



FACULTAD DE TURISMO Y HOTELERIA

**“Revalorización de los museos en Guayaquil
para el desarrollo del turismo urbano”**

**Estudio de caso que se presenta como opción al
título de:**

**Ingeniera en Planificación Turística énfasis en
Operación Turística**

Autor: Karina Dharma Díaz Hidalgo

Samborondón, 2018

Documento	TESIS-CASO EXAMEN COMPLEXIVO- KARINA DIAZ.docx (D43911186)
Presentado	2018-11-12 21:01 (-05:00)
Presentado por	karinadiazhidalgo@gmail.com
Recibido	csantana.ecotec@analysis.orkund.com
Mensaje	Enviando caso complejo (orkund) Mostrar el mensaje completo 6% de estas 27 páginas, se componen de texto presente en 18 fuentes.

Tema: “REVALORIZACIÓN DE LOS MUSEOS EN GUAYAQUIL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO URBANO”

Autor: Díaz Hidalgo Karina Dharma

Tutor: Lic. César Santana Moncayo, Mgs. Noviembre, 2018

Análisis URKUND: 6 % de coincidencias



CÉSAR SANTANA MONCAYO, Mgs.

TUTOR

CERTIFICADO DE REVISIÓN FINAL

CERTIFICO QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

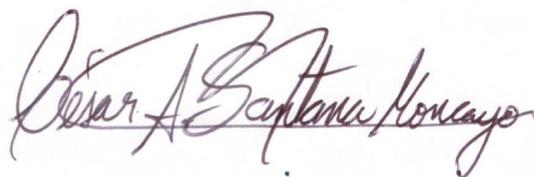
“REVALORIZACIÓN DE LOS MUSEOS EN GUAYAQUIL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO URBANO”

ACOGIÓ E INCORPORÓ TODAS LAS OBSERVACIONES REALIZADAS POR LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL ASIGNADO Y CUMPLE CON LA CALIDAD EXIGIDA PARA UN TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO.

SE AUTORIZA A: DÍAZ HIDALGO KARINA DHARMA

QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.

Samborondón, 12 DE NOVIEMBRE DE 2018

A handwritten signature in dark ink, reading "César A. Santana Moncayo". The signature is fluid and cursive, written over a horizontal line.

Mgs. CÉSAR SANTANA MONCAYO

TUTOR

RESUMEN:

El siguiente estudio de caso consiste en un estudio Exploratorio, Descriptivo y Explicativo, cuyo objetivo es analizar los factores que impiden el interés en los museos en la ciudad de Guayaquil, de igual manera para fomentar la cultura, turismo urbano y el arte en los habitantes locales.

Para el desarrollo del mismo, se recolectaron datos importantes y relevantes sobre el desinterés de los guayaquileños que les impide visitar los museos de la ciudad, con bases teóricas así como conceptuales, de igual manera, se realizaron entrevistas a diferentes trabajadores dentro de los museos más importantes de la ciudad, como un focus group con estudiantes universitarios de la Universidad Ecotec, para poder identificar la problemática del estudio de caso en donde se identificó, que influye mucho la falta de marketing y publicidad, a más de las diversas actividades que existe en Guayaquil como, conciertos musicales, obras teatrales, cines, etc., que intervienen mucho en el tiempo libre de los ciudadanos.

Por esta razón, una de las propuestas más importantes sería implementar actividades dentro y fuera de los museos, interactuando con el público que los visita y los transeúntes de diferentes edades, para lograr que los museos sean más emocionantes y no monótonos, sin embargo, se necesitaría la ayuda e intervención del Ministerio de Cultura y del Municipio de Guayaquil respectivamente para mejorar el presupuesto, el cual sería primordial para el diseño y puesta en práctica de las activaciones de marketing turístico cultural, y se obtendría como consecuencia la revalorización de estos espacios culturales, que demuestran las diferentes vivencias, arte colonial y prehistórico del Ecuador.

Índice General

1. Introducción	8
1.1 Introducción.....	8
1.2 Planteamiento del Problema	12
1.3 Objetivos.....	13
1.4 Justificación.....	13
2. Desarrollo	14
2.1 Marco Teórico.....	14
2.2 Metodología	26
2.3 Análisis de resultados.....	32
3. Conclusiones y recomendaciones	64
4. Bibliografía	67
5. Anexos	70

Índice de Tablas

Tabla 1 Demostración de la idea a defender	10
Tabla 2: Descripción general de los viajeros	27
Tabla 3: Entidades privadas y públicas	29
Tabla 4: Sistema de Ingreso de Visitantes y Estadísticas del año 2017	38
Tabla 5 Detalles de Visitantes por Provincias Individuales en el MAAC del año 2017	39
Tabla 6 Porcentaje de visitantes por edad en el MAAC del año 2017	40
Tabla 7: Detalles de Visitantes por Provincias Individuales en el Museo Nahím Isaías del año 2017	41
Tabla 8: Porcentaje de visitantes por edad en el Museo Nahím Isaías del año 2017	42
Tabla 9: Sistema de Ingreso de Visitantes y Estadísticas 2018	43
Tabla 10: Detalles de los visitantes en el Museo Nahím Isaías del año 2018	44
Tabla 11: Porcentaje de visitantes por edad en el Museo Nahím Isaías del año 2018	45
Tabla 12: Porcentaje de género de personas alumnos de bachillerato y universitarios	46
Tabla 13: Porcentaje de actividades en tiempo libre alumnos de bachillerato y universitarios	47
Tabla 14: Porcentaje de conocimiento de cantidad de museos en Guayaquil	49
Tabla 15: Porcentaje de Museos visitados en Guayaquil	50
Tabla 16: Porcentaje del día internacional de los museos	52
Tabla 17: Porcentaje de si cree que visitar los museos es aburrido	53
Tabla 18: Porcentaje de última vez que observó una publicidad de museos	54
Tabla 19: Porcentaje de por qué visitaría un museo	55
Tabla 20: Porcentaje de los museos fomentan la cultura	57
Tabla 21: Porcentaje de la falta de publicidad genera menos visitas a los museos	58
Tabla 22: Porcentaje de dónde le gustaría ver más publicidad sobre los eventos y exposiciones que realizan los museos	59

Índice de Figuras

Figura 1 Vista satelital de la ciudad de Guayaquil, sector centro.....	31
Figura 2: Porcentaje de estudiantes por género alumnos de bachillerato y universitarios	46
Figura 3: Actividades en tiempo libre	48
Figura 4: Conocimiento de cantidad de museos en Guayaquil	49
Figura 5: Museos más visitados en Guayaquil.....	51
Figura 6: Cuándo es el día internacional de los museos	52
Figura 7: ¿Visitar los museos es aburrido?.....	53
Figura 8: Porcentaje de ultima vez que observó una publicidad de museos.....	54
Figura 9: ¿Por qué visitaría un museo?.....	56
Figura 10: Porcentaje de los museos fomentan la cultura.....	57
Figura 11: Porcentaje de la falta de publicidad que genera menos visitas a los museos .	58
Figura 12: Porcentaje de dónde le gustaría ver más publicidad sobre los eventos y exposiciones que realizan los museos	60
Figura 13 Museo Municipal de Guayaquil	74
Figura 14 Salas Prehistórica y Colonial-Museo Municipal.....	74
Figura 15: Tumba de Pozo Profundo-Museo Municipal.....	75
Figura 16 MAAC	75
Figura 17 MAAC.....	76
Figura 18 Museo Nahím Isaías	76
Figura 19 Museo Nahím Isaías	77
Figura 20 Estudiantes de Focus Group en la Universidad Ecotec.....	77

1. Introducción

1.1 Introducción

Los museos de la ciudad de Guayaquil no han sido tradicionalmente destacados dentro de la apreciación del turismo cultural de la ciudad. Muchas personas y habitantes locales de Guayaquil, no logran identificarlos, con la consecuencia de no conocer ni entender el pasado urbano, ni el estilo de vida de los habitantes del pasado. En la actualidad, cuando se habla ya de un turismo 3.0 o superior, es decir, un turista nativo digital que ve el mundo a través de un teléfono inteligente aplicando al máximo las nuevas tecnologías en sus viajes, (Campo, 2017), se sabe que muchos de los turistas observan las culturas de los lugares que visitan a través de artefactos electrónicos: tablets, celulares o computadoras personales. (Calderón, 2015). Por este motivo, los museos deben actualizarse y re acomodar su participación en la sociedad mediante la inclusión de la interacción con el turista – o habitante local- y sus medios electrónicos, además de poder transmitir información de primera mano a través de las redes sociales.

Estos últimos 5 años Guayaquil ha experimentado diversos cambios tanto en lo social como en lo político, cultural y tecnológico lo que ha facilitado la comunicación de la ciudad hacia otras partes del mundo, sin embargo, se percibe que los guayaquileños no utilizan esas tecnología para conocer su ciudad que tiene un pasado rico y variado, que lastimosamente es desconocido por la gran mayoría de la población. El desconocimiento de los museos y la información que estos poseen ha dado como resultado que las personas de la ciudad no conozcan cómo vivían sus ancestros y como obtenían sus medios de supervivencia con los recursos limitados que existían en las diferentes épocas en las que la ciudad se desarrollaba.

A medida que transcurrió el tiempo, muchas cosas cambiaron y se implementaron nuevas alternativas para la ciudad, como los diversos juegos tradicionales, en donde grandes y chicos se divertían, se empezaron a renovar las plazas, calles y los museos gracias a su continua labor municipal, además de cambiar las casas de madera y edificios de concreto a casas de cemento y en especial a crear un

malecón que en la actualidad, guarda todavía grandes detalles del pasado, como es el encuentro histórico de Simón Bolívar y San Martín, La Plaza Cívica, La Torre del Reloj, La Plaza Olmedo y las escalinatas del antiguo malecón, todo esto forma parte del pasado de Guayaquil junto con la modernidad. (Caballero, 2012)

Pero la ciudadanía gracias a estos cambios sociales ha implementado nuevas alternativas, como dejar de asistir a museos que demuestran tantas historias y muy pocas personas hablan de ellos, sobre todo que la mayoría no logran ser reconocidos porque además no cuentan con mucha publicidad que los hagan identificarse.

Los museos de Guayaquil, reflejan la cultura de la ciudad, esto ayuda a demostrar a los visitantes internos o externos las diferentes etapas y sobre todo las historias de diferentes grupos sociales, que tuvieron que pasar para poder llegar hasta la actualidad. “Mientras hace 10.000 años en esa zona de Oriente Medio la humanidad comenzaba a sedentarizar sus hábitos (naciendo luego allí una de las primeras civilizaciones) en esta región de América nacía la protocultura conocida como Las Vegas, antecesora de la cultura Valdivia. Esta coincidencia se debe a que ambas cuencas hidrográficas generan tierra fértil y rica en vida” indica Melvin Hoyos, (La Revista de Diario El Universo, 2015) Director de Cultura del Municipio de Guayaquil y máxima autoridad del Museo Municipal.

En los últimos años se han incrementado la cantidad de museos en Guayaquil, que están siendo observados y admirados por algunos ciudadanos, sin embargo, no es suficiente. En la actualidad los museos de la ciudad cuentan con páginas web, (Diario El Universo, 2017), pero muchos desconocen del tema y no logran enterarse de sus horarios de atención o las diferentes actividades que ofrecen al turista nacional e internacional, por esa razón se genera una mínima audiencia en varios de los museos, por esto que la difusión actualizada tiene que ser necesaria para que se conozca las diferentes ofertas de los mismos.

Tabla 1 Demostración de la idea a defender

MUSEOS	REDES SOCIALES	FECHA DE ULTIMA PUBLICACION	PAGINAS WEB	DIRECCION
Museo Municipal	Facebook Instagram	15/09/2018	www.museoarteyciudad.com www.salondejulio.com www.museodeguayaquil.com	Calle Sucre entre la avenida Chile y la avenida Pedro Carbo.
Museo Nahím Isaías	Facebook Instagram	17/09/2018 02/01/2018	www.museos.gob.ec/redmuseos/mni/	Avenida Pichincha y calle Clemente Ballén, Plaza de la Administración
MAAC	Facebook	17/09/2018	www.museos.gob.ec/redmuseos/maac	Malecón Simón Bolívar, a la altura de la calle Loja
Museo Presley Norton	Facebook Instagram	04/03/2016 14/04/2016	www.culturaypatrimonio.gob.ec/tag/museo-presley-norton/	Boulevard 9 de Octubre y avenida Carchi
Museo Miniatura Guayaquil	_____	_____	_____	Malecón Simón Bolívar, a la altura de la calle Loja

Museo Municipal la Historia en Arcilla María Eugenia Puig				Avenida Barcelona S.C., entre los puentes El Velero y el de la calle 17
Museo del Bombero Ecuatoriano	Facebook Instagram Twitter	12/10/2017 10/08/2018	www.bomberosguayaquil.gob.ec/	Callejón Gral. Cornelio E. Vernaza y Avenida Simón Bolívar.
Museo Luis Noboa Naranjo	Instagram	14/09/2018	www.museoluisnoboanaranjo.com/	Calle Francisco P. Icaza #302 y avenida Gral. Córdova
Museo Naval Contemporáneo	Facebook	29/08/2018	www.armada.mil.ec	Calle Fray Vacas Galindo y avenida José María Urbina.
Museo de Julio Jaramillo	Facebook Instagram	31/08/2018	www.museomunicipaldelamusicapopular.com	Puerto Santa Ana, Edificio Astillero #3, segundo piso
Museo de Barcelona	Facebook Instagram	16/09/2018	www.museobarcelona.sc.com	Puerto Santa Ana, Edificio Astillero #3, primer piso

Fuente: Autor, 2018

Hay que recalcar que la implementación de nuevas alternativas hará que los museos no pasen desapercibidos, que de hecho la mayoría de ellos cuentan con entrada gratuita y muchos de los ciudadanos no tienen conocimiento alguno, por lo que se minimizan las visitas aún más. Se tiene que tener en claro que en la ciudad de Guayaquil existen 12 museos, (Diario El Universo, 2017), y la mayoría de los habitantes no logran conocer ni la mitad de ellos y más aun no los identifican.

Con estos antecedentes, se presenta el actual trabajo de investigación, que busca analizar las estrategias para la revalorización de los museos de Guayaquil, frente al turismo urbano cultural que se desarrolla en el lugar.

1.2 Planteamiento del Problema

Los museos de la ciudad de Guayaquil, representan en forma cultural sus antepasados e historias, pero no cuentan con una trasmisión publicitaria en canales masivos de comunicación, lo cual genera poco nivel de visitas en las diferentes actividades que ofrecen. Es por eso que se ha realizado hincapié para la elaboración de este tema, y así poder identificar cuáles son los factores que influyen en que pasen desapercibidos los museos de la ciudad. Es necesario indicar que los habitantes locales de Guayaquil conocen muy poco sobre los museos que la ciudad posee lo cual da como resultado una sociedad poco desarrollada en cultura general, que desconoce el verdadero valor de los museos y el avance de los conocimientos históricos culturales de la ciudad.

Por otro lado, hay que reconocer que los museos de la ciudad no transmiten un mensaje que logre captar el interés de la ciudadanía, por lo que no se tiene un conocimiento a profundidad de la oferta de exposiciones que existe en los mismos, ni la calidad de las muestras que presentan en cada uno de estos espacios. La situación actual refleja el poco movimiento que existe en los museos, ya que el desinterés de la ciudadanía conlleva a la poca concurrencia en ellos.

¿Cómo afectaría la poca audiencia de la ciudadanía en los museos de Guayaquil?
¿Qué se debe de mejorar o crear para que los museos sean revalorizados como

en épocas pasadas? Lo preciso sería implementar estrategias nuevas de publicidad vía internet como en canales masivos y generar más actividades para que exista una integración con la ciudadanía guayaquileña. Pero para poder llegar a todo eso se necesita realizar un estudio exploratorio y descriptivo para la realización de la propuesta de trabajo, tomando como estudio la demanda turística nacional en un sector específico de Guayaquil.

1.3 Objetivos

Objetivo General

Analizar los factores que impiden el interés por los museos de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo Específicos

1. Identificar la oferta de museos que existen en la ciudad de Guayaquil.
2. Determinar el tipo de mercado turístico que solicita la utilización de los museos.
3. Crear un perfil del turista y habitante local que busca acceder a los museos y en general, al turismo cultural urbano.

1.4 Justificación

El propósito del estudio de caso, es que la ciudadanía guayaquileña, turistas nacionales y extranjeros puedan conocer un poco más de la historia de la ciudad y del país, realizando un análisis general de por qué los museos de Guayaquil no son visitados ni valorizados, sobre todo por los habitantes locales, obteniendo resultados para poder mejorar el turismo urbano y que los museos reciban el debido valor e importancia que necesitan para que no se extingan en el futuro.

Esto llevará a la mejora en cada uno de los museos con el incremento de visitantes, como adultos, personas de la tercera edad y sobre todo los niños, que son los que más absorben el aprendizaje desde temprana edad, que se les enseñará los

diversos tipos de cultura que vivió Guayaquil, describiendo un poco más de su historia en sus antepasados e involucrándolos en la actividad cultural.

2. Desarrollo

2.1 Marco Teórico

El concepto de “museo” nació en el año 1683 con la creación de Ashmolean Museum, situado en Oxford, y que es -aún sigue en funcionamiento – un museo universitario de arte y arqueología.

Desde entonces, el número de museos en el mundo no ha parado de crecer, según el directorio “Museums of the World” publicado por “De Gruyter” (Escudero, 2017). Los museos son considerados espacios significativos en todo el mundo, reconocidos por su gran infraestructura, y colecciones de épocas antiguas, algunos de ellos pueden tener fines de lucro, pero la gran mayoría en el Ecuador no lo son, porque los museos buscan demostrar a su público las diversas culturas que se vivieron en épocas antepasadas, con el fin de que cada museo que exista en la ciudad sea para conservar, exponer, y sobre todo exhibir los tipos de artes o colecciones. (Editorial, 2014).

Los museos son considerados como patrimonio cultural, por el hecho de transmitir y producir información, los museos son como instituciones culturales y además de investigación profunda, lo cual permite que sus visitantes puedan adquirir conocimientos de todas las actividades que ofrecen al momento de ingresar a uno de ellos. Cabe mencionar que un museo es calificado como una industria turística, a la vez que proporciona una actividad económica, porque son destinos turísticos, que ofrecen un servicio considerado como conservación y revalorización. (Eve Museos e Innovacion , 2016). Sin embargo, a pesar de que existen doce museos en la ciudad de Guayaquil totalmente gratuitos, siendo los más destacados el Museo Municipal, creado el 09 de agosto de 1909, el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo, conocido como “MAAC” creado el 30 de julio del 2003 y el

Museo Nahim Isaías, creado el 25 de junio de 1989, (Guayaquil es mi destino, 2018), aún existe la falta de interés de los habitantes locales, que a medida que van transcurriendo los años, cada vez son menos los visitantes, que, según el Ministerio de Cultura y Patrimonio “Conforme a estadísticas se pudo analizar que en el año 2012, se contó con 1.027.129 usuarios en lo correspondiente a Archivos, Bibliotecas y Museos de Ministerio de Cultura y Patrimonio; para el año 2013 se tuvo un registro de 791.931 usuarios, esto evidencia un descenso en el número de usuarios, incluso para el año 2011, se estipuló 1.042.327 usuarios” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014).

Entonces, con estos datos se puede analizar que existe cada vez menos audiencia en los museos y que existen varios factores que influyen en estas estadísticas negativas, por lo tanto, es necesario realizar una evaluación a los museos para identificar cuáles son los problemas que impiden a los habitantes locales visitar los museos, y a su vez determinar por qué los ciudadanos guayaquileños no valoran este tipo de museos de cultura y patrimonio.

Guayaquil, un importante destino turístico para quienes lo visitan, la ciudad cuenta con 10 mejores lugares turísticos, y que resalta en el último puesto los museos, (En Viajes.CL, 2017) que de hecho, se puede demostrar que sí son relacionados como un lugar turístico, pero que no obtienen el valor necesario por los transeúntes.

Por lo tanto, ¿Cuáles son las causas o motivos del desconocimiento a estos sitios turísticos como lo son los museos? El turismo cultural, es un tipo de turismo que existe en el Ecuador como en el mundo entero, lo que se define más para la comercialización de la cultura que identifica a cada ciudad, además de generar autenticidad e imaginación para que puedan ser adaptados a la demanda, que de hecho Ecuador, sí tiene potencial para lograr ser un destino turístico cultural mundial, porque es un país multiétnico y pluricultural. (More, 2017).

“El turismo constituye una cuestión clave en la gestión del patrimonio histórico-cultural, al ser una industria que encierra un potencial de apoyo a los esfuerzos de rescate y protección. Las acciones que un establecimiento turístico realice pueden lograr que el turismo genere beneficios para la sociedad.” (MINTUR, 2018).

Por lo tanto, ¿Por qué al ser una industria cultural con potencial, aún existen menos turistas nacionales que quieran observar lo que hay dentro de un museo ecuatoriano? Tal vez por la falta de publicidad hacia ellos, también por no implementar estrategias de mercadotecnia para poder promocionar el turismo cultural, por lo que todas esas iniciativas publicitarias se necesitarían para que los turistas locales consuman del arte y logren valorar más la cultura de tiempos pasados.

Turismo cultural

“El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico.” (Talavera, 2003). También dentro del turismo cultural están las zonas urbanas que son representadas por ciudades históricas, así como los museos y teatros de las ciudades, además de involucrar a las tradiciones de cada país o comunidades, los festivales, estilo de vida.

“La planificación del turismo cultural, como la del cualquier tipo de turismo, debe de ser una tarea comandada por los gobiernos locales, en cualquiera de sus estratos –dependiendo de la legislación de cada país y apoyada completamente por las comunidades locales.” (Santana, Eumed.net, 2017).

Turismo Urbano

“El turismo urbano se define como aquel que se practica en los lugares donde hay grandes aglomeraciones humanas que ocupan un lugar estratégico en los servicios, en la producción de conocimientos, en la cultura, en la innovación, que han tenido o tienen un importante peso político y que juega un papel clave como nodo global.” (Tinajero, 2016).

Es decir, el turismo urbano prácticamente se refiere a una modalidad que se va desarrollado en las diferentes áreas como, en plazas cívicas, museos, monumentos, o actividades turísticas.

Museos del Ecuador

Ecuador tiene una gran historia, lo cual dejó rastro en cada paso que dieron sus habitantes en tiempos pasados que demostraron muchas de sus habilidades, costumbres y creencias, que se quedaron plasmadas en recuerdos por la existencia de los museos.

“Cada pieza ancestral se va construyendo el patrimonio cultural del país, los museos son las casas de estas piezas, donde habita la historia en esencia de nuestra nación.” (González, 2015).

Breve historia de los museos más importantes de Guayaquil

Museo Municipal de Guayaquil

“Museo Municipal corresponde a la idea de Pedro Carbo Noboa, que el 01 de mayo de 1863, inauguró el “Museo Industrial” que funcionaba en el edificio del Cabildo, exhibiendo algunas muestras de los adelantos tecnológicos de la época.” (Guayaquil es mi destino, 2018).

Oficialmente el Museo Municipal se inauguró el 09 de agosto de 1909, fue creado por la Ordenanza que presidía el Dr. Armando Pareja Coronel, ya funcionaba y tenía alrededor de 12.000 piezas arqueológicas, humanísticas y de arte colonial. A medida que pasó el tiempo el museo se fue convirtiendo en salas de exposiciones con cuadros hechos al óleo o diferentes materiales artísticos, pintados por grandes autores reconocidos en el Ecuador, que de hecho unas de las más importantes es el Salón de Julio, exponiendo diferentes obras de artes plásticas. Actualmente se encuentra ubicado en la calle Sucre entre la avenida Chile y la avenida Pedro Carbo.

El Museo Municipal de Guayaquil cuenta con diferentes auditorios y salas:

- Sala Pre-Hispánicas
- Sala Hispánicas
- Sala de la Colonia
- Sala de la Independencia
- Sala de la República

- Sala del siglo XX
- Sala de los Presidentes
- Sala Polivalente
- Sala de Arte Sacro
- Sala de Arte Contemporáneo
- Sala Numismática
- Sala de Exhibiciones Temporales
- Sala de Reserva Técnica del museo

Museo Antropológico de Arte Contemporáneo (MAAC)

MAAC forma parte del Centro Cultural Simón Bolívar, abrió sus puertas el 30 de julio del 2003, y contiene una extensión de 10.000 metros cuadrados de superficie. El principal objetivo de este museo es demostrar a los habitantes el patrimonio cultural institucional de la ciudad de Guayaquil, exhibiendo colecciones de épocas aborígenes y modernas, además de contar con salas de conferencias, foros, proyecciones cinematográficas, auditorio con capacidad de 400 personas y arte escénico.

Cuenta con 50.000 piezas arqueológicas entre el año 8.000 A.C y el año 1.400 D.C. Adicional de contar con colecciones de obras modernas aproximadamente más de 3.400.

Además, el MAAC ofrece seis salas de exposiciones que son las siguientes:

- Tres salas de video arte, lobby y área de conferencia, conciertos, entre otras actividades culturales.
- Un auditorio con capacidad de 350 personas.
- Una biblioteca de antropología
- Un Centro documental

Está ubicado en Malecón Simón Bolívar, a la altura de la calle Loja. (Guayaquil es mi destino, 2018).

Museo Nahím Isaías

“Fue creado gracias a la iniciativa del Sr. Nahím Isaías B., quién, como Gerente General de Filanbanco, impulsó su desarrollo como una forma de responder a las necesidades artísticas y culturales de Guayaquil.” (Avilés, 2018).

La inauguración del museo fue el 25 de junio del 1989, exhibiendo una muestra del Arte Colonial de la escuela quiteña y Arte Republicano, lo cual tuvo una extensión del área cultural de Filanbanco. Pasó el tiempo y se involucró en el área de arqueología con culturas prehispánicas del litoral ecuatoriano, además de contar con 2.500 piezas de colección y obras de arte, también de colecciones de pinturas y esculturas de arte contemporáneo y moderno. Cuenta con 2 salas:

- Sala de Exposiciones Temporales e Itinerantes (1er piso)
- Sala permanente de Arte Colonial, exhibe Cosmogonías (2do piso)

Se encuentra ubicado en la avenida Pichincha y calle Clemente Ballén, Plaza de la Administración. (Guayaquil es mi Destino, 2018).

Día Internacional de los Museos

El día de los museos es una fecha internacional que hace hincapié a la celebración a todos los museos del mundo. Su origen es en la Cruzada de los Museos, en donde se organizó una campaña informativa en 1951 a cargo de la UNESCO (Consejo Internacional de Museos) y el ICOM (International Council of Museums). Esta fecha importante, involucra a que los directivos de cada museo, realicen investigaciones para que la comunidad museística pueda reflexionar un poco más de la cultura ecuatoriana, además de intercambiar ideas sobre la problemática que se vive en el día a día, a consecuencia de los avances tecnológicos, como también en la sociedad. Durante una Conferencia General del ICOM (Consejo Internacional de Museos), que se realizó en el año 1997, decidieron como fecha el 18 de mayo para que sea conocido como el Día de los Museos. (González, 2015).

“El Día Internacional de los Museos 2018 es una oportunidad para todos los museos del mundo de buscar nuevos enfoques y nuevos públicos a través del análisis, el esfuerzo y la creación de conexiones.” (ICOM, 2017).

Educación cultural de los Museos

“La actividad educativa de los museos, se contempla, principalmente, como una continuación del proceso de estudio formal, y está dirigida a alumnos de diferentes edades, tanto de las escuelas primarias como a nivel universitario. Los programas educativos de los museos de muchos países, se desarrollan principalmente a partir de la complementación de los programas escolares.” (Eve Museos e Innovación , 2016).

Sin embargo, hay que destacar que sí existen las visitas a los museos por parte de los estudiantes de diferentes escuelas y colegios, pero son actividades que ya están organizadas con tiempo de anticipación por los directivos y no son actividades que realizan cada uno de ellos por voluntad propia o porque les guste asistir a este tipo de eventos.

Por tal motivo, es que deberían de implementar rutas turísticas culturales, con la ayuda de agencia de viajes que trabajan de forma independiente, además de obtener la ayuda de servicios gubernamentales como, por ejemplo, vallas publicitarias en carreteras o publicidad por medios masivos, y se obtendrá como resultado el aumento de visitas a cada uno de los museos que lastimosamente son poco frecuentes.

Patrimonio Cultural

“Patrimonio es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018)

Existen varios patrimonios culturales en Guayaquil, como lo es la Calle Numa Pompilio Llona, Las Casas Patrimoniales del Barrio Las Peñas, Cementerio General, Fortín de la Planchada, Barrio las Peñas. (Casañas, 2017). Por lo tanto, se puede decir que el Patrimonio Cultural es la creatividad que realiza la humanidad antepasada.

Cultura ecuatoriana

William W. Moss, jubilado después de diez años como director de los archivos de la Smithsonian Institution, en su informe anual de 1993, indicó, “Los archivos, museos y bibliotecas son instituciones creadas expresamente para conservar cosas materiales que consideramos de valor duradero...sabemos que nada material es permanente...también sabemos que, el mundo moderno, existe una cantidad de desbordante de información...en un mundo tal, ¿por qué necesitamos archivos, bibliotecas y museos?...la respuesta es que, así no permitiremos que lo falso nos induzca a error...son lugares para verificar la realidad, en un mundo de información desmesurada, competitiva y a veces contradictoria.” (Neil Kotler, 2008).

Ecuador cuenta con diversidad de grupos indígenas, algunos de ellos aún conservan sus costumbres e idiomas precolombinos, sin embargo, la modernización no ha terminado con sus distintos sabores culturales en ciudades y pueblos por lo que mantener esas tradiciones ancestrales vivas es muy satisfactorio. Los pueblos amazónicos fronterizos, las aldeas pesqueras que se ubican en la Costa del Pacífico, además de las antiguas haciendas andinas en la Sierra, mercados indígenas, ciudades coloniales, y mucho más es lo que hace de Ecuador diferente de los demás. La naturaleza diversa y las dimensiones compactas, hace un país cultural, como también por sus comunidades y etnias predominantes. Cabe mencionar que muchas de estas culturas antepasadas, son las que están plasmadas en los museos de la ciudad, involucrando a que las generaciones futuras puedan observar el pasado ecuatoriano. (Ecuador Explorer, 2013).

Marketing Cultural

Según Ricard Monistrol, Coordinador de Comunicación y Difusión de la Universidad de Barcelona expresó, “En el caso de las herramientas del marketing cultural, se propone otra perspectiva, también inédita hasta este momento: maximizar y analizar cuáles son los medios y el tratamiento de los contenidos más pertinentes en la promoción, información y comunicación para todos los públicos potenciales, en nuestro caso, de un museo. Es decir, no hay que adaptar el producto al

consumidor, sino que debemos hacer comprensible y atractivo el producto cultural.” (Monistrol, 2009).

Por lo tanto, realizar una buena estrategia de marketing para los museos en donde se observe creativo e innovador, además de un plan de marketing bien elaborado que se pueda captar la atención de los ciudadanos sin obligarlos, probará del marketing cultural excelentes resultados, que de hecho cada habitante local se sentirá atraído por asistir a los museos y más aún podrá recomendar la ciudad con sus atractivos culturales que posee.

En este caso se demuestra que existen seis elementos del marketing que se pueden plantear (Colbert, 2003).

- Planificación de producto (incluyendo envase y marca)
- Precio
- Distribución (gestión de los canales y de las instalaciones)
- Promoción (publicidad, promoción de ventas, venta personal, relaciones públicas)
- Servicio
- Búsqueda y análisis de información

Entonces, ya establecidos los elementos de marketing, aun así, cuando estos son utilizados no son bien estructurados, por lo que ese sería un factor negativo al momento de realizar la publicidad aplicado a la cultura. Según Philip Kotler, “Las organizaciones culturales fueran museos, auditorios, bibliotecas o universidades, producían bienes culturales” (Monistrol, 2009), por lo tanto, esto sirvió como respuesta que la idea de atraer más público, se podía solucionar con el plan de marketing, sin embargo, no era adaptado a la organización y menos aún a las condiciones.

De igual manera, aprovechar las herramientas tecnológicas es fundamental, además de presentar un cronograma de actividades y la formación de servicio:

- Posibilitar las transmisiones en directo de eventos, por ejemplo, la inauguración de una exposición. En la actualidad existe las redes sociales que tiene una opción de “transmitir en vivo”, esto ayudaría mucho a que se

involucre el público, además de generar entusiasmo a visitar los museos, sin descartar la opción de descargar los videos subidos a la red.

- Ofrecer grabaciones audiovisuales y sonoras de actividades.
- Mediar entre las herramientas tecnológicas y los usuarios, es decir, ofrecer espacios personalizables.
- Establecer secciones educativas de nivel formal e informal, tales como: infantil, juvenil y adulto, acceso mediado a las colecciones (arquitectura de conocimiento hipertextual y multimedia), difusión de cultura (enciclopedia hipertextual).
- Utilizar herramientas como Facebook, Instagram, Twitter, o blogs para aumentar el nivel de interacción con los usuarios.

Es importante resaltar que el marketing cultural no se puede aplicar siempre a todas las circunstancias o áreas que se desea, hay que establecer una selección de información en donde se pueda asegurar que la implementación del plan dará buenos resultados a futuro, siempre y cuando se sepa con exactitud que técnica utilizar para llegar a un público determinado.

Estrategia de marketing cultural en los museos

“Una vez presentadas las bases del marketing cultural, hemos considerado que siendo los museos nuestro objeto de estudio, resultaba necesario analizar su especial contexto y circunstancias ante el mercado, sin olvidar una particular atención a la evolución específica de las técnicas de marketing en las instituciones museísticas.” (Monistrol, 2009).

Es decir, cada museo necesitaría plantear soluciones distintas con iniciativas innovadoras, en donde se pueda tener el contacto con el público, que en este caso serían los habitantes locales de la ciudad de Guayaquil y de igual forma procedan a una planificación en donde puedan obtener una reflexión de que es lo que se está realizando mal. Existen con esto dos conceptos importantes para la creación de estrategias nuevas, y que cada una de estas identidades tiene que ser analizada, comprendida y descrita por el personal de las instituciones:

- **Identidad corporativa:** marca cuales son los valores tangibles corporativos tanto en relación al propio personal como a la atención prestada a los diferentes públicos del museo. Hay que considerar que estos valores forman parte de una imagen que se forma día a día, pero que pueden quedar fijados (difícil de variar) dentro de la percepción de los diferentes grupos de usuarios (personal, visitantes, etc.). Por ejemplo, la jerarquización de la estructura de la institución, los canales y herramientas de comunicación interna y externa, la descripción de las funciones y objetivos del museo, la financiación y quién financia.
- **Identidad institucional:** está compuesta por los valores intangibles, por la imagen (política y acciones institucionales) y de qué forma son percibidos por los públicos receptores. En todos los casos, son variables difíciles de captar y, sobre todo, de variar, si no es que se tiene en cuenta el apartado anterior y una precisa gestión de la identidad.

Estos conceptos resumidos por Valdés, reflejan perfectamente cómo se deben plantear estas dos identidades, lo cual ayudaría para el estudio de caso que se desea demostrar, “lo que uno piensa que es, lo que uno quiere ser y lo que le gustaría que los otros pensarán de él”. (Valdés, 2009). Por lo tanto, entendiendo bien estos conceptos se podrá actualizar y utilizar el plan de marketing cultural, siempre y cuando, el producto sea el propio museo, con colecciones que otorgan, además de sus respectivas exposiciones temporales y otras excepcionales.

Según Ricard Monistrol señaló, “La propia entidad de este artículo también queremos incidir, más adelante, en un medio de comunicación que no depende, de ningún modo, de la agencia diaria y periódica de los medios sociales.

Además, permite una relación directa con todo tipo de usuarios, sin descontar que resulta una plataforma de nivel global de promoción, difusión y mediación efectiva y controlada del museo y de su proyecto: internet o, mejor dicho, la web.” (Monistrol, 2009).

Hay que tener en claro, que no toda la culpa sería de los ciudadanos, sino también, sería por parte de los museos, es notorio que los museos de la ciudad de Guayaquil siguen con una misma modalidad como en sus inicios y que no han hecho un

esfuerzo por acoplarse a las actividades que se vive en la actualidad. Lo único que demuestran al público es que siguen un mismo estatus, por lo que muchas personas que sí están involucradas con el arte cada vez que asisten por múltiples ocasiones a un museo en específico lastimosamente observan algo que ya han visto en tiempo atrás. De la misma manera, también sería una buena estrategia de marketing que los museos implementen actividades adicionales pero que no sean repetitivas, que no aburran a su público que los aprecia, puesto que lo único que generarían a futuro es que no sean visitados y forjando el desinterés en cada uno de ellos.

Posible perfil del turista cultural de Guayaquil

Tomando en consideración otros estudios es necesario realizar una encuesta que valide el tipo de turista o visitante que ingrese a los museos para saber exactamente el perfil del turista cultural, en otros países como Perú por ejemplo, se hace estudios y se obtiene resultados como la identificación de las edades, su ocupación profesional, las actividades realizan por diversión o por entretenimiento, como adquirió el paquete turístico y su modalidad de viaje, por lo tanto haciendo una pequeña analogía se podía concluir que el turista cultural de Guayaquil sería uno similar al de Perú, pero es necesario hacer una investigación mucho más detallada para poder llegar a esa conclusión. (Santana, Res Non Verba, 2018).

2.2 Metodología

Enfoque de investigación

En el presente trabajo se ha elegido el enfoque cualitativo, porque se plantea una recolección de datos para analizar con exactitud los diferentes problemas que impide al ciudadano visitar los museos de Guayaquil, haciendo énfasis en investigaciones, que genera datos descriptivos, producidos por las mismas personas de forma hablada o escrita.

Método de investigación

Se implementará el Método Exploratorio, Descriptivo y Explicativo; exploratorio, porque se investigará sobre la poca valorización de los habitantes locales de Guayaquil hacia los museos que están ubicados en una zona comercial y sobre todo turística como lo es el centro de la ciudad; descriptivo porque se indagará en la problemática realizando observaciones basado en la realidad; y explicativo para determinar las causas y razones que ocasionan tal situación. (Luis, 2014).

Cabe recalcar, que está claro que los museos expresan en todas sus formas su ámbito cultural del pasado, y es importante detallar que existen muchos estudiantes de escuelas y colegios que si visitan los museos por las diversas actividades planificadas que las autoridades emplean, sin embargo la situación del guayaquileño es otra, porque a pesar de que existan estas iniciativas muchos de ellos están dejando de acudir a estos lugares, por lo que el método exploratorio ayudará a tener unas conclusiones más claras de la problemática.

Idea a defender

La realización del caso, es importante para determinar cuáles son los factores que influyen en los habitantes locales o no locales a que asistan a los museos de la ciudad, y los hechos que les impiden involucrarse en el turismo cultural o urbano, con el fin de recolectar información sobre la falta de valorización e interés en ellos.

Por tal motivo, según datos estadísticos de unas de las más importantes plataformas de internet, "Tripadvisor", ha clasificado a los mejores y más visitados museos de la ciudad de Guayaquil, obteniendo estos resultados de turistas

nacionales y extranjeros. (Tripadvisor Colombia, 2018), sin embargo, no es suficiente dichos porcentajes, ya que deberían de reflejar valores más altos en la actualidad.

Tabla 2: Descripción general de los viajeros

MUSEOS	PORCENTAJE
Museo Municipal de Guayaquil	58%
MAAC	46%
Nahím Isaías	22%

Fuente: Autor, 2018

Técnica de investigación

Para la recopilación de datos estadísticos, opiniones e información relevante, se implementará la técnica de investigación de campo. El presente caso se realizará por medio de las cantidades de visitas que se generan a diario en el turismo cultural o urbano, pero enfocándose en los museos para su revalorización, identificando cuales fueron sus fallas o iniciativas para la incrementación de los turistas internos y externos.

También, entrevistando a los diferentes trabajadores o personas que actúen como intermediarios que puedan brindar la información oportuna sobre el tema a tratar. El estudio de caso tiene como fecha de inicio el 01 de agosto del 2018 y fecha de culminación el 12 de noviembre del 2018.

Diseño de la investigación a efectuar

El estudio será no experimental, se pretende analizar los diferentes tipos de adversidades o comportamiento de los museos de Guayaquil.

Muestreo

La muestra será el total de los trabajadores o los administradores, es decir, se entrevistará el total de los museos seleccionados; Museo Municipal de Guayaquil,

Museo Antropológico de Arte Contemporáneo (MAAC) y el Museo Nahím Isaías, se estudiarán algunos de problemas que genera la poca concurrencia de turistas nacionales, obteniendo estos resultados de las encuestas que se realizará a los trabajadores de los museos y transeúntes de la zona.

Además, se entrevistará a agentes de viajes que serían los intermediarios, ya que se recopilaría información relevante, siempre y cuando los museos se nieguen a proporcionar información no tan detallada, también, se receptará información de los estudiantes de escuelas y universitarios, para conocer si realmente están enterados del turismo cultural o urbano de la ciudad en la actualidad. Por lo tanto, para poder recolectar toda la información necesaria, se detallará una tabla refiriéndose a los museos que se indagará y entrevistará. Incluyendo a los servidores públicos y privados.

Tabla 3: Entidades privadas y públicas

Museos	Colegios/Universidades	Agencias de Viajes
<p>Museo Municipal de Guayaquil Dirección: Calle Sucre entre la avenida Chile y la avenida Pedro Carbo. Teléfono: (04)259- 4-800 Ext. 7402-7403</p>	<p>Universidad de Las Artes Dirección: Malecón Simón Bolívar y Aguirre. Teléfono: (04) 259-0700</p>	<p>Agencia de viajes “You Travel” Dirección: Córdova 1011 y Av. 9 Octubre. Teléfono: (04) 230-3050</p>
<p>MAAC Malecón Simón Bolívar, a la altura de la calle Loja Teléfono: (04)230-9400 Ext. 300</p>	<p>Universidad Tecnológica Ecotec (Facultad de Turismo y Hotelería) Dirección: Vía Samborondón Km. 13.5 Teléfono: (04) 372-3400</p>	<p>Agencia de Viajes “Delgado Travel” Dirección: Córdova 1021 y 9 de Octubre. Teléfono: (04)256-1669</p>
<p>Museo Nahím Isaías Avenida Pichincha y calle Clemente Ballén, Plaza de la Administración Teléfono: (04)232-4182/ (04)232-4283</p>		

Fuente: Autor, 2018

Técnicas de recolección de datos e instrumentos

Se empleará una técnica de tipo informal para la realización de focus group y entrevistas a los diferentes administradores de los museos o personal que labora dentro de ellos, para obtener la información y emplear una revisión por el autor.

En los museos se procederá con la elaboración de cartas formales para que los trabajadores puedan facilitar la información deseada, siempre y cuando sea necesario, además de solicitar datos estadísticos sobre los últimos movimientos realizados en dichos museos, referente a los años 2017 y 2018.

Respecto al focus group, se las realizará a los estudiantes universitarios, también a estudiantes de los últimos años de colegio para poder conocer su opinión como jóvenes, hacia los museos y como ellos podrían aportar en su revitalización para obtener más información, en cuanto a si tienen el conocimiento deseado en el turismo cultural y urbano.

Referente a las entrevistas se formalizarán 04 preguntas:

- 1.- ¿Con qué frecuencia se realizan actividades en el museo, para que las habitantes locales puedan acudir, y cuáles son?
- 2.- ¿Cuál es el número promedio semanal de ciudadanos guayaquileños que ingresan al museo?
- 3.- Existe la poca afluencia en los museos por parte de la ciudadanía, ¿usted cree que es por la falta de publicidad de los museos, o solo por el desinterés de los habitantes?
- 4.- Se conoce que sí acuden estudiantes de colegios a los museos, sin embargo ¿ha observado ingresar a alumnos por iniciativa propia? ¿Cuál es la cantidad semanal considerada?

Una vez realizadas las entrevistas, se procederá a la investigación de datos estadísticos que comprueben los ingresos que han efectuado durante el año 2017 y 2018, para determinar cuáles son las problemáticas de los museos.

2.3 Análisis de resultados

Entrevistas

Entrevista a Guía Museo 1

Nombre: Sofía Chiriboga Andrade

Museo Municipal de Guayaquil

1. ¿Con qué frecuencia se realizan actividades en el museo, para que los habitantes locales puedan acudir, y cuáles son?

La frecuencia que la realizamos es cada mes, nosotros realizamos una agenda cultural, en cual se reflejan todo tipo de eventos, como culturales, exposiciones pictóricas, exposiciones de fotografía, conciertos, para los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

2. ¿Cuál es el número promedio semanal de ciudadanos guayaquileños que ingresan al museo?

El número promedio semanal es de aproximadamente unas 300 personas que nos visitan.

3. Existe la poca afluencia en los museos por parte de la ciudadanía, ¿Usted cree que es por la falta de publicidad de los museos, o solo por el desinterés de los habitantes?

Falta de interés por parte de la ciudadanía y falta de publicidad por parte de los museos, si lo hay, acuérdate que nosotros pertenecemos al gobierno y nos manejamos por un presupuesto anual, los presupuestos por medio de televisión y radio, salen un poco caro, pero nosotros nos manejamos con volantes, lo cual, si falta bastante, ya que por las redes sociales publican muy poco.

4. Se conoce que sí acuden estudiantes de colegios a los museos, sin embargo ¿Ha observado ingresar a alumnos por iniciativa propia?

Te mandan es porque tienen una investigación o porque tienen un deber, y ¡oh sorpresa!, es la única vez que vienen al museo, incluso los padres se sorprenden diciendo “¡Uy! soy guayaquileño y es la primera vez que vengo” así es! literal, y es por la falta de cultura, en cuanto al promedio tienen temporadas altas y bajas, por ejemplo julio y octubre que son meses de fiestas, es donde mandan más tareas, y los días que más se mueven son jueves, viernes y sábado, donde vienen unos 30 estudiantes en cada jornada, y sí vienen estudiantes, pero vienen por tareas.

Entrevista a Guía Museo 2

Nombre: Pablo Izurieta

Museo Nahím Isaías

1. ¿Con qué frecuencia se realizan actividades en el museo, para que los habitantes locales puedan acudir, y cuáles son?

Por lo general siempre hay de 1, 2 y hasta 3 eventos por semana, siempre son eventos relacionados con la cultura, como conciertos de orquestas, charlas acerca de diferentes temas históricos, patrimoniales, de arte y de cultura.

2. ¿Cuál es el número promedio semanal de ciudadanos guayaquileños que ingresan al museo?

Promedio semanal, de 100 a 120 personas.

3. Existe la poca afluencia en los museos por parte de la ciudadanía, ¿Usted cree que es por la falta de publicidad de los museos, o solo por el desinterés de los habitantes?

La verdad a partir del año 2.000, hay un interés creciente en el público guayaquileño, no solamente en el ciudadano a pie, sino en los estudiantes, esto se refuerza con las instituciones educativas, que impulsan a los estudiantes a conocer los museos y a través de ellos conocer su cultura, de lunes a viernes es muy notorio que la gente visite los museos de la ciudad.

4. Se conoce que sí acuden estudiantes de colegios a los museos, sin embargo ¿Ha observado ingresar a alumnos por iniciativa propia?

Si, por ejemplo, en este momento tenemos un grupo de unos 30 estudiantes de la u artes, ellos vienen porque les nace, por ejemplo, hace 2 meses atrás teníamos una exposición que se llamaba, El Origen del Barroco, y justamente ellos tenían una clase de historia del arte y justamente por la parte barroco, entonces, ellos se enteraron que había eso aquí y venían porque querían conocer de eso, más no porque “Señor, usted vaya al museo que eso es nota” eso por lo general ya no se conoce.

Entrevista a Gestora Cultural 3

Nombre: Mariela Moncayo

Museo Antropológico de Arte Contemporáneo “MAAC”

1. ¿Con qué frecuencia se realizan actividades en el museo, para que los habitantes locales puedan acudir, y cuáles son?

Bueno, nosotros frecuentemente tenemos diferentes tipos de actividades, nosotros pensamos siempre en los diferentes públicos que tenemos, estuvimos hasta hace unos meses algo detenidos porque tuvimos problemas con la infraestructura, que fueron los aires acondicionados, pero ya está recuperado, y estamos recuperando el ritmo de las actividades que nosotros tenemos, que entre esas están las visitas en los auditorios, obras de teatro, foros de cine, obras de ballet, baile, música, nosotros constantemente tenemos exposiciones, tenemos públicos de diferentes edades, en los fines de semana contamos con mucho público familiar, y turistas extranjeros. Tenemos un gran flujo de visitantes, no como se ven en otros países, porque nuestra cultura no es de cultura.

2. ¿Cuál es el número promedio semanal de ciudadanos guayaquileños que ingresan al museo?

Un promedio puede ser unas 300 personas semanal, aunque puede ser un poco menos, ya que nuestro público disminuyó mucho cuando fue la época del terremoto, lo cual ahí bajo el número de visitas, pero ya las estamos recuperando nuevamente.

3. Existe la poca afluencia en los museos por parte de la ciudadanía, ¿Usted cree que es por la falta de publicidad de los museos, o solo por el desinterés de los habitantes?

No creo que es falta de publicidad, aquí hay muchas personas que son nacidos en los museos, O las personas nuevas que llegan te piden siempre “¿Cómo me pueden hacer llegar la información de las actividades que ustedes tienen?”, lo cual nosotros tenemos una base de datos que se ingresa, y nosotros le hacemos llegar por la redes sociales, o por correos electrónicos, también pasamos por todas la redes publicidades, la última vez que publicamos algo fue hace un ratito, siempre

es constantemente, pero por los medios masivos no, porque no les interesa la parte cultural, y el público guayaquileño no se interesa por los museos

4. Se conoce que sí acuden estudiantes de colegios a los museos, sin embargo ¿Ha observado ingresar a alumnos por iniciativa propia?

Si hay, pero son muy pocos, por ejemplo, vienen muchos estudiantes, pero del colegio “Bellas Artes”, y ellos son los que se quedan horas observando una pintura, porque si tienen ese amor por esa cultura.

Tabla 4: Sistema de Ingreso de Visitantes y Estadísticas del año 2017

EspacioCultural	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Porcentaje
ARCHIVO HISTÓRICO DEL GUAYAS	325	381	888	766	803	815	1028	1852	610	2093	2105	678	12344	2,91 %
CENTRO CIVICO ELOY ALFARO	6800	5990	23290	8990	11230	10380	17540	11380	18102	18570	12645	10020	154937	36,58 %
MUSEO AMANTES DE SUMPA	3402	3052	4579	3466	3403	2663	2286	6637	3685	2387	3151	4523	43234	10,21 %
MUSEO ANTROPOLÓGICO Y DE ARTE CONTEMPORÁNEO	4364	6141	6437	6556	5974	10414	14738	7014	9585	9649	6499	5524	92895	21,93 %
MUSEO BAHIA DE CARAQUEZ	19	1374	447	763	650	5100	131	3540	1402	823	132	70	14451	3,41 %
MUSEO CENTRO CULTURAL MANTA	1390	1193	1938	1484	1291	2170	3140	3527	2316	3425	2067	1917	25858	6,10 %
MUSEO DE PORTOVIEJO Y ARCHIVO HISTÓRICO	759	1389	2336	1738	6270	1772	1866	3237	3442	5561	2484	1663	32517	7,68 %
MUSEO NAHIM ISAIAS	2153	1966	2440	1965	2753	4310	3347	2708		2677	1698	2352	28369	6,70 %
MUSEO PRESLEY NORTON	988	1112	1322	917	1531	1731	1960	2210	1018	3161	1499	1526	18975	4,48 %
Total	20200	22598	43677	26645	33905	39355	46036	42105	40160	48346	32280	28273	423580	100 %

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Con estos datos estadísticos, se puede observar que, en el transcurso del año 2017 en la ciudad de Guayaquil, los museos tienen cifras un poco impresionantes, sin embargo, existe en meses festivos como, julio y octubre que los Museos el MAAC y el Nahím Isaías reflejan que los datos se elevan un poco más, de hecho, es por la publicidad que reciben cada uno de ellos, pero lamentablemente solo en estos dos meses del año.

Tabla 5 Detalles de Visitantes por Provincias Individuales en el MAAC del año 2017

Visitantes Individuales por provincias del Ecuador		
Provincias	Visitantes	Porcentaje
AZUAY	63	1,64 %
BOLÍVAR	9	0,23 %
CAÑAR	11	0,29 %
CARCHI	6	0,16 %
COTOPAXI	10	0,26 %
CHIMBORAZO	16	0,42 %
EL ORO	45	1,17 %
ESMERALDAS	14	0,36 %
GALÁPAGOS	7	0,18 %
GUAYAS	2629	68,50 %
IMBABURA	19	0,50 %
LOJA	33	0,86 %
LOS RÍOS	39	1,02 %
MANABÍ	70	1,82 %
MORONA SANTIAGO	2	0,05 %
ORELLANA	1	0,03 %
PASTAZA	5	0,13 %
PICHINCHA	192	5,00 %
SANTA ELENA	23	0,60 %
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	9	0,23 %
SUCUMBIOS	7	0,18 %
TUNGURAHUA	13	0,34 %
ZAMORA CHIMCHIPE	2	0,05 %
PROVINCIA NO DEFINIDA	613	15,97 %
Total	3838	100 %

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Como lo refleja la imagen, enfocándose en la provincia del Guayas, las visitas totales de ciudadanos locales durante el año 2017 son de 2.629, con un porcentaje del 68,50%. Esta cifra podría considerarse negativa para la cantidad de habitantes que viven en la ciudad de Guayaquil, por lo tanto, es preocupante.

Tabla 6 Porcentaje de visitantes por edad en el MAAC del año 2017

Visitantes por Edad			
Niños	Jóvenes	Adultos	Adultos Mayores
4,23%	8,07%	85,89%	1,80%

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Como se observa en la tabla de visitantes por edad, es notorio que el interés de los jóvenes por visitar los museos es mínimo porque a pesar que las unidades educativas los obligan a asistir a uno de ellos, no lo logran realizar esta actividad por iniciativa propia.

Tabla 7: Detalles de Visitantes por Provincias Individuales en el Museo Nahím Isaías del año 2017

Visitantes Individuales por provincias del Ecuador		
Provincias	Visitantes	Porcentaje
AZUAY	79	0,82 %
BOLÍVAR	32	0,33 %
CAÑAR	21	0,22 %
CARCHI	19	0,20 %
COTOPAXI	22	0,23 %
CHIMBORAZO	77	0,79 %
EL ORO	104	1,07 %
ESMERALDAS	70	0,72 %
GALÁPAGOS	6	0,06 %
GUAYAS	6280	64,84 %
IMBABURA	46	0,47 %
LOJA	54	0,56 %
LOS RÍOS	178	1,84 %
MANABÍ	173	1,79 %
MORONA SANTIAGO	2	0,02 %
NAPO	9	0,09 %
ORELLANA	1	0,01 %
PASTAZA	4	0,04 %
PICHINCHA	339	3,50 %
SANTA ELENA	48	0,50 %
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	38	0,39 %
SUCUMBIOS	7	0,07 %
TUNGURAHUA	56	0,58 %
ZAMORA CHIMCHIPE	3	0,03 %
PROVINCIA NO DEFINIDA	2018	20,83 %
Total	9686	100 %

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Como se observa en la tabla de estadísticas, el resultado de visitantes guayaquileños que proporcionó en el año 2017, fue de 6.280 ciudadanos locales, con un 64,84%, a diferencia del MAAC, su cifra es mucho más elevada.

Tabla 8: Porcentaje de visitantes por edad en el Museo Nahím Isaías del año 2017

Visitantes por Edad			
Niños	Jóvenes	Adultos	Adultos Mayores
4,66%	13,55%	77,25%	4,54%

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

El porcentaje de los jóvenes es de un 13,55%, siendo el más elevado las visitas de personas adultas con un 77,25%, por lo tanto, se comprueba una vez más el desinterés de los adolescentes guayaquileños hacia los museos.

Tabla 9: Sistema de Ingreso de Visitantes y Estadísticas 2018

EspacioCultural	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Porcentaje
ARCHIVO HISTÓRICO DEL GUAYAS	1139	734	1247	861	914	1072	1596	733	797	23			9116	2,84 %
CENTRO CIVICO ELOY ALFARO	3522	2660	26340	3300	12910	9540	9830	150	7854	450			76556	23,87 %
MUSEO AMANTES DE SUMPA	2333	3477	3732	3799	4087	3896	1698	2101	3061	233			28417	8,86 %
MUSEO ANTROPOLÓGICO Y DE ARTE CONTEMPORÁNEO	2611	1522	1324	1159	4514	11077	11942	8842	6953	16153			66097	20,61 %
MUSEO BAHIA DE CARAQUEZ	918	188	248	212	3814	2651	2923	4109	1057	2367			18487	5,76 %
MUSEO CENTRO CULTURAL MANTA	1732	5975	4628	2790	2813	4574	4627	5632	3645	1929			38345	11,95 %
MUSEO DE PORTOVIEJO Y ARCHIVO HISTÓRICO	2713	2866	2237	2573	7036	4125	4916	9171	4906	2359			42902	13,37 %
MUSEO NAHIM ISAIAS	1881	1467	3114	2540	3107	2748	1910	4643	3306	1616			26332	8,21 %
MUSEO PRESLEY NORTON	914	1084	1533	1189	2092	2687	1347	2087	1235	360			14528	4,53 %
Total	17763	19973	44403	18423	41287	42370	40789	37468	32814	25490	0	0	320780	100 %

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Como se puede observar en el cuadro estadístico de visitantes a los museos durante el 2018, ha sido un año con cifras un poco cercanas a las cifras del 2017, de hecho en el MAAC, hay un cambio de cifras muy drástico, ya que en el mes de Julio del 2018, que es mes de festividades, las visitas de guayaquileños son de 11.942 mucho menor a las del 2017, casi con 3.000 visitas de diferencia, sin embargo en Octubre del 2018, las visitas aumentan a 16.153 con una diferencia del 2017 en el mes de Octubre de 9.649, es decir, en el transcurso del mes si seguirían subiendo estos datos. De igual manera con el Museo Nahím Isaías refleja visitas en Julio del 2018 la cifra de 1.910 visitas, pero en el 2017 fueron 3.347, y en el 2018 durante los días de octubre son hasta el momento de 1.616, cifra que puede subir a más, ya que en el 2017 fue de 2.677 visitas de habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 10: Detalles de los visitantes en el Museo Nahím Isaías del año 2018

Visitantes Individuales por provincias del Ecuador		
Provincias	Visitantes	Porcentaje
AZUAY	82	0,63 %
BOLÍVAR	23	0,18 %
CAÑAR	35	0,27 %
CARCHI	22	0,17 %
COTOPAXI	34	0,26 %
CHIMBORAZO	60	0,46 %
EL ORO	96	0,74 %
ESMERALDAS	68	0,52 %
GALÁPAGOS	13	0,10 %
GUAYAS	7752	59,67 %
IMBABURA	76	0,58 %
LOJA	67	0,52 %
LOS RÍOS	169	1,30 %
MANABÍ	139	1,07 %
MORONA SANTIAGO	3	0,02 %
NAPO	3	0,02 %
PASTAZA	3	0,02 %
PICHINCHA	465	3,58 %
SANTA ELENA	46	0,35 %
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	43	0,33 %
SUCUMBIOS	6	0,05 %
TUNGURAHUA	48	0,37 %
ZAMORA CHIMCHIPE	2	0,02 %
PROVINCIA NO DEFINIDA	3737	28,76 %
Total	12992	100 %

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Se puede observar que las visitas de guayaquileños en el Museo Nahím Isaías durante el 2018 son de 7.752 con un 59,67%, a diferencia en el 2017 de 6.280, esto demuestra que a finales del año 2018 es notorio que puede seguir subiendo sobrepasando al año anterior.

Tabla 11: Porcentaje de visitantes por edad en el Museo Nahím Isaías del año 2018

Visitantes por Edad			
Niños	Jóvenes	Adultos	Adultos Mayores
6,35%	8,97%	81,08%	3,59%

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio

La tabla de visitantes durante el 2018, referente a los jóvenes, se observa un 8,97% en lo que va del año, sin embargo, en el 2017 es de 13,55%, por lo tanto, puede que se incremente esta cifra un poco más.

Porcentajes y tabulaciones de resultados

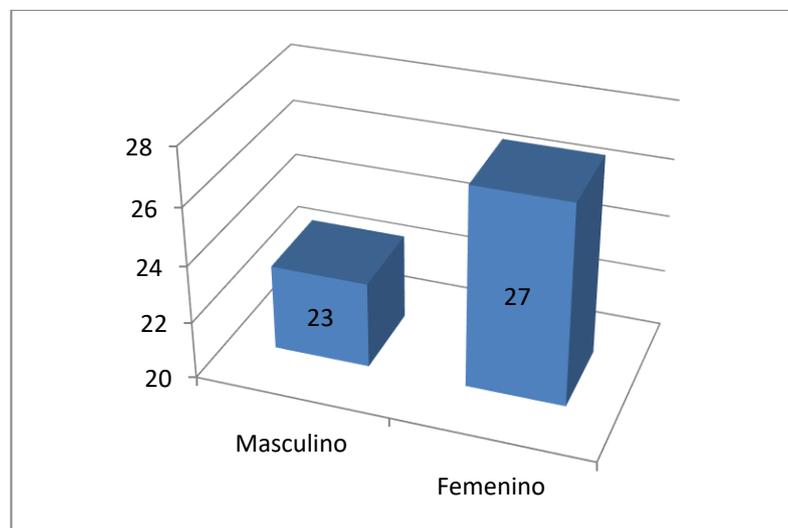
Focus Group realizado a 50 personas

Tabla 12: Porcentaje de género de personas alumnos de bachillerato y universitarios

	Masculino	Femenino	Total
Número de personas	23	27	50
Porcentaje	46%	54%	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 2: Porcentaje de estudiantes por género alumnos de bachillerato y universitarios



Fuente: Autor, 2018

Referente a los estudiantes de colegios y universidades se puede observar que el porcentaje que conlleva mayores resultados es el de género femenino con un 54%, a diferencia del género masculino con un resultado del 46%.

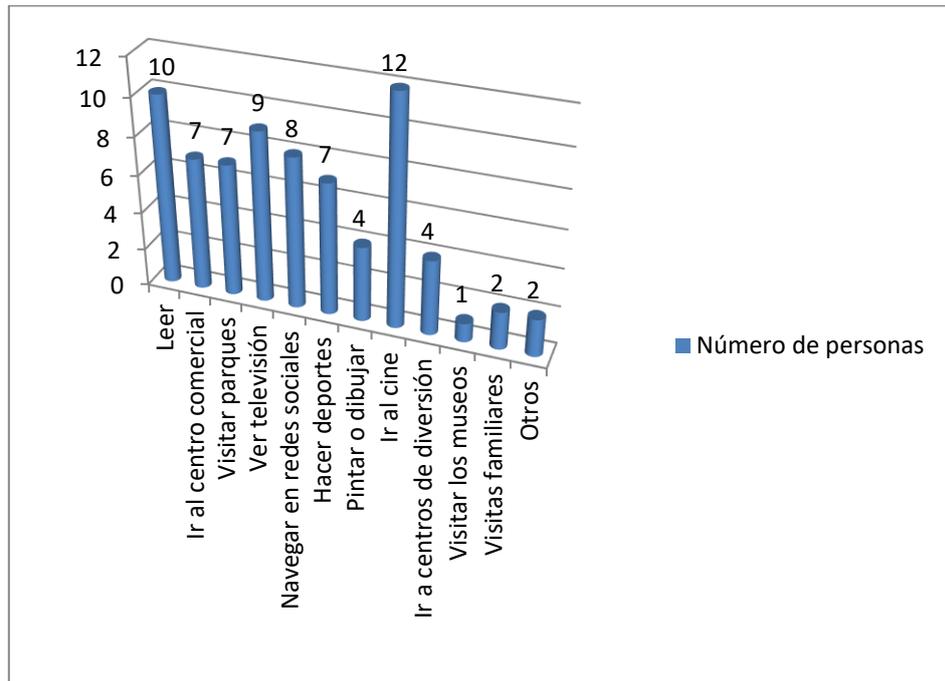
1. ¿Qué actividades desempeña en su tiempo libre?

Tabla 13: Porcentaje de actividades en tiempo libre alumnos de bachillerato y universitarios

Actividades	Número de personas	Porcentaje
Leer	10	14%
Ir al centro comercial	7	10%
Visitar parques	7	10%
Ver televisión	9	12%
Navegar en redes sociales	8	11%
Hacer deportes	7	10%
Pintar o dibujar	4	5%
Ir al cine	12	16%
Ir a centros de diversión	4	5%
Visitar los museos	1	1%
Visitas familiares	2	3%
Otros	2	3%
TOTAL	73	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 3: Actividades en tiempo libre



Fuente: Autor, 2018

Se puede observar que existe una gran acogida en las respuestas de las actividades como ir al cine con una total del 16%, seguido de ir al centro comercial y navegar en redes sociales con un 10%, además de analizar que las actividades que menos desempeñan está en visitas familiares con un 3%, de igual forma con pintar o dibujar con un 5%, sin embargo se observó que las visitas a los museos en tiempo libres de los ciudadanos o estudiantes está en un 1% de los encuestados, la realidad es muy alarmante ya que de hecho a muchos de los estudiantes colegiales y universitarios no les interesa en lo absoluto aprender de la cultura antepasada. Esta indagación tiene como resultado un total de 73 personas porque las opciones fueron múltiples.

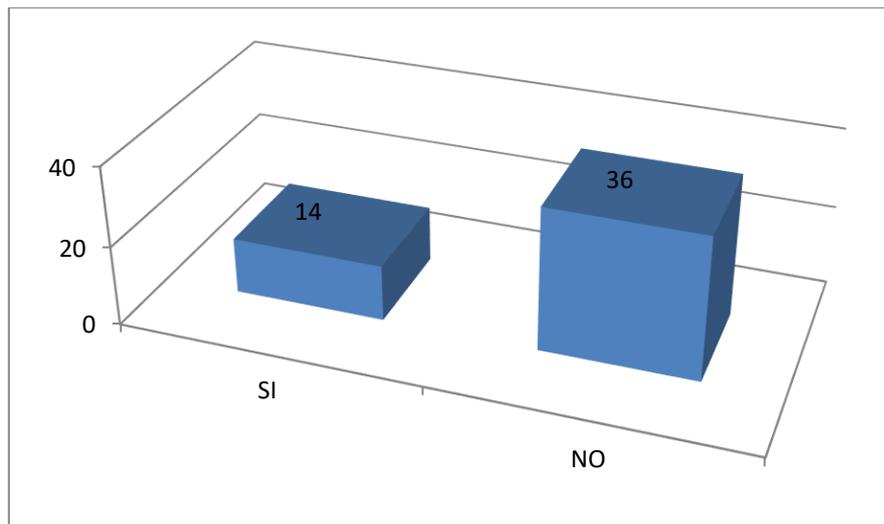
2. ¿Conoce cuántos museos tiene la ciudad de Guayaquil?

Tabla 14: Porcentaje de conocimiento de cantidad de museos en Guayaquil

CONTESTACIÓN	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	14	23%
NO	36	77%
TOTAL	50	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 4: Conocimiento de cantidad de museos en Guayaquil



Fuente: Autor, 2018

Por medio de esta pregunta se logró confirmar que existe una población del 72% que no tiene conocimiento de cuántos museos existe en la ciudad de Guayaquil, mientras que el 28% expresó que, si estaban al tanto de la existencia de aquellos, sin embargo, solo 1 respuesta fue la correcta, ya que se aclaró que especifique la cantidad de museos. Por lo tanto, se demuestra con esta indagación el poco interés de la cultura guayaquileña.

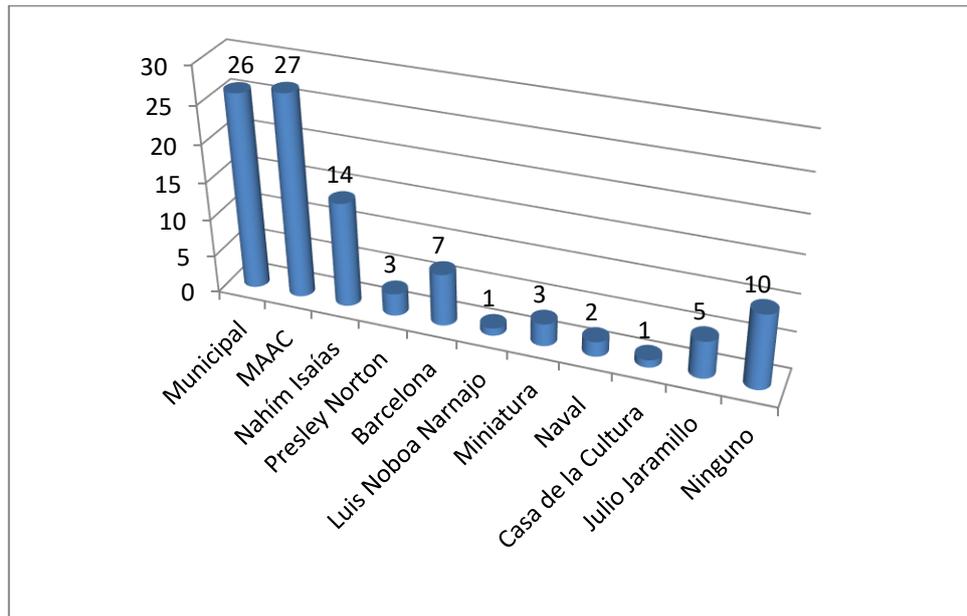
3. Escriba al menos 03 museos que usted haya visitado

Tabla 15: Porcentaje de Museos visitados en Guayaquil

Museos	Cantidad	Porcentaje
Municipal	26	26%
MAAC	27	28%
Nahím Isaías	14	14%
Presley Norton	3	3%
Barcelona	7	7%
Luis Noboa Naranjo	1	1%
Miniatura	3	3%
Naval	2	2%
Casa de la Cultura	1	1%
Julio Jaramillo	5	5%
Ninguno	10	10%
TOTAL	99	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 5: Museos más visitados en Guayaquil



Fuente: Autor, 2018

Esta pregunta tenía un propósito, el cual era identificar cuántas personas han visitados los museos de la ciudad y cuántas personas no. Por lo tanto se pudo establecer un resultado que el más conocido es el MAAC con un 27%, el Museo Municipal con un 26%, el Museo Nahím Isaías con un 14%, continuo con el Museo de Barcelona con un 7%, es decir que los menos visitados está el Museo Luis Noboa y el Museo de La Casa de la Cultura con 1%, el Museo Naval con un 2% , Museo de Julio Jaramillo con un 5%, el Museo Miniatura 3%, y de hecho el estudio demuestra que un 10% no conoce ningún museo en específico, es muy impresionante este resultado porque demuestra una vez más que los habitantes locales no sienten el interés, ni la inquietud de visitar un espacio totalmente cultural que demuestra la vivencias en la antigüedad.

Se puede observar que en esta pregunta da como resultado un total de 99, porque las respuestas de la misma se elaboraron con opciones múltiples.

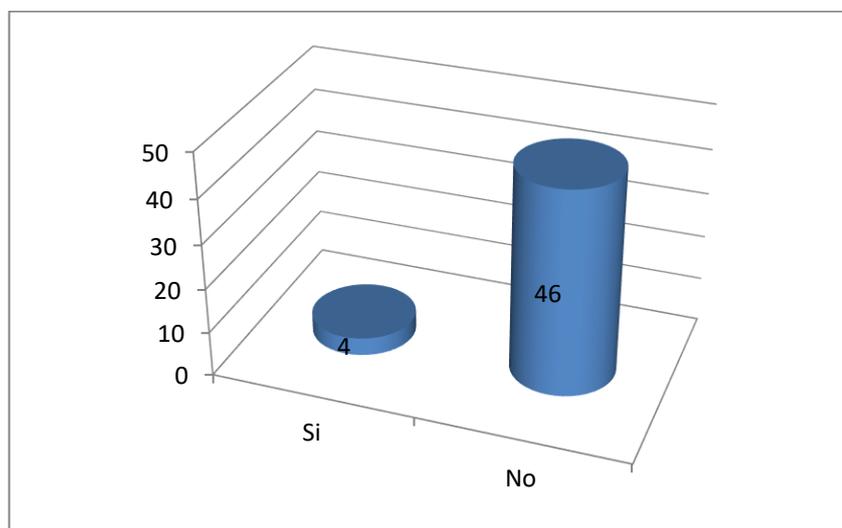
4. ¿Conoce cuándo es el día internacional de los museos?

Tabla 16: Porcentaje del día internacional de los museos

Contestación	Cantidad	Porcentaje
Si	4	8%
No	46	92%
TOTAL	50	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 6: Cuándo es el día internacional de los museos



Fuente: Autor, 2018

Con esta pregunta se pudo analizar que existe un resultado mucho mayor referente al desconocimiento del día de los museos con un 92%, mientras que solo un 8% pudo afirmar esta interrogante. Una vez más se comprueba que varios estudiantes ni siquiera sabían que los museos tenían un día de celebración, por lo tanto esto demuestra la falta de publicidad turística y cultural hacia la ciudadanía guayaquileña, además del desinterés en ellos.

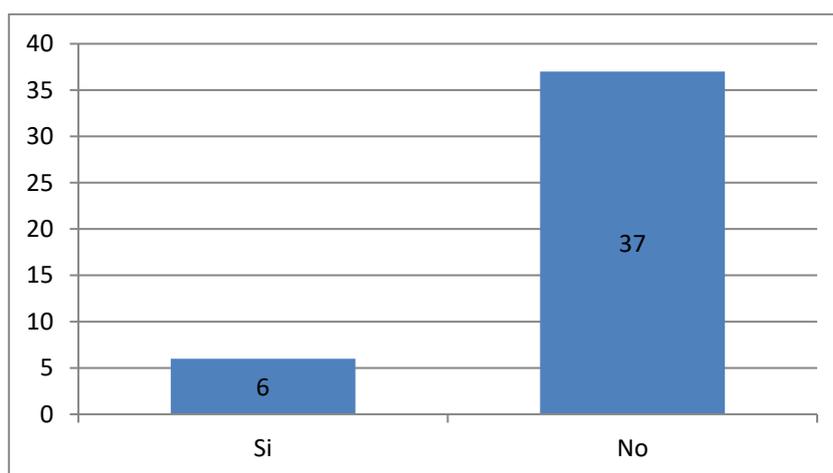
5. ¿Cree usted que visitar los museos es aburrido?

Tabla 17: Porcentaje de si cree que visitar los museos es aburrido

Contestación	Cantidad	Porcentaje
Si	7	14%
No	43	86%
TOTAL	50	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 7: ¿Visitar los museos es aburrido?



Fuente: Autor, 2018

Con esta interrogante se pudo despejar muchas dudas, porque el 86% respondió que no, y que fomenta la cultura el 14% con un sí, por lo tanto, esto se contradice un poco ya que a pesar de que la mayoría no les parecen aburridos los museos, igual no acuden a alguno de ellos porque no les llama la atención.

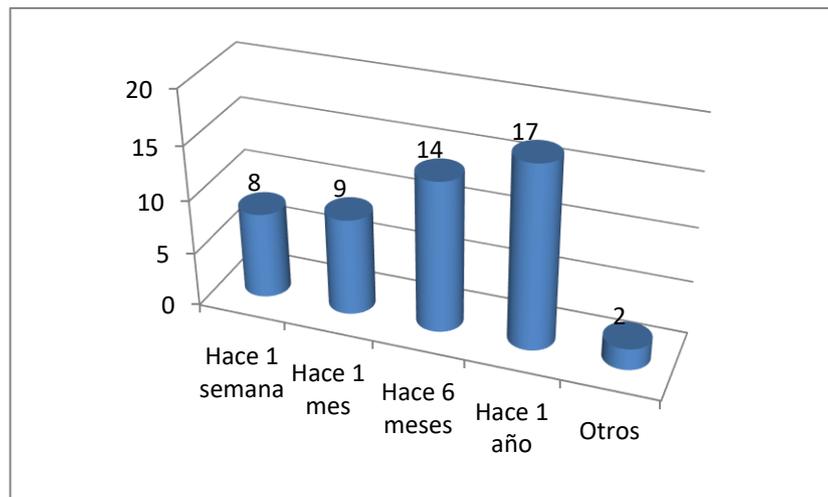
6. ¿Cuándo fue la última vez que observó una publicidad referente a los museos?

Tabla 18: Porcentaje de última vez que observó una publicidad de museos

Contestación	Cantidad	Porcentaje
Hace 1 semana	8	16%
Hace 1 mes	9	18%
Hace 6 meses	14	28%
Hace 1 año	17	34%
Otros	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 8: Porcentaje de ultima vez que observó una publicidad de museos



Fuente: Autor, 2018

En esta interrogante se comprueba cuanta publicidad realizan los museos en redes sociales o en diversas plataformas de publicidad, por lo que se pudo obtener respuestas como hace 1 semana el 16%, hace 1 mes un 18%, hace 6 meses un 28%, hace 1 año un 34% y otros que contestaron nunca un 4%, con estas respuestas se verifica la falta de publicidad y la poca importancia que generan los museos hacia sus habitantes locales.

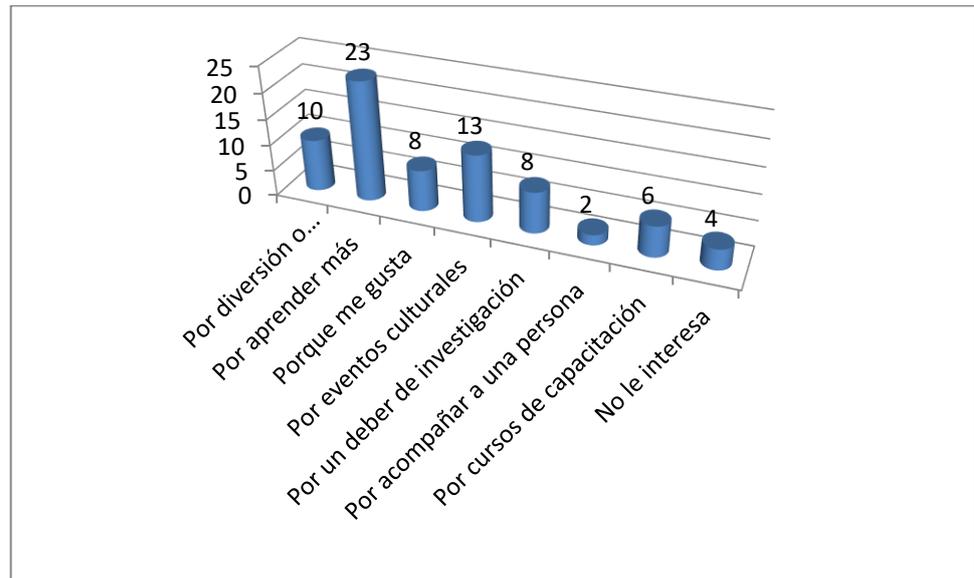
7. ¿Por qué visita o visitaría un museo?

Tabla 19: Porcentaje de por qué visitaría un museo

Contestación	Cantidad	Porcentaje
Por diversión o entretenimiento	10	13%
Por aprender más	23	31%
Porque me gusta	8	11%
Por eventos culturales	13	18%
Por un deber de investigación	8	11%
Por acompañar a una persona	2	3%
Por cursos de capacitación	6	8%
No le interesa	4	5%
TOTAL	74	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 9: ¿Por qué visitaría un museo?



Fuente: Autor, 2018

Se indica con esta pregunta que la mayoría de las personas acuden a los museos por aprender más con un 31%, por eventos culturales con un 18%, seguido por diversión o entretenimiento con un 13%, siendo los menos contestados por acompañar a una personas con un 3%, por cursos de capacitación con un 8%, por un deber de investigación con un 11%, porque les gusta con un 11%, y personas que respondieron que no le interesa con un 5%, entonces esto demuestra que a algunos de ellos si acudirían a museos por razón de aprendizaje, pero el 5% simplemente ni les interesa en absoluto porque no les gusta el arte cultural. La pregunta refleja un total de 74 por lo que fue de opciones múltiples.

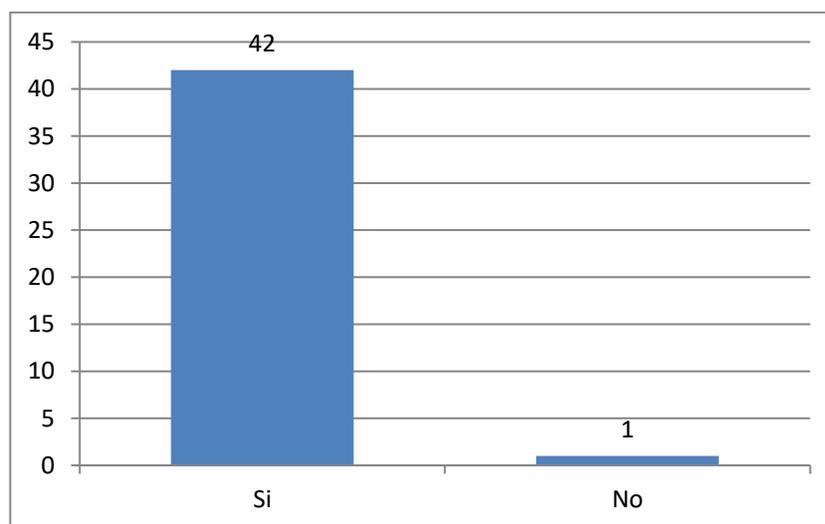
8. ¿Piensa usted que los museos fomentan la cultura de los guayaquileños y ecuatorianos?

Tabla 20: Porcentaje de los museos fomentan la cultura

Contestación	Cantidad	Porcentaje
Si	49	98%
No	1	2%
TOTAL	50	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 10: Porcentaje de los museos fomentan la cultura



Fuente: Autor, 2018

Con estas respuestas se puede observar que el 98% si está de acuerdo que los museos fomentan la cultura, pero el 2% no piensa lo mismo respondiendo que no es cultura, con esto se puede demostrar que la mayoría de los guayaquileños si piensa que la cultura es muy importante relacionándolos con los museos.

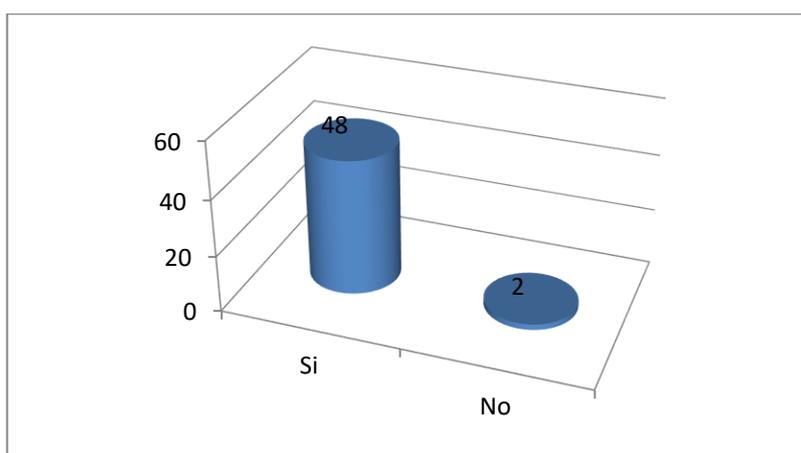
9. ¿Cree usted que la falta de publicidad, genera que los museos no sean visitados?

Tabla 21: Porcentaje de la falta de publicidad genera menos visitas a los museos

Contestación	Cantidad	Porcentaje
Si	48	98%
No	2	2%
TOTAL	50	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 11: Porcentaje de la falta de publicidad que genera menos visitas a los museos



Fuente: Autor, 2018

Con estos porcentajes se refleja que el 96% asegura que la falta de publicidad es la que no permite que las personas se enteren de diversos eventos culturales, mientras que el 4% demuestra que no. De hecho, la respuesta es muy acertada ya que la mayoría de los museos de Guayaquil no demuestran mucho interés en invertir en una campaña publicitaria o simplemente en anunciar en sus redes sociales las actividades que realizarán a futuro, aunque algunos sí lo hacen, pero muy escasos como, por ejemplo, pasando varias semanas y hasta meses. Por lo tanto, una buena estrategia de marketing turístico cultural generará que las visitas aumenten y que la ciudadanía se interese cada vez más.

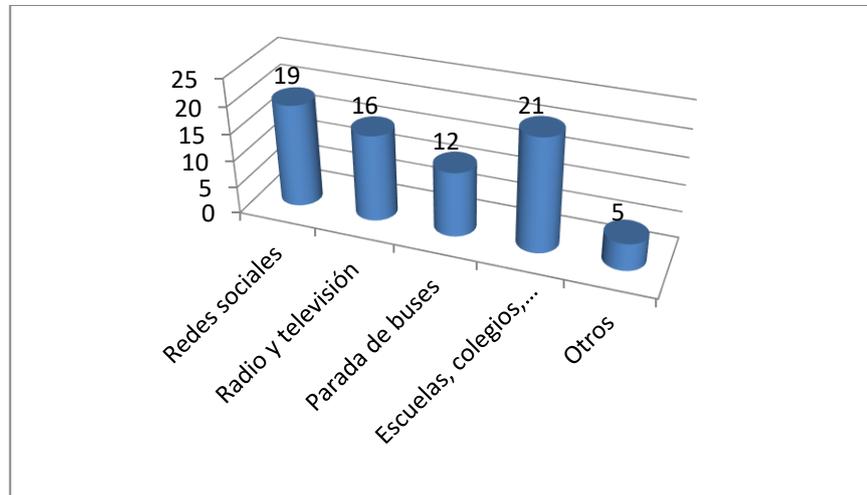
10. ¿En dónde le gustaría ver más publicidad sobre los eventos y exposiciones que realizan los museos?

Tabla 22: Porcentaje de dónde le gustaría ver más publicidad sobre los eventos y exposiciones que realizan los museos

Contestación	Cantidad	Porcentaje
Redes sociales	19	26%
Radio y televisión	16	22%
Parada de buses	12	16%
Escuelas, colegios, universidades	21	29%
Otros	5	7%
TOTAL	73	100%

Fuente: Autor, 2018

Figura 12: Porcentaje de dónde le gustaría ver más publicidad sobre los eventos y exposiciones que realizan los museos



Fuente: Autor, 2018

Con esta interrogante se puede demostrar que prefieren ver en redes sociales el 26%, en escuelas, colegios y universidades 29%, seguido de radio y televisión con un 22%, parada de buses 16%, y otros un 7% refiriéndose a realizar publicidad por prensa escrita, eventos, publicidad ambulante y volantes. En la actualidad el internet lleva ventaja en diversas actividades, es por eso que gana en esta ocasión las redes sociales, por lo tanto, realizar una invitación a visitar los museos por este medio sería muy importante porque se llegaría a muchas personas y causaría el interés en ellos. Esta pregunta tiene de resultado total una cantidad de 73 por lo que se realizó opciones múltiples.

Procesamiento de los resultados

Focus Group

Lo que demuestra el focus group en la pregunta número 1 es una gran acogida en la actividad de acudir al cine en su tiempo libre, lo cual es la que más predomina seguido de la lectura, por lo tanto, en esta interrogante se puede observar que la actitud de los estudiantes está más centrada en actividades modernas, es decir de la actualidad.

En la pregunta número 2, respecto a si los guayaquileños conocen cuántos museos tiene la ciudad, la mayoría respondió que no tienen conocimiento alguno, seguido de la pregunta número 3 es alarmante las contestaciones de los estudiantes refiriéndose a cuántos museos han visitado, una parte de ellos respondieron que no han acudido a ningún museo, pero siendo los más reconocido el MAAC, por sus actividades diarias que son expuestas en redes sociales a cada instante, y el segundo más visitado el Museo Municipal, que se basa en reparticiones de volantes dentro del establecimiento.

Sin embargo, existen museos que no fueron nombrados por los ciudadanos, por lo que sería necesaria la publicidad diaria por diferentes medios, como en redes sociales, que de hecho los guayaquileños tienen presente que la falta de publicidad es la que genera que los museos no sean reconocidos, además de que no sean visitados con frecuencia. De igual manera, es necesario una difusión más fuerte que solo en redes sociales, sino que también realicen sus publicidades por medios masivos como en radio y más que nada por televisión, sin duda si incrementarían las visitas a más de promover el arte cultural de los antepasados.

Entrevistas

Las respuestas de los que fueron entrevistados, dos guías de museos y una gestora cultural, expresan que la frecuencia de sus publicaciones de actividades, son diarias y mensuales, a su vez que estas son exposiciones temporales como, pictóricas, esculturales, y conjuntamente de realizar conciertos por medio de orquestas sinfónicas, obras de teatro o ballet, etc., sin embargo, gran parte del público guayaquileño no se interesa por la cultura, ni el arte que brinda la ciudad, y más aun siendo gratuito el ingreso a cada espacio cultural.

El personal que labora dentro de los museos concordaron que, en la actualidad, todo está muy desenfocado, que lastimosamente los ciudadanos no les interesa acudir a un museo para entretenerse, sino que prefieren actividades comunes por todos, lo cual es preocupante puesto que la cultura guayaquileña es diferente, interesándose más por las redes sociales como Facebook e Instagram, más que por el arte de su propia ciudad.

Del mismo modo, indicaron que existe en cada museo un presupuesto anual, en el cual, esa estimación tienen que distribuirlo para sus actividades diarias, durante todo el año, en donde respondieron que no les alcanza para generar una publicidad en medios masivos, en este caso, en la televisión, que sería uno de los principales objetivos, sin embargo el dinero no alcanza para tanto, de hecho si se pudiera desarrollar tendría resultados positivos, teniendo más visitas y sobre todo el interés del público. Queda claro que la sociedad prefiere realizar siempre lo mismo en vez de descubrir algo diferente en su vida cotidiana, que de tal modo solo se demuestran resultados negativos a futuro para el arte cultural y del turismo urbano.

Propuesta de la investigación

La propuesta es basada con la necesidad de poder valorizar los museos, como lo era en tiempo pasados para incrementar las visitas de ellos, que encuentren ese espacio cultural, en donde puedan realizar tal actividad como cualquier otra, que tengan conocimiento de la historia, de la cultura y de cómo vivían en épocas antiguas, por lo tanto, el dar a conocer a los niños, adolescentes y adultos sería lo primordial para que los museos en un futuro no se extingan.

Una de las actividades de la propuesta que se desea desarrollar para generar interés y expectativas en los ciudadanos guayaquileños, son las siguientes activaciones:

- Campañas al aire libre: realizar actividades en donde aporten con sus talentos, actores y actrices, que puedan demostrar al público, las diferentes actividades que tuvieron que elaborar para poder vivir en la antigüedad los habitantes, revelando también datos históricos, interactuando con el público de diferentes edades; esto causaría emoción en ellos y sobre todo el interés en acudir a un museo.
- Actividades dentro del museo: en esta propuesta se dará a conocer, con más exactitud la historia del guayaquileño, con un personal de trabajo capacitado, en donde puedan interactuar con los visitantes, realizando pequeñas preguntas con diversión, y obsequiando un pequeño souvenir, logrando que se sientan cómodos y sobre todo que se consideren importantes.
- Afiches: crear volantes, stickers, gigantografías, pero no las mismas de siempre, sino que sean agradables y llamativas, creadas por un profesional en marketing, para el que las observe, y así despertar esa inquietud en querer acudir a uno de ellos.
- Concursos: elaborar una iniciativa productiva, que sumaría visitas en cada museo de la ciudad, es decir, realizar juegos vía internet (Facebook, Instagram) con preguntas de arte, cultura y turismo, en donde elijan un ganador por sorteo, dando un obsequio en habitual o referente al museo, esto fomentaría el beneficio a los museos.

3. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

1. Analizando las bases teóricas, se determinó que por medio de una publicidad más elaborada y sobre todo profesional, en zonas de mayor concurrencia de habitantes incrementaría las visitas que necesitan los museos.
2. Basarse en una campaña semanal o mensual, esto daría buenos resultados en calles céntricas de Guayaquil consiguiendo interactuar con las personas.
3. Por medio de las preguntas realizadas a los estudiantes, creen que los museos fomentan la cultura, sin embargo, no acuden por el hecho de que no les parece emocionante, por lo tanto, a través de una buena estrategia de marketing cultural sería una solución a corto o a largo plazo.
4. Los estudiantes están dispuestos a realizar actividades culturales, como visitar a los museos, sin embargo, sería entretenido para ellos el poder observar algo diferente, en donde los involucre como jóvenes, por lo tanto, la realización de activaciones es lo que a ellos les agradaría observar fuera y dentro de las áreas de los museos, esto ayudaría mucho a que los adolescentes ingresen a ese espacio cultural.
5. Hay que tener presente que, a la mayoría de los guayaquileños no les gusta el arte en absoluto, entonces generar propuestas innovadoras podría en un futuro demostrar que sientan ese interés, aparte de que sean valorados por sus diversidades de piezas culturales e historia, de igual forma incrementándose las visitas en el turismo urbano de la ciudad.
6. El museo es un espacio cultural que está dirigido a diferentes personas, tanto de edades como a nivel socioeconómico, demostrando en su entorno las vivencias, tradiciones y costumbres, por tal motivo identificar el perfil de los turistas ayudaría a incrementar las visitas a museos, es decir, identificando las nacionalidades y edades de los turistas o visitantes que ingresan al museo, además de analizar las visitas realizadas en los últimos 5 años, también identificar a los acompañantes que visitan este espacio cultural (grupos de viaje, mochileros, turistas locales) y para finalizar realizar una

valoración de los turistas sobre los diferentes aspectos de Guayaquil (museos, entretenimiento, arquitectura, carácter, amabilidad, cultura).

Recomendaciones

Previo a un análisis teórico, se recomienda que las autoridades apuesten más interés en el arte cultural, de mismo modo otorgando la ayuda necesaria a los museos en lo económico, igualmente la ayuda adecuada para obras teatrales en las calles de Guayaquil, haciendo constancia en la teoría antepasada incentivando a los adolescentes, jóvenes y adultos a visitar diferentes tipos de actividades culturales o sitios turísticos y no solo las comunes de la actualidad.

También, que el personal que trabaja dentro de los museos no intenten obligar al ciudadano a que se preocupe más por la cultura, sino que los inviten a conocer esa gran parte de la historia en la antigüedad, en donde puedan apostar a la diversión y no al aburrimiento, del mismo modo que realicen charlas atrayentes, como en eventos masivos, paradas de buses, vallas publicitarias, colegios y universidades, produciendo todos los recursos necesarios para esa actividad cultural, logrando la interacción con los juegos creativos y originales.

Los museos no se deberían de quedar en el pasado, necesitan acoplarse a las actividades cotidianas, por ejemplo, acudir con diversos implementos a centros comerciales que también son zonas de público masivo e incrementarían aún más las visitas museísticas y se desarrollaría el turismo en la urbe guayaquileña.

4. Bibliografía

- Avilés, E. (2018). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/museo-nahim-isaias/>
- Caballero, M. R. (04 de Agosto de 2012). *Guayaquil Antiguo y Moderno*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2018, de <http://guay305.blogspot.com/>
- Calderón, G. (03 de Mayo de 2015). *El Telégrafo*. Recuperado el 17 de Agosto de 2018, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/turismo-3-0>
- Campo, A. M. (23 de Noviembre de 2017). *Tecnología*. Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de <https://www.iebschool.com/blog/turismo-3-0-definicion-salidas-profesionales-tecnologia/>
- Casañas, J. (18 de Septiembre de 2017). *Somos Ciudad*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2018, de <https://somosciudad.byclaro.com.ec/conoce-cuales-los-lugares-patrimoniales-guayaquil/>
- Colbert. (2003). *BID*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de <http://bid.ub.edu/23/pdf/monistrol2.pdf>
- Diario El Universo*. (18 de Agosto de 2017). Recuperado el 14 de Septiembre de 2018, de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/12/15/nota/4349126/museos-visitar-guayaquil-direcciones-horarios-visita-costos>
- Diario El Universo*. (18 de Agosto de 2017). Recuperado el 14 de Septiembre de 2018, de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/12/15/nota/4349126/museos-visitar-guayaquil-direcciones-horarios-visita-costos>
- Ecuador Explorer*. (26 de Enero de 2013). Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/cultura-ecuatoriana.html>
- Editorial. (07 de Marzo de 2014). *Importancia*. Obtenido de <https://www.importancia.org/?s=Museos>
- El Diario el Telégrafo*. (09 de Octubre de 2014). Recuperado el 14 de Septiembre de 2018, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/1/guayaquil-tiene-9-museos-2-galerias-y-3-bibliotecas-publicas>
- En Viajes.CL*. (2017). Recuperado el 14 de Septiembre de 2018, de <https://enviajes.cl/ecuador/guayaquil/lugares-turisticos-de-guayaquil/>
- Escudero, S. (07 de Febrero de 2017). *Notodo.com Arte*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de <http://www.notodo.com/arte/que-es-un-museo.html>

- Eve Museos e Innovacion* . (10 de Agosto de 2016). Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de <https://evemuseografia.com/2017/01/11/museos-y-su-impacto-en-el-turismo/>
- González, Y. (Diciembre de 2015). *Universidad de Guayaquil*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8899/1/Alejandra%20Gonz%C3%A1lez%20Tesis.pdf>
- Guayaquil es mi destino*. (2018). Recuperado el Septiembre de 11 de 2018, de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-centro-de-la-ciudad/museo-municipal-guayaquil>
- Guayaquil es mi destino*. (2018). Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-centro-de-la-ciudad/museo-municipal-guayaquil>
- Guayaquil es mi destino*. (2018). Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-malec%C3%B3n-sim%C3%B3n-bol%C3%ADvar/Museo-antropol%C3%B3gico-y-de-arte-contempor%C3%A1neo>
- Guayaquil es mi Destino*. (2018). Recuperado el 24 de Septiembre de 2018, de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-centro-de-la-ciudad/museo-nahim-isaias>
- Guayaquil, C. d. (2018). *Gifex*. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de <https://www.gifex.com/fullsize/2011-11-03-14796/Centro-de-Guayaquil.html>
- Guayaquil, S. m. (2018). Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de http://satellites.pro/mapa_de_Guayaquil.Ecuador#-2.150755,-79.907684,11
- ICOM. (06 de Noviembre de 2017). *ICOM* . Recuperado el 29 de Septiembre de 2018, de <https://www.icom-ce.org/dia-internacional-de-los-museos-2018-avance/>
- La Revista de Diario El Universo*. (04 de Octubre de 2015). Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de <http://www.larevista.ec/cultura/sociedad/la-historia-vive-en-el-museo-municipal-de-guayaquil>
- Luis, J. (Diciembre de 2014). *El Método de Investigación* . Recuperado el 24 de Septiembre de 2018, de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Ministerio de Cultura y Patrimonio*. (2014). Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Proyecto-Memoria-final-06-marzo.pdf>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio*. (2018). Recuperado el 29 de Septiembre de 2018, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>

- Ministerio de Cultura y Patrimonio.* (Octubre de 2018). Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de http://www.portalcultural.culturaypatrimonio.gob.ec/DCG_IVE/webpages/consultaVisitaDetalleMes.php?espacio=2&nom_espacio=MUSEO%20NAHIM%20ISAIAS&anio=2018
- MINTUR. (2018). *Ministerio de Turismo.* Recuperado el 13 de Septiembre de 2018, de https://drive.google.com/file/d/1czeyY_1SpDmX_g75N5qXkFQUymgeAF2v/view
- Monistrol, R. (23 de Diciembre de 2009). *BID.* Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de <http://bid.ub.edu/23/pdf/monistrol2.pdf>
- More, D. E. (03 de Mayo de 2017). *Discover Ecuador and More.* Recuperado el 13 de Septiembre de 2018, de <http://discoverecuadorandmore.com/tipos-de-turismo/turismo-cultural.html>
- Neil Kotler, P. K. (Febrero de 2008). *Estrategias y marketing de museos.* Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=MaM2_0jKwX4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Pino, E. A. (s.f.). *Enciclopedia del Ecuador.* Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/museo-nahim-isaias/>
- Santana, C. (Julio de 2017). *Eumed.net.* Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <http://www.eumed.net/rev/curydes/22/turismo-cultural-guayaquil.html>
- Santana, C. (2018). *Res Non Verba.* Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de <http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/articulo.php?id=294>
- Talavera, S. (20 de Agosto de 2003). *Scielo.* Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200003
- Tinajero, J. (04 de Marzo de 2016). *Histormex.* Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <https://histormex.jimdo.com/2016/03/04/turismo-urbano-definici%C3%B3n/>
- Tripadvisor Colombia.* (2018). Recuperado el 24 de Septiembre de 2018, de https://www.tripadvisor.co/Attractions-g303845-Activities-c49-Guayaquil_Guayas_Province.html
- Valdés. (23 de Diciembre de 2009). *BID.* Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de <http://bid.ub.edu/23/pdf/monistrol2.pdf>

5. Anexos

Anexo A. Preguntas Focus Group

Señale con una "X" su respuesta

Sexo: Masculino ___ Femenino ___

Edad: _____

1. ¿Qué actividades desempeña en su tiempo libre?

Leer _____ Pintar o dibujar _____

Ir al centro comercial _____ Ir al cine _____

Visitar parques _____ Ir a centros de diversión _____

Ver la televisión _____ Visitar los museos _____

Navegar en redes sociales _____ Visitas familiares _____

Hacer deportes _____

Otros _____

2. ¿Conoce cuántos museos tiene la ciudad de Guayaquil?

Si _____

No _____

3. Escriba al menos 03 museos que usted haya visitado

1.- _____

2.- _____

3.- _____

4. ¿Conoce cuándo es el día internacional de los Museos?

Si _____

No _____

5. ¿Cree usted que visitar los museos es aburrido?

Si _____

No _____

6. ¿Cuándo fue la última vez que observó una publicidad referente a los museos?

Hace 1 semana _____

Hace 1 mes _____

Hace 6 meses _____

Hace 1 año _____

Otros _____

7. ¿Por qué visita o visitaría un museo?

Por diversión o entretenimiento ___ Por un deber de investigación___

Por aprender más _____ Por acompañar a una persona___

Porque me gusta _____ Por cursos de capacitación ___

Por eventos culturales _____ No le interesa _____

8. ¿Piensa usted que los museos fomentan la cultura de los guayaquileños y ecuatorianos?

Si _____

No _____

9. ¿Cree usted que la falta de publicidad, genera que los museos no sea visitados con frecuencia?

Si _____

No _____

10. En dónde le gustaría ver más publicidad sobre los eventos y exposiciones que realizan los museos?

Redes Sociales _____

Radio y Televisión _____

Paradas de buses _____

Escuelas, colegios, universidades _____

Otros _____

Anexo B. Entrevistas a Museos de Guayaquil

Nombre:

Museo:

1.- ¿Con qué frecuencia se realizan actividades en el museo, para que los habitantes locales puedan acudir, y cuáles son?

2.- ¿Cuál es el número promedio semanal de ciudadanos guayaquileños que ingresan al museo?

3.- Existe la poca afluencia en los museos por parte de la ciudadanía, ¿Usted cree que es por la falta de publicidad de los museos, o solo por el desinterés de los habitantes?

4.- Se conoce que sí acuden estudiantes de colegios a los museos, sin embargo ¿Ha observado ingresar a alumnos por iniciativa propia? ¿Cuál es la cantidad semanal considerada?

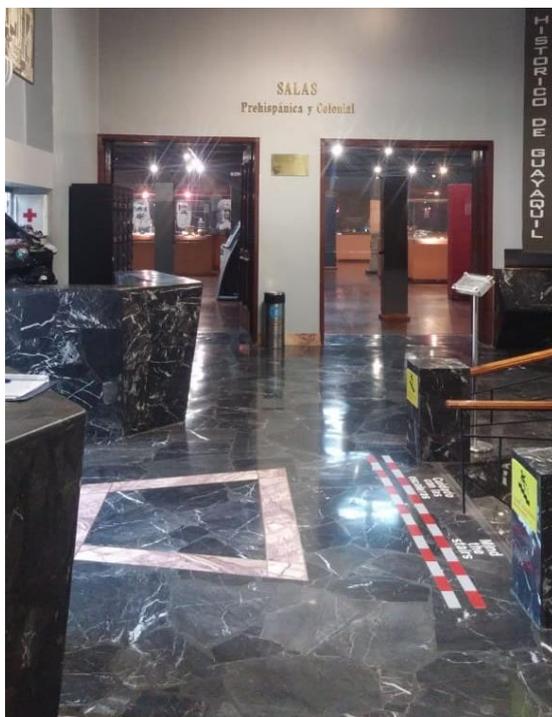
Anexo C. Fotografías

Figura 13 Museo Municipal de Guayaquil



Fuente: Autor, 2018

Figura 14 Salas Prehistórica y Colonial-Museo Municipal



Fuente: Autor, 2018

Figura 15: Tumba de Pozo Profundo-Museo Municipal



Fuente: Autor, 2018

Figura 16 MAAC



Fuente: Autor, 2018

Figura 17 MAAC



Fuente: Autor, 2018

Figura 18 Museo Nahím Isaías



Fuente: Autor, 2018

Figura 19 Museo Nahím Isaías



Fuente: Autor, 2018

Figura 20 Estudiantes de Focus Group en la Universidad Ecotec



Fuente: Autor, 2018