estructura física antigua con el fin que permanezca en buen estado.
- Cobro de un pequeño monto en la entrada al castillo y que incluya un folleto.
- Crear un fondo y recaudar los recursos económicos por parte del estado.
- Mostrar los cuadros y los objetos de la época que está guardados.
- Abrir el resto de los salones cerrados.

- Exhibir vestuarios típicos de la época.
- Exhibir a personas vestida con ropa de la época.
- Colocar recolectores de basura en el área externa e interna con estructura típica de la época.
- Colocar larga vistas para admirar el paisaje que se observa desde el castillo, especificando lo que se ve.
- No permitir que la gente entre con comida ni bebida al castillo.
- Promocionar más al castillo.
- Realizar campañas de concientización para que las personas no boten basura en el entorno.
- Ofrecer información al turista.
- Proporcionar folletos.
- Uniformar al personal con vestimenta de la época.

- Ofrecer el servicio sanitario.
- Incorporar guías que permitan dar información de la historia del castillo.
- Aseo en las áreas verdes.
- Asesoría con expertos para la restauración del castillo a su estado original.
- Limpieza diaria dentro del castillo.
- Crear un buzón de sugerencias para el turista nacional e internacional y tomarlas en cuenta para su mejoramiento.
- Organización de eventos y exposiciones para promocionar al castillo.
- Colocar un buen cofre donde se pueda depositar el dinero.

Perfil Internacional

Cuadro 60

Distribución absoluta y porcentual del lugar de procedencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Holanda	9	22%
Alemania	7	17%
Colombia	5	13%
Inglaterra	3	8%
Argentina	2	5%
Suiza	2	5%
Luxemburgo	2	5%
Bélgica	2	5%
Reino Unido	2	5%
El Salvador	1	3%
Puerto Rico	1	3%
Brasil	1	3%
Canadá	1	3%
Irlanda	1	3%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005

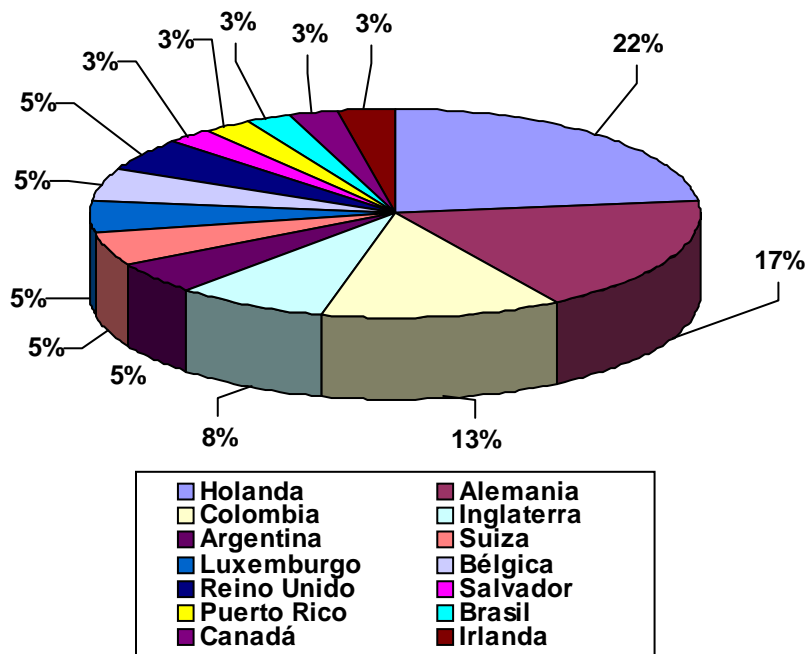


Gráfico 105: Distribución porcentual del lugar de procedencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El lugar de mayor procedencia de turista lo alcanzó Holanda con un 22%, seguidamente Alemania con 17%, Colombia con un 13%, Inglaterra con un 8%, Argentina, Suiza, Luxemburgo, Bélgica, Reino Unido con un 5%, El salvador, Puerto Rico, Brasil, Canadá, Irlanda con un 3%.

Cuadro 61
Distribución absoluta y porcentual de la profesión y ocupación de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Azafata	4	10%
Piloto	2	5%
Profesor	8	21%
Carpintero	1	3%
Químico Orgánico	1	3%
Estudiante	7	18%
Agente de Seguridad	1	2,5%
Químico	1	2,5%
Pastor	1	2,5%
Artista	1	2,5%
Obrero	4	10%
Abogado	1	2,5%
Director	1	2,5%
Asesor Financiero	1	2,5%
Operador Turístico	1	2,5%
Jubilados	2	5%
Ing. Civil	1	2,5%
Asistente de alta gerencia	1	2,5%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

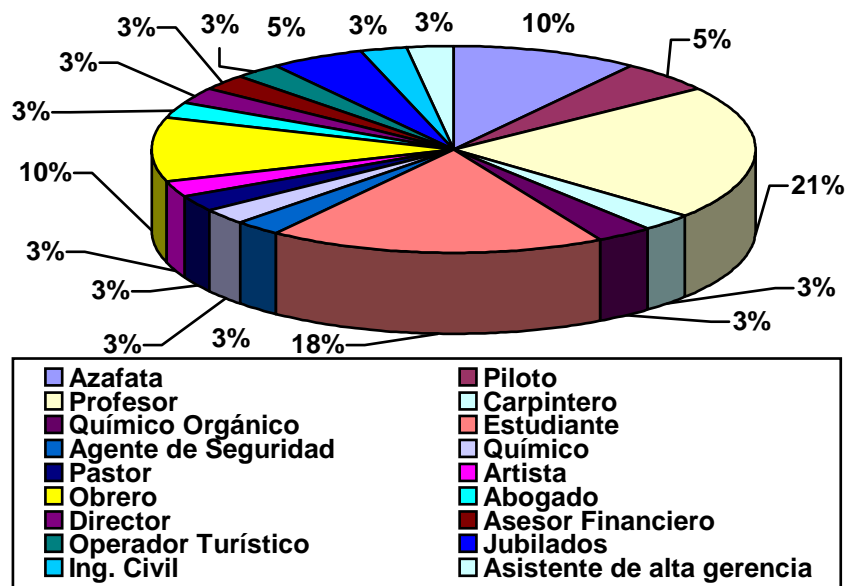


Gráfico 106: Distribución porcentual de la profesión y ocupación de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

La profesión u ocupación de los turistas internacionales es variado, pero se pudo comprobar que los educadores están dentro del mayor porcentaje con un 21%, seguidamente los estudiantes (18%), luego con un 10% las azafatas y los obreros. Con un 5% se ubican los pilotos y los jubilados y finalmente con un 3% el resto de la profesiones.

Cuadro 62
Distribución absoluta y porcentual del nivel educativo de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Primaria	0	0
Secundaria	5	13%
Técnico	5	13%
Universitario	29	74%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

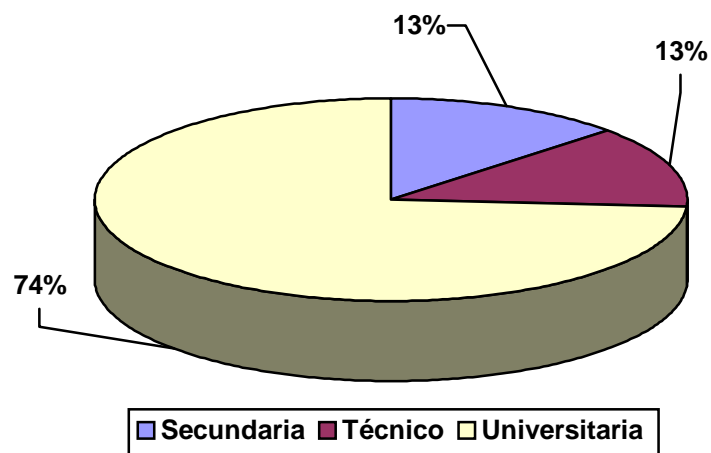


Gráfico 107: Distribución porcentual del nivel educativo de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El 74% de los turistas internacionales que visitó el Castillo Santa Rosa tiene un nivel de educación de: Universitario. Y un 13% lo ocuparon los niveles de secundaria y técnico (13%).

Cuadro 63

Distribución absoluta y porcentual del género de turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Masculino	21	54%
Femenino	18	46%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

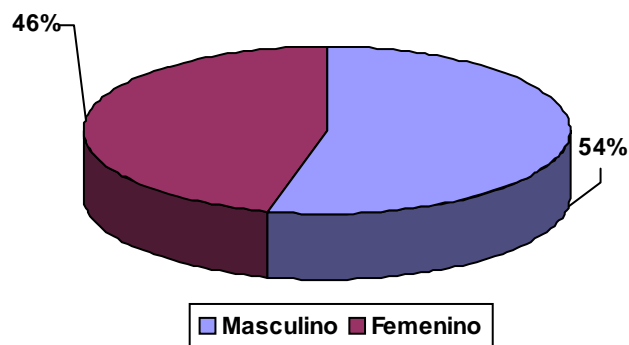


Gráfico 108: Distribución porcentual del género de turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El 54% de los turistas internacionales que llegaron al castillo fueron hombres, todo lo contrario del perfil nacional donde hubo mayor porcentaje de mujeres que hombres. En cambio, el porcentaje de mujeres en este perfil fue de 46%.

Cuadro 64

Distribución absoluta y porcentual del estado civil de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Soltero	16	42%
Casado	15	38%
Divorciado	6	15%
Viudo (a)	2	5%
Total		100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

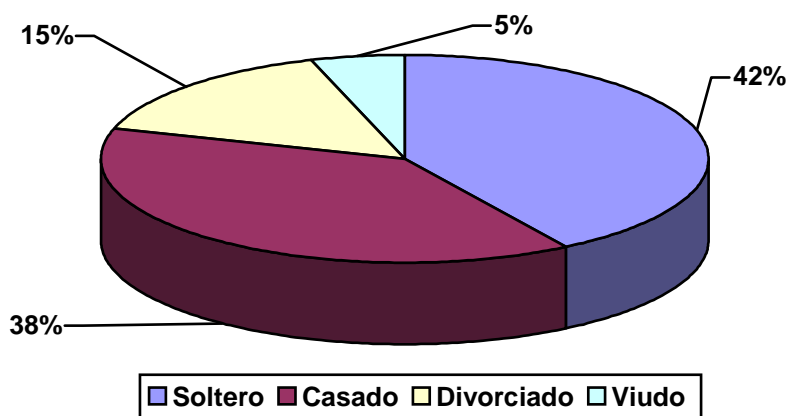


Gráfico 109: Distribución porcentual del estado civil de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El estado civil con mayor porcentaje fue: soltero con un 42%, por otro lado el 38% de los turistas eran casados, el 15% de los mismos era divorciado y el 5% viudo.

Cuadro 65
Distribución absoluta y porcentual de la edad de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
< 25	8	21%
25-30	4	10%
31-35	2	5%
36-40	5	13%
41- 45	6	15%
46-50	5	13%
51-55	2	5%
56-60	3	8%
>61	4	10%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

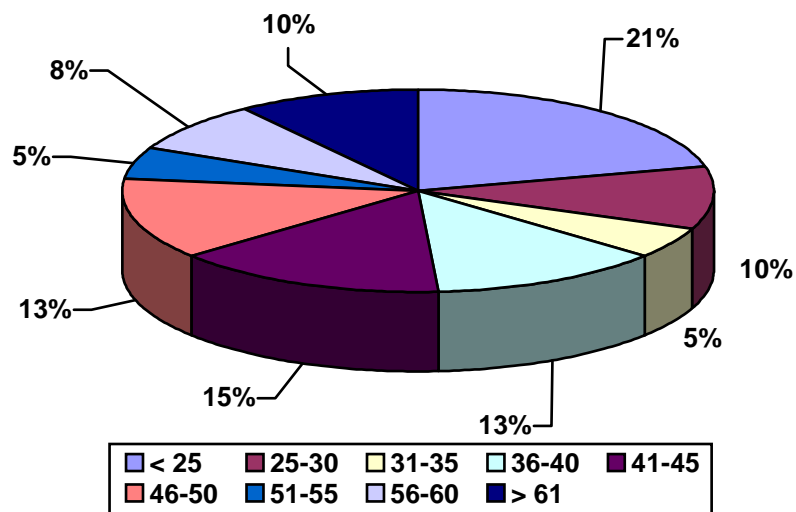


Gráfico 110: Distribución porcentual de la edad de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El turista internacional que visita dicho atractivo presenta edades diferentes. El 21% son turistas menores de 25 años, el 15% turistas con edades comprendidas entre 31- 35 años; el 13% con edades entre 36- 40 años. El 10% aquellos turistas que su edad varia entre los 41-45 y mayores de 61; el 8% con edades de 56-60 y un 5% con 51-55.

Cuadro 66
Distribución absoluta y porcentual del nivel de ingreso de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Menos de 10,000 \$ (21,459,227)	3	8%
Entre 10,000 y 20,000 \$ (42,918,455)	0	0%
Entre 20,000 y 30,000 \$ (64,377,682)	1	2%
Entre 30,000 y 40,000 \$ (85,836,910)	3	8%
Entre 40,000 y 50,000 \$ (107,296,137)	4	10%
Mas de 50,000 \$	9	23%
No respondieron	19	49%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

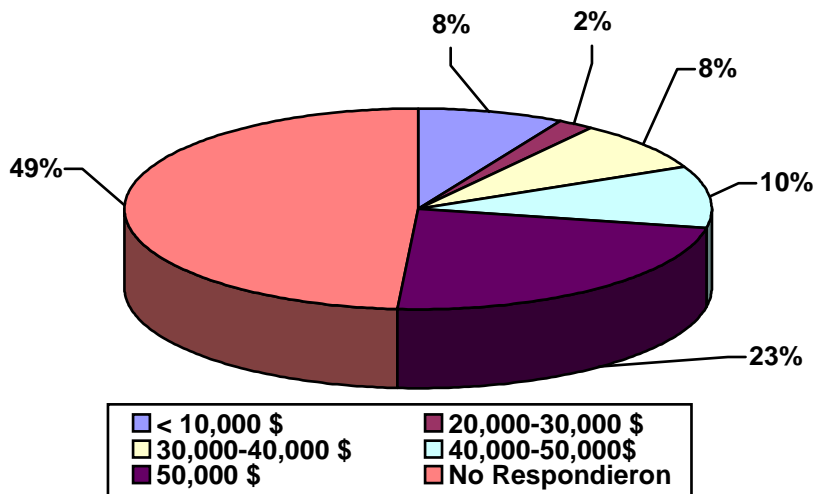


Gráfico 111: Distribución porcentual del nivel de ingreso de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El 49% de los turistas no respondieron esta pregunta. La mayoría de los turistas internacionales evitan este tipo de preguntas. Un 23% tiene un nivel de ingreso de 50,000 \$; el 10% entre 40,000- 50,000 \$. El 8% tiene un nivel menor de 10,000 \$ y entre 30,000-40,000 \$ y el 2% entre 20,000-30,000 \$.

Cuadro 67
Distribución absoluta y porcentual del motivo de viaje de los turistas internacionales que visitan la Isla de Margarita

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Por Trabajo	2	5%
Por Salud	1	3%
Visita Histórica-Cultural	5	12%
Sol y Playa	10	25%
Vacación	15	37%
Por Aventura	1	3%
Visitar Amigos	1	3%
Estudios	1	3%
Descanso	1	3%
Gastronomía	1	3%
Compras	1	3%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

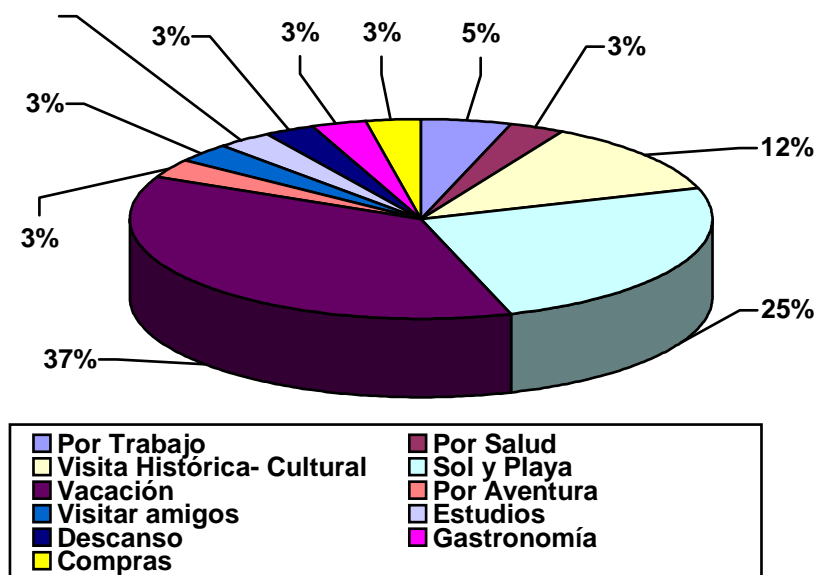


Gráfico 112: Distribución porcentual del motivo de viaje de los turistas internacionales que visitan la Isla de Margarita

Los Turista internacionales viajaron a la isla de margarita a disfrutar de sus vacaciones (37%). Mientras que el 25% los motivó el sol y la playa para venir a la isla, el 12% le intereso viajar para realizar las visitas históricas- culturales; el 5% fue por motivo de trabajo y el 3% por salud, por aventura, visitar amigos, estudios, descanso, gastronomía y compras.

Cuadro 68

Distribución absoluta y porcentual del motivo de visita de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Aprender acerca de su historia	24	62%
Por Trabajo	2	5%
Curiosidad	6	15%
Por su Arquitectura	4	10%
Paisaje	2	5%
Estudios	1	3%
Por otras razones	0	0%
Total		100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

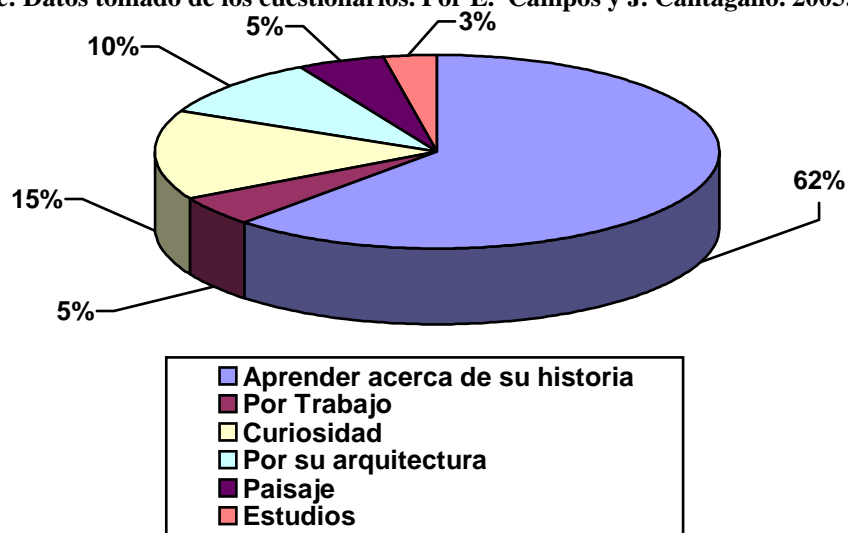


Gráfico 113: Distribución porcentual del motivo de visita de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Uno de los motivos por el cual el turista internacional visitó el Castillo Santa Rosa fue para aprender acerca de su historia (62%), el 15% de los turistas han ido al castillo solo por curiosidad; el 10% le agrado la idea de visitarlo por su arquitectura. Un 5% visitó el castillo por motivos de trabajo o por el paisaje que se observa desde el castillo y un 3% se dirigió al mismo por razones de estudio.

Cuadro 69

Distribución absoluta y porcentual del tiempo de permanencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
< 15 minutos	3	7%
15 minutos	27	69%
Media Hora	8	21%
1 hora	1	3%
> 1 hora	0	0%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

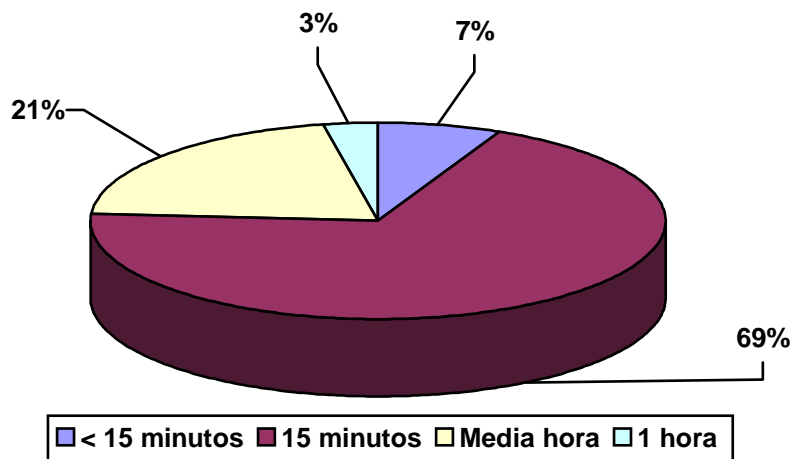


Gráfico 114: Distribución porcentual del tiempo de permanencia de los turistas internacionales que visitan el Castillo Santa Rosa

El tiempo de permanencia con mayor porcentaje lo alcanzo los 15 minutos con un 69%. Seguidamente, el 21% de los turistas internacional permaneció en el castillo por media hora. El 7% de los mismos permaneció menos de 15 minutos y el 3% estuvo por una hora.

Cuadro 70

Distribución absoluta y porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Primera vez	34	86%
Segunda vez	3	8%
Tercera vez	1	3%
> 3 veces	1	3%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

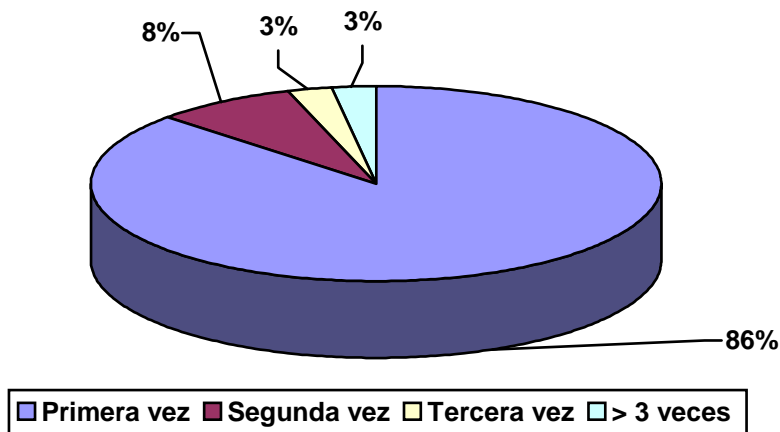


Gráfico 115: Distribución porcentual de la frecuencia de visitas de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa

El 86% visitó por primera vez este castillo. El 8% lo estaba visitando por segunda vez y el 3% por tercera vez o más de tres veces.

Cuadro 71

Distribución absoluta y porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista internacional acerca del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias	Frecuencias
	Absolutas	Relativas
Guía de turismo	22	55%
Recomendaciones de familiares y amigos	9	23%
Revistas	3	8%
Folletos	2	5%
Libros de Historia	1	3%
Videos	1	3%
Comerciales en TV	1	3%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

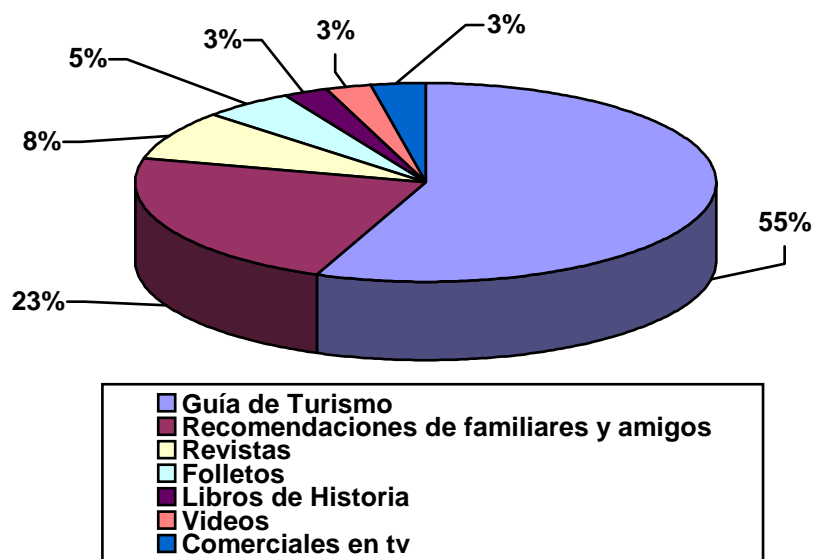


Gráfico 116: Distribución porcentual del medio por el cual obtuvo información el turista internacional acerca del Castillo Santa Rosa

El medio por el cual obtuvieron mayor información acerca del Castillo Santa Rosa fue a través del guía de turismo con un 55%; el 23% los obtuvo por medio de las recomendaciones de familiares y amigos. El 8% a través de revistas, el 5% por medio de folletos y el 3% por libros de historia, videos y comerciales en TV.

Cuadro 72
Distribución absoluta y porcentual de la forma de visita de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
En grupo	12	30%
Con amigos	10	26%
Con la familia	10	26%
Compañero (a)	7	18%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

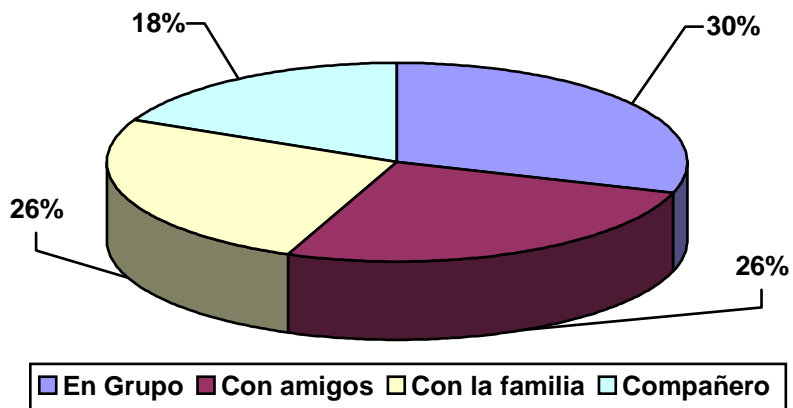


Gráfico 117: Distribución porcentual de la forma de visita de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa

La forma de visita en los turistas internacionales fue en grupo con un 30%. Por otro lado, el 26% estaban con sus amigos, con la familia y el 18% con su compañero (a).

Cuadro 73

Distribución absoluta y porcentual del transporte utilizado por los turistas internacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
A pie	0	0%
Transporte Público	0	0%
Carro propio	0	0%
Vehículo Alquilado	9	23%
Taxi	3	8%
Transporte Turístico	27	69%
Otros	0	0%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

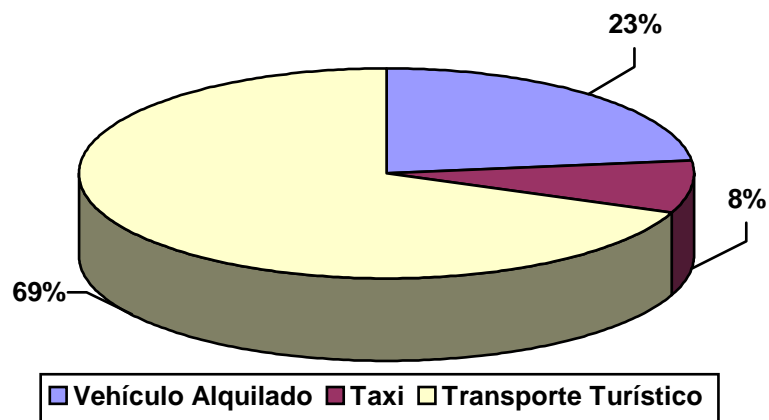


Gráfico 118: Distribución porcentual del transporte utilizado por los turistas internacionales para llegar al Castillo Santa Rosa.

El transporte turístico fue el medio más utilizado por los turistas para acceder al Castillo Santa Rosa (69%); el 23% utilizaron vehículo alquilado y el 8% llegaron por medio del taxi.

Cuadro 74

Distribución absoluta y porcentual de las actividades realizadas por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Esparcimiento	0	0%
Visita cultural	27	69%
Deportivas	1	3%
Visitas a sitios naturales	9	23%
Asistencia a acontecimientos programados	0	0
No Respondió	2	5%
	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

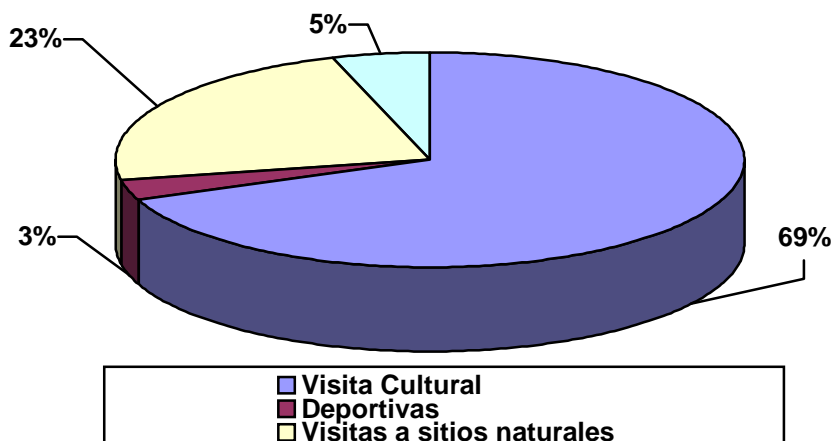


Gráfico 119: Distribución porcentual de las actividades realizadas por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa

Un 69% de los turistas opinaron que la actividad realizada en el castillo fue una visita cultural. Pero por el contrario, un 23% estuvo de acuerdo que realizaron una visita a sitio natural. A igual que en el perfil nacional, algunos de los turistas internacionales solo admiraban el paisaje desde el castillo y no el castillo en sí. El 5% fue actividades deportivas y el 3% de ellos no respondió.

Cuadro 75

Distribución absoluta y porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
No Respondió	39	100%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.



Gráfico 120: Distribución porcentual del gasto y el producto adquirido por los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa.

El 100% de los turistas no respondió esta pregunta. Esto se explica pues, en las instalaciones del castillo no existe ninguna venta de souvenir relacionado con el atractivo histórico.

Cuadro 76

Distribución absoluta y porcentual de las formas de impartir la información dentro del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Guía de Turismo	34	87%
No Respondió	5	13%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

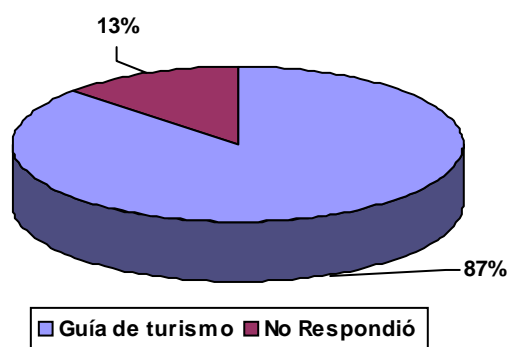


Gráfico 121: Distribución porcentual de las formas de impartir la información dentro del Castillo Santa Rosa

Los turistas internacionales recibieron la información del atractivo por medio del guía de turismo (87%) y el 13% no contestó dicha pregunta. Por lo general, los turistas vienen en tours con sus guías particulares que les dan la información del atractivo.

Cuadro 77

Distribución absoluta y porcentual de la información suministrada a los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa cubrió sus expectativas

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativa
Si	24	62%
No	11	28%
No Respondió	4	10%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

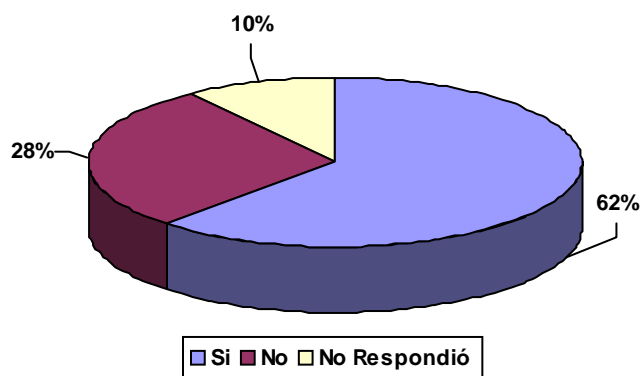


Gráfico 122: Distribución porcentual de la información suministrada a los turistas internacionales en el Castillo Santa Rosa cubrió sus expectativas

El 62% de los turistas opinó que la información suministrada dentro del castillo si cubrió sus expectativas. En caso contrario, el 28% de los turistas estuvo de acuerdo que la información suministrada no cubrió sus expectativas y el 10% de ellos no respondió.

Cuadro 78

Distribución absoluta y porcentual de cómo los turistas internacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Folletos	6	15%
Videos	9	23%
Forma Oral	21	54%
Otros Recursos	0	0
No Respondió	3	8%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

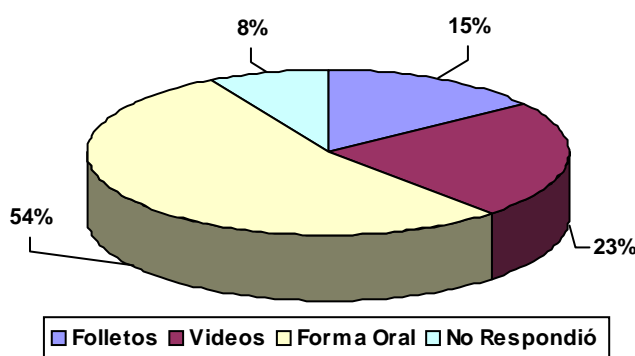


Gráfico 123: Distribución porcentual de cómo los turistas internacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa

Los turistas internacionales prefieren la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa por medio de: forma oral (54%); el 23% a través de videos; el 15% les gustaría folletos y el 8% no respondió.

Cuadro 79

Distribución absoluta y porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista internacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	9	23%
Buena	19	48%
Regular	9	23%
Mala	1	3%
Muy Mala	0	0%
No Respondió	1	3%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

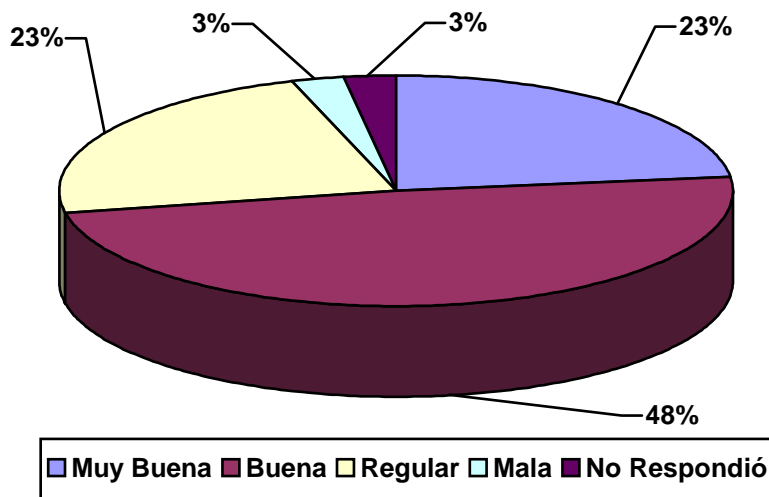


Gráfico 124: Distribución porcentual de la impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa al turista internacional con respecto al mantenimiento, conservación y restauración.

Los turistas internacionales que visitaron el Castillo Santa Rosa consideran como buena el mantenimiento, conservación y restauración del mismo (48%); un 23% lo calificó como muy buena, el otro 23% indicó que es regular, el 3% piensa que es mala y el resto (3%) no respondió.

Cuadro 80

Distribución absoluta y porcentual del pago de los turistas internacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	26	67%
No	9	23%
No Respondió	4	10%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

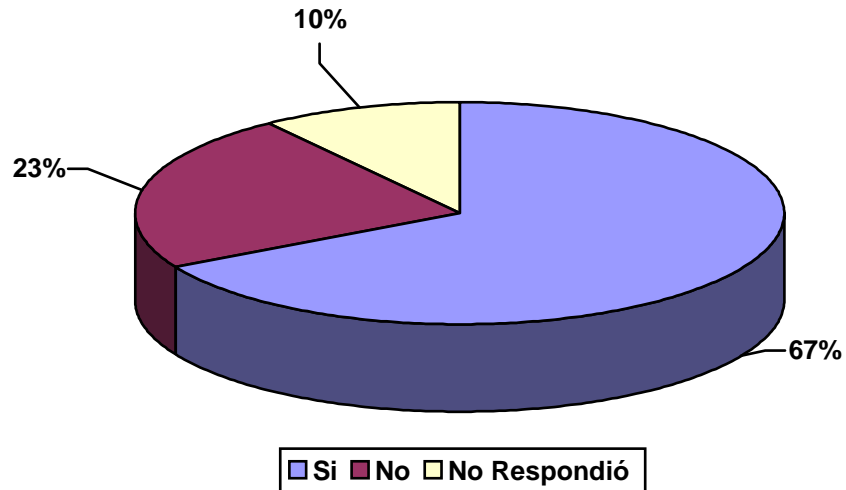


Gráfico 125: Distribución porcentual del pago de los turistas internacionales para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa

El 67% de los turistas si pagarían una entrada para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del mismo; el 23% no está de acuerdo en pagar la entrada con este fin y el 10% no respondió.

Cuadro 81
Distribución absoluta y porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	32	82%
No	5	13%
No Respondió	2	5%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

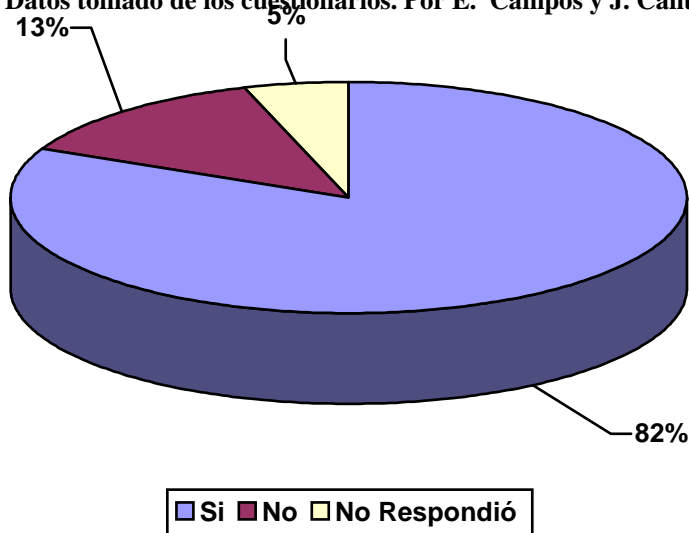


Gráfico 126: Distribución porcentual si consideran al Castillo Santa Rosa como un atractivo turístico.

La gran mayoría de los turistas internacionales estuvieron de acuerdo que el Castillo Santa Rosa es un atractivo turístico (82%). Estos turistas opinaron que “Este castillo es un atractivo turístico ya que es un sitio histórico y tiene un hermoso paisaje”; el 13% opinó lo contrario y el 5% no respondió.

Cuadro 82

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a la promoción durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Bueno	0	0%
Bueno	5	12%
Regular	10	26%
Mala	4	10%
Muy Mala	10	26%
No Respondió	10	26%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

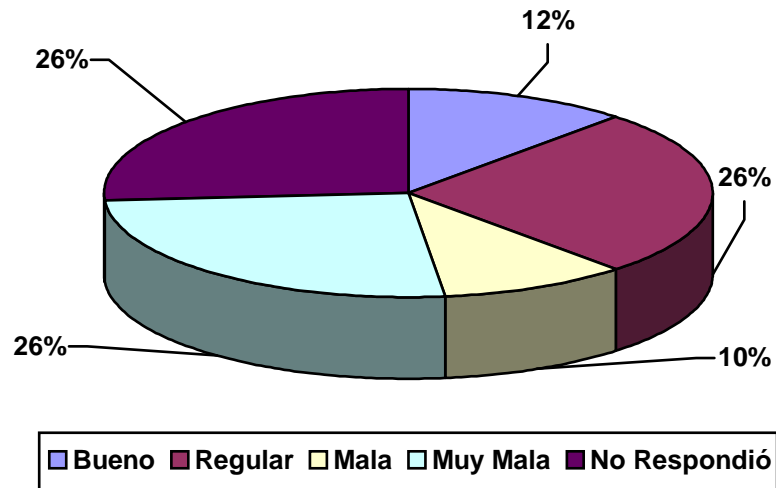


Gráfico 127:: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a la promoción durante su visita al Castillo Santa Rosa

Un 26% opinó que la promoción es regular, el otro 26% indicó ser muy mala y un 26% no respondió. El 12% es bueno y lo consideró como mala.

Cuadro 83

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	0	0%
Regular	6	15%
Mala	7	18%
Muy Mala	16	41%
No Respondió	10	26%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

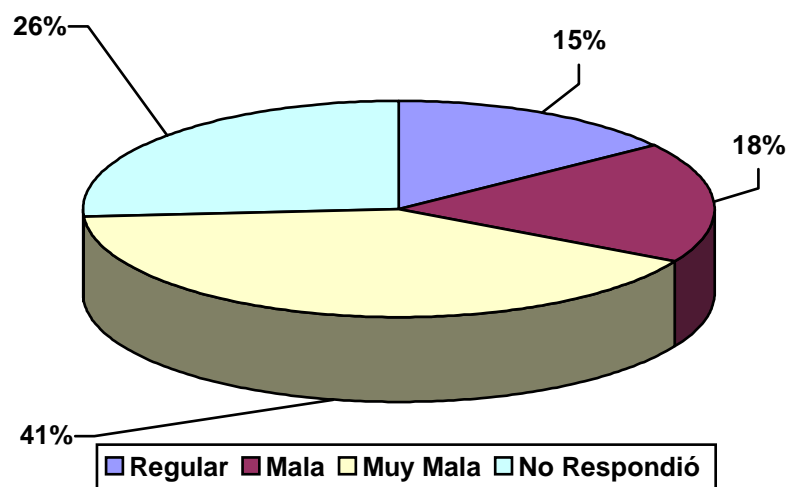


Gráfico 128: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios públicos durante su visita al Castillo Santa Rosa

El Castillo Santa Rosa no cuenta con algunos de los servicios públicos y algunos de ellos son deficientes. En este caso, los turistas indicaron que este servicio es muy malo (41%), el 26% no respondió, el 18% también indicó que es un mal servicio y el 15% dijo que es un regular servicio.

Cuadro 84

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a las vías de acceso durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	8	21%
Regular	11	28%
Mala	4	10%
Muy Mala	6	15%
No Respondió	10	26%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

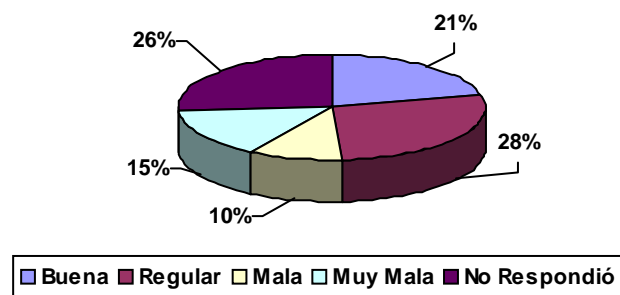


Gráfico 129: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a las vías de acceso durante su visita al Castillo Santa Rosa

Un 28% de los turistas pensaron que este servicio es regular, el 26% no respondieron la pregunta. El 21% juzgó como buena las vías de acceso; el 15% lo califico como muy mala y el 10% como mala.

Cuadro 85

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	10	25%
Regular	11	28%
Mala	3	8%
Muy Mala	5	13%
No Respondió	10	26%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

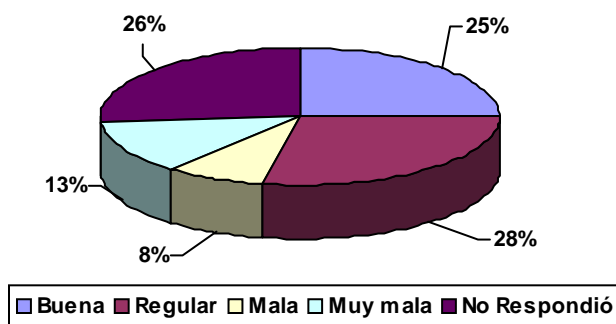


Gráfico 130: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto señalización turística durante su visita al Castillo Santa Rosa

El mayor porcentaje en el cuadro de distribución de frecuencia y en el gráfico porcentual pertenece al 28%, lo cual indican los turistas que las señalizaciones turísticas se encuentran en un estado regular, el 26% no respondió dicha pregunta. El 25% lo considera buena. El 13% lo consideró muy mala y el 8% mala.

Cuadro 86

Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy Buena	0	0%
Buena	0	0%
Regular	4	10%
Mala	6	15%
Muy Mala	19	49%
No Respondió	10	26%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo, 2005.

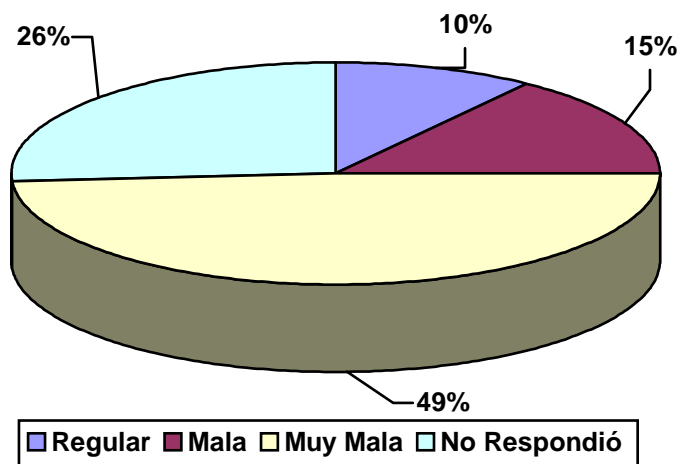


Gráfico 131: Distribución porcentual de la opinión de los turistas internacionales con respecto a los servicios complementarios durante su visita al Castillo Santa Rosa

El 49% opinó que es muy malo el servicio complementario. Por otro el 26% de los turistas no contestó la pregunta. El 15% opinó que es mala y el 10% considera que es regular.

Cuadro 87

Distribución absoluta y porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Promoción	10	26%
Vías de Acceso	3	7%
Señalización Turística	2	5%
Servicios Públicos	7	18%
Servicios Complementarios	8	21%
Otros servicios	1	2%
No Respondió	8	21%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

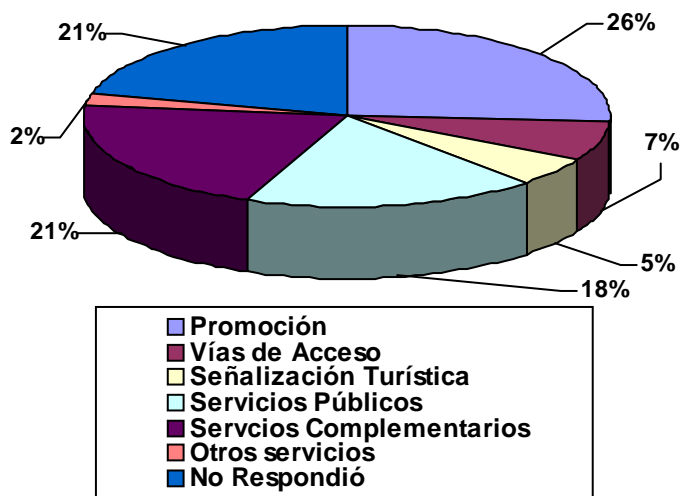


Gráfico 132: Distribución porcentual de cuales aspectos se deberían mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa.

Existen diversos aspectos que se deben mejorar para el aprovechamiento turístico, según los turistas internacionales afirmaron que uno de los principales aspectos que se debe mejorar es la promoción (26%), en segunda lugar los servicios complementarios con un 21%, luego el otro 21% algunos turistas no respondieron la pregunta. El 18% indicó otro aspecto como son los servicios públicos, el 7% consideró que las vías de acceso deben también mejorarse; el 5% opinó la señalización turística y el 2% recomendó “mejorar la información histórica”.

Cuadro 88

Distribución absoluta y porcentual de quién organizó la visita de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Usted Mismo	4	10%
Una Agencia de Viaje	26	67%
Alguien más	3	8%
No Contestó	6	15%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

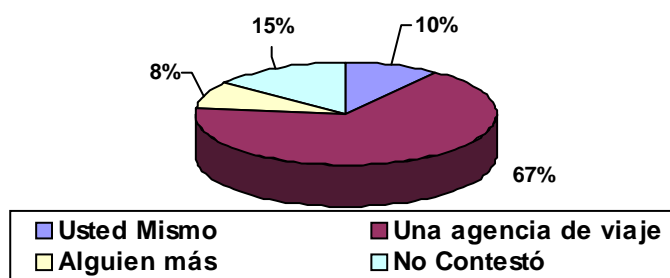


Gráfico 133: Distribución porcentual de quién organizó la visita de los turistas internacionales al Castillo Santa Rosa.

El 67% de los turistas internacionales le organizaron su visita al castillo por medio de agencias de viajes; evidentemente, estos turistas realizan un tour alrededor de las islas en el cual visitan diferentes atractivos y en cual está incluido este atractivo histórico. El 15% no contestó. El 10% realizó su visita por si mismo y el 8% le organizó su visita algún amigo (a) o un familiar.

Cuadro 89

Distribución absoluta y porcentual de cuanto costó el tour.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
30-60 \$	18	46%
70- 100 \$	3	8%
No Contestó	18	46%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

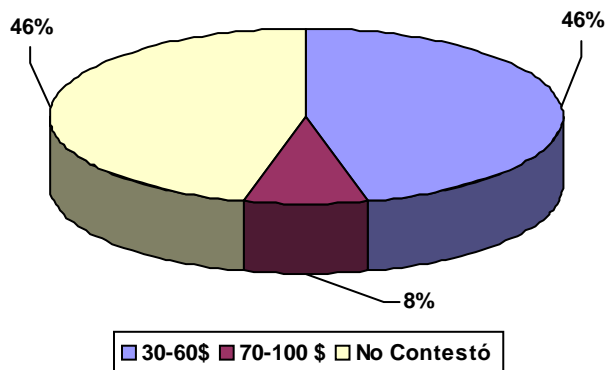


Gráfico 134: Distribución porcentual de cuanto costó el tour

Un 46% de los turistas indicaron que el tour tiene un costo de 30- 60\$. El otro 46% no contesto la pregunta. Y el 8% aseguró que el tour tiene un costo de 70-100\$.

Cuadro 90

Distribución absoluta y porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.

Categorías	Frecuencia Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	12	31%
No	23	59%
No Respondió	4	10%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

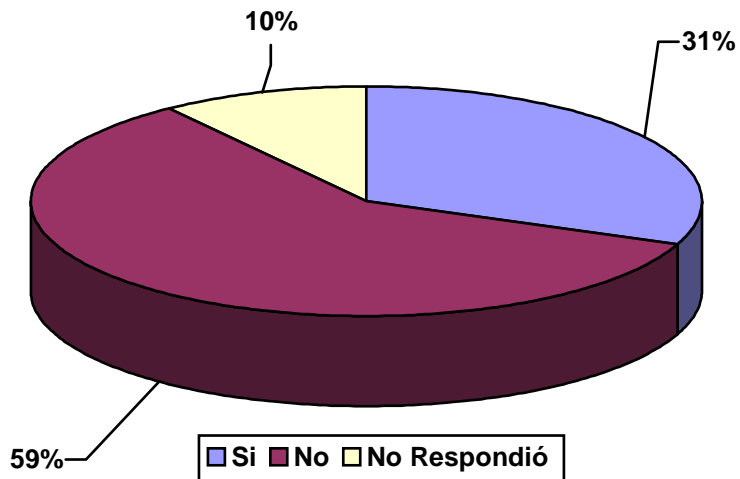


Gráfico 135: Distribución porcentual si este tour incluyó solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos.

El tour no solo incluye las visitas a los lugares y sitios históricos (59%), sino también “*incluye playas, tiendas, iglesias, discotecas, parques naturales, etc*”. El 31% afirmó que solo incluyen visitas a los lugares y sitios históricos. Esto indica que existen diversas rutas turísticas para el turista. Y el 10% no respondió esta pregunta.

Cuadro 91

Distribución absoluta y porcentual si este tour incluye el servicio de guía.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	31	79%
No	0	0%
No Respondió	8	21%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

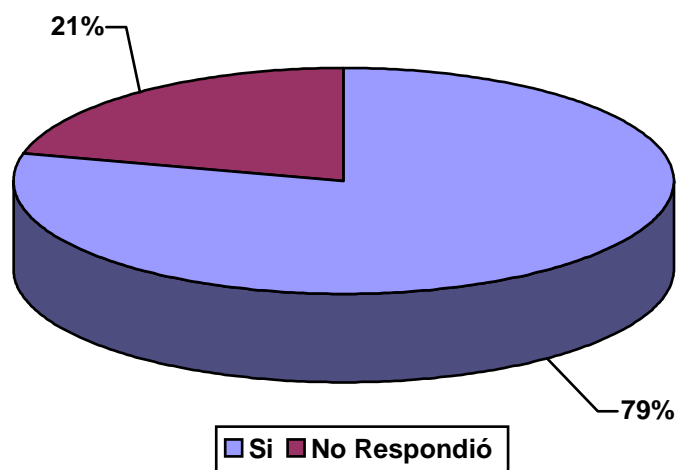


Gráfico 136: Distribución porcentual si este tour incluye el servicio de guía.

El 79% afirmó que si cuentan con el servicio de guía, es decir que estos tours organizados por las agencias de viajes incluyen este servicio para ofrecer información sobre cada uno de los atractivos turísticos de la isla y el 21% no respondieron.

Cuadro 92

Distribución absoluta y porcentual de como considera el servicio de guía.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Muy bueno	4	10%
Bueno	29	75%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Muy Mala	0	0%
No Contestó	6	15
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

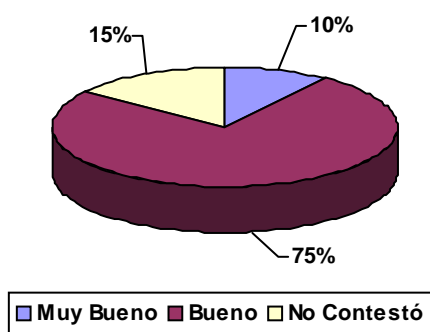


Gráfico 137: Distribución porcentual de como considera el servicio de guía.

El 75% de los turistas internacionales consideró como bueno el servicio de guía, el 10% opinó que es muy bueno y el 15% no contestaron.

Cuadro 93

Distribución absoluta y porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista internacional en este lugar.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Representaciones de teatro histórico	13	33%
Música y danza típica relacionada con el castillo	5	13%
Recitales poéticos	3	8%
Exposición de arte	9	23%
Gastronomía típica	4	10%
Otros	0	0%
No Respondió	5	13%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

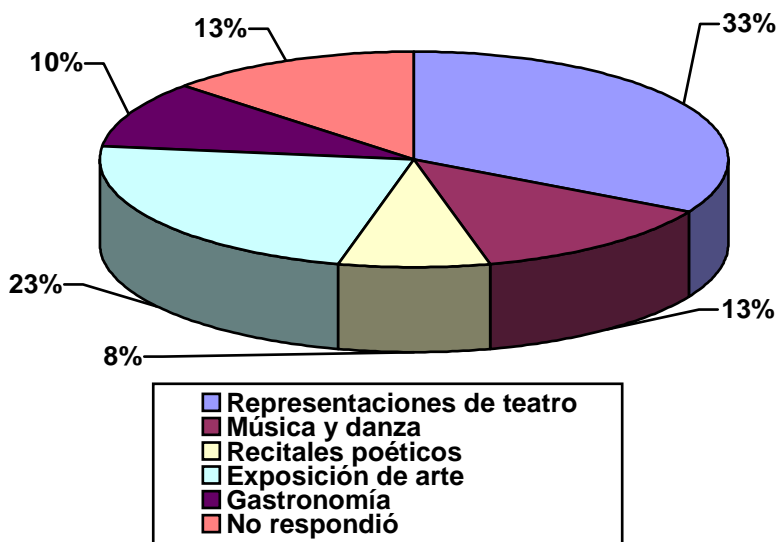


Gráfico 138: Distribución porcentual de cuales actividades preferiría realizar el turista internacional en este lugar

El 33% de los turistas internacionales prefirieron las representaciones de teatro, el 23% de los turistas prefieren las exposiciones de arte, un 13% le gustaría música y danza típica relacionada con el castillo, el otro 13% no respondió la pregunta; el 10% quieren degustar de la gastronomía típica de la isla en el castillo y el 8% le gustaría escuchar recitales poéticos.

Cuadro 94

Distribución absoluta y porcentual si los turistas internacionales le gustaría volver a este lugar.

Categorías	Frecuencias Absolutas	Frecuencias Relativas
Si	25	64%
No	7	18%
No Respondió	7	18%
Total	39	100%

Fuente: Datos tomado de los cuestionarios. Por E. Campos y J. Cantagallo. 2005.

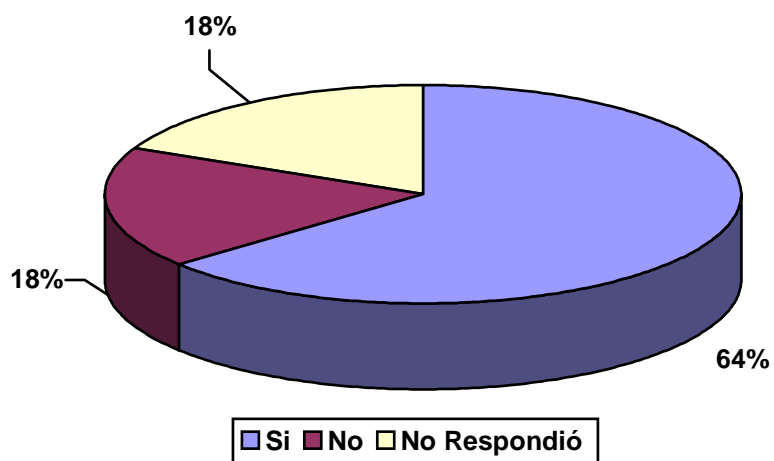


Gráfico 139: Distribución porcentual si los turistas internacionales le gustaría volver a este lugar.

El 64% de los turistas internacionales les gustaría volver a este lugar. Los turistas si volverían al lugar por las siguientes razones: (1) “Por el paisaje”. (2) “Enriquecen culturalmente”. (3) “Para verificar si hicieron las mejoras o tomaron en cuenta nuestras sugerencia”. El 18% opinó lo contrario dentro de sus motivos están:

(1) *“Ya admiró el lugar”*. (2) *“No me gustó venir a este lugar”*. (3) *“Iría mejor a otros lugares del mundo con mejor perspectivas sobre el turismo”*. Y el resto (18%) no respondió.

Recomendaciones del Turista Internacional para Mantener este Lugar Histórico en Mejores Condiciones

- Restaurar, adecuar y promocionar al castillo.
- Incorporar personal capacitado.(dominio de varios idiomas)
- Información sobre el atractivo turístico.
- Mejorar el jardín.
- Reabrir los salones de exhibición (están cerrados)
- Mantenimiento constante a la estructura física del castillo.
- Colocar fichas de identificación de los objetos y de los salones.



**Conocer la Opinión de la Comunidad de la Asunción Adyacente al Castillo
Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta, en Cuanto a su
Aprovechamiento Turístico**

La comunidad juega un papel importante en el desarrollo de la actividad turística, ya que es esta la que tiene contacto directo e indirecto con los turistas que visitan la localidad. En el caso del Castillo Santa Rosa ubicado en La Asunción, específicamente en el Sector denominado Valle de Santa Lucía, se encuentran diversas viviendas familiares ubicadas en los alrededores del Castillo. Entre los diferentes sectores adyacentes al atractivo se encuentran las comunidades de: Cantarrana, Brisas Asuntinas, El Dique, Buenos Aires y La Sierra. Actualmente en algunos de estos sectores no se encuentran funcionando las asociaciones vecinales, las cuales se han desintegrado por la falta de participación de los miembros, dejando a un lado los intereses de la comunidad. Abandonando la posibilidad de solucionar problemáticas existentes para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Se aplicó la entrevista semi-estructurada para conocer la opinión con respecto al aprovechamiento turístico de este atractivo. Las preguntas fueron las siguientes:

- ¿Participa la comunidad de la Asunción en alguna actividad turística desarrolladas en el Castillo Santa Rosa?
- ¿La comunidad de la Asunción ha sido involucrado en programas turísticos recreacionales, culturales realizados en el Castillo Santa Rosa?
- ¿Cuál cree Ud. es el uso que se le esta dando actualmente al Castillo Santa Rosa?
- ¿Cuál cree Ud. es el uso que debería dársele al Castillo Santa Rosa?
- ¿Esta de acuerdo con que el Castillo Santa Rosa sea utilizado con fines turísticos?
- ¿Considera Ud. que el Castillo Santa Rosa esta siendo aprovechado adecuadamente con fines turísticos?
- ¿Las actividades que se llevan a cabo en el Castillo Santa Rosa genera beneficios a la comunidad?
- ¿Que tipo de actividades le gustaría que sea incorporadas al Castillo Santa Rosa?
- ¿El aprovechamiento del Castillo Santa Rosa como atractivo genera empleo a la comunidad?
- ¿Como considera UD. el estado actual del Castillo Santa Rosa?

- ¿Considera Ud. que deben hacerle mejoras a la estructura física del Castillo Santa Rosa?
- ¿Cuál es su opinión sobre la apariencia del atractivo en cuanto a: Promoción, Servicios Públicos, Vías de Acceso, Señalización Turística y Servicios complementarios?
- Para impulsar la imagen turística del Castillo Santa Rosa.¿Cómo calificaría la actuación de la Alcaldía del Municipio Arismendi?
- ¿Qué efectos provoca el usar al Castillo Santa Rosa como atractivo turístico?

En la aplicación de las entrevistas a los representantes de las asociaciones de vecinos se pudo apreciar que el sector Buenos Aires es el único que cuenta con la asociación de vecinos registrada y en funcionamiento con el nombre de Asociación de Vecinos Urbanización Buenos Aires (ASOVE-UBA), la cual se encuentra desarrollando actividades en beneficio de la comunidad, por lo cual se aplicó la entrevista el día 09 de septiembre de 2005 al Señor Rómulo Montaner presidente de dicha asociación de vecinos, el cual expresó lo siguiente:

“La comunidad de la Urb. Buenos Aires no participa en actividades turísticas desarrolladas en el Castillo”. De igual forma “la comunidad no ha sido involucrada en programas turísticos, recreacionales ni culturales”. En el mismo sentido, el señor Montaner manifestó que: “El uso que se le esta dando al Castillo actualmente es simplemente un Castillo histórico con pocos objetos, poco personal y falta de guías turísticos, deberían mejorar estos aspectos para el mejor funcionamiento de las actividades turísticas, siendo el uso turístico el que se le debería dar al Castillo Santa Rosa, siempre y cuando se mejoren ciertos aspectos importantes para su óptimo

desenvolvimiento” El Sr. Rómulo está de acuerdo con: “Que sea utilizado el Castillo Santa Rosa con fines turísticos para generar empleo a la comunidad”.

Cabe destacar que de acuerdo a la información suministrada por el representante de la Urb. Buenos Aires el cual manifestó que: “Este atractivo no está siendo aprovechado adecuadamente con fines turísticos debido que falta la incorporación de elementos como guías turísticos”. En lo que respecta a los beneficios que genera la actividad turística en el castillo se obtuvo que: “No genera beneficios a la comunidad”. Así mismo el Sr. Rómulo opinó que le gustaría que: “Sean incorporados los guía turísticos y materiales didácticos bilingües y se hagan mejoras a la estructura física del castillo para mantener su estilo original”.

Seguidamente expresó que el aprovechamiento del castillo como atractivo “No genera empleo a la comunidad ya que esta no participa en las actividades desarrolladas en el atractivo”. En cuanto al estado actual en el que se encuentra el Castillo es: “Regular, la limpieza, seguridad, accesibilidad, señalización, alumbrado público y servicios complementarios en general es mala, debido a que en las noches no funcionan todos los bombillos del alumbrado y en el castillo no ofrecen servicios de guías ni otras opciones para los turistas”.

Finalmente, el Sr. Rómulo consideró que la actuación de La Alcaldía para impulsar la imagen del Castillo es: “Regular, debido al estado actual en el que se encuentra dicho atractivo, porque le deberían hacer mejoras en la estructura física y servicios”. De igual forma, manifestó que el usar al Castillo como atractivo turístico: “No provoca ningún efecto negativo, más bien positivo, pues ayudaría a la comunidad y al mejoramiento del mismo siempre que se le de el uso Turístico-Lucrativo- Participativo.”

Una vez conocida la opinión de la comunidad de la Asunción adyacente al Castillo Santa Rosa se aprecia la nula participación de la misma en el desarrollo de las actividades en este atractivo, esto es debido que la comunidad no está siendo incorporada en los planes, programas o proyectos para el uso del castillo como atractivo turístico, lo cual no genera beneficios económicos (empleos) ni culturales por no existir interacción entre turistas, empresarios, entes de gobierno y comunidad, lo cual representa un área de oportunidad en la que se debe trabajar para generar beneficios a la comunidad en servicios públicos, empleos, entre otros, para desarrollar de manera adecuada las actividades turísticas en el castillo, de este modo se logrará en un mediano plazo una comunidad identificada con la historia que representa el atractivo y la importancia de este en la actividad turística.



Opinión De Los Representantes De Los Entes De Gobierno: Instituto Autónomo De Cultura Del Estado Nueva Esparta, Corporación De Turismo Del Estado Nueva Esparta, Alcaldía Del Municipio Arismendi Del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi E Instituto Del Patrimonio Cultural, Acerca Del Aprovechamiento Turístico Del Castillo Santa Rosa En La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta

A continuación se presenta los resultados de las entrevistas semi-estructuradas realizadas a los diferentes representantes de los organismos que tienen relación con el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa. Estos son: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto del Patrimonio Cultural. Las preguntas formuladas a cada uno de los representantes de los entes fueron las siguientes:

- ¿Cómo observa el estado físico actual del Castillo Santa Rosa?

- ¿Cuál es su opinión sobre el estado de conservación y mantenimiento actual del Castillo Santa Rosa?

- ¿Cuáles son las responsabilidades de este organismo con respecto al aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

- ¿Cree UD. que se esta aplicando la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural y la Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta?

- Para esta institución, ¿Cuál es la importancia del Castillo Santa Rosa para la actividad turística en el Municipio Arismendi?

- ¿Considera que la actividad turística que se efectúa en el Castillo Santa Rosa es significativa? ¿Por qué?

- ¿Qué aportes ha hecho para el desarrollo y el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa?

- ¿Cuáles son los factores que han impedido el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa?

- Como profesional, ¿Cuál es su opinión con respecto al Castillo Santa Rosa?

- ¿Considera UD. que el Castillo Santa Rosa representa un atractivo de valor histórico?

- ¿Actualmente el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa se realiza de manera adecuada?

Entrevista realizada al Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta (IACENE) el representante de este organismo fue el Coordinador de Asuntos Literarios de IACENE, Sr. José A Rodríguez M.

El día Jueves 12 de Mayo de 2005, se realizó la entrevista al señor José Rodríguez, quien manifestó que: “El estado físico actual del Castillo tiene problemas en su planta física; las últimas lluvias de Diciembre hicieron que algunas áreas colapsaran, se han hecho algunas reparaciones con materiales no idóneos, han

utilizado tuberías de plástico y el trabajo que se ha hecho de reparación no ha sido lo más conveniente. Hasta ahora se han intentado colocar paños calientes. Se deben hacer estudios donde intervenga el Instituto de Patrimonio Cultural”. Así mismo plantea que el estado de conservación es: “Muy mala, precisamente ha colapsado tanto en su estructura por que el mantenimiento es casi nulo y el que se ha hecho no es el más idóneo”. Por otra parte, en cuanto a las responsabilidades de este organismo expresó que: “Bueno, hasta ahora con la nueva administración no sé. No han tenido responsabilidad por que se tienen un convenio con la gobernación y con la Corporación de Turismo. No sabría decirte hasta que punto esta vigente”. De igual modo lo que manifestó en cuanto a la aplicación de la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio (Ver anexo D-1) y la Ley de Cultura (Ver anexo D-2) fue que: “No se aplica, hasta ahora todo se ha quedado en estudios y los estudios le ha salido un poco caro al gobierno nacional”. En cuanto a la importancia del Castillo para la actividad turística es: “Importantísimo, es un espacio por su situación, por todo lo que implica desde el punto de vista de sustentación (sic). Es un atractivo maravilloso, el castillo se puede utilizar fácilmente para bodas, fiestas, conciertos, siempre tratando de no perjudicar la estructura”. A la vez expresó, en cuanto a lo significativo de la actividad turística que se desarrolla en el Castillo expresó que: “No es tan significativo, es un sitio de parada de turistas, es una especie de lugar al que van los turistas, dan una vuelta por las instalaciones, no tiene mayor significación turística permanente”. En cuanto a los aportes que ha hecho este ente, manifestó que: “Hasta ahora con la nueva administración no se ha hecho nada en concreto, pero si hay planes para utilizarlo”. Los factores que han impedido el aprovechamiento del Castillo para este ente es: “En los últimos tiempos por unas razones de presupuestos de la gobernación y; este está comprometido por la administración anterior, ya que hay deudas, se debe cubrir esas deudas y para estas cosas que son prioritarias como lo es el castillo no hay dinero”. La opinión con respecto al Castillo Santa Rosa es: “Bueno, la opinión que tengo es que si se ama la historia se ama a su pueblo, se tiene que amar de alguna manera al Castillo. Para amar hay que conocer, si no se conoce no se ama. Hay que conocer la

historia de lo que pasó en La Asunción para amar realmente a ese pueblo maravilloso”. De igual modo lo que manifestó en relación al valor histórico que representa el castillo fue: “Claro, es un atractivo de valor histórico, fue uno de los primeros que construyeron en Venezuela, es una referencia turística histórica para toda Venezuela igual que la Catedral”. Finalmente en cuanto al aprovechamiento adecuado manifestó que: “No, no está aprovechado a profundidad, no se ha aprovechado como se debe, es un punto más en la ruta de operadores y turistas. Pensamos que La Asunción debe tener una ruta cultural turística que incluya al Palacio Legislativo, Catedral, Museo y los demás atractivos históricos que se encuentran en la Asunción y considerar tener una ruta turística cultural que debe marcarse bien y definirse bien”.

Entrevista realizada en la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR) a la Lic. Jessica Sánchez quien tiene el cargo de planificador y fue la persona asignada por este ente para la aplicación de la entrevista.

Durante la entrevista realizada el 11 de Mayo de 2005, la Lic Jessica Sánchez expresó que: “El estado físico actual está en condiciones regulares, ya que fue restaurado y aun no ha sido terminado por completo y todos los objetos que se encuentran allí no están exhibidos”. Así mismo manifestó en cuanto al estado de conservación que: “No es el mejor, ya que no hay un personal capacitado para hacer esta labor”. En cuanto a las responsabilidades de este ente hace saber que: “La Corporación posee la tutela del Castillo, por esta razón todos los acontecimientos que se programen allí deben estar abalados por la Corporación y estos deben ser de carácter institucional” (Ver Anexo D-3) En lo que se refiere a la aplicación de la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio y la Ley de Cultura manifestó que: “Si se aplica”. Con respecto a la importancia del Castillo para la actividad turística expresó que: “Es importante ya que el Castillo representa un atractivo turístico de carácter cultural para el Estado Nueva Esparta y es visitado por turistas nacionales e

internacionales”. Por otro lado, lo manifestado con respecto a lo significativo de la actividad turística que se desarrolla en el atractivo fue que: “Si lo considero significativo, ya que el Castillo como atractivo turístico representa un valor histórico importante tanto para el estado como para la actividad turística”. De este modo en lo que se refiere a los aportes de este ente para el desarrollo y aprovechamiento turístico ha sido: “Crear programas y/o proyectos donde se incluye al Castillo como atractivo fundamental para el aprovechamiento turístico del Estado”. En otro orden de ideas lo expresado referente a los factores que han impedido el aprovechamiento del Castillo fue que: “La principal razón es la escasez de recursos económicos”. Cabe destacar que la Lic. Sánchez manifestó en cuanto a lo que representa este atractivo como valor histórico que: “Considero al Castillo un valor histórico importante en el desarrollo de la actividad turística, ya que este representa un atractivo turístico cultural en el Estado”. De este mismo modo consideró que: “Si representa un atractivo de valor histórico”. Finalmente la entrevistada expresó que el aprovechamiento del Castillo “No se realiza de manera adecuada, por falta de recursos”.

Entrevista realizada a Rosady García Malavé quien es la Directora del despacho del Alcalde de la Alcaldía del Municipio Arismendi.

Durante la realización de la entrevista semi-estructurada el día 17 de Mayo de 2005 a la representante de la Alcaldía de Municipio Arismendi se pudo obtener lo siguiente en cuanto al estado físico actual del Castillo, lo que expresó fue: “Es un estado de conservación bastante aceptable, restaurada”. Así mismo manifestó en cuanto al estado de conservación que: “El castillo muestra las señales de una reciente restauración, lo que se evidencia en nuevos frisos e iluminación”. En otro orden de ideas manifestó que las responsabilidades para el aprovechamiento del Castillo es que: “El municipio esta en toda la disposición de aportar su apoyo al ente rector en materia de turismo, la Corporación de Turismo, para optimizar el aprovechamiento de

este patrimonio histórico y turístico”. En lo que se refiere a materia de leyes (Ley de Protección y Defensa del patrimonio y Ley de Cultura) dice que: “Confieso desconocer el contenido de estas Leyes, pero considero que tanto la municipalidad con el Estado han hecho esfuerzos por el rescate de los Castillos”. Seguidamente manifestó que: “El Castillo representa el principal atractivo turístico- histórico de nuestro municipio”. Así mismo en cuanto a lo significativo de la actividad que se desarrolla en el Castillo consideró que: “Debería ser mayor y más organizada, pudiendo establecerse un centro de arte que hace mas atractivo la visita”. En lo que se refiere a los aportes de la Alcaldía para el Castillo Santa Rosa la Sra. García expresó que: “En los años 2003-2004 ejecutó la restauración del Castillo, así como también su iluminación monumental” Con respecto a los factores que han impedido el aprovechamiento turístico del Castillo manifestó que: “Creo que esto sería tema de un estudio más amplio, porque los factores son muy diversos”. Cabe destacar que la opinión que merece el Castillo para la entrevistada es: “Para mí representa el ícono histórico de La Asunción”. Igualmente el valor histórico que representa el castillo; manifestó que: “Por supuesto representa un valor histórico, y debería ser aprovechado al máximo”. Finalmente concluye que: “Pudiera optimizarse su aprovechamiento con el establecimiento de políticas turísticas dirigidas a el exclusivamente y no políticas generales. La ubicación de nuestro Castillo es privilegiado y este potencial tal vez no es explotado”.

Entrevista realizada al Sr. Luís Eduardo Acosta Anés Presidente del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi (ICPMA).

Debe señalarse que en conversación sostenida con el día 18 mayo con el Sr. Luís Eduardo Acosta Anés, Director de la Casa de Cultura Mons. Dr. Nicolás Eugenio Navarro y presidente de este instituto, informó acerca de la existencia de la Ordenanza del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta (ICPMA), aprobado por la Alcaldía del Municipio Arismendi (Ver

anexo D-4), sin embargo esta ordenanza no fue mencionada en ningún momento por la Sra. Rosady García.

Dentro de los principales atributos en este instituto está el rescate, preservación, divulgación, conservación, fomento y publicación de obras, objetos, documentos y reliquias, monumentos históricos, culturales y artísticos, fachadas y estructuras arquitectónicas, costumbres, tradiciones y demás valores y bienes que conforman el patrimonio y acervo histórico, artístico y cultural del municipio.

En la aplicación de la entrevista al presidente de este Instituto se pudo obtener la siguiente información. Lo expresado en cuanto al estado físico actual del Castillo fue que: “Aún no hemos podido satisfacer la necesidad de ver restaurado y recuperado las áreas físicas que sufrieron daños, antes y durante las lluvias de 1999”. De este mismo modo expresó en lo que respecta al estado de conservación y mantenimiento: “Quién vaya al interior y a los alrededores, podrá notar que no hay un mantenimiento adecuado. Asombra ver la suciedad en los cuartos y la entrada” En cuanto a las responsabilidades de este instituto manifestó que: “Directamente no nos ha correspondido asumir responsabilidades que competen a la Corporación de Turismo, a la Gobernación, sin embargo cubrimos lo relacionado con retiro de malezas, ornamentación o limpieza de los alrededores”. En materia de leyes considera que: “Responsablemente debo decir que, más bien fue ignorada las Leyes (Ley de Protección y Defensa del Patrimonio y la Ley de Cultura), cuando el IPC, la anterior administración de la Alcaldía y la gobernación emprendieron los trabajos de “restauración”, y no se cumplió con el personal especializado para atender las áreas o programas de museografía”. También manifestó que la importancia del Castillo para la actividad turística es: “Indudablemente, lo consideramos de suma importancia, el hecho de propiciar un debate para hacer cumplir la transferencia de estos espacios a los gobiernos municipales para que a través de la Misión Cultura se oriente una verdadera política de información, promoción, formación y proyección turística, que

involucre a los vecinos y a la comunidad de esta jurisdicción, en el afán de hacerlos partícipes de preservación en el tiempo, en el marco de la descentralización y municipalización de los servicios y bienes del Estado”. Del mismo modo manifestó en cuanto al desarrollo de la actividad turística en el Castillo que: “No puedo dar como cierto que exista tal actividad, porque sólo sé de empresas que explotan este tipo de negocio de forma particular, sin ningún control ni seguimiento, esto niega toda posibilidad seria”. En lo que respecta a los aportes de este instituto el Sr. Acosta dijo: “A través de la Alcaldía del Municipio Arismendi hemos avanzado en el proceso de agilización de recursos para su restauración y para la prestación de un servicio de información cultural ofrecido como otro de los atractivos locales”. Seguidamente planteó que los factores que han impedido el aprovechamiento turístico del Castillo es: “La disponibilidad de la gobernación de Nueva Esparta, a través de Corporación de Turismo o del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi, en limitarlos a un museo de paso y no de centro cultural para conocimiento de la historia regional”. En cuanto a la opinión que tiene el entrevistado del Castillo Santa Rosa es: “Dado que se trata de un bien patrimonial tangible y verificable, el castillo tiene que convertirse en un centro museográfico, documental y de espacio alternativo para la muestra de producciones artísticas y otros encuentros”. Por otra parte cabe destacar lo manifestado por el Sr. Acosta en cuanto al valor histórico del Castillo lo cual dice que: “Absolutamente el castillo representa un atractivo de valor histórico. Sin embargo el Instituto del Patrimonio Cultural (IPC), permitió la alteración de alzada en su recuperación física”. Para concluir la opinión emitida por el coordinador del Instituto con respecto al aprovechamiento del castillo Santa Rosa fue: “Hay que significar la falta de un plan de promoción y programación, que al ofrecer los espacios de adecuación museográfica, obligue a organismos públicos y privados a involucrarse en su mantenimiento y protección. Esto es, no puede observarse el beneficio que supone la promoción turística, por cuanto no existe política que lo sustente”.

Por el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC), el representante fue el Señor. Omar Vielma. Coordinador del Instituto de Patrimonio en el Estado Nueva Esparta.

El Señor Omar Vielma debido a sus múltiples responsabilidades no cumplió con ninguna de las citas previamente planteadas. Postergando las citas por varias veces. Tampoco delegó a otro representante para ser entrevistado.

Los representantes entrevistados coincidieron en que las condiciones físicas del castillo no son las mejores ya que no se han concluido las restauraciones necesarias para garantizar el buen estado de la estructura, aunque se realizó restauraciones en el 2003 por parte de la alcaldía, pero es necesario completarla, utilizar los materiales y personal adecuado para el mismo y el mantenimiento continuo del atractivo una vez completada su restauración. A su vez, se debe seguir lo establecido en la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural y Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta, pues se detectó que solo la Corporación de Turismo aplica estas leyes, al contrario de los otros entes donde predomina la no aplicación y el desconocimiento de lo que se establece en estas dos leyes; así como también, de la Ordenanza del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta (ICPMA), aprobado por la Alcaldía del Municipio Arismendi. Igualmente manifestaron que el estado de conservación no es el mejor por la presencia de basura en las instalaciones.

Se confirma que el ente tutelar del castillo es la Corporación de Turismo (CORPOTUR), aunque esto no deja a un lado a la alcaldía, ICPMA, la gobernación y el IPC ya que deben trabajar en conjunto en todo lo relacionado a la recolección de basura y otros aspectos imprescindible para garantizar una imagen turística adecuada y un atractivo cultural conservado para las futuras generaciones.

En lo que respecta a la importancia del castillo para los diferentes entes lo consideraron importante ya que representa un atractivo cultural de valor histórico en la Isla de Margarita. Sin embargo consideran que las actividades que se desarrollan en el castillo deberían ser mejor organizadas pues, no es significativa con respecto a la historia que guarda el atractivo.

Dentro de los factores que han impedido el aprovechamiento del atractivo para los diferentes representantes fue el económico, no se asignan recursos para este tipo de bien por no ser prioridad. Y finalmente cabe resaltar que el Castillo Santa Rosa es un atractivo de valor histórico por ser uno de los primeros que se construyó en Venezuela, por lo que es importante llevar a cabo su promoción en todos los niveles e igualmente realizar rutas turísticas en las cuales se incluyan al castillo como atractivo cultural para aprovechar de manera adecuada este atractivo histórico.



Identificar los Planes, Programas y Proyectos de los Organismos: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación De Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi e Instituto Del Patrimonio Cultural, Referentes al Aprovechamiento Turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta

En el presente objetivo se procedió a transcribir las entrevistas semi-estructuradas realizadas a los distintos representantes de los organismos que tienen vinculación y/o responsabilidades con el Castillo Santa Rosa. Los organismos fueron los siguientes:

- Instituto Autónomo del Cultura del Estado Nueva Esparta. (IACENE)
- Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR).

- Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.
- Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi (ICPMA)
- Instituto del Patrimonio Cultural (IPC).

Entre las preguntas realizadas se encuentran:

- ¿Cuáles son los planes, programas y/o proyectos actuales para el Castillo Santa Rosa?
- ¿Qué proyectos presentes y futuros tienen en materia turística para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa? ¿Cuáles?
- ¿Existen programas de publicidad y promoción para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?
- ¿Cuenta con programas o proyectos que involucren o beneficien a la comunidad de La Asunción adyacente al castillo para su aprovechamiento turístico?
- ¿Existen planes, programas y/o proyectos para la conservación y restauración del Castillo Santa Rosa?
- ¿De quien es competencia la ejecución de planes, programas y/o proyectos para el Castillo Santa Rosa?
- ¿Cuenta actualmente con recursos económicos para la ejecución de planes, programas y proyectos que permitan el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

- ¿Qué acciones se llevan a cabo para el desarrollo de la actividad turística que permita el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

- ¿Tienen algún convenio o acuerdo con otros organismos (Cámara de Turismo, Instituciones Educativas, otros,) para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

Entrevista realizada en el Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta (IACENE). El representante por este organismo fue el Sr. José Augusto Rodríguez Méndez, encargado de la Coordinación de Asuntos Literarios IACENE. Persona delegada por el Presidente del Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, el Sr. Humberto Cazorla.

En conversación sostenida el día jueves 12 de Mayo de 2005, en horas de la mañana; con el Sr. José A. Rodríguez, enfatizó que: “No existen planes, programas y/o proyectos actuales, debido principalmente por el cambio de período de gobierno en el Estado Nueva Esparta y por la falta de recursos económicos”. Aunque el Sr. José A. Rodríguez afirmó que: “Entre los proyectos a futuro puede ser convertir al Castillo Santa Rosa en un sitio maravilloso para la realización de bodas, fiestas, misas, etc.; y hay que aprovechar el espacio de la entrada del castillo, pero no existe aún nada en concreto. Se han realizado reuniones con un grupo de urbanistas de la Simón Bolívar para establecer ciertos planes en estudios pero todavía estamos esperando respuestas de los mismos”.

Por otro lado, enfatizó que: “Hasta ahora no existe ningún tipo de acuerdo o convenio con algún organismo para el aprovechamiento del castillo”, igualmente “...no hay programas de publicidad y promoción”, sin embargo el Coordinador de Asuntos Literarios resaltó que: “Es algo que vamos hacer, eso debe ser un trabajo en conjunto”, “...actualmente, no contamos con ningún tipo de proyecto que involucren o beneficien a la comunidad de la Asunción, pero una vez que el Castillo Santa Rosa este apto, se prestará apoyo y se ejecutarán los programas previamente estudiados o planteados”. Así como también, “Se establecerán acciones para el desarrollo de la actividad turística para brindar apoyo una vez que la Corporación de Turismo introduzca los planes a ejecutar”.

El Sr. José Rodríguez enfatizó que: “por medio de la Gobernación del Estado Nueva Esparta se ejecutan los planes para el Castillo Santa Rosa a través del Departamento de Planificación y Desarrollo; a cargo del Prof. Juan Tineo”. En conversación sostenida con el profesor, igualmente señaló que: “No existen planes, programas ni proyectos para este castillo” e indicó que: “La Corporación de Turismo es el ente encargado de dicho planes”.

Entrevista realizada en la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR) organismo quién posee la tutela del Castillo Santa Rosa y quien tiene la competencia de la ejecución de planes, programas y/ proyectos. La representante por este ente fue la Lic. Jessica Sánchez la cual desempeña el cargo de planificador.

Durante la entrevista que se realizó a la Lic. Jessica Sánchez el día miércoles 11 de Mayo de 2005, aproximadamente a las 9:30 a.m., comunicó que: “La Corporación cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico Patrimonial (Ver Anexo B-1), que tiene como objetivo contribuir, preservar y rescatar las edificaciones o construcciones de origen arquitectónico declarado patrimonio cultural que forman parte de la historia de la región. Este plan contempla varios proyectos a largo plazo que son: Ruta fortificada, ruta religiosa y ruta artesanal. La ruta fortificada comprende todos los castillos, baterías y sitios históricos construidos durante el período colonial en la región, en el cual está incluido el Castillo Santa Rosa”. También, resaltó que: “fue en Noviembre de 2003 cuando se efectuó una reunión para establecer esta ruta fortificada, se ha indicado desde cual atractivo histórico comenzaría esta ruta, en primer lugar desde el Castillo San Carlos de Borromeo, Batería Santiago de La Caranta, Sitio Histórico Matasiete, Castillo Santa Rosa, Batería La Libertad, Batería España y Batería La Galera. Pero antes que todo se debe finalizar las restauraciones respectivas. En estos momentos se está realizando la restauración al Castillo San Carlos de Borromeo (Ver Anexo B-2), ubicado en

Pampatar, el cual representa el primer paso hacia la consolidación de la llamada Ruta Fortificada de la Isla de Margarita y están en estudios la restauración para las baterías y sitios históricos. Cada uno de estas edificaciones serán restauradas, pero actualmente la corporación no cuenta con recursos económicos, pero ello se irán otorgando a largo plazo para las restauraciones posteriores”.

También la licenciada mencionó acerca de: “se ha desarrollado un plan de sensibilización y capacitación, en el cual se encuentra el programa que bonito es mi pueblo, este tiene como objetivo general sensibilizar a la comunidad neoespartana sobre la importancia de la actividad turística en la región y entre los objetivos específicos está el Comunitario, el cual consiste en promover acciones de sensibilización turística ambiental en la comunidad organizada con el propósito de embellecer y recuperar espacios urbanos y monumentos históricos de las localidades y pueblos participantes, garantizando una mejor calidad de vida de sus habitantes y la preservación de los atractivos turísticos, esto se lleva junto con las asociaciones vecinales, en estos momentos se lleva a cabo en los sectores de Juan Griego y la Fuente, donde se realizan reparaciones de fachadas. Igualmente señaló: “también desde las escuelas se promueve la investigación sobre los atractivos turísticos, las manifestaciones culturales, conservación del ambiente y de los patrimonios históricos de la región, es un trabajo que se viene realizando desde el año 1997 hasta la actualidad, se realiza cada periodo escolar; el próximo comenzaría en el mes de Enero hasta Julio” (Ver Anexo B-3 y B-4).

La Lic Jessica Sánchez, también agregó que: “...el Castillo Santa Rosa se encuentra reflejado en el material promocional que elabora la Corporación de Turismo para la promoción de la ruta fortificada y del Estado Nueva Esparta” (Ver Anexo C-1), e igualmente, “está incluido en la oferta turística”.

Entrevista realizada a la Sra. Rosady García Malavé quien se desempeña como Directora del Despacho del Alcalde Leopoldo Espinoza Prieto, en la Alcaldía del Municipio Arismendi. Esta persona fue delegada por el Alcalde.

En la conversación sostenida con la Sra. Rosady García M, el día martes 17 de Mayo de 2005 a las 11:30 a.m., aseguró que: “Los planes, programas y/o proyectos para el Castillo Santa Rosa lo maneja la Corporación de Turismo, siempre ha estado bajo la administración del mismo, en materia de turismo, además, la Corporación de Turismo está trabajando con la ruta fortificada que incluye todas las fortificaciones de la isla; la Corporación cuenta con nuestro apoyo por estar el castillo en esta jurisdicción, aquí en el municipio..Y de los recursos económicos, todo depende si es a nivel central o del estado”.

En cuanto a la recuperación física del Castillo Santa Rosa agregó que:“Nosotros hicimos la recuperación física, proyecto que fue llevado acabo entre el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC), Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES) y la Alcaldía del Municipio Arismendi; ya que en el año 1999, debido a la fuertes lluvias uno de los baluartes del castillo colapsó, donde también había fallas de la estabilidad del suelo y el profundo deterioro de los techos; y en el 2003 se realizó otra restauración parcial del castillo, proyecto que fue aprobado por el Fondo Intergubernamental para la descentralización, donde se repararon pisos, puertas, ventanas, techos, paredes, los canales de desagües, colocación de la iluminación, entre otros cosas”.También destacó que: “Nosotros realizamos las limpiezas fitosanitarias, tratando de eliminar las raíces que están en las paredes del castillo, ya que son dañinas, pues se comen las paredes”, igualmente expresó que: “Se encargan de la limpieza del castillo a través de una cuadrilla de obreros”.

Entrevista realizada al Presidente del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi (ICPMA), el Sr. Luís Eduardo Acosta Anés.

Seguidamente se le aplicó la entrevista al Presidente del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi (ICPMA), el día 18 de Mayo de 2005 al Sr. Luís E. Acosta A., quien expresó con respecto a los planes para el Castillo Santa Rosa lo siguiente: “No existen planes ejecutándose actualmente, pero a futuro está la restauración y conservación de la infraestructura; a través de esta ordenanza se estima un porcentaje del situado municipal dirigido a la conservación de este bien inmueble y será llevado a cabo a través del Instituto de Patrimonio Cultural (IPC)”. Además también, “La Corporación de Turismo es el encargado de llevar a cabo los planes para el Castillo Santa con la aprobación de la Alcaldía del Municipio Arismendi”. También el Sr. Luís E. Acosta A. agregó que: “el instituto es de perfil cultural receptivo a cualquier sugerencia para el aprovechamiento de este Castillo”.

Posteriormente indicó: “Se realizan exposiciones didácticas, publicaciones e historia regional, teatro: performance, actuaciones, etc, de esta manera se hace la publicidad y promoción al Castillo Santa Rosa y al resto de los monumentos histórico de este municipio”. También, “...A través de instituciones educativas se brinda información sobre su condición histórica”.

Por el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC), el representante fue el Señor. Omar Vielma. Coordinador del Instituto de Patrimonio en el Estado Nueva Esparta.

El Señor Omar Vielma debido a sus múltiples responsabilidades no cumplió con ninguna de las citas previamente planteadas. Postergando las citas por varias veces. Tampoco delegó a otro representante para ser entrevistado.

En atención a lo planteado anteriormente por los diferentes representantes debe señalarse que existe evidencias que la Corporación de Turismo lleva a cabo planes, programas y proyectos en el cual está involucrado este patrimonio histórico, tales como el proyecto a largo plazo: Ruta fortificada contemplada en el Plan de Desarrollo Turístico Patrimonial enfocado hacia el rescate de los castillos, baterías y sitios históricos, igualmente se ejecuta el programa Que bonito es mi Pueblo donde se promueven las acciones de sensibilización turística ambiental en la comunidad con el objetivo de recuperar, embellecer y preservar espacios urbanos y monumentos históricos. Por otro lado, la corporación cuenta con un material promocional en el cual incluyen al Castillo Santa Rosa. También por medio del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta (ICPMA), se llevará a futuro un proyecto de restauración y conservación para este castillo, igualmente se realizan exposiciones didácticas públicas e históricas, para dar promoción al castillo y a los diferentes atractivos históricos del Municipio Arismendi.

Al contrario de la Corporación de Turismo los otros entes de gobierno como IACENE y Alcaldía del Municipio Arismendi no ejecutan ningún tipo de planes, programas y proyectos, aunque la alcaldía del Municipio Arismendi ha ejecutado proyectos en cuanto a la restauración del castillo en años anteriores. Evidentemente existe incumplimiento por parte de los órganos competentes en la implementación de planes, programas y proyectos para este atractivo histórico cultural, por lo tanto, poca producción de los mismo. Además de ello, se observó despreocupación por parte de algunos representantes en la producción de estos planes al recalcar que CORPOTUR es el ente que lleva a cabo los planes para el Castillo Santa Rosa como ente tutelar del mismo.

Por otro lado, algunos de los representantes expusieron ciertas responsabilidades que no son cumplidas, tal es el caso del Alcaldía de Arismendi que

no cumple con el mantenimiento fitosanitario y recolección de basura, hechos que se evidencian a través de la diversas visitas in situ realizadas al Castillo Santa Rosa .Tampoco existe integración y coordinación entre los entes.



Identificar en los Instrumentos Legales que Regulan el Uso Turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, los Aspectos que Definen el Aprovechamiento Turístico

Actualmente el Ejecutivo Nacional en materia de protección, administración y regulación del Patrimonio Histórico Cultural ha decretado una serie de Instrumentos que sirven como reguladores de las acciones o actividades en los que puedan utilizarse los bienes que conforman el Patrimonio Histórico Cultural venezolano. En orden jerárquico los instrumentos legales aparecen de la siguiente manera:

Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural (Ver anexo D-1): con fecha 03 de Septiembre de 1.993, la cual tiene por objeto establecer los principios que han de regir la defensa del Patrimonio Cultural de la República, comprendiendo esta: Su investigación, rescate, preservación, conservación, restauración, revitalización,

mantenimiento, incremento, exhibición, custodia, vigilancia, identificación y todo cuanto requiera su protección cultural, material y espiritual. Es importante destacar que el Art. N° 6 establece que el Patrimonio Cultural de la República a los efectos de esta ley, está constituido por los bienes de interés cultural así declarados que se encuentren en el territorio nacional o que ingresen a él quienquiera que sea propietario conforme a lo señalado seguidamente:

Los bienes muebles e inmuebles que hayan sido declarados o se declaren monumentos nacionales. Por otra parte en el Art. N ° 7 se expresa la creación del Instituto del Patrimonio Cultural el cual tiene por objeto la identificación, preservación, rehabilitación, defensa, salvaguarda y consolidación de las obras y lugares declarados patrimonio cultural.

En el cumplimiento de su objetivo el Instituto de Patrimonio Cultural trabaja en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura para determinar las obras, conjuntos y lugares que forman parte del Patrimonio Cultural de la República. Tal determinación se hará mediante resolución debidamente motivada, la cual se publicará en Gaceta Oficial. En el cual se establece los planos de conservación de los bienes referidos y velar por su ejecución. Igualmente regular y dictar las normas relativas a la investigación, restauración, conservación, salvaguarda, preservación, defensa, consolidación, reforma y reparación de las obras, conjuntos y lugares declarados patrimonio cultural. Para la reconstrucción, reparación, conservación y las construcciones nuevas a realizarse en una población, sitio o centro histórico declarado patrimonio cultural de la nación.

Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta (Ver anexo D-2): Con fecha 29 de Abril de 2002, esta ley tiene por objeto establecer y desarrollar los principios rectores y los principios de política estatal en materia cultural, así como las bases organizativas y funcionales del ente rector de la cultura todo de conformidad con los

derechos culturales y educativos establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en la Constitución del Estado Nueva Esparta y en las leyes que rigen la materia.

La responsabilidad Institucional que debe asumir el estado en tan compleja materia descansa, esencialmente, en el Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta. Esta instancia operativa ha sido concebida como ente rector de la política cultural, cuya misión, no obstante las funciones que le son propias, será promover la incorporación y el compromiso de la sociedad civil organizada, la cual constituye la clave del desarrollo político y social y el paradigma fundamental del mundo contemporáneo.

El Ejecutivo del estado está obligado a fomentar y difundir la cultura, prestar la asistencia necesaria, aportar el financiamiento que la misma requiera, respaldar las iniciativas que surjan de la sociedad civil y exhortar a las empresas privadas, específicamente al sector turístico, a desarrollar o auspiciar programas que permitan insertar al sector cultural en el sistema productivo de la región neoespartana. La protección y defensa del patrimonio cultural del Estado Nueva Esparta es obligación prioritaria del Estado en sus diferentes ramas y de todos los ciudadanos, e implica el uso de los mecanismos legales e institucionales para hacerla efectiva. Sin perjuicio de lo previsto en la legislación nacional, el patrimonio cultural del Estado Nueva Esparta está constituido por los bienes que se encuentran en su territorio o que ingresen a él, quienquiera que sea su propietario así como las manifestaciones y culturas que constituyen el acervo cultural del estado, conforme a lo señalado seguidamente:

- Los muebles e inmuebles que hayan sido declarados o se declaren monumento nacional.

- Los bienes muebles e inmuebles que hayan sido declarados o se declaren monumento estatal o municipales.

Para el cumplimiento del objetivo de esta ley es necesario que el Ejecutivo Estatal del Estado Nueva Esparta destine una partida de su presupuesto, para el mantenimiento preventivo de los bienes inmuebles culturales, lo cual no impide que las propias instituciones culturales puedan lograr aportes financieros por otras vías. Igualmente el Estado Nueva Esparta por vía del ente rector de la cultura coordinará acciones con los municipios a los fines de satisfacer las necesidades y carencias que en materia de actividades e instalaciones culturales que tenga las comunidades, y en particular para:

- Apoyar los procesos culturales a nivel municipal y local.
- Favorecer la protección, defensa y valoración de las manifestaciones propias de la identidad cultural local, y garantizar que en los sitios de interés turístico y recreativo de competencia municipal sea incluido el talento local y estatal.

Decreto N ° 1.171 en Gaceta Oficial del Estado Nueva Esparta (Ver anexo D-3): Con fecha 12 de Febrero de 2004 se declara en estado de emergencia el Castillo Santa Rosa y asumir directamente el proceso de restauración de este monumento histórico con la asesoría del Instituto de Patrimonio Cultural. Seguidamente se debe agilizar recursos humanos y financieros para el rescate integral del Castillo Santa Rosa y su puesta en uso. Con la publicación de esta gaceta se declara a la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (Corpotur) organismo responsable y tutelar del Castillo Santa Rosa y de la creación del Fondo Especial para el Rescate integral de este castillo.



CAPÍTULO V

ESTABLECER ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL CASTILLO SANTA ROSA EN LA ASUNCIÓN, MUNICIPIO ARISMENDI, ESTADO NUEVA ESPARTA.

Una vez alcanzados los objetivos previos de esta investigación se pudo obtener como resultado que el Castillo Santa Rosa no se le está dando el uso adecuado con fines turísticos, recreacionales y culturales, debido a diversos factores tanto internos y externos que afectan el funcionamiento de las actividades en el atractivo. Entre los cuales se pueden citar:

❖ Deficiencia en los servicios públicos (Sanitarios, Limpieza y recolección de la basura, agua potable, energía eléctrica teléfonos, estacionamiento, vigilancia policial) y complementarios (A y B, guiatura, venta de souvenir, folletería, transporte privado), existentes en el Castillo Santa Rosa.

- ❖ Deterioro en la infraestructura (vías de acceso y señalización)

- ❖ Inadecuadas restauraciones y falta de mantenimiento en la estructura física de la edificación.

- ❖ Incumplimiento de responsabilidades y normativa legal por parte de los Entes responsables de su administración.

- ❖ Nula participación de la Comunidad de la Asunción Adyacente al Castillo Santa Rosa en el desarrollo de las actividades turísticas.

- ❖ Poca asignación de recursos económicos.

- ❖ Poca comunicación e interacción por parte de los representantes de los canales de distribución con el ente rector.

Ahora bien, es necesario detallar cada uno de los factores internos y externos existentes en el desarrollo de las actividades en el Castillo Santa Rosa, con el objetivo de mejorar las deficiencias y reconducir el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa, a través de la aplicación de las técnicas de planificación estratégica: Matriz DOFA, Flujograma Situacional y Matriz Mic- Mac, tomando en cuenta los lineamientos del Modelo de Desarrollo Sustentable. Todo esto, de modo que permita incorporar al Castillo Santa Rosa en el desarrollo de las actividades turísticas, por medio de la aplicación de las estrategias junto a los planes, programas y acciones.

A continuación se presenta detalladamente los factores internos y externos que se presentan en este atractivo.

Análisis Dofa

Es una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se posee sobre el atractivo turístico, la cual es útil para examinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del atractivo y el entorno en el cual éste compete.

Se aplicó la matriz DOFA para determinar los factores internos (Fortalezas y Debilidades) y factores externos (Oportunidades y Amenazas), obtenidas a partir de los objetivos previamente alcanzados, por medio de la observación directa en el atractivo, la aplicación de encuestas a los representantes de los canales de distribución y a los turistas, entrevistas semi-estructuradas a los representantes de los entes de gobierno y comunidad, así como también las fuentes secundarias: revisión bibliográfica referente con la situación problema.

Factores Internos

Es la parte interna que maneja el atractivo y tiene que ver con las fortalezas y las debilidades del atractivo turístico, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.

❖ Fortalezas

Son las actividades que se realizan dentro de las instalaciones del castillo que por su demostración de eficiencia nos permite aprovechar las oportunidades que se detectan, y atenuar las amenazas que sobrevengan; entre ellas se pueden citar:

F1.- Representa uno de los sitios históricos más representativo de la historia de la Isla de Margarita.

F2.- Está incluido en los folletos de promoción y rutas turísticas en varias empresas de turismo.

F3.- La entrada al Castillo Santa Rosa es gratuita.

F4.- La historia asociada que representa el Castillo Santa Rosa.

F5.- Inversiones de recursos en reparaciones a la estructura física para evitar que continúe deteriorando.

F6.- El paisaje que se observa desde el castillo.

F7.- El Castillo Santa Rosa ha sido decretado como Monumento Histórico Nacional y se encuentra en el Polígono Histórico de la Ciudad de La Asunción.

F8.- Existencia de normativa legal que orienta la conservación, mantenimiento y restauración del Castillo Santa Rosa.

F9.- Constante flujo de turistas nacionales e internacionales que visitan el Castillo.

F10.- El Castillo Santa Rosa puede ser visitado por toda la familia y público en general.

F11.- El Castillo está bajo la tutela de la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, ente rector de la actividad turística.

F12.- Cuenta con vías de acceso desde el Valle o desde el centro de La Asunción por carreteras asfaltadas.

F13.- Decreto del Castillo Santa Rosa como Patrimonio Histórico Cultural de Venezuela.

F14.- La creación del Fondo Especial para el Rescate Integral del Castillo Santa Rosa.

❖ **Debilidades**

Son las actividades que se desarrollan dentro de las instalaciones del castillo que por su demostración de ineficiencia o severas restricciones, no permiten cumplir con los objetivos dentro de las actividades turísticas en el Castillo Santa Rosa. En este caso, las debilidades son:

D1.- Paredes internas sucias, agrietadas y la pintura se corroe. Las paredes externas presentan fisuras, plantas, raíces y huecos.

D2.- Techos con vigas en mal estado, filtraciones y termitas en la madera.

D3.- Escaleras internas y externas sucias.

D4.- Letrero “Gracias por su colaboración” sucio y en mal estado.

D5.- Grietas en la caminería del lado derecho.

D6.- Bases o cimientos de la edificación agrietada y desmoronándose.

D7.- Cañones sin reubicar no cuentan con base de apoyo que lo sostenga y protega y varios objetos muebles deteriorados.

D8.- Escarpas del cerro amenaza su estabilidad por no tener ningún muro de contención que asegure sus cimientos o línea de fundación.

D9.- La jardinería posee pocas plantas ornamentales y no presenta una apariencia armónica.

D10.- Desagüe para las aguas de lluvias en el área externa tiene la tapa partida y con basura.

D11.- No existen teléfonos públicos.

D12.- Algunos reflectores de iluminación de la bancada de electricidad están rotos y algunos del alumbrado público están dañados.

D13.- Sanitarios no disponibles por tuberías de aguas blancas y aguas negras dañadas. Nulo el servicio del agua.

D14.- Inexistencia de casillas de vigilancia y vigilante. No existe vigilancia policial.

D15.- Presencia de basura en las zonas internas y externas del Castillo Santa Rosa. Hay una sola papelera y está dañada.

D16.- Dos tanques de agua que no funcionan.

D17.- Ausencia de guías propios, folletos, dramatizaciones, videos, postales, diapositivas para dar información al visitante en el castillo.

D18.- Ausencia de ventas de artículos relacionados con el castillo. (Souvenir)

D19.- Ausencia de actividades recreativas dentro del castillo: Música, danza típica, recitales poéticos, exposiciones de arte, gastronomía y exposición de objetos de la época.

D20.- No existe identificación ni fichas informativas de las piezas y salones en el castillo.

D21.- Ausencia de señalización que indique como llegar al atractivo.

D22.- Estacionamiento y vías de acceso con grietas en el pavimento y presencia de basura.

D23.- Ruptura del estilo original al usar materiales inadecuados en las restauraciones del Castillo Santa Rosa:

- ✓ Uso de terracota en el área de recepción y salones.
- ✓ Acabado moderno en las paredes internas al utilizar cemento y lechada de arcilla.
- ✓ Las ventanas y puertas no tienen un buen acabado.
- ✓ Los techos colocados son de machihembrado y vigas de madera.
- ✓ Incorporación de tomas de corrientes en el techo.
- ✓ Reparación de la caminería utilizando bloques.

- ✓ Incorporación de la bancada de electricidad monumental choca negativamente con el estilo arquitectónico visual.

✓

D24.- Alteración de la morfología original del Castillo Santa Rosa:

- ✓ Construcción de alojamiento en el flanco de la parte oeste.
- ✓ Un contrafuerte que esta expuesto sobre una cortina.
- ✓ Grosos y alturas desiguales de los parapetos.
- ✓ Cierre del paso peatonal por la caminería del techo que de acceso a los baluartes y adarves.
- ✓ Pisos de los baluartes han subido casi a la altura de las cañoneras y las garitas no tiene proporción entre la altura del hombre y la altura de las aspilleras.

D25.- Inexistencia del cordón magistral en el castillo.

D26.- Personal sin uniforme o identifique como trabajadores del lugar.

D27.- Mala atención y falta de información del atractivo por parte del personal encargado del castillo hacia los turistas

.

D28.- Presencia de personas no autorizadas en el castillo con vestimenta no adecuada.

D29.- Personal encargado no maneja ningún tipo de idioma extranjero y no está capacitado en el área de turismo.

- D30.- Incumplimiento del horario por parte del personal encargado del castillo.
- D31.- Conflictos entre el encargado y algunos representantes de las empresas turísticas (Jeep safari).
- D32.- Inexistencia de normas y reglas establecidas para visitar el castillo.
- D33.- Empresarios de turismo usan el Castillo Santa Rosa como atractivo turístico y no aportan beneficios al mismo.
- D34.- Los guías de los jeep safari no ofrecen el servicio de información al turista en el recorrido interno del castillo.
- D35.- Los turistas no recorren las instalaciones del castillo, sólo se quedan contemplando el paisaje.
- D36.- Los turistas dejan basura en las instalaciones del castillo y rayan las paredes.
- D37.- Conflictos de competencias entre entes para el mantenimiento, conservación y restauración del castillo.
- D38.- Incumplimiento por parte de los órganos competentes en la implementación de planes, programas y proyectos.
- D39.- No hay control y supervisión por parte de los entes durante el desenvolvimiento de las actividades turísticas de las empresas en el castillo.
- D40.- Incumplimiento del decreto por parte del ente encargado para la creación del fondo especial para el rescate integral del Castillo Santa Rosa e incumplimiento de la

Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta y Ley de Protección y Conservación del Patrimonio Cultural por parte de los organismos: IACENE, IPC y la Alcaldía del Municipio Arismendi.

D41.- Deficiente promoción del Castillo Santa Rosa.

D42.- Baja asignación de recursos económicos para la ejecución de proyectos para el castillo.

D43.- Nula participación de la Comunidad de la Asunción Adyacente al Castillo Santa Rosa en el desarrollo de las actividades turísticas.

Factores Externos

Es la parte externa que mira las oportunidades que ofrece el entorno y las amenazas que debe enfrentar el atractivo turístico en el mercado. Aquí se tiene que desarrollar toda la capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales se tiene poco o ningún control directo.

Oportunidades

Son las condiciones y actividades del entorno del castillo, que se consideran significativas por su beneficio al atractivo turístico en el futuro. Estas son las siguientes:

O1.- Asignación de recursos económicos en materia cultural por parte del Ejecutivo Nacional.

O2.- Afluencia de turistas nacionales e internacionales a la Isla de Margarita.

O3.- Promoción del Castillo Santa Rosa reflejado en los folletos de la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta.

O4.- Participación del castillo en el proyecto de rutas fortificadas que lleva a cabo la Corporación de Turismo.

O5.- Turismo Cultural como alternativa de desarrollo para el aprovechamiento de este atractivo.

O6.- La mayoría de las empresas de turismo cuenta con el servicio de guías acreditados por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta para los recorridos en el Castillo Santa Rosa.

O7.- Interés por realizar actividades recreativas y culturales (eventos) en edificaciones culturales.

Amenazas

Son las condiciones y actividades del entorno del castillo que potencialmente ejercerían perjuicios, debilitando al atractivo en el futuro. Seguidamente se exponen las amenazas del área de estudio:

A1.- Inestabilidad económica y política del país que repercute en la asignación de recursos económicos para la ejecución de planes, programas y proyectos para el Castillo.

A2.- Inseguridad social ocasionando hurtos en el monumento histórico.

A3.- Desconocimiento por parte de la comunidad de La Asunción acerca del potencial turístico que representa el Castillo Santa Rosa para el Municipio Arismendi.

A4.- Inexistencia de una Dirección de Turismo en la Alcaldía del Municipio Arismendi.

A5.- Poco apoyo en la producción de planes, programas y/o proyectos que contribuyan al mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa.

A6.- El turismo cultural no es representativo en las motivaciones de los turistas para visitar la Isla de Margarita.

A7.- Escasa educación acerca de la conservación del patrimonio histórico que permita concientizar y sensibilizar a los niños y adultos en el apego por este tipo de atractivo.

Una vez presentadas las características particulares del atractivo y el entorno, se puede apreciar que en los factores internos se concentran el mayor número de variables, específicamente en las debilidades, por lo cual es necesario llevar a cabo una serie de acciones que permitan orientar el aprovechamiento turístico en el Castillo Santa Rosa de manera adecuada. Por esta razón se realizó las combinaciones estratégicas a partir del análisis dofa.

Cuadro 95:
Combinaciones Estratégicas

Estrategias FO	Estrategias DO
<p>-Aprovechar adecuadamente el valor histórico que representa el Castillo Santa Rosa tomando en consideración el decreto de este atractivo como Patrimonio Histórico- Cultural de Venezuela para fortalecer la importancia como sitio histórico en la Isla de Margarita.</p> <p>-Mantener la entrada gratuita al Castillo Santa Rosa para que pueda ser visitado por toda la familia y el público en general de modo que se desarrolle el turismo cultural como alternativa para el aprovechamiento de este atractivo.</p> <p>_Atraer la afluencia de turistas nacionales e internacionales que visita la Isla de Margarita utilizando como complemento el paisaje que se observa desde el castillo y las vías de accesos desde el Valle o desde el centro de la Asunción para diversificar la oferta turística de este destino.</p> <p>- Garantizar el cumplimiento de las responsabilidades y funciones de la Corporación de Turismo como ente tutelar del Castillo Santa Rosa para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de rutas fortificadas con el fin de mantener, conservar el valor histórico que representa este castillo.</p>	<p>-Realizar reuniones con los representantes de los canales de distribución para garantizar que se realicen los recorridos internos y proporcionen información al turista, tomando en cuenta la participación del castillo en el proyecto de rutas fortificadas que lleva a cabo la Corporación de turismo de Estado Nueva Esparta.</p> <p>-Formular campañas de sensibilización a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa sobre el uso y comportamiento en este atractivo para garantizar el mantenimiento y conservación adecuada tal como lo expresa el decreto del Patrimonio Histórico Cultural de Venezuela.</p> <p>- Fortalecer las campañas de promoción del Castillo Santa Rosa por medio de los folletos, revistas, etc., de la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, logrando captar mayor afluencia de turistas nacionales e internacionales a la Isla de Margarita para transmitir la historia que representa este atractivo cultural.</p> <p>- Incorporar actividades recreativas y turísticas para los turistas en las instalaciones del Castillo Santa Rosa para lograr el desarrollo del turismo cultural como alternativa para el aprovechamiento de este atractivo.</p>

Cuadro 95 (cont.)

Estrategias FA	Estrategias DA
<p>-Realizar y garantizar las actividades culturales a la comunidad de forma gratuita para promover una educación acerca de la conservación del patrimonio histórico que permita concientizar y sensibilizar a los niños y a los adultos en el apego por este tipo de atractivo.</p> <p>-Aprovechar la tutela que tiene la corporación de turismo en todo lo relacionado al desarrollo de las actividades en el Castillo Santa Rosa, de modo que permita disminuir las repercusiones que puede tener la ausencia actual de la Dirección de Turismo en la Alcaldía del Municipio Arismendi.</p>	<p>-Involucrar a los entes que tienen las responsabilidades de mantenimiento, conservación y restauración del Castillo Santa Rosa con el objeto de cumplir a cabalidad con sus funciones para brindar mayor supervisión y control, planes, programas y proyectos en el desarrollo de las actividades turísticas de forma tal que en el mediano plazo se logre la creación e incorporación de la Dirección de Turismo como figura de apoyo en la actividad turística del Municipio Arismendi.</p> <p>-Ejecutar campañas de promoción del Castillo Santa Rosa a nivel local, nacional e internacional a fin de ofrecer la alternativa de atractivos culturales de modo que diversifique la oferta turística de la Isla de Margarita.</p> <p>-Formulación y ejecución de planes, programas y/o proyectos que contribuyan al mantenimiento, conservación, restauración e incorporación de personal capacitado en el área de turismo en el atractivo histórico.</p>

Flujograma Situacional

Es una técnica de análisis que permite establecer las relaciones de causa-efecto en distintas situaciones o problemas en una realidad determinada. Esta técnica se caracteriza por tener hechos u eventos que conforman un sistema complejo de relaciones entre ellos.

Por esta razón fue necesario aplicar el flujograma situacional en el área de estudio con la finalidad de tener una visión global de la problemática, conocer las causas que originaron las debilidades existentes en el atractivo, así como también los antecedentes que han originados los hechos que afectan el desarrollo de la actividad turística en el Castillo Santa Rosa.

Seguidamente se presenta el flujograma situacional del Castillo Santa Rosa (Ver gráfico 140)

Esta técnica permitió determinar el principal foco de atención existente en la interacción de los diferentes elementos del área de estudio para establecer estrategias de acción que permitan corregir los problemas existentes en el Castillo Santa Rosa. Una vez conocida las variables críticas o motrices en el desarrollo de la técnica Mic-Mac, para ser puntuales en las estrategias.

Matriz de Impacto Cruzada (Mic- Mac)

La matriz de impacto cruzada es una herramienta que consiste en estudiar la relación directa e indirecta de influencia (motricidad) entre cada una de las variables que intervienen en la situación actual objeto de estudio a través del relleno cualicuantitativo de la matriz. Estas variables son relacionadas en forma horizontal y vertical por cada pareja de variables para analizar su relación directa (influencia) de un elemento sobre el otro. Las variables fueron agrupadas por aspectos o áreas de acuerdo a las características comunes entre ellas. (Ver cuadro 96)

Cuadro 96:
Variables Mic- Mac

Aspectos	Variables	Descripción
ESTRUCTURA FÍSICA	EF1	Paredes internas sucias, agrietadas y la pintura se corroe. Las paredes externas presentan fisuras, plantas, raíces y huecos.
	EF2	Techos con vigas en mal estado, filtraciones y termitas en la madera.
	EF3	Escaleras internas y externas sucias
	EF4	Letrero “Gracias por su colaboración” sucio y en mal estado.
	EF5	Grietas en la caminería del lado derecho.
	EF6	Bases o cimientos de la edificación agrietada y desmoronándose.
	EF7	Cañones sin reubicar no cuentan con base de apoyo que lo sostenga y protega y varios objetos muebles deteriorados.

	EF8	Escarpas del cerro amenaza su estabilidad por no tener ningún muro de contención que asegure sus cimientos o línea de fundación.
	EF9	La jardinería posee pocas plantas ornamentales y no presenta una apariencia armónica.
	EF10	10.-Desagüe para las aguas de lluvias en el área externa tiene la tapa partida y con basura.
SERVICIOS PÚBLICOS	SP1	No existen teléfonos públicos.
	SP2	Algunos reflectores de iluminación de la bancada de electricidad están rotos y algunos del alumbrado público están dañados.
	SP3	Sanitarios no disponibles por tuberías de aguas blancas y aguas negras dañadas. Nulo el servicio del agua.
	SP4	Inexistencia de casillas de vigilancia y vigilante. No existe vigilancia policial.
	SP5	Presencia de basura en las zonas internas y externas del Castillo Santa Rosa. Hay una sola papelera y está dañada.
	SP6	Dos tanques de agua que no funcionan.
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SC1	Ausencia de guías propios, folletos, dramatizaciones, videos, postales, diapositivas para dar información al visitante en el castillo.
	SC2	Ausencia de venta de artículos relacionados con el castillo. (Souvenir)
	SC3	Ausencia de actividades recreativas: Música, danza

		típica, recitales poéticos, exposiciones de arte, gastronomía y exposición de objetos de la época.
	SC4	No existe identificación ni fichas informativas de las piezas y salones en el castillo.
INFRAESTRUCTURA	I1	Ausencia de señalización que indique como llegar al atractivo.
	I2	Estacionamiento y vías de acceso con grietas en el pavimento y presencia de basura.
RESTAURACIONES INADECUADAS	RI1	Ruptura del estilo original al usar materiales inadecuados en las restauraciones del Castillo Santa Rosa.
	RI2	Alteración de la morfología del Castillo Santa Rosa.
	RI3	Inexistencia del cordón magistral en el castillo.
RECURS O HUMANO	RH1	Personal sin uniforme o identifique como trabajadores del lugar
	RH2	Mala atención y falta de información del atractivo

		por parte del personal encargado del castillo hacia los turistas.
	RH3	Presencias de personas no autorizadas en el castillo con vestimenta no adecuada.
	RH4	Personal encargado no maneja ningún tipo de idioma extranjero y no está capacitado en el área de turismo.
	RH5	Incumplimiento del horario por parte del personal encargado del castillo.
	RH6	Conflictos entre el encargado y algunos representantes de las empresas turísticas (Jeep safari).
	RH7	Inexistencia de normas y reglas establecidas para visitar el castillo.
	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	CD1
CD2		Los guías de los jeep safari no ofrecen el servicio de información al turista en el recorrido interno del castillo.
TURISTA	T1	Los turistas no recorren las instalaciones del castillo, sólo se quedan contemplando el paisaje.
	T2	Los turistas dejan basura en las instalaciones del castillo y rayan las paredes.

--	--	--

COMUNIDAD	C1	Nula participación de la comunidad de La Asunción adyacente al Castillo Santa Rosa en el desarrollo de las actividades turísticas.
RESPONSABILIDADES DE LOS ENTES		competentes en la implementación de planes, programas y proyectos.
	RE3	No hay control y supervisión por parte de los entes durante el desenvolvimiento de las actividades turísticas de las empresas en el castillo.
	RE4	Incumplimiento del decreto por parte del ente encargado para la creación del fondo especial para el rescate integral del Castillo Santa Rosa e incumplimiento de la Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta y Ley de Protección y Conservación del Patrimonio Cultural por parte de los organismos: IACENE, IPC y la Alcaldía del Municipio Arismendi.
	RE5	Deficiente promoción del Castillo Santa Rosa.
	RE6	Baja asignación de recursos económicos para la ejecución de proyectos para el castillo

Fuente: Elaboración Propia.

Para obtener las variables críticas fue necesario conocer la relación directa e indirecta de influencia entre las diferentes variables con la siguiente escala:

0, si no existe relación directa de causa- efecto entre las variables.

1, si existe relación directa moderada de causa-efecto entre las variables.

2, si existe relación directa fuerte de causa- efecto entre las variables. (Ver cuadro 97: Matriz base)

Seguidamente se procedió a multiplicar el contenido de la matriz por ella misma para obtener nuevos valores de motricidad y dependencia directa o indirecta, hasta lograr obtener la matriz mic-mac estabilizada, (sin variación en los porcentajes de la variables) para así determinar las áreas claves o críticas. (Ver cuadro 98: Matriz estabilizada)

Una vez obtenida los porcentajes del contenido de la matriz estabilizada, se procedió a llevar estos resultados a la forma gráfica de la Mic- Mac (Ver gráfico 141), la cual está dividida en cuatro cuadrantes que se describen a continuación:

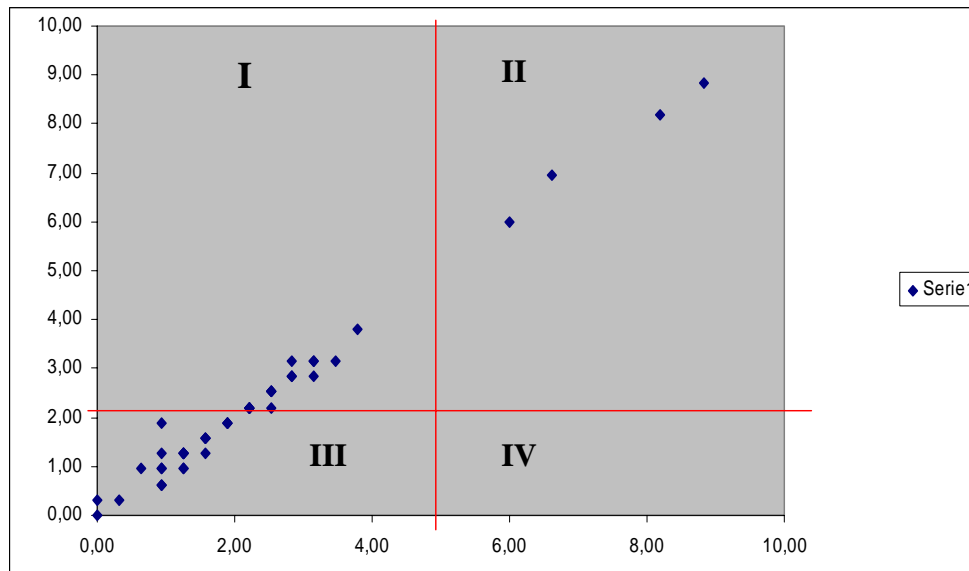


Gráfico 141: Motricidad-Dependencia

Cuadrante I: Es el cuadrante de poder en donde se ubican las variables cuya influencia sobre las demás es relativamente alta manteniendo un nivel de autonomía igualmente alto. Las variables que están ubicadas en este cuadrante son llamadas variables motrices o de poder.

En este primer cuadrante se ubicaron las 16 variables críticas, las cuales son las variables motrices que deben ser las primeras en abordar para corregir las áreas de oportunidades existentes en el Castillo Santa Rosa y; son las variables que al ser atacadas y solucionadas, influirán sobre el resto de la variables ubicadas en el cuadrante II y III. Seguidamente se encuentran las variables críticas:

- **EF1:** Paredes internas sucias, agrietadas y la pintura se corroe. Las paredes externas presentan fisuras, plantas, raíces y huecos.
- **EF2:** Techos con vigas en mal estado, filtraciones y termitas en la madera.

- **EF3:** Escaleras internas y externas sucias.

- **SP5:** Presencia de basura en las zonas internas y externas del Castillo Santa Rosa. Hay una sola papeleras y está dañada.

- **SC1:** Ausencia de guías propios, folletos, dramatizaciones, videos, postales, diapositivas para dar información al visitante en el castillo.

- **SC2:** Ausencia de venta de artículos relacionados con el castillo. (Souvenir).

- **SC3:** Ausencia de actividades recreativas: Música, danza típica, recitales poéticos, exposiciones de arte, gastronomía y exposición de objetos de la época.

- **SC4:** No existe identificación ni fichas informativas de las piezas y salones en el castillo.

- **RI1:** Ruptura del estilo original al usar materiales inadecuados en las restauraciones del Castillo Santa Rosa.

- **RI2:** Alteración de la morfología del Castillo Santa Rosa.

- **RH2:** Mala atención y falta de información del atractivo por parte del personal encargado del castillo hacia los turistas.

- **RH4:** Personal encargado no maneja ningún tipo de idioma extranjero y no está capacitado en el área de turismo.

- **RH6:** Conflictos entre el encargado y algunos representantes de las empresas turísticas (Jeep safari).

- **T1:** Los turistas no recorren las instalaciones del castillo, sólo se quedan contemplando el paisaje.

- **T2:** Los turistas dejan basura en las instalaciones del castillo y rayan las paredes.

- **RE1:** Conflictos de competencias entre entes para el mantenimiento, conservación y restauración del castillo.

Cuadrante II: Se le denomina cuadrante de conflictos. Es un sector que contiene variables motrices y muy dependientes, cualquier cambio en la situación actual de estas, lleva a gran parte de las otras variables del sistema a una mutación inminente y viceversa. Estas variables también son llamadas variables de enlace. Entre ellas están:

- **RE2:** Incumplimiento por parte de los órganos competentes en la implementación de planes, programas y proyectos.

- **RE3:** No hay control y supervisión por parte de los entes durante el desenvolvimiento de las actividades turísticas de las empresas en el castillo.

- **RE4:** Incumplimiento del decreto por parte del ente encargado para la creación del fondo especial para el rescate integral del Castillo Santa Rosa e incumplimiento de la Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta y Ley de Protección y Conservación

del Patrimonio Cultural por parte de los organismos: IACENE, IPC y la Alcaldía del Municipio Arismendi.

➤ **C1:** Nula participación de la comunidad de La Asunción adyacente al Castillo Santa Rosa en el desarrollo de las actividades turísticas.

Cuadrante III: Denominado cuadrante dependiente. Es el lugar donde se encuentran las variables con poca motricidad o alta dependencia. Estas variables están condicionadas en su totalidad al desempeño de las variables de poder y de enlace. En este cuadrante se ubican el resto de las variables:

➤ **EF4:** Letrero “Gracias por su colaboración” sucio y en mal estado.

➤ **EF5:** Grietas en la caminería del lado derecho.

➤ **EF6:** Bases o cimientos de la edificación agrietada y desmoronándose.

➤ **EF7:** Cañones sin reubicar no cuentan con base de apoyo que lo sostenga y proteja y varios objetos muebles deteriorados.

➤ **EF8:** Escarpas del cerro amenaza su estabilidad por no tener ningún muro de contención que asegure sus cimientos o línea de fundación.

➤ **EF9:** La jardinería posee pocas plantas ornamentales y no posee una apariencia armónica.

- **EF10:** Desagüe para las aguas de lluvias en el área externa tiene la tapa partida y con basura.

- **SP1:** No existen teléfonos públicos.

- **SP2:** Algunos reflectores de iluminación de la bancada de electricidad están rotos y algunos del alumbrado público están dañados.

- **SP3:** Sanitarios no disponibles por tuberías de aguas blancas y aguas negras dañadas. Nulo el servicio del agua.

- **SP4:** Inexistencia de casillas de vigilancia y vigilante. No existe vigilancia policial.

- **SP6:** Dos tanques de agua que no funcionan.

- **I1:** Ausencia de señalización que indique como llegar al atractivo.

- **I2:** Estacionamiento y vías de acceso con grietas en el pavimento y presencia de basura.

- **RI3:** Inexistencia del cordón magistral en el castillo.

- **RH1:** Personal sin uniforme.

- **RH3:** Presencias de personas no autorizadas en el castillo con vestimenta no adecuada.

- **RH5:** Incumplimiento del horario por parte del personal encargado del castillo.

- **RH7:** Inexistencia de normas y reglas establecidas para visitar el castillo.

- **CD1:** Empresarios de turismo usan el Castillo Santa Rosa como atractivo turístico y no aportan beneficios al mismo.

- **CD2:** Los guías de los jeep safari no ofrecen el servicio de información al turista en el recorrido interno del castillo.

- **RE5:** Deficiente promoción del Castillo Santa Rosa.

- **RE6:** Baja asignación de recursos económicos para la ejecución de proyectos para el castillo.

Cuadrante IV: Se denomina cuadrante autónomo. En el se encuentran las variables con bajo niveles motrices y dependencias. Estas variables poseen gran inercia ya que se afectan poco con los cambios globales del sistema requieren ser individuales para procurar su evolución. Algunas de ellas en la medida en que son poco dependientes y cercanas al cuadrante de poder pueden considerarse como medianamente motrices. No hay variables en este cuadrante.

Una vez que se identificaron las variables críticas de las 43 analizadas en principio, se agruparon las variables críticas por líneas estratégicas de acuerdo a su nivel de relación, con la finalidad de determinar los lineamientos hacia los cuales se enfocaron la solución de la problemática existente en el Castillo Santa Rosa y en función de ello, se estableció los estrategias, programas, proyectos, objetivos, y acciones que orientarán el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa. Además de ello, se expone la visión y misión que orientará las estrategias.

Cuadro 99:
Visión y Misión

Visión	Misión
<p>Aprovechar al Castillo Santa Rosa como un atractivo histórico cultural del Estado Nueva Esparta en el que facilita a los visitantes servicios básicos y complementarios de calidad, con la estructura física en su estilo original; asimismo un personal capacitado y formado en el área turística para garantizar el aprovechamiento turístico dentro del enfoque del Modelo de Desarrollo Sustentable, en el cual están involucrados los organismos competentes: Corpotur, Iacene, Alcaldía del Municipio Arismendi, Icpma e Ipc; y la comunidad participa activamente en las actividades turísticas que se desarrollan en el atractivo, con el objetivo de mantener un equilibrio racional entre los elementos que integran el funcionamiento de este atractivo para así garantizar la conservación y mantenimiento del castillo y lograr que sea visitado por el flujo de turistas nacionales e internacionales para</p>	<p>Rescatar y optimizar la calidad de los servicios y facilidades que permitan garantizar el uso turístico del Castillo Santa Rosa, logrando involucrar a los entes de gobierno: Corpotur, Iacene, Alcaldía del Municipio Arismendi, Icpma e Ipc, comunidad, empresarios y turistas, con el objetivo de fortalecer su valor histórico cultural para que represente la principal oferta turística cultural de este destino y así captar turistas nacionales e internacionales.</p>

conocer la historia que este representa y poder adquirir recuerdos de este bien histórico cultural generando beneficios económicos, sociales y culturales al Municipio Arismendi.	
---	--

Fuente: Elaboración Propia.

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN: Aprovechar el Castillo Santa Rosa como atractivo turístico, tomando en consideración los componentes del modelo de desarrollo sustentable para garantizar el rescate, conservación y mantenimiento de este atractivo histórico cultural de modo que permita ofrecer a los visitantes, servicios básicos, complementarios de calidad, recursos humanos capacitados acordes a las exigencias de los visitantes.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: Mejorar las condiciones de la estructura física del Castillo Santa Rosa en la Asunción, a través de la implementación de programas y proyectos de mantenimiento, conservación y restauración adecuados a las necesidades del atractivo, en el cual se comprometa al sector público para el desarrollo y ejecución de los mismos y a la comunidad y turista para su preservación.

PROGRAMA: Mejorar las condiciones de la estructura física en el Castillo Santa Rosa.

OBJETIVOS: Realizar las restauraciones adecuadas para rescatar todos los espacios del Castillo Santa Rosa en el período de dos años, elevando a un 80% la recuperación del estilo original de la edificación, bajo la responsabilidad de los diferentes entes (IACENE, CORPOTUR, IPC y Alcaldía del Municipio Arismendi) para ofrecer a los turistas un atractivo rescatado en el cual se aprecie su estructura original y el valor histórico que representa.

Cuadro 100:
Proyectos

PROYECTOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
1.-Recuperación de las paredes internas y externas.	Mejorar en un período de seis meses las condiciones de las paredes internas y externas en el castillo, y de esta manera evitar la degradación de la misma
2.- Reparación de techos y vigas.	Reparar los techos y vigas dañadas, así como también eliminar las termitas en la madera, en un período no mayor de seis meses con la finalidad de conservar y mantener en buen estado la edificación y evitar las filtraciones en un 100%.
3.-Reacondicionamiento de las escaleras internas y externas.	Reacondicionar la estructura física de las escaleras internas y externas en un 100% en un período máximo de seis meses.
4.- Adecuar el castillo al estilo y morfología original.	Devolver el estilo y morfología original de la época al Castillo Santa Rosa en el período de un año con el objeto de conservar el valor histórico que representa este tipo de construcción en la actualidad.
5.-Definición de funciones y responsabilidades de los entes.	Determinar en un lapso de seis meses las diferentes funciones que les corresponden a cada uno de los entes involucrados en el desarrollo de las actividades turísticas en el Castillo Santa Rosa, con el fin de definir las responsabilidades y tomar acciones correctivas en caso de existir anomalías en el desenvolvimiento de las actividades turísticas en el monumento histórico.

Cuadro 101:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Mejorar las condiciones de la estructura física en el Castillo Santa Rosa.							
PROYECTO: Recuperación de las paredes internas y externas.							
OBJETIVO: Mejorar en un período de seis meses las condiciones de las paredes internas y externas en el castillo, y de esta manera evitar la degradación de la misma.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Presentar este programa ante los entes: Alcaldía del Municipio Arismendi, Corpotur, Gobernación y el Ipc para la asignación de recursos económicos para su ejecución.	Obtención de recursos económicos	Expertos	Alcaldía Gobernación Corpotur Ipc	Dos meses			

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
2.- Licitación de las empresas para el estudio de restauración en el Castillo Santa Rosa.	Obtención de la empresa que llevará a cabo la restauración	Expertos	Alcaldía Gobernación Corpotur Ipc	Dos meses			
3.- Reunir a las empresas y representantes de Corpotur, alcaldía, Ipc y gobernación para establecer el objetivo del programa y los períodos de tiempo a ser desarrolladas.	Definición del objetivo y tiempo del programa	Alcaldía Gobernación Corpotur Ipc		1 meses			
4.- Definir horarios, cuadrillas de trabajos, cronograma de actividades y tareas a realizar.	Preparación de la Agenda de trabajo			(Sexto mes) 1 mes			
5.- Traslado de materiales necesarios para la eliminación de plantas y raíces en las paredes externas.	Disponibilidad de los materiales a utilizar						
6.- Limpieza fitosanitaria en todas las paredes externas de la edificación.	Paredes sin raíces						
7.- Sellar los huecos y fisuras que se encuentran en las paredes externas de la planta.	Paredes sin fisuras y huecos						
8.- Escarificación de las paredes internas.	Paredes limpias	Empresa	Expertos				
9.- Preparación de materiales adecuados para la							

corrección de las grietas en las paredes internas.	y en Buenas condiciones						
10.- Aplicación del friso en las paredes internas para eliminar las grietas.							
11.- Dar acabado final a las paredes internas.							
12.- Bote de escombros	Limpieza						
13.- Monitoreo y evaluación							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 102:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Mejorar las condiciones de la estructura física en el Castillo Santa Rosa.							
PROYECTO: Reparación de techos y vigas.							
OBJETIVO: Reparar los techos y vigas dañadas, así como también eliminar las termitas en la madera, en un período no mayor de un mes con la finalidad de conservar y mantener en buen estado la edificación y evitar las filtraciones en un 100%.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Traslado de material a utilizar en las reparaciones de los techos en el castillo.	Obtención de materiales	Empresa	Expertos	1 mes			
2.- Desmontaje de vigas dañadas	Techos en excelentes condiciones						
3.- Colocación de nuevas vigas							
4.- Desmontaje de tejas.							
5.- Demolición y sustitución del manto asfáltico.							
6.- Colocación de tejas.							
7.- Asperjado general de toda la madera del					Radicar las		

castillo para garantizar la protección adecuada a toda la edificación.	termitas						
8.- Monitoreo y evaluación							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 103:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Mejorar las condiciones de la estructura física en el Castillo Santa Rosa.							
PROYECTO: Reacondicionamiento de las escaleras internas y externas.							
OBJETIVO: Reacondicionar la estructura física de las escaleras internas y externas en un 100% en un período de un mes.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Remover la mampostería de las escaleras internas y externas.	Escaleras con un acabado rústico y amónico con el estilo de la	Empresa	Expertos	1 mes			
2.- Preparación del material a ser colocado.							
3.- Sustituir la mampostería de las escaleras internas y externas por lajas de piedra.							
4.- Diseñar barandas de madera gruesa.							
5.- Cambiar las barandas existentes por las barandas de madera en el área del jardín.							
6.- Dar acabado final							

7.- Botar escombros	planta						
8.- Monitoreo y evaluación							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 104:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Mejorar las condiciones de la estructura física en el Castillo Santa Rosa.							
PROYECTO: Adecuar el castillo al estilo y morfología original.							
OBJETIVO: Devolver el estilo y morfología original de la época al Castillo Santa Rosa en el período de un mes con el objeto de conservar el valor histórico que representa este tipo de construcción en la actualidad.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Convocar a diferentes expertos multidisciplinario.	Recuperación del estilo y morfología original del Castillo Santa Rosa	Expertos Corpotur Ipc	Alcaldía Gobernación	1 mes			
2.-Elaborar proyectos de adecuación del castillo a su estilo y morfología original.							
3.- Presentación del proyecto a los organismos competentes locales y nacionales.							
4.- Solicitar recursos económicos a los entes locales y nacionales.							
5.- Licitación a las empresas para la							

ejecución del proyecto.							
6.- Monitoreo y evaluación.							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 105:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Mejorar las condiciones de la estructura física en el Castillo Santa Rosa.							
PROYECTO: Definición de funciones y responsabilidades de los entes.							
OBJETIVO: Determinar en un lapso de seis meses las diferentes funciones que les corresponden a cada uno de los entes involucrados en el desarrollo de las actividades turísticas en el Castillo Santa Rosa, con el fin de definir las responsabilidades y tomar acciones correctivas en caso de existir anomalías en el desenvolvimiento de las actividades turísticas en el monumento histórico.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Convocar a reuniones por parte de la Corporación de Turismo a los diferentes representantes de los entes: Alcaldía, Gobernación, Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi y el Ipc.	Conocimiento De las funciones y responsabilidades específicas	Corpotur ICPMA IPC	Alcaldía Gobernación	1 mes			
2.- Dar a conocer la necesidad de cumplir con las funciones y responsabilidades de cada ente de gobierno.	de los diferentes Entes						
3.- Redefinir las funciones y responsabilidades de cada ente encargado por velar por las actividades desarrolladas en el castillo.	Involucrados en las actividades desarrolladas en el Castillo Santa Rosa						

4.- Asignación de funciones específicas a cada ente.							
5.- Soportar por escrito cada una de las reuniones las funciones y responsabilidades asignadas por los diferentes entes.							
6.- Monitoreo y evaluación.							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: Optimizar los servicios públicos en el Castillo Santa Rosa.

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

PROGRAMA: Optimizar los servicios públicos.

OBJETIVOS: Garantizar la prestación de los servicios públicos en el Castillo Santa Rosa, específicamente la recolección de desechos sólidos, llevándolo a cabo todos los días de la semana para aumentar en un 100% la limpieza de las instalaciones internas y externas (incluidas áreas verdes) en un período de tres meses por parte de la Corporación de Turismo y la Alcaldía del Municipio Arismendi.

Cuadro 106:

PROYECTOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
1.- Recolección de desechos sólidos	Mejorar la limpieza de las instalaciones internas y externas de la fortaleza en un período de tres meses con la participación de la Alcaldía del Municipio Arismendi y la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta.
2.- Sensibilización a los turistas.	Sensibilizar y concientizar a los turistas locales, nacionales e internacionales que visiten al Castillo Santa Rosa durante su recorrido en el atractivo, los días que este se encuentre abierto al público.

Cuadro 107:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Optimizar los servicios públicos							
PROYECTO: Recolección de desechos sólidos							
OBJETIVO: Mejorar la limpieza de las instalaciones internas y externas de la fortaleza en un período de un mes con la participación de la Alcaldía del Municipio Arismendi y la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Contemplar cuales son los entes responsables de la limpieza del castillo.	Ofrecer a los turistas un atractivo cultural con todos sus espacios	Corpotur Alcaldía ICPMA	Gobernación	1 mes			
2.- Asignar recursos económicos y materiales para la limpieza.							
3.- Asignar las cuadrillas de limpieza junto con un camión para la recolección de la basura.							
4.- Adquisición de papeleras acordes con el estilo arquitectónico del castillo.							
5.- Ubicación de las papeleras en los diferentes espacios del castillo							
6.- Monitoreo y evaluación							

	limpios						
--	---------	--	--	--	--	--	--

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 108:
Plan de Acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Optimizar los servicios públicos							
PROYECTO: Sensibilización a los turistas							
OBJETIVO: Sensibilizar y concientizar a los turistas locales, nacionales e internacionales que visiten al Castillo Santa Rosa durante su recorrido en el atractivo, los días que este se encuentre abierto al público.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Definir el cronograma de acciones que llevará cabo el personal del Castillo Santa Rosa al momento de recibir a los visitantes.	Mantener limpio y conservadas las instalaciones del castillo	Corpotur Alcaldía ICPMA	Gobernación	1 mes			
2.- Facilitar las herramientas (papeleras, bolsas, entre otros) necesarias para evitar que los turistas dejen desechos en las instalaciones del castillo.							
3.- Proporcionar material de apoyo: folletos informativos, afiches, entre otros; para que los turistas conozcan la importancia de mantener las instalaciones del castillo limpias.							

4.-Monitoreo y evaluación

❖ **LÍNEA ESTRATÉGICA 3:** Incorporar los servicios complementarios en el Castillo Santa Rosa para ofrecer las facilidades que permitan al turista disfrutar el recorrido en el atractivo histórico con personal calificado en el área turística, así como también de programas turísticos, recreativos y culturales con el objetivo de ofrecer al visitante información sobre la historia y hechos ocurridos en este atractivo histórico.

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

PROGRAMA: Servicios Complementarios.

OBJETIVOS: Incorporar guías turísticos y medios para impartir la información (folletos, videos, revistas, fichas informativas, entre otros), igualmente realizar actividades turísticas, recreativas y culturales, incrementándolo en un 40% en un período de seis meses con la finalidad de facilitar información histórica a los turistas en el recorrido interno del Castillo Santa Rosa.

Cuadro 109:

PROYECTOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
1.- Información al visitante.	Proporcionar información a los visitantes del Castillo Santa Rosa, a través de los distintos medios (folletos, revistas, postales, videos y fichas informativas), en un lapso no mayor de tres meses.
2.- Incorporación de actividades.	Ofrecer actividades turísticas, culturales y recreativas a los turistas y el público en general en un período de tres meses de acuerdo a una programación previamente establecido.
3.- Recorrido en el Castillo Santa Rosa.	Definir un circuito interno y externo en un período de tres meses para conocer las instalaciones del Castillo Santa Rosa de una manera dinámica y divertida para los visitantes.
4.- Ventas de artículos relacionados con el castillo (souvenir).	Incorporar en un período de tres meses ventas de artículos relacionados con el Castillo Santa Rosa: postales, artesanías, entres otros, con el fin de facilitarle a los visitantes recuerdos de este atractivo.
5.- Reclutamiento, capacitación y adiestramiento del personal.	Incorporar un personal capacitado en el área turística a través de un proceso de reclutamiento, capacitación y adiestramiento en un período de seis meses para elevar la calidad de atención al turista en las instalaciones del castillo con la finalidad de contar con un equipo de trabajo en la planta dispuesto a satisfacer las necesidades de los visitantes.

Cuadro 110:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Servicios Complementarios							
PROYECTO: Información al visitante							
OBJETIVO: Proporcionar información a los visitantes del Castillo Santa Rosa, a través de los distintos medios (folletos, revistas, postales, videos, fichas informativas etc.), en un lapso no mayor de dos meses.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Reunión con el equipo multidisciplinario acerca del material que será proporcionado a los turistas en el castillo.	Disponer de diversos medios para proporcionar información al turista	Expertos	Gobernación	2 meses			
2.- Solicitud del presupuesto para financiar la adquisición de los materiales a utilizar.		Corpotur					
3.- Adquisición de diversos medios: folletos, postales, videos, revistas, etc.		Alcaldía					
4.- Asignación de cantidades a entregar semanalmente en el castillo.		ICPMA					
5.- Monitoreo y evaluación.							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 111:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
ROGRAMA: Servicios Complementarios							
PROYECTO: Incorporación de actividades.							
OBJETIVO: Ofrecer actividades culturales y turísticas a los turistas y el público en general en un período de tres meses de acuerdo a una programación previamente establecido.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Reunirse con el equipo multidisciplinario para establecer las actividades culturales y turísticas en el castillo.		Expertos	Gobernación	3 meses			
2.- Definir la programación que será llevado a cabo en el período entre cuatro meses.							
3.- Establecer los mecanismos de publicidad y promoción para invitar al turista y la comunidad en general a presenciar las diferentes actividades turísticas y culturales a desarrollar en el Castillo Santa Rosa.		Corpotur Alcaldía ICPMA					
4.- Delegar un equipo para que realice a organización de las actividades a presentar.							

5.- Solicitar apoyo logístico a los bomberos, protección civil y policía para las fechas respectivas en la realización de las actividades.							
6.- Cumplimiento de la programación.							
7.- Monitoreo y evaluación							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 112:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Servicios Complementarios							
PROYECTO: Recorrido en el Castillo Santa Rosa							
OBJETIVO: Definir un circuito interno y externo en un período de dos meses para conocer las instalaciones del Castillo Santa Rosa de una manera dinámica y divertida para los visitantes.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Reunirse con el equipo multidisciplinario para establecer el circuito interno y externo en el castillo.	Brindar mayor información a los turistas y convertir la estadía del turista en el castillo de una manera	Expertos Corpotur Alcaldía ICPMA	Gobernación	2 meses			
2.- Definir el recorrido del circuito interno y externo y materiales a utilizar en el desarrollo de este en temporadas altas y bajas.							
3.- Presentar la definición del recorrido del circuito interno y externo en el castillo al personal que desempeñará la función de guía.							
4.- facilitar material de apoyo para el desarrollo del circuito interno y externo.							

5.- Ejecución del circuito en el castillo	dinámica y divertida						
.- Monitoreo y evaluación							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 113:
Plan de acción

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Servicios Complementarios							
PROYECTO: Ventas de artículos relacionados con el castillo (souvenir).							
OBJETIVO: Incorporar en un período de un mes ventas de artículos relacionados con el Castillo Santa Rosa: postales, artesanías, entre otros, con el fin de facilitarle a los visitantes recuerdos de este atractivo.							
Plan de Acción	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Reunión con los expertos para establecer que tipo de artículos se venderán en el castillo.	Artículos relacionados con el castillo disponible a la venta para los turistas.	Expertos Corpotur Alcaldía ICPMA	Gobernación	1 meses			
2.- Solicitar el presupuesto para la adquisición de los productos a vender.							
3.- Adquirir los artículos relacionados con el castillo.							
4.- Asignar la persona encargada para la venta de los productos.							
5.- Dar inicio a la venta del producto.							

6.- Monitoreo y evaluación								
----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 114:**Plan de acción**

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Servicios complementarios							
PROYECTO: Reclutamiento, capacitación y adiestramiento del personal							
OBJETIVO: Incorporar un personal capacitado en el área turística a través de un proceso de reclutamiento, capacitación y adiestramiento en un período de cuatro meses para elevar la calidad de atención al turista en las instalaciones del castillo con la finalidad de contar con un equipo de trabajo en la planta dispuesto a satisfacer las necesidades de los visitantes.							
Plan de Acción (Reclutamiento)	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Reunirse con el equipo multidisciplinario para definir el número del personal y perfil a seleccionar y trabajar en el castillo.	Obtener el personal para laboral en el Castillo	Expertos Corpotur Alcaldía ICPMA	Gobernación	1 mes			
2.- Diseñar el anuncio de solicitud del personal para ser publicado en la prensa y en el Internet.							
3.- Recepción de documentos							
4.- Seleccionar y llamar al personal seleccionado que se adapte al perfil establecido.							
5.- Concertar citas con el personal seleccionado							

para aplicar las entrevistas.	Santa Rosa						
6.- Definición de las personas a ser contratada.							
7.-Comunicar a las personas que han sido seleccionadas para los cargos respectivos.							
8.- Firma del contrato.							

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 114 (Cont.)

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Servicios Complementarios							
PROYECTO: Reclutamiento, capacitación y adiestramiento del personal.							
OBJETIVO: Incorporar un personal capacitado en el área turística a través de un proceso de reclutamiento, capacitación y adiestramiento en un período de cuatro meses para elevar la calidad de atención al turista en las instalaciones del castillo con la finalidad de contar con un equipo de trabajo en la planta dispuesto a satisfacer las necesidades de los visitantes.							
Plan de Acción (Capacitación)	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Reunirse con el equipo multidisciplinario para definir los cursos a dictar al personal.	Personal especializado en materia turística y cultural para laboral en el Castillo Santa Rosa	Expertos	Gobernación	2 mes			
2.- Definir la institución que dictará los cursos.		Inceturismo					
3.- Programar los horarios y lugar a realizar los cursos.		Fundaudo Udo					
4.- Facilitar el material didáctico y de apoyo a los participantes.		Corpotur					
5.- Dar inicio al desarrollo de los cursos para los participantes.		Alcaldía ICPMA					

--	--	--	--	--	--	--	--

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

Cuadro 114 (Cont.)

NOMBRE DEL PLAN: Aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en la Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.							
PROGRAMA: Servicios Complementarios							
PROYECTO: Reclutamiento, capacitación y adiestramiento del personal.							
OBJETIVO: Incorporar un personal capacitado en el área turística a través de un proceso de reclutamiento, capacitación y adiestramiento en un período de cuatro meses para elevar la calidad de atención al turista en las instalaciones del castillo con la finalidad de contar con un equipo de trabajo en la planta dispuesto a satisfacer las necesidades de los visitantes.							
Plan de Acción (Adiestramiento)	Producto	Responsable		Tiempo	Origen de Presupuesto		
		Primario	Otros		A	B	C
1.- Reunirse con cada persona con el fin de comunicar las responsabilidades y funciones.	Personal Comprometido con las labores en el Castillo Santa Rosa.	Corpotur	Alcaldía ICPMA, Gobernación	1 mes			
2.- Realizar evaluaciones a los empleados en el área de trabajo durante el desarrollo de las actividades con los visitantes.							
3.- Comunicación de los resultados a cada empleado.							
4.- Hacer reconocimientos de las fortalezas y correcciones de las debilidades de cada participante.							
5.- Monitoreo y evaluación.							

--	--	--	--	--	--	--	--	--

A: Situado constitucional, B: asignaciones especiales y C. Ingresos Propios

CONCLUSIONES

La Asunción ciudad capital del Estado Nueva Esparta, fundada en el extenso Valle de Santa Lucía, con el nombre de Nuestra Señora de La Asunción, el 15 de Agosto de 1528. Esta ciudad fue atacada por piratas, corsarios, entre otros, carecía de una verdadera fortificación, solo existía en el siglo XVII unos muros a los que llamaban San Bernardo, muros que fueron destruidos por ataques de piratas que desembarcaron el 24 de Enero de 1677, a partir de allí se dio inicio a construir una verdadera fortaleza que permitiera proteger y defender de los ataques, la misma se inició a construir cambiando el nombre de San Bernardo por el de Santa Rosa de la Eminencia, obra que fue llevada a cabo por el Maestre de campo Don Juan Fermín Huidrobo, quien realizó los planos del castillo. En el plano se indicaba un castillo de 4 baluartes con 130 pies por el lado interior, la altura correspondiente a su terreno y grueso de murallas y parapetos, aljibes, almacenes de pertrechos y pólvora, cuarteles, capilla, casa de guardia, plaza de armas, pabellón oficial y garita. Los materiales fueron traídos desde Araya y el resto fue tomado del antiguo muro. La obra fue autorizada por Don Juan Muñoz de Gadea y se inició el 24 de Marzo de 1681 y el 6 de Febrero de 1683, Don Juan Fermín informaba al Rey de la terminación del Castillo Santa Rosa de La Eminencia.

Desde entonces, este castillo ha pasado por diversas restauraciones e intervenciones que han cambiado algunos aspectos tipológicos del mismo. Una de las últimas restauraciones parciales realizadas fue comenzada el 26 de mayo de 2003 llevadas a cabo por la Alcaldía del Municipio Arismendi, aprobado por el Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES) y avalado por el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC). Las restauraciones consistieron en:

1.- Reparación de grietas, escarificación y construcción de frisos con cemento y lechada de arcilla.

2.- La remoción, restauración y reposición de 21,00 m lineales de dinteles dañados.

3.- Sustitución de 170,00 m² de pisos y 160 m² de techos, puertas interiores, ventanas y rejas.

4.- Protección y ornato, impermeabilización de 160 m² superficies.

5.- Restitución de canales, protección contra termitas y plagas e iluminación general.

Ahora bien, las características generales que presenta el castillo santa rosa después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003 son las siguientes:

❖ **Características Turísticas:**

1.- El Castillo Santa Rosa de la Eminencia es un atractivo turístico que pertenece a la categoría museos y manifestaciones culturales y se ubica dentro del tipo: Lugar histórico, según la clasificación de Roberto Boullón.

2.- Está ubicado en la Calle González.

3.- Este lugar histórico abre sus puertas todo el año en un horario comprendido de Lunes a Domingo de 9:00 AM a 6:30 PM, horario en el cual se realizan las visitas culturales a dicho atractivo histórico.

4.- Los servicios que ofrece: Un estacionamiento público con 19 puestos disponibles. Este estacionamiento no está en condiciones óptimas. Presenta grietas en el pavimento, Una venta de souvenir, expendiendo collares de perlas, artesanías, etc., Una venta de dulce criollos y bebidas típicas: Tortas, besos y papelón con limón. Por otro lado, no ofrecen variedad en la dulcería típica de la isla ni en las bebidas, Servicio de electricidad tanto interna como externa y Servicio de Recolección de desechos sólidos

Servicios que no ofrece:

- 1.- Servicio de guiatura.
- 2.- Folletería ni ningún tipo de material informativo.
- 3.- Vigilancia policial.
- 4.- Servicio de sanitarios públicos y de agua potable
- 5.- Servicio de teléfonos públicos.

❖ **En lo que respecta a la infraestructura:**

Accesibilidad hacia el atractivo:

- Se puede acceder al castillo por medio de: Carretera Los Robles- La Asunción, desde Pampatar. Por la Autopista Pampatar- La Asunción, llamada también autopista San Lorenzo, Avenida Juan Bautista Arismendi, Vía La Asunción- Juan Griego. Las vías para acceder al castillo Santa Rosa están asfaltadas, alguna de ellas no se encuentran en buen estado.

Transporte:

- Para llegar al atractivo es a través de transporte privados: taxis y transporte público: por medio de la Línea La Sierra.

Señalización:

- Existe 3 anuncios en el atractivo y dos hacia el atractivo. Algunos anuncios de las señalizaciones turísticas están en malas condiciones. Existen pocos anuncios hacia el atractivo.

❖ Características físico- estructurales

- Es de planta estelar con cuatro baluartes esquineros y un medio baluarte en la fachada norte de forma angular.
- Tres defensivos mirando hacia el sur, este y oeste, formados por tres lienzos o cortinas que cierran
- los baluartes y por una plataforma con rediente mirando hacia el norte.
- Se desarrolla en dos niveles en la parte alta: Las cañonerías, dos aposentos, y dos garitas. En la parte baja: Se distribuye los demás aposentos, el área de recepción, la plaza de armas o patio central y un aljibe.

❖ Su interior se caracteriza y distribuye de la siguiente manera:

- Casa de Guardia o Área de Recepción.

- Tres salas de exposición de artes. Anteriormente eran dormitorios; y el pabellón del oficial (Casa del Castellano). Actualmente están cerrados y uno de ellos se usa para depósito.

- Una Cocina (Actualmente abierta)

- Un Calabozo (El Calabozo del Olvido.) (Abierto)

- Un Aljibe.

- Dos Garitas (En la parte alta)

- Tres salas de Museo de Armas (Eran dormitorios, Almacén de Pertrechos y de Pólvora) (Actualmente Cerrados.)

- Una rampa para subir a la plataforma de artillería sobre la entrada principal.

- La celda donde estuvo prisionera Luisa Cáceres de Arismendi. (Esta abierto)

- Plaza de Armas o Patio Central.
 - **Puertas y Ventanas:** El Castillo Santa Rosa presenta puertas de madera con herraje en hierro forjado. Las Ventanas son de madera con rejas y los umbrales de las mismas poseen baldosas artesanales (Terracota) y lineales de dinteles de madera.

 - **Paredes:** Las paredes están frisadas con cemento y lechada de arcilla. Las paredes externas presenta un acabado en piedra. (No hubo restauraciones).

- **Instalaciones Sanitarias:** El atractivo turístico posee dos tanquillas de concreto para las aguas de lluvia en terraza superior y dos tanquilla en el patio central. Igualmente cuenta con dos canales para las aguas de lluvia en el techo sur, dos en patio central y dos canales con salida lateral.

- **Techos:** Los techos poseen manto asfáltico, tablas y vigas de madera (machihembrado), con tejas de arcillas. Igualmente cuenta con una caminería (acera) entre techos y parapetos (techos sur y este). Posee gotero de madera en bordes de techos.
 - **Pisos:** En el área de la recepción y salones (excluyendo el calabozo del olvido en la terraza superior) los pisos son de terracota. Tiene lajas de piedras en la parte superior, posición norte y sur (caminería, garitas y terraza); y parte baja en el patio central.

- **Instalaciones Eléctricas:** El Castillo Santa Rosa cuenta con tanquilla de paso para la distribución eléctrica tanto interna como externa. Posee tomacorrientes de aluminio, cajetines y tablero metálico convertible con interruptor termomagnético (4 breakers) para controlar toda la iluminación. Presenta una bancada para iluminación monumental externa, este dispone de 25 reflectores y también posee el servicio de electricidad a través del alumbrado público.

- **Estado Físico de la planta:** Por lo general, el estado de la planta presenta ciertos problemas. Se ha verificado que no existe un mantenimiento continuo, pues las paredes internas y externas no se observaron en buenas condiciones, así como tampoco, a los objetos muebles no se le está dando su debido mantenimiento. Igualmente, debe señalarse que las restauraciones realizadas en el año 2003 no utilizaron los materiales adecuado; de hecho, colocaron terracota para algunos pisos, machihembrado para los techos, cemento y lechada de arcilla para mantener las

paredes internas y las puertas y ventanas no tienen un buen acabado; todo esto choca negativamente con el estilo arquitectónico del castillo, ya que se observa el contraste entre lo moderno y lo antiguo, igualmente esto sucede con la bancada de electricidad.

Entre otras irregularidades, está su entorno, donde se observó que las bases de la edificación se están desmoronándose la cual amenaza su estabilidad, además la presencia de basura, el desagüe en mal estado y desde afuera se puede percibir los cambios en la morfología del Castillo Santa Rosa.

❖ De los instrumentos aplicados a los representantes de los canales de distribución se recopiló estas conclusiones:

- El 25% de los representantes de los canales de distribución encuestados incluyen al Castillo Santa Rosa en sus paquetes y rutas turísticas, para mostrar la edificación, el otro 25% para dar a conocer la historia del atractivo, igualmente con un 25% incluyen al Castillo Santa Rosa por la panorámica que se observa desde el castillo y el resto (25%) 100% incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa por representar este un atractivo cultural de importancia en la Isla de Margarita. “representar este un atractivo cultural de importancia en la Isla de Margarita y forma parte de la historia, también porque es un punto de parada en las excursiones a sitios históricos para turistas nacionales e internacionales”.
- El 87% de los representantes de los canales de distribución cuentan con guías turísticos particulares para los recorridos en el Castillo Santa Rosa. ya que “es un personal capacitado para hablar en diferentes idiomas y el personal que labora en el castillo no brinda esta información, lo que se quiere con esto es informar y resaltar los acontecimientos ocurridos en el castillo”.

- El 75% de los representantes de los canales de distribución cuentan con guías acreditados por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta con el fin de: “prestar un mejor servicio”.
- El 63% de los representantes de los canales de distribución si cuentan con guías que poseen cursos de historia de la Isla de Margarita o Patrimonio Cultural, “dictado por Ince-turismo o Corpotur”. El 100% está de acuerdo que los guías realicen cursos sobre Patrimonio Cultural Margariteño “porque es fundamental para así proporcionar mejor y completa información a los turistas, de forma que permita unificar criterios al tratar a los turistas y enseñar a las personas que no conocen la historia y con esto apoyar la actividad turística”.
- El 38% de los Canales de Distribución realizan visitas al Castillo Santa Rosa todos los días a la semana, mientras el otro 38% de 2 a 3 veces por semana veces por semana. El número de veces que realizan visitas al Castillo Santa Rosa depende de la época de temporada alta o baja.
- El 87% de los representantes si consideran al castillo como un atractivo turístico. Los causas por las cuales consideran a este castillo como un atractivo turístico son las siguientes: (1) “Por la belleza de su vista”. (2) “Por la historia que tiene el Castillo Santa Rosa, siendo lo primordial para el turista en conocer esta información”.
- El 87% de los representantes no están conformes con la información que se les suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa, por las siguientes razones: (1) “No existe información alguna dentro del Castillo”. (2) “Del personal que labora en el castillo no se obtiene ningún tipo de información”. (3) “Este personal no está empapado de la información que se debe dar”. (4) “No hay ninguna información, solo un portero mal educado”.

- El 62% de los representantes de los canales de distribución prefieren todo tipo de medios (folletos, videos, postales, diapositivas y revistas).
- Un 37% de los representantes de los canales de distribución clasificó la atención que se le brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa como muy mala, mientras que el otro 37% lo calificó como regular.
- El 38% consideró como regular el estado de conservación del castillo, en cambio el 37% indicó que es buena.
- El 100% de los representantes si está de acuerdo con el rescate y restauración del Castillo Santa Rosa. Las razones positivas fueron las siguientes: (1) “Ya es hora que le hagan algo”. (2) “Le hace falta un poco de mantenimiento”. (3) “Es necesario tenerlo en óptimas condiciones por la importancia de su historia y como imagen turística de la isla”.
- El 74% de los representantes opinó que ambos sectores (privado y público) deberían emprender la restauración del Castillo Santa Rosa.
- Un 38% de los representantes consideró la calidad de los servicios complementarios y básicos como muy mala.
- El 62% no está de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al castillo con el fin de financiar su mantenimiento. Los motivos por la cuales no estuvieron de acuerdo son las siguientes:(1) “Los entes gubernamentales y/o privados son los que deberían encargarse de los gastos de mantenimiento”. (2) “Esto no debería ser obligatorio, debe ser una colaboración por parte del turista” (3) “Es un patrimonio histórico- cultural, pertenece al estado y este debe encargarse de su mantenimiento”.

- El 100% está de acuerdo con la idea de incorporar guías propios al castillo. Los representantes establecieron lo siguiente: (1) “Para que de información a los turistas”. (2) “Para que haya un personal calificado y de buena información y atención al turista”. (3) “Porque así le podrían brindar una mejor información a quien visite el castillo”. (4) “Para que aquellos turistas que vengan a visitar el castillo por cuenta propia, puedan disponer de guías turísticos”.

- Los representantes de los canales de distribución dieron diferentes sugerencias que les gustaría incorporar al castillo para hacerlos más aprovechable turísticamente: Mejorar el servicio sanitario (13%), Realizar diariamente dramatizaciones de lo que se vivió en el castillo para lograr que el turista tenga una idea de ello (13%). Incorporar guías propios con vocación de servicio (13%) y convertirlo en un parque temático (13%). Ahora bien, el otro porcentaje recomendó otros aspectos: Organizar actos culturales (12%), Organizar eventos: Bodas, desfiles de moda, etc; para así obtener fondos para el mantenimiento del mismo (12%), Mayor información a quien visite el castillo (12%) y Reabrir las salas de exposiciones e incorporar fotos, pinturas al óleo, objetos de la época, con sus respectivas fichas informativas (12%).

❖ Las Características generales del perfil del turista nacional e internacional que visitó el Castillo Santa Rosa son las siguientes:

- El 30% de los turistas nacionales proceden desde Caracas.

- La profesión u ocupación fue: profesores (17%), comerciantes (17%) y estudiantes (17%).

- El nivel educativo fue un 67% universitaria.

- El 67% fue el género femenino.

- El 50% de los turistas nacionales son casados.
- El 27% de los turistas tenían edades menores de 25 años y un 26% entre 31 y 35 años.
- El 57% de los turistas posee un nivel de ingreso mayor de 652.000 Bs.
- Los principales motivos de viaje del turista nacional hacia la Isla de Margarita son Vacaciones (33%) y sol y playa (33%).
- El principal motivo de visita del turista nacional al Castillo Santa Rosa es para aprender acerca de su historia (40%).
- El tiempo de permanencia de los turistas en el castillo es de 15 minutos (37%).
- El 53% visitó por primera vez al Castillo Santa Rosa.
- El 27% de los turistas obtuvo información del castillo a través del guía de turismo y recomendaciones de familiares y amigos (27%).
- La forma de visita de los turistas nacionales fue con la familia (34%).
- El transporte utilizado por el 40% de los turistas para llegar al castillo fue el carro propio.
- El 43% de los turistas estuvieron de acuerdo que la actividad realizada en el castillo fue visita cultural.

- El 100% de los turistas no respondió la pregunta sobre que artículo compró y cuanto gastó durante su visita al castillo, esto es debido que en las instalaciones del mismo no existe nada que se pueda vender a los turistas como souvenir relacionado con este atractivo histórico.

- El 60% de los turistas no contestó la interrogante acerca de cuales son la forma de impartir la información dentro del castillo, sucede pues que, estos turistas no recibieron ninguna información dentro del mismo (no vienen en tours), en cambio el 40% de los turistas recibieron información a través del guía de turismo que les acompañaban (vienen en tour).

- El 53% de los turistas no estuvo de acuerdo que la información suministrada dentro del castillo cubrió sus expectativas. Los turistas afirmaron que: “ no existen guías propios, ni ningún personal capacitado que relate los hechos históricos ocurridos, ni folletos, revistas ni fichas informativas sobre los pocos objetos allí encontrados dentro del castillo que permitan que el turista obtenga información del atractivo histórico”.

- El 43% de los turistas prefieren la información acerca de la historia del castillo por medio de la forma oral.

- El 40% de los turistas opinó que es buena el mantenimiento, conservación y restauración del castillo.

- El 77% de los turistas nacionales si pagarían una entrada para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del castillo. Dentro de las razones por la cual si pagarían esta entrada son las siguientes: (1) “Se necesita recursos económicos para mantenerlo en buen estado”. (2) “Para ayudar a fomentar el turismo”. (3) “Es un patrimonio histórico que se debe cuidar y preservar” (4) “Se debe restaurar con

sentido común, a su estado anterior, no como esta actualmente donde colocaron pisos de esta época”.

- El 100% considera al castillo como un atractivo turístico. Los turistas opinaron que lo consideran un atractivo turístico por estas razones: (1) “Es parte del patrimonio de Venezuela que todos debemos conocer para ser personas mas cultas”. (2) “Hay que sacarle provecho a lo nuestro”. (3) “Es muy importante su historia”. (4) “Es una visita histórica”. (5) “Posee una vista panorámica hermosa y atractiva para el turista”. (6) “Es un monumento histórico del país y debería ser promocionado nuestra historia”.

- El 43% consideró que la promoción es mala.

- El 47% indicó que los servicios públicos son malos.

- El 40% opinó que las vías de acceso son buenas.

- El 40% comunicó que las señalizaciones turísticas son buenas.

- El 40% calificó como muy mala los servicios complementarios.

- Un 20% de los turistas recomendaron mejorar los servicios públicos, mientras el otro 20% sugirió mejorar los servicios complementarios.

- El 57% de los turistas organizó su propio viaje.

- El 50% de los turistas indicaron que el costo del tour es de 52.000 Bs.

- El 73% de los turistas no indicó si visitarían otros sitios turísticos. Pero el 20% respondieron que el tour no solo incluye visita a los lugares y monumentos históricos, sino también visitas a las playas, al museo marino, centro comercial, Laguna de la Restinga, etc.

- Un 50% comunicó que si contaban con el servicio de guía. Pero el otro 50% indicó lo contrario.

- El 67% de los turistas consideró que el servicio de guía es bueno.

- El 30% de los turistas preferiría ver actividades como representaciones de teatro histórico.

- El 80% de los turistas le gustaría volver a visitar el Castillo Santa Rosa. Los motivos por los cuales les gustaría volver son las siguientes: (1) “Para verificar el cambio y las mejoras que se vayan a realizar al mismo”. (2) “Para poder comprobar si los objetos de la época estas siendo exhibidos”. (3) “Para conocer más acerca de su historia”. (4) “Por su hermoso paisaje”. (5) “Porque es tradición y cultura”.

❖ **En lo que concierne al perfil internacional se obtuvo lo siguiente:**

- Los turistas internacionales proceden de Holanda (22%).

- La profesión u ocupación de los turistas internacionales fue muy variada, resaltando con un 21% los profesores.

- El 74% de los turistas internacionales que visitó el castillo tiene un nivel educativo universitario.

- El 54% de los turistas que llegaron al castillo fueron hombres.
- El estado civil con mayor porcentaje fueron los solteros con un 42%.
- El 21% de los turistas son menores de 25 años.
- El 49% de los turistas internacionales no indicó cual es su ingreso, pero un 23% de ellos indicaron que posee un nivel de ingreso mayor de 50,000 \$.
- Los principales motivos de viaje del turista internacional fueron por vacaciones (37%).
- El 62% visitó el castillo para aprender acerca de su historia.
- Los turistas permanecen en el castillo 15 minutos (69%).
- El 86% de los turistas visitó el castillo por primera vez.
- El medio por el cual los turistas obtuvieron información acerca del castillo fue a través del guía de turismo con un 55%.
- La forma de visita fue en grupo con un 30%.
- El transporte turístico fue el medio más utilizado por los turistas para acceder al castillo (69%)
- El 69% de los turistas opinaron que la actividad realizada en el castillo fue una visita cultural.

- El 100% de los turistas no respondió la pregunta sobre que artículo compró y cuanto gastó durante su visita al castillo, esto es debido que en las instalaciones del mismo no existe nada que se pueda vender a los turistas como souvenir relacionado con este atractivo histórico.

- El 87% de los turistas internacionales obtuvieron información dentro del castillo a través del guía de turismo (Vienen en tours).

- El 62% estuvo de acuerdo que la información suministrada dentro del castillo si cubrió sus expectativas.

- Los turistas prefieren la información acerca de la historia del castillo por medio de la forma oral (54%)

- El 48% de los turistas internacionales consideraron como buena el mantenimiento, conservación y restauración del mismo.

- El 67% de los turistas si pagarían una entrada para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del mismo.

- El 82% de los turistas si consideran al castillo como un atractivo turístico. Estos turistas opinaron que “Este castillo es un atractivo turístico ya que es un sitio histórico y tiene un hermoso paisaje”

- Un 26% de los turistas opinaron que la promoción es regular,

- El 26% indicó que es muy mala.

- El 41% de los turistas indicaron que el servicio público es muy malo.

- El 28% opinó que las vías de acceso está en condiciones regulares,
- Un 28% opinaron que las señalizaciones turísticas está en regulares condiciones.
- El 49% consideró que los servicios complementarios son muy malos.
- Los turistas opinaron que se debería mejorar la promoción con un 26%.
- El 67% de los turistas internacionales le organizaron su visita al castillo a través de agencias de viajes.
- El 46% de los turistas indicaron que el tour tiene un costo de 30 a 60 \$.
- El 59% de los turistas respondieron que el tour no solo incluye visitas a los lugares y sitios históricos, sino también visitas a las playas, tiendas, iglesias, discotecas, parques, naturales, etc.
- El 79% de los turistas afirmaron que si contaban con el servicio de guía de turismo en el tour. (Viene en tour)
- El 75% consideró como bueno el servicio de guía.
- El 33% de los turistas preferirían ver representaciones de teatro histórico.
- El 64% de los turistas les gustaría volver a este lugar. Los turistas si volverían al lugar por las siguientes razones: (1) “Por el paisaje”. (2) “Enriquecen culturalmente”. (3) “Para verificar si hicieron las mejoras o tomaron en cuenta nuestras sugerencia”

❖ **Con respecto a la opinión de la comunidad tenemos que:**

- Son varios los sectores adyacentes al Castillo Santa Rosa pero solo un sector cuenta con una Asociación de vecinos. Esta es La Urbanización Buenos Aires, la misma se denomina Asociación de Vecinos de la Urbanización Buenos Aires (ASOVE-UBA), esta asociación se encuentran desarrollando actividades en beneficio de la comunidad ya que las otras se han desintegrado por la falta de participación de los integrantes.
- La comunidad de La Asunción no participa en actividades turísticas recreativas ni culturales en el Castillo Santa Rosa, por lo cual no genera beneficios ni empleo a la comunidad.
- A la comunidad de La Asunción le gustaría que sean incorporados guías turísticos para el Castillo con materiales didácticos bilingües para proporcionar mejor información a los turistas.
- El uso que se le está dando al Castillo Santa Rosa es solo un atractivo histórico sin objetos que exhibir y sin guías turísticos.
- El castillo como atractivo turístico no genera efectos negativos a la comunidad, se debe dar mayor participación a la comunidad de modo que genere beneficios a las comunidades adyacentes con un uso turístico-lucrativo- participativo.
- La actuación de la Alcaldía del Municipio Arismendi ha sido regular debido a las evidencias tales como son: el estado actual del Castillo Santa Rosa en cuanto a su estructura física, mantenimiento y limpieza del mismo y sus alrededores.

❖ En lo concerniente a la opinión, planes, programas y proyectos de los diferentes representantes de los entes de gobierno se concluyó lo siguiente:

- Todos los representantes de los entes de gobierno están de acuerdo que el Castillo Santa Rosa no presenta un estado físico y de conservación satisfactorio, esto es debido por las restauraciones que realizó la Alcaldía del Municipio Arismendi no fueron concluidas, la utilización de materiales no adecuados a la estructura física original y la presencia de basura en este atractivo.
- Solo la Corporación de Turismo aplica las leyes (Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural y la Ley de Cultura), al contrario de los otros representantes que no la aplican y no conocen que contempla estas leyes (como es el caso de la representante de la Alcaldía del Municipio Arismendi).
- El ente rector y tutelar del Castillo Santa Rosa es la Corporación de Turismo de Estado Nueva Esparta (CORPOTUR) por decreto en Gaceta Oficial.
- Los entes competentes no tienen asignación de recursos económicos para el desarrollo de actividades en el castillo para ser aprovechado turísticamente.
- Los representantes coinciden que el Castillo Santa Rosa es un atractivo importante ya que representa un atractivo cultural de valor histórico en la Isla de Margarita. Pero las actividades turísticas en este atractivo deben ser mejor organizadas y desarrolladas, y de esta manera realizar un aprovechamiento adecuado.
- Solo la Corporación de Turismo lleva a cabo ciertos planes, donde incluyen a este patrimonio cultural. Estos proyectos y programas son: Ruta fortificada y Que bonito es mi pueblo. También, Según el Sr. Luís Eduardo Acosta Anés presidente del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta (ICPMA), será llevado a cabo un proyecto a futuro para la restauración y conservación de la infraestructura del Castillo Santa Rosa.

- Existe poca producción de planes, programas y proyectos para este atractivo histórico cultural y despreocupación por parte de algunos representantes en la producción de estos planes al recalcar que CORPOTUR es el ente que lleva a cabo los planes para el Castillo Santa Rosa como ente tutelar del mismo, así como también por el cambio de gobierno y falta de recursos económicos.
- El Castillo Santa Rosa está incluido en la oferta turística del Estado Nueva Esparta y en el material promocional de la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta.
- Algunos de los representantes expuso ciertas responsabilidades que no son cumplidas, tal es el caso del Alcaldía de Arismendi que no cumple con el mantenimiento fitosanitario y recolección de basura, hechos que se evidencian a través de la diversas visitas in situ realizadas al Castillo Santa Rosa.
- Los diferentes entes de gobierno trabajan aisladamente uno del otro por lo cual no hay unificación de criterios en cuanto a las responsabilidades y planes para el aprovechamiento turístico del atractivo.
- Desconocimiento de la Ordenanza del Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta (ICPMA-aprobado por la Alcaldía del Municipio Arismendi) por parte del representante de la Alcaldía del Municipio Arismendi.
- No existe comunicación, integración y coordinación entre los entes.

❖ En relación a los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa tenemos que:

- El Patrimonio Histórico Cultural cuenta con la legislación que regula las acciones o actividades en las que puedan utilizarse los bienes, para garantizar su

mantenimiento, restauración y conservación. Estos instrumentos legales son: Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural, Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta y el Decreto en Gaceta Oficial en el que se declara a la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR) organismo responsable y tutelar del Castillo Santa Rosa, sin embargo poco se aplica y se desconoce su contenido por parte de algunos entes de gobierno.

- Cada una de las leyes tienen su objetivo principal que es establecer los principios que han de regir la defensa del patrimonio cultural de la República Bolivariana de Venezuela, el Estado o Municipio dependiendo de la necesidad o el caso específico que se desea solucionar.

- En las leyes se contemplan las funciones y responsabilidades de los diferentes entes nacionales o estatales para darle cumplimiento a la preservación y rescate de los bienes del patrimonio cultural de la República.

RECOMENDACIONES

- Crear un Plan Director de Conservación y Restauración para el castillo. Este documento debe partir de un estudio científico, histórico y ambiental (antes de hablar de inversiones) y detallado de la situación de conservación de la fortaleza que permita determinar las prioridades de intervención y las características generales y específicas de los tratamientos, materiales y métodos a aplicar, llevado a cabo por un personal especializado en las áreas respectivas. Eso permitirá encauzar las actuaciones en el monumento defensivo con unas directrices que marquen unos criterios de actuación y contemplen, la conservación del edificio, su entorno, la situación en el paisaje urbano y el diálogo con otros espacios definidos.
- Incorporar ventas de souvenir relacionados con el atractivo turístico para ofrecer al turista un recuerdo del recorrido realizado en este lugar histórico.
- Mejorar el servicio eléctrico y recolección de desechos sólidos.
- Colocar recolectores de basura en el área interna y externa del castillo adaptándolo al estilo arquitectónico de la fortaleza.
- Realizar campañas de concientización con el fin de evitar que las personas boten basura en los alrededores de la fortificación.
- Limpiar diariamente las instalaciones internas del castillo y las áreas verdes y así evitar la basura y malos olores.

- Incorporar el servicio de guías, así como también diversidad de medios, tales como: folletos, postales, videos, carteleras, periódicos, diapositivas, revistas, entre otros; que permitan dar información de la historia del castillo al visitante.
- Realizar diversidad de actividades: Representaciones de teatro histórico, música, danza, recitales poéticos, exposiciones de arte y gastronomía.
- Organizar eventos: Bodas, desfiles de moda, entre otros.
- Establecer una programación general: cultural, turística, educativa, etc en el castillo.
- Colocar fichas de identificación de los objetos muebles y salones.
- Clasificar los objetos muebles.
- Exhibir los cuadros y objetos muebles de la época que está guardados.
- Evitar que los rayos solares incidan directamente sobre los objetos muebles.
- Reabrir las salas de exposiciones e incorporar fotos, pinturas al óleo, exhibir a personas con vestuarios de la época y diversidad de objetos muebles.

- Crear una casilla de vigilancia, con personal adecuado para evitar la entrada de delincuentes en horas de la noche, así como también en horas del día o en cualquier caso de emergencia.
- Derrumbar el módulo circular que se utilizó como servicio sanitario y que ya no funciona y llevar a cabo una construcción ligera que se adapte al estilo arquitectónico del castillo. Igualmente reparar las tuberías de aguas blancas y aguas negras, con el objetivo de ofrecer el servicio de sanitarios a los turistas que visiten el atractivo.
- Dotar de teléfonos públicos en áreas cercanas al atractivo.
- Mejorar las vías de acceso hacia la fortaleza.
- Incorporar y mejorar la señalización turística que indique como llegar al atractivo.
- Dotar de transportes a la línea La Sierra para facilitar el desplazamiento de los visitantes hacia el atractivo.
- Colocar largas vistas para admirar el paisaje que se observa desde el castillo, especificando lo que se ve.
- Concientizar y sensibilizar a la comunidad y a los turistas en cuanto al uso y comportamiento dentro del Castillo Santa Rosa para garantizar la conservación y el mantenimiento del atractivo histórico.

- Establecer normas y reglas internas a seguir por los turistas y público en general, con el fin de evitar actos indebidos dentro del atractivo.
- Uniformar al personal encargado con vestimenta de la época.
- Incorporar personal capacitado en el dominio de varios idiomas: Inglés, italiano, holandés, alemán, portugués y francés.
- Capacitar y adiestrar al recurso humano que labora en el Castillo Santa Rosa por parte de las instituciones educativas como Fundaudo, Ineturismo y la Universidad de Oriente, con la finalidad de ofrecer un buen servicio y atención a los turistas locales, nacionales e internacionales.
- Crear un buzón de sugerencias para el visitante y tomarlas en cuenta para mejorar el funcionamiento de las actividades turísticas en castillo.
- Construir un local en la entrada hacia el Castillo Santa Rosa acorde con el estilo arquitectónico de la fortaleza, con un personal encargado de cobrar la entrada a un precio accesible y cómodo para los visitantes, salvo para las escuelas u otras actividades docentes con el objetivo de obtener fondos para el mantenimiento continuo de la edificación.
- Colocar un cofre en buen estado, limpio y acorde con la arquitectura de la edificación donde se pueda depositar el dinero.
- Convertir al Castillo Santa Rosa en un parque temático.

- Recomendar para su uso un Museo de la historia y evolución arquitectónica del castillo y un Museo Cartografía de la Isla de Margarita

- Todos los canales de distribución deben contar con guías turísticos acreditados y especializados por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, así como también realizar cursos de mejoramiento profesional: idiomas, patrimonio histórico, historia de la Isla de Margarita, teoría turística, etc.; y realizar los recorridos internos en el Castillo Santa Rosa proporcionando la información histórica de este atractivo.

- Determinar las potencialidades de uso turístico del Monumento Histórico.

- Tomar en cuenta al momento de emprender algún plan de restauración, conservación y mantenimiento en el monumento histórico Castillo Santa Rosa los siguientes aspectos:
 - ✓ Mejorar el acabado de las puertas y ventanas del castillo.

 - ✓ Reubicar la puerta original del castillo hacia una de las salas del museo y hacer una réplica con un buen acabado para situarla en la entrada principal.

 - ✓ Revestir las paredes internas con lajas de piedra igual que los muros externos de la fortaleza.

 - ✓ Utilizar métodos y materiales adecuados.

- ✓ Reparar las fisuras y huecos en los muros externos.
- ✓ Consolidar las bases o cimientos de la edificación.
- ✓ Realizar el mantenimiento fitosanitario para eliminar las plantas y raíces en los muros externos de la fortaleza.
- ✓ Reparar las vigas y techos en mal estado.
- ✓ Reparar las grietas en la caminería del lado derecho, techo este.
- ✓ Realizar el asperjado general del área con piretrinas contra las termitas.
- ✓ Cambiar el uso de terracota en los salones y área de recepción por lajas de piedra.
- ✓ Reparar los reflectores dañados.
- ✓ Camuflagear las iluminarías (reflectores) que está en el entorno.
- ✓ Camuflagear los toma corrientes que están visibles.
- ✓ Realizar mantenimiento constante a los objetos muebles.

- ✓ Conservar los cañones que está en la entrada del castillo y en la parte superior. Se debe construir una cureña de madera para su apoyo y protección.

- ✓ Colocar la bandera en el asta.

- ✓ Atender el entorno natural del castillo y potenciar la vegetación para mantener el terreno en condiciones óptimas y mejorar la imagen sobria de la fortaleza.

- ✓ Cambiar la mampostería de la escalera principal por lajas de piedra o reconstruir el puente levadizo.

- ✓ Cambiar la mampostería de la escalera del jardín por lajas de piedra.

- ✓ Reparar los huecos del pavimento en el estacionamiento del Castillo Santa Rosa.

- ✓ Colocar el cordón magistral, elemento caracterizador y funcional de las fortificaciones.

- ✓ Reubicar fuera del área patrimonial, los depósitos de agua.

- ✓ Colocar un muro de contención en el entorno del castillo para garantizar la estabilidad del edificio.

- ✓ Prever un sistema de circulación para los minusválidos.

- ✓ Hacer excavación arqueológica del conducto de desagüe en el área externa cubierto de escombros que está en la parte oeste y determinar si se va a conservar o eliminar.

- ✓ Sustituir el tubo de desagüe que está en la cortina oeste, colocado actualmente, por otro desagüe o gárgola más rústico que armonice con el castillo.

- ✓ Tomar en cuenta las fotografías antiguas, estas permiten determinar la pista a seguir en la recuperación.

- ✓ Considerar las corrientes en restauración del patrimonio para la recuperación del Castillo Santa Rosa.

- ✓ Considerar antes de cualquier restauración del castillo el hecho que se debe respetar a la fortaleza como si de un documento se tratara, es decir, con respeto hacia la información histórica que aporta la arquitectura fortificada mediante intervenciones que obedezcan a estudios previos o planes directores.

- ✓ Verificar las memorias informativas previas, es decir, el diagnóstico sobre la construcción y evolución en función de sus usos del Castillo Santa Rosa. Es necesario respetar las invariantes arquitectónicas no solo por desvirtuar las intenciones originales sino potenciarlas.

- ✓ Mantener un equilibrio entre el monumento y sus usos una vez recuperado el edificio. Los nuevos elementos que se introducen en un castillo no pueden resultar ambiguos y que, por tanto no deben falsear la realidad histórica.

- Crear Asociaciones de Vecinos con el fin de garantizar bienestar a la comunidad de La Asunción.
- Apoyo Institucional por parte de los Entes de Gobierno para incentivar la participación de la comunidad de La Asunción en el desarrollo de las actividades turísticas, a través de programas turísticos-lucrativos con el objetivo de generar beneficios económicos y sociales al mismo, e igualmente realizar programas culturales, donde la comunidad general y los turistas asistan al atractivo y permita la creación de un fondo para el mantenimiento continuo del Castillo Santa Rosa.
- Proponer y difundir programas de capacitación turística dentro de las comunidades locales (Asociaciones de Vecinos) para formar personas en el área turística.
- Para conseguir una mayor conciencia social: Potenciar una conciencia social proclive a la conservación y recuperación de la arquitectura fortificada, a través de jornadas de puertas abiertas en el castillo y acciones en los centros educativos para sensibilizar a los niños en el apego por el patrimonio histórico y la difusión a través de los medios de comunicación.
- Aportación activa del sector privado a la conservación y restauración del castillo, como complemento importante al sector público.
- Mayor producción de planes, programas y/o proyectos en cuanto a restauración, mantenimiento, conservación, publicidad y promoción, entre otros, por parte de los

Entes de Gobierno para mejorar el desarrollo de la actividad turística en el Castillo Santa Rosa.

- Cada organismo que le compete el cuidado y mantenimiento del Castillo Santa Rosa debe cumplir con sus responsabilidades y funciones.
- Sancionar a los organismos competentes que no cumplan con las responsabilidades asignadas con el Castillo Santa Rosa.
- Crear un fondo y recaudar los recursos económicos por parte del estado.
- Establecer por parte de los Entes de Gobierno convenios o acuerdos con otros organismos (Cámara de Turismo, Instituciones Educativas, etc.) para el aprovechamiento del castillo.
- Participar, Supervisar y controlar como responsabilidad de las empresas privadas: SENECA (Energía Eléctrica), SABENPE (Recolección de la Basura)E HIDROCARIBE (Agua), así como también los Entes de Gobierno: Instituto de Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi, Corporación de Turismo, Instituto de Patrimonio Cultural y Ministerio de Infraestructura, para realizar las mejoras en los servicios y el mantenimiento constante que les compete con la finalidad de evitar un mala imagen del atractivo y ofrecer un mejor servicio.
- Supervisar y Controlar por parte de los Entes de Gobierno el desenvolvimiento de las actividades turísticas llevadas a cabo por los canales de distribución.

- Integración por parte de los Entes de Gobierno con el fin de trabajar en conjunto, que exista coordinación, unificación de criterios en cuanto a responsabilidades y planes para el aprovechamiento turístico del atractivo.
- Conocer y aplicar la legislación que regula el mantenimiento y conservación del Castillo Santa Rosa por parte de los representantes de gobierno.
- Realizar encuentros con Instituciones extranjeras para obtener ayuda financiera para la restauración del Castillo Santa Rosa.
- Unir esfuerzos regionales, nacionales e internacionales a través de proyectos o asesoramientos técnicos que se requieran para restaurar, mantener y conservar al Castillo Santa Rosa, según los principios, normas y objetivos de protección y valoración del patrimonio cultural.
- Establecer diálogos entre los entes de gobierno y empresarios para estudiar la problemática del Castillo Santa Rosa, y de esta manera establecer acciones a seguir para el aprovechamiento turístico de esta fortaleza.
- Exponer ante los Entes de Gobierno esta propuesta con el fin de implementar las acciones aquí establecidas.
- Crear una Dirección de Turismo en la Alcaldía de Arismendi para que así exista una mayor participación, control, supervisión de la actividad turística en el Municipio Arismendi.

REFERENCIAS

Acerenza, M (1984). Administración del Turismo: Planificación y dirección. 2 da Edición. Trillas. México

Acerenza, M. (1986) Administración del turismo. Conceptualización y Organización. Vol. I Segunda Edición. Editorial Trillas. México.

Acerenza, M (1993). Promoción Turística: Un Enfoque Metodológico. 6 ta Edición. Trillas. México.

Alcaldía del municipio Arismendi y FIDES (2004). Restauración parcial del Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Ascanio, A. (1992). Estudios y Perspectivas en Turismo.

Asociación de Ingenieros. Planeación prospectiva. [Revista en línea]. Disponible: http://www.aneiap.org/revista/arting04_resumenprospectiva.htm[Consulta: 2006, Febrero 6]

Balestrini, M.(2002) Como se Elabora el Proyecto de Investigación. Caracas. BL Consultores Asociados. Caracas.

Barrios, Y. (2002). Manual de Trabajos de Grados de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), Caracas.

Blanes M, T, (2003). Breve informe y recomendaciones del Castillo Santa Rosa de La

Asunción, Isla de Margarita. Experta en Fortificaciones Hispanas del Caribe.

Boullón, R. (1990) Planificación del Espacio Turístico. México. Trillas.

Cárdenas, F. (1997) Comercialización del Turismo. México. Tercera Ed. Trillas.

Corporación de Turismo de Venezuela (1996). Documento Base para la Formulación del Plan Nacional de Turismo. Caracas.

Corporación de Turismo. (2002). Boletín de Estadísticas Turísticas: Perfil del Turista Nacional, Semana Santa. Estado Nueva Esparta.

Corporación de Turismo. (2003). Ruta Fortificada, Isla de Margarita Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta.

Corredor, J. (1986) La Planificación. Enfoques y Proposiciones para su aplicación. Vadell Hnos. Valencia.

De Abreu, J. (1999). Propuesta de un Modelo Metodológico de Planificación Turística. Tesis de Grado presentado para optar al título de Scientiaurum en Planificación Turística. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta.

Declaración de xi'an sobre la conservación del entorno de las estructuras, sitios y áreas patrimoniales (resumen en línea). Disponible: <http://www.international.icomos.org/xian2005/xian-declaration-sp.htm> [consulta: 2005, Diciembre 20].

De la Torre, O (1980). El Turismo: Fenómeno Social. Fondo de la Cultura Económica. México.

Diccionario Enciclopédico Castell. (1988). Castell. España.

Diccionario. (1985) Enciclopédico Salvat. Vol. 19. Salvat España. Barcelona.

Durán, O. (2003) Diagnostico de los Bienes Inmuebles Declarados Patrimonio Nacional como Atractivo Turístico de Estado Nueva Esparta. Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al Titulo de Licenciado en Turismo. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta.

Fidias,A.(1997). El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración .Caracas. Episteme

García, R. (1986). Pequeño Larousse Ilustrado Larousse. Buenos Aires.

Gómez, R y Grus, J. (1995). Plan Estratégico para la Gestión y Aprovechamiento Turístico de los Monumentos Históricos de los Municipios Autónomos Arismendi, Mariño, García y Gómez. Trabajo de grado para optar al titulo de Lic. En Turismo. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta.

Heredia, A. (1996) Las Fortificaciones en la Isla de Margarita en los Siglos XVI- XVII- XVIII. FONDENE.

Hernández, R y O. (2003).Metodología de la Investigación. McGraw Hill. México.

Hurtado, J. (1998). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Interamericano. México.

Jiménez Guzmán, L. (1990). Teoría Turística. Universidad Externado de Colombia.

Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta. (2002) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

Ley Orgánica del Turismo (2005). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural (2004). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

Ley de Patrimonio Histórico (1995). Gaceta Oficial de la República de Venezuela.

López, M y Shuler, A. (2000). Lineamientos de Gestión para la Actividad Turística en el Municipio Torres, Estado Lara. Trabajo de Grado presentado para optar al título de Lic. En Turismo. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta.

Lunar, K y Peralta, R. (1998). Factibilidad de Aprovechamiento Turístico del Castillo San Carlos de Borromeo en Pampatar Municipio Autónomo Maneiro del Estado Nueva Esparta. Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Turismo. Noviembre. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta.

Lunar, R. (1995). Caracterización de la Demanda Turística Nacional e Internacional que visita los Castillos Santa Rosa y San Carlos de Borromeo. Municipio Arismendi y Maneiro, Estado Nueva Esparta con fines de Aprovechamiento como Atractivo Turístico. Requisito parcial para optar al título Magíster Scientiarum en Turismo. Mención Planificación Turística. Guatamare. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta.

Lunar, R. (2001). Ponencia de Patrimonio Cultural y Turismo.

M.A.R.N.R. (1994) Atlas del Estado Nueva Esparta. Primera Edición. Estado Nueva Esparta.

McIntosh y Shashikant. (1989) Turismo. Planeación, Administración y Perspectivas. Limusa. México.

Miklos, T. (1993). Planeación Interactivo. 2da reimpresión. Limusa. México.

Molina, S. (1991). Planificación Integral del Turismo. 1 era edición. Limusa. México.

Organización Mundial del Turismo (1999). Agenda para Planificadores locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Edición para América Latina y el Caribe.

Posani, J. (1995). Patrimonio y Turismo. Encuentro Internacional de Patrimonio Museos y Turismo. Venezuela.

Ramos y Morales. (2003) Aprovechamiento Turístico del Fortín de la Galera Municipio Marcano del Estado Nueva Esparta. Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Turismo. Agosto. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta.

Rojas Soriano, R (2001). Guía para realizar investigaciones sociales. 34ª ed. Plaza y Valdés. México.

Sanz, Sara. (2003) Las Fortificaciones en Nueva España. Un Estudio Arquitectónico.

Tamayo. M. (1999) El Proceso de la Investigación Científica Limusa. México.

Troncoso, B. (1999). Turismo Sostenible y Ecoturismo. Documento en Línea. Ponencia en la IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería y Turismo (CONAHOTU), Porlamar. Isla de Margarita. Disponible: <http://kiskeya-alternative.org/publica/bolivar/ecoturis.htm>. [Consulta: 2005, Enero 17]

Trujillo, M. 2003. Aportes para el Diseño de una Ruta en Base a un Plan de Aprovechamiento Turístico para las Fortalezas Existentes en la Isla de Margarita. Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Turismo. Mayo.

ANEXOS

ANEXO A

INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA RECOLECCIÓN DE DATOS

[ANEXO A-1]
[Ficha Bibliográfica]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

Objetivo: El objetivo de la presente ficha es Describir las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003.

Encabezado o Título del Tema
<p>Autor: APELLIDO. Nombre. <u>Título abreviado del libro.</u> Tomo/Volúmenes. Número de edición. Editorial. Lugar. Fecha.(Nombre de la Colección) Número de página.</p>
SINTESIS

[ANEXO A-2]
[Guía de Observación]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Objetivo: A través de este instrumento se logrará Describir las características generales que presenta el Castillo Santa Rosa en La Asunción, después de las restauraciones y/o intervenciones realizadas en el año 2003.

Fecha: _____

Día: _____

1.- Categoría:

Sitios Naturales____ Museos y Manifestaciones Culturales Históricas____ Folklore____

Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas____

Acontecimientos Programados____

2.-Tipos:

Museos____Obras de arte y técnica____ Lugares Históricos____ Ruinas y Sitios

Arqueológicos____

3.-Dirección

Sector_____

4.-Horario de Visitas:

Días_____Hora_____

Todo el año_____ Temporadas_____

5.-Actividades:

Esparcimiento_____ Visitas Culturales_____ Visitas a sitios naturales_____

Deportivas_____Asistencia a acontecimientos programados_____

6.-Servicios que ofrece:

A y B___ Transporte Privado___Guiatura___Venta de Souvenir___ Vigilancia
 Policial___Sanitarios Públicos___Teléfonos Públicos___Estacionamiento Público___
 Folletería___Agua Potable___Electricidad___Recolección de desechos sólidos_____

7.-Infraestructura:**Vías de acceso:**

Avenidas_____ Calles_____

Estado Actual de las Vías de acceso:

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Transporte que permite el acceso al Castillo Santa Rosa

Público____ Privado__ Otros_____

Nombre _____

Ubicación_____

¿Existe señalización en el atractivo y hacia el atractivo?

Si____ No____

Tipo de señalización:

Turística__ Vial__ Otro_____

Estado de la señalización:

Muy buena ____ Buena____ Regular_____ Mala______ Muy mala

8.-Estado Físico de la planta**Puertas:**

Muy buena ____ Buena____ Regular_____ Mala______ Muy mala

Ventanas:

Muy buena ____ Buena____ Regular_____ Mala______ Muy mala

Paredes:

Muy buena ____ Buena____ Regular_____ Mala______ Muy mala

Instalaciones Sanitarias

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Techos:

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Pisos:

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Instalaciones Eléctricas:

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Salones de exhibición

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Objetos muebles

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Integridad: Completo___Incompleto___ Fragmentado_____

Cantidad de objetos muebles in situ: _____

Área Externa y/o entorno

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Morfología del edificio

Muy buena _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____ Muy mala

OBSERVACIONES

FOTOS
[ANEXO A-3]
[Formato de Cuestionario]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
 NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
 ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

Objetivo: Identificar y Describir las características de los canales de distribución que aprovechan turísticamente el Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.

Fecha: _____

Nº empresa _____

Nombre de la Empresa _____

Tipo de empresa: A. V. _____ A. V. T. _____ T.T.T. _____ M.V.T. _____

1.- ¿Porque incluyen dentro de sus paquetes y rutas turísticas al Castillo Santa Rosa?

Mostrar la edificación Dar a conocer la historia del castillo Panorámica que se observa Por ser este un atractivo de importancia en lo que se refiere a atractivos culturales

3.- ¿Incluyen en sus folletos de promoción al Castillo Santa Rosa?

Si ___ No ___ ¿Porqué? _____

4.- ¿Cuenta UD con guías turísticos para los recorridos en el Castillo Santa Rosa?

Si ___ No ___ ¿Porqué? _____

5.- En caso de contar con guías, Están estos acreditados por Corpotur?

Si ___ No ___ ¿Porqué? _____

6.- ¿Poseen algún curso sobre la Historia de la Isla de Margarita o acerca del Patrimonio Cultural?

Si ___ No ___ ¿Cuál institución? _____

7.- ¿Estaría de acuerdo que los guías realizaran cursos sobre Patrimonio Histórico-Cultural Margariteño?

Si ___ No ___ ¿Porqué? _____

8.- ¿Con que frecuencia realizan rutas turísticas hacia el Castillo Santa Rosa?

Una vez por semana 2 a 3 veces por semana 4 a 5 veces por semana

6 a 7 veces por semana.

[ANEXO A- 4]
[Formato de Cuestionario]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
 NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
 ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

Objetivo: Esta encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de los representantes de los canales de distribución respecto al uso turístico del Castillo Santa Rosa de La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Fecha: _____

Nombre de la Empresa _____

Tipo de empresa: A. V. _____ A. V. T. _____ T.T.T. _____ M.V.T. _____

Representante: _____

1.- ¿Considera UD. al Castillo Santa Rosa un atractivo turístico?

Si ___ No ___ ¿Porqué? _____

2.- ¿Esta conforme con la información que se le suministra a los turistas en el Castillo Santa Rosa?

Si ___ No ___ ¿Porqué? _____

3.- ¿Qué otro tipo de medio le gustaría encontrar en el Castillo Santa Rosa para informar a los turistas?

Folletos___ Videos___ Postales___ Diapositivas___ Revistas___ Todos estos___
Otros_____

4.- ¿Cómo clasificaría la atención que se le brinda a los turistas que visitan el Castillo Santa Rosa?

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

5.- ¿Que opinión le merece el estado de conservación del Castillo Santa Rosa?

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

6.- ¿Esta de acuerdo con el rescate y restauración del Castillo Santa Rosa?

Si___No___ ¿Porqué?_____

7.-¿Qué sector debería emprender la restauración?

Público__ Privado__ Ambos__

8.- ¿Cómo considera UD. la calidad de los servicios complementarios y básicos en el Castillo Santa Rosa?

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

9.- ¿Estaría de acuerdo con la idea de cobrar a los turistas por entrar al Castillo Santa Rosa con el fin de financiar su mantenimiento?

Si___No___ ¿Porqué?_____

10.- ¿Está de acuerdo UD. con la idea de incorporar guías propios al Castillo Santa Rosa?

Si___No___ ¿Pórqué?_____

11.- ¿Qué le gustaría incorporar al Castillo Santa Rosa para hacerlo más aprovechable como atractivo turístico?

Organizar actos culturales

Organizar eventos: Bodas, desfiles de moda, etc para así obtener fondos para el mantenimiento del mismo.

Mayor información a quien visite el castillo.

Reabrir las salas de exposiciones e incorporar fotos, pinturas al óleo, objetos de la época, con sus respectivas fichas informativas.

Mejorar el servicio sanitario.

Realizar diariamente dramatizaciones de lo que se vivió en el castillo, para lograr que los turistas tengan una idea de ello.

Incorporar guía propios con vocación de servicio.

Convertirlo en un parque temático.

[ANEXO A-5]

[Formato de Cuestionario]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

OBJETIVO: Por medio de esta encuesta se logrará conocer cual es el perfil del turista nacional e internacional que visita el Castillo Santa Rosa, así como también conocer la opinión del turista acerca de este atractivo turístico.

Toda la información obtenida a través de esta encuesta es exclusivamente por razones académicas. Responda las siguientes preguntas y rellene las casillas en blanco según su opinión.

Fecha:

-

1.-Lugar de Procedencia: Internacional: _____

Nacional:

Región Central Estado _____

Región de Los Llanos Estado_____

Región Oriental Estado_____

Región Andina Estado_____

Región Occidental Estado_____

2.-Profesión u Ocupación

Estudiante Comerciante Obrero Desempleado Otro.

Especifique_____

3.-Nivel Educativo: Primaria Secundaria Universitaria

4.-Género: F M

5.-Estado Civil: Soltero Casado Viudo Divorciado

6.-Edad: <25 25-30 31-35 36-40 41-45 46-50 51-55 56-60 >61

7.-Nivel de Ingreso: 345.000 Bs. 346.000-500.000 Bs. 501.000.651.000 >652.000

8.- Motivo de Viaje A La Isla De Margarita:

- Visita Histórica- Cultural Salud Estudios Visitar amigos Vacaciones Sol y Playa Aventura Descanso Compras
- Gastronomía Otros, Especifique: _____

9.-Motivo de su visita al Castillo Santa Rosa:

- Aprender acerca de su historia Estudios Por Trabajo Por su Arquitectura El Paisaje Curiosidad Por otras razones
- Especifique: _____

10.-Tiempo de permanencia en el Castillo Santa Rosa:

- Menos de 15 minutos 15 Minutos Media Hora 1 hora Más de 1 hora.

11.-Frecuencia de visitas al Castillo Santa Rosa:

- Primera vez Segunda vez Tercera Vez Más de tres veces

12.-Medio por el cual obtuvo información acerca del Castillo Santa Rosa

- Guía Turístico Recomendaciones de Familiares y Amigos Folletos Revistas Libros de historia Videos Comerciales en TV
- Periódicos o Artículos Internet Otros Recursos, Especifique: _____

13.- Forma de Visita:

- Solo Compañero (a) Con la familia Con amigos En grupo Con el Guía de Turismo Con alguien más
- Especifique: _____

14.- Transporte utilizado para llegar al Castillo Santa Rosa:

- A pie Transporte Público Carro Propio Vehículo alquilado Taxi Transporte Turístico Otros.
- Especifique: _____

15.- Actividades realizadas en el Castillo Santa Rosa

- Esparcimiento Visitas Culturales Deportivas Visitas a sitios naturales Asistencia a acontecimientos programados

16.-Durante su visita en el Castillo Santa Rosa gastó en que artículo y cuanto:

Especifique el (los) producto (s)
 _____ Bs. _____

17.- Formas de impartir la información dentro del Castillo Santa Rosa:

Folletos Un guía de turismo Revistas Dramatizaciones Otros Recursos. Especifique: _____

18.- ¿La información suministrada dentro del Castillo Santa Rosa cubrió sus expectativas?

Si No ¿Por qué? _____

19.- ¿Cómo usted prefiere la información acerca de la historia del Castillo Santa Rosa?

Folletos Videos Forma Oral Otros Recursos.
 Especifique: _____

20.- ¿Cuál es la Impresión que le ha causado el Castillo Santa Rosa con respecto al mantenimiento, conservación y restauración:

Muy buena Buena Regular Mala Muy Mala

21.- ¿Pagarían UDS los turistas una entrada para contribuir al mantenimiento, conservación y restauración del mismo?

Si No

¿Porqué? _____

22.- ¿Considera al Castillo Santa Rosa como atractivos turístico?

Si No

¿Porqué? _____

23.- ¿Qué opina acerca de los siguientes aspectos durante su visita al Castillo Santa Rosa?

	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala
Promoción	○	○	○	○	○
Servicios Públicos*	○	○	○	○	○
Vías de Acceso	○	○	○	○	○
Señalización Turística	○	○	○	○	○
Servicios Complementarios**	○	○	○	○	○

*Sanitarios, Limpieza y recolección de la basura, agua potable, energía eléctrica teléfonos, estacionamiento, vigilancia policial.

**A y B, guiatura, venta de souvenir, folletería, transporte privado.

24.- Según su opinión, ¿Cuáles aspectos se debería mejorar para el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa?

Promoción Vías de Acceso Señalización Turística Servicios Públicos Otros Servicios.

Especifique: _____

25.- ¿Quién organizó su visita al Castillo Santa Rosa?:

Usted mismo Una Agencia de Viaje. Especifique: _____ Alguien más. Especifique _____

26.- ¿Cuánto costo este tour?

27.- ¿Este tour incluyo solo visitas a los lugares y Monumentos Históricos?

Si No

¿Que otras visitas incluyen? _____

28.- ¿Este tour incluye el servicio de guía?

Si No

29.- ¿Cómo considera el servicio de guía?

Muy bueno Bueno Regular Mala Muy Mala

30.- ¿Cuáles actividades preferiría realizar en este lugar?

Representaciones de teatros histórico lo cual fueron relevante en este lugar Música y danza típica Recitales Poéticos

Exposiciones de arte Gastronomía Típica.

Otros.Especifique: _____

31.- ¿Le gustaría volver a este lugar?

Si No. ¿Porque? _____

32.- ¿Qué recomendaciones daría para mantener este lugar histórico en mejores condiciones?

GRACIAS POR SU TIEMPO Y ESFUERZO

[ANEXO A-6]

[Formato de Cuestionario]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

QUESTIONNAIRE

OBJECTIVE: With this questionnaire, firstly, we want to get an insight into the profile of national and international tourists who visit Castillo Santa Rosa. Secondly, we would like to know tourists' opinion concerning this tourist attractive. Answer the following questions by checking the boxes and by filling out the gaps.

All information obtained through this questionnaire is exclusively for academic research and will not be made available to third parties.

Date: ____/____/2005

1. Where are you from? _____

2. What is your occupation? _____

3. What is your highest level of education? Primary School High School College University Other, namely: _____

4. What is your gender? Male Female

5. What is your current marital status? Single Married Divorced Widower

6. To which of the following age categories do you belong? < 25 25-30 31-35 36-40 41-45 46-50 51-55 56-60 > 61

7. What is your current annual income?

Less than \$10,000 (Be 21,459,227) between \$10,000 (Be 21,459,227) and \$20,000 (Be 42,918,455)

Between \$20,000 (Be 42,918,455) and \$30,000 (Be 64,377,682) between \$30,000 (Be 64,377,682) and \$40,000 (Be 85,836,910)

Between \$40,000 (Be 85,836,910) and \$50,000 (Be 107,296,137) more than \$50,000 (Be 107,296,137)

8. For which reason(s) did you come to Margarita Island?

To visit historical/cultural sights for my health to study to visit my friends on vacation for the sun and beaches

For adventurous reasons to rest to shop the gastronomy other(s), namely: _____

9. Why are you visiting Castillo Santa Rosa?

To learn about its history for study-related reasons for my work for its architecture for the surrounding landscape

Out of curiosity for (an) other reason(s), namely: _____

10. How long have you stayed/ been here at Castillo Santa Rosa?

Less than 15 minutes about 15 minutes about 30 minutes about 1 hour more than 1 hour

11. How often have you visited Castillo Santa Rosa?

Once twice three times more than three times

12. How did you get to know about Castillo Santa Rosa?

A tourist guide friends and family a brochure a magazine a history or other educational book a video

A commercial on TV a newspaper ad or article the Internet (an) other(s) source(s), namely: _____

13. With whom are you here?

- With nobody (I came here alone) with my partner with my family with friends with a group with a tour guide
 With somebody else, namely: _____

14. By which means of transportation did you arrive here?

- On foot by public transport with my own car with a rented car by taxi by tourist bus an other means of transportation,
 namely: _____

15. Which activities did you do in the Castillo Santa Rosa?

- Relaxation Cultural visits Sports Visit to nature sights Attendance to scheduled events or assistant

16. How much have you spent and on which items during this visit to Castillo Santa Rosa?

I have spent \$ _____ (or Be _____) on _____

17. Which source(s) of information are you using or have you used for this visit to Castillo Santa Rosa?

- (a) Brochure a tour guide (a) magazine(s) (a) dramatization(s) (an) other source(s), namely: _____

18. Information you got inside Castillo Santa Rosa was really good?

Yes No Why? _____

19. How do you prefer information about history of the Castillo Santa Rosa?

Brochures Videos Talks (an) other(s) source(s), namely: _____

20. What do you think of Castillo Santa Rosa’s maintenance, conservation, and restauration work?

Very Good Good Regular Bad Very Bad

21. Would you pay to enter Castillo Santa Rosa to support maintenance, conservation, and restauration work?

Yes No. Why? : _____

22. Do you think that the Castillo Santa Rosa is a tourist attractive?

Yes No. Why? _____

23. What do you think about the following aspects here at Castillo Santa Rosa?

	Very Good	Good	Regular	Bad	Very bad
Promotion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Public Services*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Access Road	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tourist sing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Other Services**	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Restroom, water, electricity, tidiness, pay phone, parking, security, etc.

** Souvenir shops, printed information, private transport, guided tours, restaurants, etc.

24. Which of the following aspects here at Castillo Santa Rosa could be improved?

Promotion Access road Tourist sings Public services, namely: _____

Other services, namely: _____

25. Who organized your visit to Castillo Santa Rosa?

Yourself a travel agency, namely: _____ somebody else, namely: _____

26. How expensive was this tour?

The tour costed \$ _____,_____ (or Be _____,_____)

27. Does the tour you are on only concern monuments and historical sights?

Yes No, this tour also includes: _____

28. This tour included travel guide service? Yes No

29.- How do you consider the guide service? Very good Good Regular Bad Very Bad

30. Which of the following would you like see here at Castillo Santa Rosa?

Historical theatre on the history of Castillo Santa Rosa music and dancing related to Castillo Santa Rosa

Poetry recital art expositions local gastronomy other(s), namely: _____

31. Will you return to visit Castillo Santa Rosa?

Yes No Why? _____

32. If you have any further recommendations to maintain this historic place in better conditions please put them below.

Thank you very much for your time and effort

[ANEXO A-7]
[Guía de Entrevista]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Objetivo: Este instrumento tiene como objetivo conocer la opinión de la comunidad de La Asunción adyacente al Castillo Santa Rosa, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta en cuanto a su aprovechamiento turístico.

Fecha: _____

Nombre de la Asociación: _____

Nombre del Entrevistado: _____

1.-¿Participa la comunidad de la Asunción en alguna actividad turística desarrolladas en el Castillo Santa Rosa?

Si__No_ ¿Cuál (es) actividad (es)?_____

2.-¿La comunidad de la Asunción ha sido involucrado en programas turísticos recreacionales, culturales realizados en el Castillo Santa Rosa?

Si__No__ ¿Cuáles?_____

3.- ¿Cuál cree Ud. es el uso que se le esta dando actualmente al Castillo Santa Rosa?

4.- ¿Cuál cree Ud. es el uso que debería dársele al Castillo Santa Rosa?

5.- ¿Esta de acuerdo con que el Castillo Santa Rosa sea utilizado con fines turísticos?

Si___No___ ¿Porqué?_____

6.- ¿Considera Ud. que el Castillo Santa Rosa esta siendo aprovechado adecuadamente con fines turísticos?

Si___No___ ¿Porqué?_____

7.- ¿Las actividades que se llevan a cabo en el Castillo Santa Rosa generan beneficios a la comunidad?

Si___No___ ¿Cuáles actividades?_____

8.-¿Que tipo de actividades le gustaría que sea incorporadas al Castillo Santa Rosa?

9.- ¿El aprovechamiento del Castillo Santa Rosa como atractivo genera empleo a la comunidad?

Si___ No___

10.- ¿Como considera UD. el estado actual del Castillo Santa Rosa?

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

11.- ¿Considera Ud. que deben hacerle mejoras a la estructura física del Castillo Santa Rosa?

Si___No___ ¿Porqué?_____

12.- ¿Cuál es su opinión sobre la apariencia del atractivo en cuanto a:

Promoción

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Servicios Públicos:

(Sanitarios, Limpieza y recolección de la basura, agua potable, energía eléctrica
teléfonos, estacionamiento, vigilancia policial)

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Vías de Acceso:

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Señalización Turística:

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

Servicios complementarios:

(A y B, guiatura, venta de souvenir, folletería, transporte privado)

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

13.- Para impulsar la imagen turística del Castillo Santa Rosa.¿Cómo calificaría la actuación de la Alcaldía del Municipio Arismendi?

Muy buena _____ Buena_____ Regular_____ Mala_____ Muy mala

14.- ¿Qué efectos provoca el usar al Castillo Santa Rosa como atractivo turístico?

Positivo ¿Por qué?

Negativo ¿Por qué?

[ANEXO A-8]
[Guía de Entrevista]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Objetivo Conocer la opinión de los representantes de los entes de gobierno: Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta e Instituto del Patrimonio Cultural, acerca del aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.

Fecha:

Nombre del Organismo: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Cargo: _____

1.- ¿Cómo observa el estado físico actual del Castillo Santa Rosa?

2.- ¿Cuál es su opinión sobre el estado de conservación y mantenimiento actual del Castillo Santa Rosa?

3.- ¿Cuáles son las responsabilidades de este organismo con respecto al aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

4.- ¿Cree UD. Que se está aplicando la Ley de Protección y defensa del Patrimonio Cultural y la Ley de Cultura en el Estado Nueva Esparta?

Si__No__ ¿Por qué?_____

5.-Para esta institución, ¿Cuál es la importancia del Castillo Santa Rosa para la actividad turística en el Municipio Arismendi?

6.- ¿Considera que la actividad turística que se efectúa en el Castillo Santa Rosa es significativa? ¿Por qué?

Si__ No ¿Por qué?_____

7.-¿Qué aportes ha hecho para el desarrollo y el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa?

8.-¿Cuáles son los factores que han impedido el aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa?

9.-Cómo profesional,¿Cuál es su opinión con respecto al Castillo Santa Rosa?

10.-¿Considera UD. Que el Castillo Santa Rosa representa un atractivo de valor histórico?

11.-¿Actualmente el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa se realiza de manera adecuada?

[ANEXO A-9]
[Guía de Entrevistas]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Objetivo: Identificar los planes, programas y proyectos de los organismos: Instituto del Patrimonio Cultural, Instituto Autónomo de Cultura del Estado Nueva Esparta, Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta y Alcaldía del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta, referentes al aprovechamiento turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.

Fecha: _____
Nombre del Organismo: _____
Nombre del Entrevistado: _____
Cargo: _____

1.- ¿Cuáles son los planes, programas y/o proyectos actuales para el Castillo Santa Rosa?

2.- ¿Qué proyectos presentes y futuros tienen en materia turística para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa? ¿Cuáles?

3.- ¿Existen programas de publicidad y promoción para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

SI__No__¿Cuáles?_____

4.- ¿Cuenta con programas o proyectos que involucren o beneficien a la comunidad de La Asunción adyacente al castillo para su aprovechamiento turístico?

SI__No__¿Cuáles?_____

5.- ¿Existen planes, programas y/o proyectos para la conservación y restauración del Castillo Santa Rosa?

SI__No__¿Cuáles?_____

6.- ¿De quien es competencia la ejecución de planes, programas y/o proyectos para el Castillo Santa Rosa?

7.- ¿Cuenta actualmente con recursos económicos para la ejecución de planes, programas y proyectos que permitan el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

SI__No__¿Cuáles?_____

8.- ¿Qué acciones se llevan a cabo para el desarrollo de la actividad turística que permita el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

9.-¿Tienen algún convenio o acuerdo con otros organismos (Cámara de Turismo, Instituciones Educativas, otros,) para el aprovechamiento del Castillo Santa Rosa?

SI__No__¿Cuáles?_____

[ANEXO A-10]
[Ficha Bibliográfica]



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Objetivo: Identificar en los instrumentos legales que regulan el uso turístico del Castillo Santa Rosa en La Asunción, los aspectos que definen el aprovechamiento turístico.

Encabezado o Título del Tema
Autor: APELLIDO. Nombre. <i>Título abreviado del libro.</i> Tomo / volúmenes. Número de edición. Editorial. Lugar. Fecha. (Nombre de la Colección) Número de página.
CONTENIDO

ANEXO B
PLANES, PROGRAMAS Y/O PROYECTOS EN LA CORPORACIÓN DE
TURISMO

[ANEXO B-1]

[Plan de Desarrollo Turístico Patrimonial: Ruta Fortificada]

<http://www.corpoturmargarita.gov.ve/planificacion/planificacion.asp>

Visión

La Gerencia de planificación y desarrollo será la instancia técnica de ejecución y coordinación de proyectos turísticos en el estado, enmarcado en las políticas formuladas por CORPOTUR y en concordancia con los planes nacionales, estatales y municipales en materia turística.

Misión

Desarrollar y/o participar en planes, proyectos y programas de turismo, a través de acciones coordinadas con los integrantes del sistema turístico y organismos competentes, a fin de promover el desarrollo sustentable del turismo en el estado.

Planes y Programas

Plan Regional Estratégico Turístico del Estado Nueva Esparta 2004 - 2008: El Estado Nueva Esparta, posee una gran variedad de atractivos naturales, históricos y culturales, además de contar con una situación geográfica favorable. Consciente de esta realidad, CORPOTUR ha venido ejecutando planes que garanticen la creación de las condiciones básicas necesarias para el desarrollo de la actividad turística en el estado bajo los criterios de desarrollo sostenible. En este sentido se elaboró el Plan Regional Estratégico Turístico del Estado Nueva Esparta 2004 – 2008 fundamentado en los lineamientos y políticas nacionales en materia turística

Plan de Ordenación del Territorio: Con el objeto de regular y promover el uso del espacio a los fines de lograr un mayor bienestar de la población, la defensa del estado y mejoramiento de su medio ambiente, entre otros, la Corporación de Turismo del Estado es miembro principal y participa en reuniones de la Comisión de Ordenación del Territorio donde se evalúan proyectos de índole turístico, vacacional, agrícola e industrial, entre otros.

Plan de Desarrollo Turístico Patrimonial: Con el objeto de contribuir, preservar y rescatar las edificaciones o construcciones de origen arquitectónico declarado patrimonio cultural que forman parte de la historia de la región, CORPOTUR, ha diseñado el plan de Desarrollo Turístico Patrimonial que contempla proyectos como la Ruta Fortificada, Ruta Religiosa y la Ruta Artesanal.

Ruta Fortificada

Esta ruta contempla todos los castillos y fortines construidos durante el período colonial en la región, los cuales se mencionan a continuación:

- Castillo de San Carlos de Borromeo
- Castillo de Santa Rosa
- Fortín de La Galera
- Fortín de La Caranta
- Fortín España
- Batería de la Libertad
- Monumento Matasiete

Ruta Religiosa

Con la finalidad de diseñar rutas turísticas que incluyan las iglesias construidas en el período colonial y neoclásico, importantes por su valor histórico y arquitectónico. Las Iglesias que se incluyen en esta ruta son:

- Catedral de La Asunción
- Basílica Menor de Nuestra Señora del Valle

- Iglesia de Santa Ana
- Iglesia de Juan Griego
- Iglesia de Pampatar
- Iglesia de Punta de Piedras

Ruta Artesanal

Contempla la incorporación de las comunidades artesanales a la ruta turística del Estado.

[ANEXO B-2]**[Reapertura del castillo de Pampatar]****Se anuncia reapertura del castillo de Pampatar**

El Ministerio de Turismo y Corpotur finalizaron la restauración del monumento histórico más conocido de la isla de Margarita.

<http://www.cantv.net/viajes/resena.asp?id=70961&cat=3&Fresena=TRUE>



02/07/2005. El pasado 27 de junio, Corpotur dio apertura al Castillo San Carlos de Borromeo, ubicado en Pampatar, el cual representa el primer paso hacia la consolidación de la llamada Ruta Fortificada de la Isla de Margarita.

Para el acto protocolar, asistieron el Ministro de Turismo, Dr. Wilmar Castro Soteldo, y el señor Salvador Núñez, presidente de Corpotur, entre otras personalidades del sector.

"Han transcurridos 322 años, hoy tenemos la fortuna de asistir a la puesta en escena de la Primera Etapa de la restauración y puesta en valor de este baluarte de la ingeniería militar, gracias al apoyo financiero del Ministerio de Turismo y luego de un minucioso trabajo que forma parte de un programa más ambicioso denominado Plan de Desarrollo Turístico Patrimonial del Estado Nueva Esparta", acotó Nuñez.

Para mayor información y ver más fotografías visite Sinflash.com



[ANEXO B-3]

[Programa que Bonito es mi Pueblo]



<http://www.corpoturmargarita.gov.ve/capacitacion/quebonito.asp>

Siendo el turismo una posibilidad real para dinamizar el desarrollo socio-económico del Estado Nueva Esparta, la Corporación de Turismo, CORPOTUR con el apoyo de otras instituciones, ha desarrollando un Plan de Sensibilización y Capacitación en materia turística que pretende a través de sus metas, objetivos y estrategias, crear una conciencia turística y sentar las bases para que las comunidades participen activamente a la actividad turística asumiendo y mostrando con orgullo que lo mejor de nuestras Islas es su gente, sus pueblos, su historia, tradiciones, leyendas y costumbres.

Partiendo de ello, CORPOTUR brinda la posibilidad a las comunidades margariteñas y cochenses de participar en el Programa ¡Que Bonito Es Mi Pueblo!



Esta estrategia de sensibilización turística busca promover en las escuelas y localidades de Margarita y Coche, el entusiasmo por conocer y preservar lo propio, embelleciendo nuestros pueblos, casas, calles, plazas, monumentos y sitios históricos; recuperando las diversiones, galerones y comparsas, incentivando la práctica de la música, danza, bailes típicos, mostrando al turista nacional e internacional nuestro rostro, nuestra cultura y nuestra historia, resaltando lo que nos hace particulares y únicos.

Objetivos del Programa

Objetivo General.

Sensibilizar a la comunidad neoespartana sobre la importancia de la actividad turística en la región.

Objetivos Específicos.

Comunicacional: difundir a través de los medios de comunicación social los valores culturales de las comunidades de Margarita y Coche, como atractivo turístico para el Estado y los avances, resultados y hallazgos obtenidos en el desarrollo del programa.

Escolar:

- Promover la investigación en niños y docentes sobre el conocimiento de sus comunidades, sus atractivos turísticos y todas las manifestaciones de nuestra cultura.
- Dotar a la comunidad en general de material inédito sobre información cultural, local y regional.
- Incentivar la creación de un Club de Turismo en cada escuela participante, como apoyo a los programas de Educación para el Turismo y Conservación del Ambiente.



Rutas Turísticas

Comunitario: promover acciones de Sensibilización Turística Ambiental en la comunidad organizada con el propósito de embellecer y recuperar espacios urbanos y monumentos históricos de las localidades y pueblos participantes, garantizando una mejor calidad de vida de sus habitantes y la preservación

de los atractivos turísticos.

Turístico: incorporar a la “RUTA TURÍSTICA”, los pueblos y comunidades que estén desarrollando actividades de interés turístico: artesanía, folklore, actividades religiosas, históricas, entre otras.

Actividades Desarrolladas.

- Talleres Formativos para Promotores Turísticos Escolares y Promotores Turísticos Comunitarios.
- Talleres Informativos para Directores.
- Talleres de Sensibilización Turística Ambiental.
- Taller de Presentación del Programa a las Escuelas participantes.
- Taller de Inducción para los Docentes.
- Conformación y Juramentación de los Clubes de Turismo.
- Parrandones Navideños Escolares.
- Proyectos Pedagógicos y Didácticos.
- Tertulias: Encuentro con Nuestra Historia.
- Charlas de Turismo.
- Investigaciones Escolares.
- Actividades de Motivación: jornadas de limpieza, periódicos, murales, actividades de recreación.
- Exposición de fotografías y objetos antiguos “Abriendo el Baúl de los Abuelos”.
- Rutas Turísticas Escolares: Soy Turista por un Día.
- Jornadas Finales: Nueva Esparta Muestra ¡Que Bonito es Mi Pueblo!.
- Intervención y Embellecimiento de Comunidades
- Inauguración de las comunidades embellecidas.
- Talleres de Evaluación.



Talleres para Promotores Turísticos

Beneficios del Programa:

- Comunidades embellecidas e integradas a la actividad turística.
- Puesta en valor de nuestra historia y cultura.
- Mejoramiento de la Calidad de Vida.
- Recursos Humanos con información integral de la actividad.
- Incremento de multiplicadores turísticos sensibilizados hacia la actividad.
- Niños conocedores del sistema turístico regional.
- Divulgación de la experiencia en el ámbito regional y nacional, a través de los diferentes medios de Comunicación Social.
- Contribución a la principal actividad económica del estado.
- Proyección de una sólida experiencia como modelo a otros estados del país.
- Consolidación de los Clubes de Turismo.

Clubes de Turismo

Los Clubes de Turismo son agrupaciones de escolares, docentes, padres, representantes y cualquier otro integrante de la comunidad educativa, las cuales tienen por objeto la realización de actividades de sensibilización turística, dirigidas a promover entre sus miembros actitudes favorables y positivas hacia el turismo, contribuyendo a la formación de una cultura turística, al uso creativo, disfrute del tiempo libre y a la formación integral de sus miembros. Estos centros se rigen por estatutos y son coordinados por docentes apoyados por un grupo de asesores.

Objetivos

Objetivo General: Promover y estimular en los integrantes del Club de Turismo la importancia de la actividad turística y la conservación del ambiente para el estado Nueva Esparta a través del binomio escuela - comunidad.

Objetivos Específicos:

- Promover la realización de actividades en el campo del turismo y la conservación del ambiente.
- Estimular a los educandos para que mejoren su trabajo educativo y rendimiento escolar.
- Propiciar la aplicación metodológica de los procesos de la investigación histórica.
- Incentivar en sus integrantes el conocimiento de los atractivos turísticos de su localidad, del municipio, del estado y del país.
- Promover la incorporación de la comunidad en las actividades que se realicen.
- Contribuir a formar hábitos de orden, disciplina, responsabilidad, participación, cooperación y sentimientos de solidaridad entre sus miembros.
- Estimular en sus integrantes el conocimiento, amor y respeto por los auténticos valores que definen la identidad neoespartana.
- Realizar actividades dirigidas a la conservación del ambiente y de los recursos naturales.
- Contribuir a la toma de conciencia de la importancia del turismo como actividad económica básica para la localidad, el municipio, el estado y el país.
- Propiciar el desarrollo de la creatividad mediante una actitud crítica y analítica.
- Contribuir a la orientación vocacional de sus miembros, acercándolos con las labores propias de las empresas turísticas.
- Contribuir con el mejoramiento de la enseñanza formal del turismo.
- Propiciar el intercambio de experiencias con otros centros u organizaciones de estudiantes dentro y fuera del plantel en materia de turismo.

- Contribuir a través de actividades escolares con el fomento de hábitos de lectura y de investigación.

**Resultados Programa ¡Que bonito es mi Pueblo!
Ediciones 97-98, 98-99, 01-02, 03-04 y 2005**

Edición	Escuelas	Niños	Docentes	Totales
1º Edición 1997-1998	14	3.549	184	3.733
2º Edición 1998-1999	20	5.674	327	6.001
3º Edición 2001-2002	20	14.830	747	15.577
4º Edición 2003-2004	20	7.455	551	8.006
5º Edición 2005	30	12.430	1.066	13.496
Totales	104	43.983	2.875	46.813

[ANEXO B-4]**[Sexta Edición: Que bonito es mi pueblo]****Inicia Sexta Edición**

<http://www.burodevenezuela.com/newspub/story.cfm?ID=21059>

por Diario La Hora Digital, Enero 17, 2006

La Corporación de Turismo del estado Nueva Esparta, conjuntamente con Inatur y el Fondo Mixto de Turismo, dio inicio ayer a la Sexta Edición del programa ¡Qué Bonito es mi Pueblo!, con la doble misión de educar y sensibilizar a la comunidad neoespartana como elemento importante dentro del sistema turístico neoespartano.

Como parte de esa acción, la actual edición del programa hará énfasis en el seguimiento de los 30 Clubes Escolares de Turismo formados en anteriores ediciones, con el aval de las autoridades turísticas del estado Nueva Esparta y la participación de los 11 municipios del Estado.

¡Qué Bonito es mi Pueblo! es una estrategia de sensibilización turística que busca promover en las escuelas y localidades de Margarita y Coche, el entusiasmo por conocer y preservar lo autóctono, a la vez incentivar el embellecimiento de nuestros pueblos, calles, casas, plazas, monumentos y sitios históricos.

Dentro de sus objetivos también contempla el rescate de diversiones, galerones y comparsas, gracias al estímulo de las actividades musicales y danzas típicas para mostrar al turista nacional e internacional, rostros, cultura e historia que nos hacen particulares y únicos en el mundo.

ANEXO C
MATERIAL PROMOCIONAL EN CORPOTUR

[ANEXO C-1]

[Folleto]

ANEXO D
LEYES, DECRETOS Y ORDENANZAS

[ANEXO D-1]

[Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural]

(Tomado de la Gaceta Oficial N° Extraordinario 4.623, de fecha 03 de septiembre de 1993)

El Congreso de la República de Venezuela
Decreta

La siguiente:

LEY DE PROTECCION Y DEFENSA DEL PATRIMONIO CULTURAL

TITULO I

DEL PATRIMONIO CULTURAL

Capítulo I

Disposiciones Generales

ARTÍCULO 1° Esta Ley tiene por objeto establecer los principios que han de regir la defensa del Patrimonio Cultural de la República, comprendiendo ésta: su investigación, rescate, preservación, conservación, restauración, revitalización, revalorización, mantenimiento, incremento, exhibición, custodia, vigilancia, identificación y todo cuanto requiera su protección cultural, material y espiritual.

ARTÍCULO 2° La defensa del Patrimonio Cultural de la República es obligación prioritaria del Estado y de la ciudadanía. Se declara de utilidad pública e interés social la preservación, defensa y salvaguarda de todas las obras, conjuntos y lugares creados por el hombre o de origen natural, que se encuentren en el territorio de la República, y que por su contenido cultural constituyan elementos

fundamentales de nuestra identidad nacional.

ARTÍCULO 3° Cuando la preservación de bienes que integren el Patrimonio Cultural de la República, implique una limitación que desnaturalice los atributos del derecho de propiedad, su titular podrá reclamar al Estado la indemnización correspondiente. En estos casos, a los efectos de determinar la indemnización, se seguirán los criterios establecidos en la Ley de Expropiación por Causa de Utilidad Pública o Interés Social.

ARTÍCULO 4° El Patrimonio Cultural de la República es inalienable e imprescriptible en los términos de esta Ley.

ARTÍCULO 5° Corresponderá oficialmente al Instituto del Patrimonio Cultural todo cuanto atañe a la defensa del Patrimonio Cultural aquí prevista, con las excepciones que esta Ley establezca.

Capítulo

II

De los bienes que constituyen el Patrimonio Cultural de la República

ARTÍCULO 6° El Patrimonio Cultural de la República a los efectos de esta Ley, está constituido por los bienes de interés cultural así declarados que se encuentren en el territorio nacional o que ingresen a él quien quiera que sea su propietario conforme a lo señalado seguidamente:

1. Los bienes muebles e inmuebles que hayan sido declarados o se declaren monumentos nacionales;
2. Los bienes inmuebles de cualquier época que sea de interés conservar por su valor histórico, artístico, social o arqueológico que no hayan sido declarados monumentos nacionales;
3. Los bienes muebles de valor histórico o artístico, propiedad del Estado o de otras personas jurídicas de carácter público, que se encuentren en museos nacionales, estatales o municipales o en otros lugares públicos o privados, incluidos los de valor numismático o

filatélico;

4. Los bienes muebles de cualquier época que sea de interés conservar por su excepcional valor histórico o artístico;
5. Las poblaciones y sitios que por sus valores típicos, tradicionales, naturales, históricos, ambientales, artísticos, arquitectónicos o arqueológicos, sean declarados dignos de protección y conservación. Los centros históricos de pueblos y ciudades que lo ameriten y que tengan significación para la memoria urbana;
6. Los testimonios históricos y sitios arqueológicos vinculados con el pasado;
7. El patrimonio vivo del país, sus costumbres, sus tradiciones culturales, sus vivencias, sus manifestaciones musicales, su folklore, su lengua, sus ritos, sus creencias y su ser nacional;
8. El patrimonio documental y bibliográfico, archivos, bibliotecas, fototecas, mapotecas, fonotecas, videotecas, cinematecas y demás instituciones de igual naturaleza; tutelados actualmente por organismos específicos sin desconocer la titularidad de dichos organismos sobre los mismos;
9. Los objetos y documentos de personajes de singular importancia en la historia nacional, sus creaciones culturales trascendentes;
10. Las obras culturales premiadas nacionalmente;
11. La estatuaria monumental y las obras de arte de los cementerios;
12. El entorno ambiental o paisajístico -rural o urbano- requerido por los bienes culturales, muebles o inmuebles para su visualidad o contemplación adecuada;
13. El patrimonio arqueológico y paleontológico donde quiera que se encuentren; y
14. Cualquier otro bien de interés cultural que amerite ser declarado como tal.

DEL ORGANISMO COMPETENTE

Capítulo

I

Del nombre y objeto

ARTÍCULO 7° Se crea el Instituto del Patrimonio Cultural. El Reglamento de esta Ley determinará la estructura orgánica y las modalidades operativas correspondientes.

ARTÍCULO 8° El Instituto del Patrimonio Cultural tiene por objeto la identificación, preservación, rehabilitación, defensa, salvaguarda y consolidación de las obras, conjuntos y lugares a que se refieren los artículos 2° y 6° de esta Ley.

En el cumplimiento de su objeto, el Instituto establecerá la coordinación necesaria con los Estados y Municipios de acuerdo con lo establecido por la Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público.

ARTÍCULO 9° El Instituto del Patrimonio Cultural, estará adscrito al Ministerio de la Secretaría de la Presidencia de la República, el cual podrá ejercer su tutela por órgano del Consejo Nacional de la Cultura.

ARTÍCULO 10° El Consejo Nacional de la Cultura, a través del Instituto del Patrimonio Cultural, ejercerá las siguientes atribuciones:

1. Determinar las obras, conjuntos y lugares que forman parte del Patrimonio Cultural de la República. Tal determinación se hará mediante resolución, debidamente motivada, la cual se publicará en la GACETA OFICIAL DE LA REPUBLICA DE VENEZUELA;
2. Establecer los planes de conservación de los bienes referidos y velar por su ejecución;
3. Autorizar, si lo considera procedente, la exploración, estudio o excavación de yacimientos arqueológicos o paleontológicos, conforme

- a la normativa que se dicte al respecto;
4. Autorizar los convenios interinstitucionales necesarios para el logro de su objeto;
 5. Organizar el presupuesto interno de gastos del mismo;
 6. Regular y dictar las normas relativas a la investigación, restauración, conservación, salvaguarda, preservación, defensa, consolidación, reforma y reparación de las obras, conjuntos y lugares a que se refieren los artículos 2° y 6° de esta Ley, a excepción de lo referente a los bienes, cuya competencia exclusiva sea del Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y de Servicios de Bibliotecas, caso en el cual coadyuvará en el mejor logro de sus objetivos;
 7. Actuar como órgano de consulta vinculante en aquellos casos en los cuales el Presidente de la República resuelva declarar un bien cultural como monumento nacional;
 8. Actuar como instancia de consulta previa obligatoria ante los órganos municipales y estatales en las materias de planes de ordenación urbanística y convenios de delimitación y transferencia de los servicios nacionales sobre protección de bienes culturales;
 9. Elaborar el inventario general de los bienes culturales muebles e inmuebles de la nación y de las reliquias históricas y remitirlo al Ministerio de Hacienda y a la Contraloría General de la República;
 10. Constituir el Registro General de los bienes culturales, muebles e inmuebles que hayan sido declarados patrimonio de la República o que por sus características sean de interés cultural para la nación;
 11. Realizar según lo disponga el Reglamento de esta Ley, las notificaciones correspondientes en los casos en que se declaren a un bien como monumento nacional;
 12. Recibir las notificaciones y emitir la debida autorización a los propietarios públicos o privados de bienes declarados Patrimonio Cultural o de bienes de interés cultural cuando estos van a ser objeto de enajenación, gravamen u otra limitación al derecho de propiedad;

13. Prestar la asistencia técnica necesaria a aquellas instituciones públicas o privadas, civiles o eclesiásticas, nacionales o extranjeras, a los fines de lograr lo establecido en el artículo 2° de esta Ley;
14. Firmar los Acuerdos Internacionales que permitan el resguardo de nuestro Patrimonio Cultural en sitios fronterizos y todos aquellos Acuerdos de carácter internacional destinados a la salvaguarda de los bienes declarados Patrimonio Cultural o de interés cultural para la Nación;
15. Autorizar la ejecución de los programas de planificación o de desarrollo que se presenten en las zonas de protección circundantes a los monumentos nacionales;
16. Atender las solicitudes, notificaciones y requerimientos de los museos, entidades eclesiásticas o civiles sobre el deterioro o ruina de bienes culturales muebles o inmuebles bajo su custodia;
17. Levantar el mapa arqueológico y paleontológico de la República;
18. Celebrar convenios de explotación y excavación de yacimientos arqueológicos o paleontológicos con instituciones científicas nacionales o extranjeras;
19. Patrocinar, conjuntamente con las instituciones culturales, académicas y educativas, con los medios de comunicación social y con los demás organismos culturales, públicos y privados, campañas divulgativas y formativas en el ámbito nacional, regional y local, en apoyo a la defensa y preservación del Patrimonio Cultural de la República;
20. Notificar a los propietarios de los bienes culturales sobre la declaratoria de éstos como Patrimonio Cultural de la República o su consideración de interés cultural para la Nación;
21. Estimular la creación de museos de historia, cultura popular, ecología y parques arqueológicos; y
22. Las demás que le señalen esta Ley y sus reglamentos.

Estas atribuciones serán ejercidas tomando en cuenta la coordinación necesaria con los Estados y los Municipios

Capítulo

II

Del Consejo Consultivo del Instituto del Patrimonio Cultural

ARTÍCULO 11º El Instituto del Patrimonio Cultural contará con un Consejo Consultivo, órgano asesor de alto nivel, en el cual podrá recomendar al Instituto del Patrimonio Cultural los instrumentos, procedimientos y mecanismos necesarios. Este Consejo asegurará una representación genuina de todos los sectores nacionales interesados en los fines para los cuales se crea dicho Consejo.

ARTÍCULO 12º El Consejo Consultivo estará integrado por:

- 1º El Presidente del Instituto, quien presidirá sus deliberaciones.
- 2º Un representante del Ministerio de Relaciones Interiores, vinculado a la coordinación del desarrollo estatal y municipal.
- 3º Un representante del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- 4º Un representante del Ministerio de la Defensa.
- 5º Un representante del Ministerio de Educación.
- 6º Un representante del Ministerio del Desarrollo Urbano.
- 7º Un representante del Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables.
- 8º Un representante del Ministerio de Hacienda.
- 9º Un representante del Consejo Nacional de la Cultura.
- 10º Un representante de la Corporación de Turismo de Venezuela.
- 11º Un representante de la Academia Nacional de la Historia.
- 12º Cinco (5) especialistas en materia de arquitectura, arqueología, restauración de bienes muebles e inmuebles, paleontología, ecología y restauración de libros. La designación de los especialistas, corresponderá a los gremios respectivos, conjuntamente con las Universidades Nacionales y el Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y

de Servicios de Bibliotecas.
 13° Dos (2) representantes de la Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción.

PARAGRAFO UNICO: Los representantes de los organismos indicados en los ordinales 2° al 13°, serán designados por la máxima autoridad de éstos. Dichos representantes serán de su libre nombramiento y remoción.

TITULO III
 DE LOS BIENES DECLARADOS PATRIMONIO CULTURAL Y DE INTERES CULTURAL

Capítulo I
 De la declaratoria de los bienes que constituyen el Patrimonio Cultural de la República

ARTÍCULO 13° La declaratoria de un bien de interés cultural como monumento nacional corresponderá al Presidente de la República en Consejo de Ministros. Los demás bienes del artículo 6° de esta Ley serán declarados tales por el Instituto del Patrimonio Cultural.
 PARAGRAFO UNICO: La declaratoria de sitios de patrimonio histórico-cultural o arqueológico, como áreas bajo régimen de administración especial, se regirá por lo dispuesto en la Ley Orgánica para la Ordenación del Territorio, pero el control de la ejecución de los planes de éstas lo ejercerá el Instituto del Patrimonio Cultural.

Capítulo II
 De los monumentos nacionales

ARTÍCULO 14° Son monumentos nacionales los bienes inmuebles o muebles que sean declarados como tales en virtud de su valor para la

historia nacional o por ser exponentes de nuestra cultura.

PARAGRAFO UNICO: Mantendrán su condición de monumentos nacionales los bienes que hubieren sido declarados como tales con anterioridad a esta Ley.

ARTÍCULO 15º La declaración de monumento nacional la notificará el Instituto del Patrimonio Cultural cuando el bien sea de propiedad particular a su propietario; y si fuera inmueble, hará igual participación al Registrador Subalterno de la jurisdicción en que se encuentre ubicado el inmueble para que estampe una nota marginal en los protocolos correspondientes. En la misma se hará constar la declaración a los efectos de esta Ley.

ARTÍCULO 16º La declaración de monumento nacional de un inmueble o mueble de propiedad nacional, estatal o municipal la notificará el Instituto del Patrimonio Cultural a la autoridad que lo tenga a su cargo a los fines de la salvaguarda del mismo. Dicha autoridad participará al Instituto del Patrimonio Cultural cualquier circunstancia que amenace ruina parcial o total al monumento e impedirá, a la vez, que se realice en el mismo cualquier obra de construcción nueva o adosada o apoyada a él, reconstrucción, reparación, reforma, demolición, cambio de ubicación, de destino o de uso sin la debida anuencia de este organismo.

ARTÍCULO 17º Cuando el bien declarado monumento nacional sea de propiedad particular, el propietario está en la obligación de notificar al Instituto del Patrimonio Cultural:

1. Cualquier acto de enajenación a título oneroso o gratuito que pretenda realizar sobre el mismo; y
2. Cualquier gravamen, limitación o servidumbre que pretenda

imponerle.

ARTÍCULO 18º Los gravámenes, limitaciones y servidumbres sobre bienes de propiedad particular declarados monumentos nacionales, sólo podrán constituirse previa autorización del Instituto del Patrimonio Cultural, la cual se concederá una vez comprobado que los actos proyectados no perjudicarán los méritos del monumento. El Estado gozará de un derecho perpetuo de paso sobre los inmuebles de propiedad particular declarados monumentos nacionales.

ARTÍCULO 19º Los funcionarios judiciales están obligados a notificar al Instituto del Patrimonio Cultural la ejecución intentada sobre bienes declarados monumentos nacionales. Verificado el remate, se suspenderá la adjudicación definitiva del bien al rematador durante el lapso de treinta (30) días hábiles, dentro del cual el Estado podrá pedir que se le adjudique el bien ejecutado haciendo suya la postura formulada por aquél.

ARTÍCULO 20º Los Jueces, Registradores, Notarios y demás autoridades, notificarán al Instituto del Patrimonio Cultural la presentación de cualquier documento de enajenación o de constitución de gravámenes, limitaciones o servidumbres sobre bienes de propiedad particular declarados monumentos nacionales y se abstendrán de dar curso a los mismos si no constare el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.

ARTÍCULO 21º Ninguna autoridad podrá emprender o autorizar que se inicie sobre los monumentos nacionales propiedad de particulares, actos de demoliciones, reformas, reparaciones, restauraciones, cambios de ubicación o de destino, sin que medie la correspondiente aprobación del Instituto del Patrimonio Cultural.

Cualquier persona natural o jurídica de carácter público y en caso de

que la obra se haya comenzado o concluido, podrá ordenar que se proceda a reponer el monumento a su estado anterior; si se tratare de un monumento de propiedad particular, los trabajos de reposición se harán a expensas del propietario.

ARTÍCULO 22º Los bienes muebles o inmuebles de propiedad eclesiástica que hayan sido declarados o se declaren monumentos nacionales, están sujetos a las disposiciones de esta Ley.

ARTÍCULO 23º Se determinarán alrededor de los bienes inmuebles declarados monumentos nacionales, zonas de protección a las áreas circundantes que, por formar el ambiente de los mismos, deban ser objeto de regulación reglamentaria.

En cuanto a la ejecución de nuevas construcciones en dichas zonas, el Instituto del Patrimonio Cultural establecerá las relaciones volumétricas adecuadas al conjunto monumental e impedirá que las mismas restrinjan su visualidad y contemplación.

Capítulo

III

De los bienes inmuebles de valor histórico, artísticos o ambientales no declarados Patrimonio Cultural

ARTÍCULO 24º Quedan sometidos a la inspección y vigilancia del Instituto del Patrimonio Cultural, a los fines de su protección y conservación, las edificaciones de cualquier época perteneciente a nuestra arquitectura civil, militar o religiosa, con todo lo que contengan, en los cuales el Instituto del Patrimonio Cultural por declaración expresa, reconozca determinados valores históricos, artísticos o ambientales.

La resolución será notificada al propietario, quien deberá hacer del conocimiento del Instituto del Patrimonio Cultural las traslaciones de propiedad que efectúe sobre las mismas.

ARTÍCULO 25º Los propietarios de los bienes mencionados en el artículo anterior, estarán en la obligación de participar al Instituto del Patrimonio Cultural el estado en que se encuentren estos bienes, así como cualquier acto traslativo de la propiedad que afecte el derecho.

Capítulo IV

De los bienes muebles de Valor artístico o histórico no declarados
Patrimonio Cultural
de la República

ARTÍCULO 26º Sin perjuicio de las atribuciones propias de los Directores de los museos nacionales, estatales o municipales, no podrá ejecutarse ningún trabajo de reparación, restauración ni cambio alguno que desvirtúe y desnaturalice el sentido y concepto original de los bienes a los cuales se refieren los artículos 2º y 6º de esta Ley. Asimismo, cualquier cambio de sede o destino sobre los bienes muebles que se encuentren en dichos museos sin que medie el correspondiente informe favorable del Instituto del Patrimonio Cultural, salvo caso fortuito o fuerza mayor.

ARTÍCULO 27º Ninguna autoridad civil, militar o eclesiástica que tenga a su cargo bienes muebles de valor histórico o artístico, propiedad del Estado o de otras Personas jurídicas de carácter público, podrá ordenar o permitir que se ejecuten sobre ellos los trabajos o cambios a que se refiere el artículo anterior, si los mismos no han sido autorizados por el Instituto del Patrimonio Cultural.

ARTÍCULO 28º El Instituto del Patrimonio Cultural tiene la facultad de impedir o paralizar cualquier trabajo que se realice sin su aprobación,

sobre los bienes que trata este Capítulo y en caso que el mismo se haya comenzado o concluido, podrá ordenar que se proceda a reponer el bien a su anterior.

ARTÍCULO 29º Están sometidos a esta Ley los bienes muebles de cualquier época propiedad de particulares, que a juicio del Instituto del Patrimonio Cultural sea de interés conservar por su excepcional valor histórico o artístico. Dichos bienes serán inscritos en un catálogo especial.

PARAGRAFO UNICO: Los propietarios de bienes muebles, catalogados por el Instituto del Patrimonio Cultural, deberán hacer del conocimiento de éste las traslaciones de propiedad que efectúen a los fines de las anotaciones correspondientes.

ARTÍCULO 30º No se permitirá la salida del país de ningún bien mueble catalogado, sin que haya constancia de haber sido ofrecido en venta al Estado a través del Instituto del Patrimonio Cultural. Igual tratamiento se dará a aquellos casos en que el Instituto del Patrimonio Cultural haya permitido la introducción al país de bienes de excepcional valor histórico o artístico, con la facultad de reexportarlos y hayan permanecido en el país por más de diez (10) años.

La presente disposición podrá afectar a bienes muebles individualmente considerados o a colecciones de ellos.

Capítulo

V

De las poblaciones y sitios que por sus valores típicos, tradicionales, naturales, históricos, ambientales, artísticos, arquitectónicos o arqueológicos sean declarados objeto

de protección y conservación

ARTÍCULO 31º El Instituto del Patrimonio Cultural podrá declarar que determinadas poblaciones, sitios y centros históricos, en su totalidad o en parte, por sus valores típicos, tradicionales, naturales, ambientales, artísticos, arquitectónicos o arqueológicos y demás bienes establecidos en el artículo 6º numeral 7 de esta Ley, queden sometidos a la preservación y defensa que esta Ley establece.

ARTÍCULO 32º Los trabajos de reconstrucción, reparación y conservación y las construcciones nuevas a realizarse en una población, sitio o Centro histórico de los que trata este Capítulo, requerirán la autorización previa del Instituto del Patrimonio Cultural.

A los efectos de la autorización a que se refiere esta disposición, los interesados deberán acompañar la correspondiente solicitud de los planos y especificaciones del proyecto de la obra que se piense efectuar.

Si en la ejecución de la obra autorizada no se llenaren las condiciones señaladas, el Instituto del Patrimonio Cultural tendrá facultad para exigir que se modifique la misma o se restituya al estado anterior.

ARTÍCULO 33º En las poblaciones, sitios y centros históricos a que se refieren los artículos anteriores, el Instituto del Patrimonio Cultural, regulará, con la colaboración de las autoridades competentes, todo lo relativo a la colocación de anuncios, avisos o carteles y a la ubicación de garajes, estacionamientos de vehículos, expendios de gasolina y lubricantes, kioscos, templetos o cualesquiera otras construcciones, ya sean permanentes, temporales o provisionales, conforme a las exigencias establecidas en esta Ley.

ARTÍCULO 34º El Instituto del Patrimonio Cultural elaborará un censo de las poblaciones y sitios que por sus valores típicos, tradicionales, naturales, históricos, artísticos o ambientales así lo requieran; y levantarán, igualmente, planos de los mismos en los cuales deberá demarcar las zonas de protección. Los programas de planificación y desarrollo que se proyecten en esas zonas, deberán hacerse del conocimiento del Instituto del Patrimonio Cultural.

TITULO

IV

Del Patrimonio Arqueológico y Paleontológico de la República

ARTÍCULO 35º Son propiedad del Estado todos los bienes culturales declarados Patrimonio Cultural de la República, relativos al patrimonio arqueológico, prehispánico, colonial, republicano y moderno, así como los bienes del patrimonio paleontológico que fuesen descubiertos en cualquier zona del suelo o subsuelo nacional, incluidas las zonas subacuáticas, especialmente las submarinas.

ARTÍCULO 36º Se prohíbe la destrucción de los bienes a que se refiere el artículo anterior. El Estado gozará de un derecho perpetuo de paso sobre los inmuebles de propiedad particular en los cuales se encuentren algunos de los bienes señalados en el artículo 29 de esta Ley.

ARTÍCULO 37º Los propietarios de terrenos bajo los cuales se encuentren objetos arqueológicos o paleontológicos, no podrán oponerse a los trabajos de exploración, levantamiento e inventario que el Instituto del Patrimonio Cultural autorice.

ARTÍCULO 38º El Instituto del Patrimonio Cultural podrá impedir, provisionalmente, y por un termino no mayor de sesenta (60) días continuos, hasta tanto autorice los trabajos de exploración, la correspondiente ocupación de terrenos de propiedad particular, cuando debajo de ellos se descubran objetos arqueológicos o paleontológicos.

ARTÍCULO 39º Todo trabajo que tienda a descubrir, explorar, estudiar o excavar yacimientos arqueológicos o paleontológicos, deberá ser previamente autorizado por el Instituto del Patrimonio Cultural. La autorización anterior sólo será concedida a arqueólogos o paleontólogos profesionales, así como a renombradas instituciones científicas, nacionales o extranjeras.

ARTÍCULO 40º El Instituto del Patrimonio Cultural podrá permitir la salida de colecciones de duplicados de objetos arqueológicos a favor de instituciones científicas extranjeras cuando no se juzguen útiles para los museos o instituciones nacionales, estatales o municipales; igualmente permitirá la salida de aquellas piezas que requieran tratamiento especial para conservación, restauración o examen.

TITULO

V

Disposiciones Complementarias

ARTÍCULO 41º La exportación de los bienes a que se refiere esta Ley, sin autorización del Instituto del Patrimonio Cultural, será considerado como contrabando y penado conforme a la legislación nacional, obligando su devolución al territorio de la República.

ARTÍCULO 42º Todos los bienes de interés cultural declarados como tales, cuya propiedad no pueda ser demostrada al requerirlo así el

Ejecutivo Nacional, pasarán a la custodia y protección de la República.

ARTÍCULO 43º Las gobernaciones de los Estados y las municipalidades podrán establecer servicios de protección y defensa de los bienes ubicados en su territorio y que llenen las condiciones establecidas en el artículo 6º de esta Ley.

Asimismo, podrán adoptar las medidas destinadas a su salvaguarda, siempre que en los procesos de restauración y revitalización de dichos bienes, se cumplan las previsiones de esta Ley, sus reglamentos y las normas y procedimientos que dicte el Instituto del Patrimonio Cultural.

El Instituto del Patrimonio Cultural suscribirá convenios con las instituciones públicas o privadas, nacionales o internacionales, cuyo objeto se relacione con el Patrimonio Cultural a fin de desconcertar las ejecuciones de sus programas y utilizar la capacidad instalada y la experiencia de dichas instituciones.

TITULO

VI

De las Sanciones

ARTÍCULO 44º Quedan obligados a una participación activa en pro de la defensa, rescate y conservación del Patrimonio Cultural de la República todos los ciudadanos que habiten en su territorio. Será penado con dos (2) a cuatro (4) años de prisión quien destruya, deteriore o dañe cualesquiera de los bienes establecidos en los artículos 2º y 6º de esta Ley.

ARTÍCULO 45º El que por haber obrado con imprudencia o negligencia; o bien con impericia en su profesión, arte o industria; o por inobservancia de esta Ley, de sus reglamentos, normas, órdenes

escritas o disposiciones oficiales ocasionen algún daño a esos bienes, será sancionado con la mitad de la pena anterior.

ARTÍCULO 46º Quienes en búsqueda de bienes arqueológicos o paleontológicos realicen exploraciones o excavaciones no autorizadas, serán sancionados con la pena prevista en el artículo que antecede.

ARTÍCULO 47º Las demás infracciones a esta Ley y a sus Reglamentos que no constituyan delito, serán sancionadas con multa de cinco mil (5000) a diez mil (10000) días de salario mínimo urbano. La sanción será impuesta por el Ministerio de Hacienda, a solicitud del Instituto del Patrimonio Cultural.

ARTÍCULO 48º Las sanciones, anteriormente provistas, tendrán prelación sobre las que pudiera establecer la Ley Penal del Ambiente, para los delitos y faltas aquí contemplados.

TITULO

VII

Disposiciones Finales

ARTÍCULO 49º Sin menoscabo de lo que disponga la legislación protectoras de derechos intelectuales, se considera delito contra el Patrimonio Cultural de la República, la utilización lucrativa del nombre de sus artistas, sin las autorizaciones suyas o de sus herederos o causahabientes, conforme a lo previsto en esta ley.

ARTÍCULO 50º El Instituto del Patrimonio Cultural podrá someter al Ejecutivo Nacional los proyectos de reglamentos correspondientes a esta Ley.

ARTÍCULO 51° Se derogan todas las disposiciones legislativas y reglamentarias que colidan con esta Ley.

ARTÍCULO 52° Se deroga la Ley de Protección y Conservación de Antigüedades y Obras Artísticas de la Nación, publicada en la Gaceta Oficial de los Estados Unidos de Venezuela No. 21.787 del 15 de agosto de 1945.

Dada, firmada y sellada en el Palacio Federal Legislativo, en Caracas a los quince días del mes de agosto de mil novecientos noventa y tres. Años 183° de la Independencia y 134° de la Federación.

EL PRESIDENTE,
OCTAVIO LEPAGE

EL VICEPRESIDENTE,
LUIS ENRIQUE OBERTO G.

LOS SECRETARIOS,
LUIS AQUILES MORENO C.
DOUGLAS ESTANGA

Palacio de Miraflores, en Caracas, a los tres días del mes de septiembre de mil novecientos noventa y tres. Años 183° de la Independencia y 134° de la Federación.

Cúmplase,

(L.S.)

RAMON J. VELASQUEZ

Refrendado,

El Ministro de la Secretaría de la Presidencia.

(L.S.)

[ANEXO D-2]

[Ley de Cultura del Estado Nueva Esparta]

[ANEXO D-3]

[Gaceta Oficial del Estado Nueva Esparta]

[ANEXO D-4]

**[Gaceta Municipal: Ordenanza de Instituto de Cultura y patrimonio del
Municipio Arismendi]**


ANEXO E

RESTAURACIONES PARCIALES DEL CASTILLO SANTA ROSA

[ANEXO E-1]

[Resumen Situación de las Restauraciones del Castillo Santa Rosa]

[ANEXO E-2]
[Detalles del proyecto]

Proyecto	1491-2002
Fecha de Ingreso	15-APR-02
Nombre del Proyecto	Restauracion parcial del Castillo de Santa Rosa, La Asuncion, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.
Ruta del Proyecto	En VPF SP
Status del Proyecto	 Aprobado
Dirección del Proyecto	El proyecto presentado por la Alcaldia consiste en la restauracion parcial del Castillo de Santa Rosa en La Asuncion del Estado Nueva Esparta.. Las principales obras consisten en: 1.- Reparacion de grietas, escarificacion y construccion de frisos usando la tecnologia original de 178,00 m2 de muros , la remocion, restauracion y reposicion de 21,00 m lineales de dinteles da?ados. 2.- Sustitucion de 170,00 m2 de pisos y 160 m2 de techos, puertas interiores, ventanas y rejas. 3.- Proteccion y ornato, impermeabilizacion de 160 m2 superficies, restitucion de canales, proteccion contra termitas y plagas e iluminacion general. El proyecto cuenta con el aval del Instituto de Patrimonio Cultural.
Status Directorio Ejecutivo	Aprobado
Fecha Directorio Ejecutivo	26-JUL-04
Monto del Proyecto	97.661.895.06 Bs.

Ultima Observacion VPP	Sin Observaciones.
Ultima Observacion VPAF	Sin Observaciones.

[ANEXO E-3]
[Cuadro de Inversión]

Cuadro de Inversión Inicial

Entidad	Aporte	Disponibilidad	Total Aporte	Fideicomiso	Supervisión	Sub-Total
Arismendi (Edo Nueva Esparta)	Aporte Fides	Libre Apartado	77,210,073.06	2,425,447.32	1,212,723.66	80,848,244.04
Arismendi (Edo Nueva Esparta)	Aporte Entidad	N/A	61,817.51	0.00	0.00	80,848,244.04

Total de la Inversión: 97,645,583.06 Total de la Inversión FIDES: 101,833,636.66

Cuadro de Inversión Incremento

Entidad	Aporte	Disponibilidad	Total Aporte	Fideicomiso	Supervisión	Sub-Total
Arismendi (Edo Nueva Esparta)	Aporte Fides	Libre Apartado	20,373,692.49	611,700.13	0.00	20,985,392.62
Arismendi (Edo Nueva Esparta)	Aporte Entidad	N/A	16,312.00	0.00	0.00	0.00

Total de la Inversión: 628,012.13

Total de la Inversión FIDES: 0.00

[ANEXO E-4]

[Directorios]

Directorios Anteriores

Número de Directorios en los que ha estado el proyecto.

Expediente del Proyecto	Nombre del Proyecto	Monto del Proyecto en Bs.	Tipo de Informe	Entidad Solicitante
1491-2002	Restauracion parcial del Castillo de Santa Rosa, La Asuncion, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.	97,661,895.06	Proyecto Modificado	Arismendi (Edo Nueva Esparta)

Directorio	Fecha	Decisión	Resolución
2004-37	26-JUL-04	Aprobado	

Carga Inicial	31-MAY-04	Aprobado	
---------------	-----------	----------	---

<http://www.fides.gov.ve/entidades.php?id=336>

[ANEXO E-5]
[Información Financiera]

Proyecto	1491-2002
Nombre del Proyecto	Restauracion parcial del Castillo de Santa Rosa, La Asuncion, Municipio Arismendi, Estado Nueva Esparta.
Monto del Proyecto	97,661,895.06 Bs.
Status del Proyecto	En VPF SP

Fideicomisos

Logo del Banco	
Banco Asignado	GUAYANA
Número del Fideicomiso(FIDES)	1491-2002
Estatus del Fideicomiso	Constituido
Recepción en VPAF	22/11/2002
Apertura del Fideicomiso	24/11/2002
Porcentaje de Ejecución	0 %

ANEXO F
ARTÍCULO SOBRE EL INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL
MUNICIPIO ARISMENDI (ICPMA)

[ANEXO F-1]**[La Asunción busca convertirse en patrimonio de la humanidad]**

<http://www.elsoldemargarita.com.ve/diario/noticias.php?Id=24149>

Crean Instituto de Cultura y Patrimonio

La Asunción busca convertirse en Patrimonio de la Humanidad

11/02/06

La declaración de La Asunción como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO, es uno de los propósitos para los cuales fue creado el Instituto de Cultura y Patrimonio del Municipio Arismendi (Icpma), que funciona desde el 18 de octubre de 2005 en sustitución de la Fundación Cultural Arismendi. Se trata de una iniciativa surgida a partir de experiencias exitosas en otras regiones del país, como explicó el presidente del nuevo organismo, Luís Eduardo Acosta Anés. A través de la figura del instituto se logra mayor autonomía para trabajar en pro de la cultura y el patrimonio asuntino, dijo. “La fundación era una dependencia más, una dirección de la alcaldía. La creación del Icpma se hizo en función de los análisis realizados en las jornadas sobre la Ley Orgánica de Cultura, que se encuentra en su segunda discusión en la Asamblea Nacional. En ella se sugiere la creación de este tipo de entes para la descentralización del poder”, señaló.

La directiva del Icpma está integrada por Acosta Anés en la presidencia, Carmen Josefina Malaver de González, directora principal; Argenis Rafael Marcano Lárez, director principal e Irma Carolina Ramos, directora principal, todos designados por la Alcaldía y el Concejo Municipal de Arismendi. El instituto tiene como objetivo principal trabajar junto con las autoridades locales para que la UNESCO declare a La Asunción Patrimonio de la Humanidad, habida cuenta de que Arismendi alberga más del 70% del patrimonio cultural edificado de Nueva Esparta.

Para este propósito, se dedicará a orientar, planificar y dar justo sentido de valor al patrimonio edificado y viviente del municipio, según explicó Acosta Anés, quien también estaba al frente de la Fundación Cultural Arismendi. El Icpma tendrá bajo su cargo el estudio del Castillo de Santa Rosa, la Casa de la Cultura Monseñor Nicolás Eugenio Navarro (donde funcionará provisionalmente), el antiguo convento de San Francisco, el Museo-Casa Natal del General en Jefe Juan Bautista Arismendi, el Espacio Cultural Comunitario Luís Beltrán Prieto Figueroa y el Centro de Artes Ciudad de La Asunción.

Según se explica en su ordenanza de creación, el Icpma estará encargado de aprobar cualquier tipo de reparación o trabajos en aquellos bienes que tengan la categoría de patrimonio cultural. De igual forma, las personas designadas patrimonio cultural viviente recibirán, además de su reconocimiento y la distinción con dicho título, una subvención de la Alcaldía y el Concejo Municipal de Arismendi, equivalente a 20 Unidades Tributarias o un salario mínimo. “Aunque desarrollamos actividades en varias zonas de Arismendi, la Fundación concentró su ámbito de acción en la Casa de la Cultura, pero el instituto debe ir más allá y decirle a la gente que debe asumir su poder para promover la cultura. El año pasado desarrollamos 18 programas de extensión. Este año serán 24”, anunció Acosta Anés.

La programación de este año incluye la publicación de más de una decena de textos para divulgar la memoria cultural del municipio, así como la vida y obra de las personas declaradas patrimonio cultural viviente, con el propósito de reconocer su aporte a la localidad. Con esta y otras obras se busca constituir el centro de Información y Documentación de Patrimonio Cultural, así como el Museo Histórico de La Asunción, señaló.

Catedral remozada entre sus proyectos para 2006, el Icpma se propone la restauración de la Catedral de La Asunción, con apoyo financiero del Ministerio de Turismo. Según anunció el director del instituto, ya hay conversaciones adelantadas

con el titular de dicho despacho, Wilmar Castro Soteldo, quien habría reservado 600 millones de bolívares para iniciar estos trabajos en los próximos meses.

Nombre de archivo: universidad de oriente 4
Directorio: C:\Documents and Settings\UDO\Mis documentos\Tesis
Juan Carlos
Plantilla: C:\Documents and Settings\UDO\Datos de
programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dot
Título:
Asunto:
Autor: Eilin Gabriela
Palabras clave:
Comentarios:
Fecha de creación: 05/11/2007 15:00:00
Cambio número: 2
Guardado el: 05/11/2007 15:00:00
Guardado por: UDO
Tiempo de edición: 38 minutos
Impreso el: 05/11/2007 15:41:00
Última impresión completa
Número de páginas: 523
Número de palabras: 83.468 (aprox.)
Número de caracteres: 459.078 (aprox.)