

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **DIANA CAROLINA CÓNDOR AMOGUIMBA** C.I. **1715281950** autor del trabajo de graduación intitulado: **"DIAGNÓSTICO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE LOS MUSEOS DE MARÍA AUGUSTA URRUTIA Y CASA DEL ALABADO Y SU APOORTE AL TURISMO DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO"**, previa a la obtención del grado académico de **LICENCIADA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 15 de enero del 2014



Diana Carolina Córdor Amoguimba
C.I. 1715281950

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Lcdo. Edison Cupuerán, director de esta disertación, certifico que la Srta., Diana Carolina Cóndor Amoguimba ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "DIAGNÓSTICO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE LOS MUSEOS DE MARÍA AUGUSTA URRUTIA Y CASA DEL ALABADO Y SU APOORTE AL TURISMO DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Lcdo. Edison Cupuerán

Quito, enero 15 del 2014

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ECOTURISMO Y GUIA NACIONAL DE TURISMO

“DIAGNÓSTICO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE LOS
MUSEOS DE MARÍA AUGUSTA URRUTIA Y CASA DEL ALABADO Y
SU APOORTE AL TURISMO DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO”

DIANA CAROLINA CÓNDOR AMOGUIMBA

DIRECTOR: EDISON CUPUERÁN

QUITO, 2014

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis maestros quienes con esfuerzo y dedicación supieron guiarme a lo largo de mi vida estudiantil. A mi director de tesis Edison Cupuerán quien con palabras de aliento, y también palabras firmes encaminaron mis ideas para culminar esta tesis.

A mis padres quienes me dieron la vida, educación, y un apoyo incondicional, al igual que a mis hermanas quienes con consejos me alentaron a nunca rendirme y seguir superándome día a día.

Dedico esta tesis a todo quienes creyeron y siguen creyendo en mí, a quienes no defraudaré a lo largo de este camino profesional.

AGRADECIMIENTO

Tras culminar este trabajo que ha demandado esfuerzo, concentración, dedicación me es justo agradecer primeramente a DIOS quien con su cálido abrazo ha cobijado las arduas noches de trabajo en esta tesis.

Agradezco infinitamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, lugar de conocimiento en el cual he forjado mi intelecto y en sus pasillos he acumulado experiencias y amistades que me han acompañado en buena parte de mi vida.

Finalmente, y no por eso menos importante, mi agradecimiento a mis padres, familiares y amigos, los cuales con palabras de aliento me ha llevado a este momento en el cual culmino con este trabajo de investigación, además a alguien muy especial quien me apoyo y alentó para continuar, cuando parecía que me iba a rendir.

ÍNDICE GENERAL

1.	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	Justificación	1
1.2	Delimitación del Problema	2
1.3	Objetivos.....	3
1.3.1	Generales	3
1.3.2	Específicos.....	3
1.4	Marco Referencial y Teórico	4
1.4.1	Marco referencial.....	4
1.4.2	Marco teórico.....	6
2.	CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MUSEO DE MARÍA AUGUSTA URRUTIA Y DE LA CASA DEL ALABADO	11
2.1	Estructura museográfica del Museo de María Augusta Urrutia	11
2.1.1	Exhibición.....	11
2.1.2	Aspectos de la construcción	12
2.1.3	Descripción de las salas de exposición.....	13
2.1.4	Conservación	18
2.2	Estructura museológica del Museo de María Augusta Urrutia.....	20
2.2.1	Teoría.....	20
2.2.2	Funcionamiento	21
2.2.3	Historia	21
2.3	Estructura museográfica del Museo Casa del Alabado.....	24
2.3.1	Exhibición.....	24
2.3.2	Aspectos de la construcción	25
2.3.3	Descripción de las salas de exposición.....	26
2.3.4	Conservación	32
2.4	Estructura museológica del Museo Casa del Alabado.....	33

2.4.1	Teoría.....	33
2.4.2	Funcionamiento	33
2.4.3	Historia	34
3.	CAPÍTULO III: DEMANDA TURÍSTICA	36
3.1	Características generales de la demanda y la oferta.....	36
3.1.1	Análisis del mercado actual.....	36
3.1.2	Resultado de las encuestas del museo de María Augusta Urrutia	39
3.1.3	Resultado de las encuestas del Museo Casa del Alabado.....	52
4.	CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS ..	64
4.1	Análisis de las competencias	64
4.2	Análisis tendencias	66
4.3	Análisis FODA	67
4.3.1	Museo María Augusta Urrutia.....	67
4.3.2	Museo del Alabado	69
4.3.3	Ficha - Inventario.....	71
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
5.1	Conclusiones.....	80
5.2	Recomendaciones	81
6.	BIBLIOGRAFIA:.....	84
6.1	Libros:.....	84
6.2	Revistas:.....	85
6.3	En Internet:	87
6.4	Entrevistas:.....	90
7.	ANEXOS.....	92

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

El Ecuador es un país que alberga destinos turísticos reconocidos por la Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas (UNESCO), como Patrimonios Culturales de la Humanidad, como lo son las ciudades de Quito y Cuenca (Ministerio de Turismo, 2007). El Centro Histórico de Quito (CHQ), se considera como el centro histórico más coherente y conservado de las capitales Hispanoamérica, lo que le convierte en una joya arquitectónica y muestra de un patrimonio innato en Ecuador (UNESCO, 1984). Según el Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural, es el núcleo y origen de la Capital de la República y un espacio simbólico por excelencia para todo el Ecuador (Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural, 2009). Es decir es un verdadero testimonio cultural, social y artístico, que constituye una fuente de conocimiento indispensable para conocer la transformación de las sociedades. Este significado es el punto de partida para apreciar y enseñar cada uno de los elementos visuales de los momentos históricos importantes, los cuales representan un legado que ha de transmitirse a las generaciones futuras, y que además deben conservarse para perdurar a través del tiempo.

“Los museos son tan necesarios para los países como las escuelas y los hospitales” (Vargas Llosa, 2009), ya que educan tanto y a veces más que las aulas; sobre todo de una manera más sutil, privada y permanente

La presencia de los museos da un sentido especial a la ciudad, ya que no solo permiten el crecimiento económico, sino que muestran una sensibilidad social sobre la conservación del arte y la cultura de los pueblos, descentralizando las actividades turísticas; ya que generan interés y motivan a ser visitados durante todo el año, es decir que la cultura aporta con un valor añadido al turismo. Según Manuel Ramos (2007), el turismo es uno de los principales motores de la expansión de los museos, y es la principal motivación para la actual extensión del museo-franquicia o para la proliferación de museos locales. El público turístico tiene cada vez más peso en el número de visitantes de los museos, es por eso la importancia del estudio de los nuevos museos como atractivos turísticos y su valor en el desarrollo del turismo en la ciudad de Quito. Por este motivo se ve la necesidad de contar con espacios y muestras en los museos, para que logren atraer al público local y al turista

que llega a los destinos patrimoniales, en este caso el Centro Histórico de Quito. Para ello los museos deben tener en cuenta y desarrollar su potencialidad como atractivos turísticos y saber cómo utilizarla, sin embargo, esto es algo que no muchos museos en la ciudad han sabido desarrollar.

Un diagnóstico de la potencialidad turística de la Casa Museo de María Augusta Urrutia y el Museo Casa del Alabado, será fundamental para mejorar sus servicios turísticos y su posicionamiento como atractivos turísticos dentro del Centro Histórico de Quito. Además, es importante resaltar su valor cultural para que de esta manera no sean considerados únicamente como otros museos, sino como un atractivo cultural potencial para el patrimonio de la ciudad.

Esta investigación toma como una variable a tener en cuenta el poco interés por parte del público local a la visita de los museos, a pesar de la importancia para reforzar la identidad cultural de los visitantes y de la ciudadanía en general. El patrimonio cultural presente en los museos del Centro Histórico de la ciudad de Quito representan el testimonio de la historia y evolución del país, los cuales permiten recuperar el orgullo y la fuerza de la historia de aquellos personajes que fueron parte de lo que hoy representa el pasado de la nación y dan la posibilidad de rescatar su identidad. Es por eso que la disertación se enfocará en valorar el patrimonio cultural presente en la Casa Museo de María Augusta Urrutia y en el Museo Casa del Alabado, aportando de alguna manera al rescate del turismo patrimonial en el Centro Histórico, y a llenar ese vacío cultural que poco a poco se va apoderando de los ciudadanos y contribuye a la pérdida de la herencia cultural.

1.2 Delimitación del Problema

Quito es considerado como un punto estratégico y de gran atractivo turístico y cultural; esto se debe a su condición de capital, por ser el polo principal de entrada al país, además de ser el más masivo captador, difusor y heterogéneo de los destinos turísticos del Ecuador, tanto en diversidad de motivaciones, segmentos y estratos. Todas estas características atraen a un porcentaje considerable de turistas que llegan al Ecuador en viaje de placer o de cultura. Además, cuenta con uno de los centros históricos más grandes del mundo y uno de los mejores preservados de América (MINTUR, 2004).

Los museos a través de actividades culturales, dentro y fuera de sus instalaciones, difunden los beneficios que posee el CHQ; siendo parte fundamental de los servicios y facilidades

turísticas que se brindan para el disfrute de los visitantes, tanto nacionales como extranjeros, quienes atraídos por su riqueza arquitectónica, la calidad de su gente y los diferentes atractivos culturales que encierran los ven como verdaderos atractivos turísticos a ser visitados. Los museos en la actualidad se han convertido en espacios de intercambio de experiencia y conocimientos, donde existe interacción social y reconocimiento de las distintas comunidades tanto locales como internacionales (Celi, 2010).

La inexistencia de un diagnóstico de las potencialidades turísticas de los Museos Casa de María Augusta Urrutia y Casa del Alabado dificulta evidenciar que estos dos espacios pueden ser importantes para el turismo; con esta información se puede determinar si dichos museos poseen un valor significativo para ser considerados como atractivos culturales de importancia para el CHQ, además de determinar si cuenta con posibilidades reales en el mercado turístico, frente a sus competidores y si se ajustan a las expectativas que tienen los turistas. Razón por la cual se consideró realizar un análisis para determinar la importancia de los mismos como elementos patrimoniales y su aporte dentro del ámbito turístico.

¿Cuáles son las potencialidades turísticas con las que cuenta el Museo Casa de María Augusta Urrutia y el Museo Casa del Alabado dentro de la oferta turística del CHQ?

1.3 Objetivos

1.3.1 Generales

Realizar un análisis de las potencialidades turísticas de los museos María Augusta Urrutia y la Casa del Alabado para determinar su importancia como un atractivo turístico en la visita de turistas del turismo interno y del turismo receptor.

1.3.2 Específicos

- Identificar la estructura museológica y museográfica de la Casa Museo de María Augusta Urrutia y el Museo Casa del Alabado.
- Evaluar los recursos turísticos de la Casa Museo de María Augusta Urrutia y el Museo Casa del Alabado para determinar sus distintas potencialidades.
- Determinar la demanda actual y potencial del turismo hacia los museos de la Casa de María Augusta Urrutia y Casa del Alabado y las motivaciones de visita.

1.4 Marco Referencial y Teórico

1.4.1 *Marco referencial*

La ciudad de Quito alberga invaluableles iglesias, capillas, monasterios y conventos coloniales, plazas, museos, edificaciones republicanas y una muy interesante arquitectura de inicios del siglo XX; lugares claves de transmisión e interpretación de este legado arquitectónico, histórico y cultural para todos aquellos que lo visitan. Los museos de la ciudad de Quito son uno de los atractivos turísticos que posee la ciudad, por contar dentro de sus colecciones con obras representativas del país, que dan cuenta de la historia y todas las producciones culturales creadas por sus artistas. Cada uno de los museos guarda toda la riqueza artística, cultural e histórica generada por su gente a lo largo de los años permitiendo a los turistas tener una idea visual de lo que fue la historia, además de apreciar las obras de arte (Mazón y Vallejo, 2002).

Hay más de 10 mil museos en el planeta (Piñera, 2002) y alrededor de 57 museos ubicados en la ciudad de Quito (Celi, Bedoya y Cevallos, 2011); cada uno de ellos tiene una misión en común, que va más allá de coleccionar, restaurar y proteger el patrimonio, es ponerlo a disposición del público, en particular del más joven; ya que es un instrumento pedagógico de insospechadas dimensiones (Piñera, 2002).

Según un estudio realizado conjuntamente con la Asociación Norteamericana de la Industria del Turismo, (TIA) y la revista Smithsonian, muestra un continuo y cada vez mayor interés en el deseo de los viajeros por experimentar actividades culturales, artísticas, históricas y otras relacionadas con el patrimonio cultural. Los resultados del estudio tal y como se registraron en la edición 2003 de *The Historic/ Cultural Traveler*, muestra que un notable 81% de los adultos estadounidenses, o 118 millones, son considerados viajeros histórico/culturales. Estos viajes incluyeron actividades históricas o culturales en casi 217 millones de viajes-persona en el 2002, un aumento de 13% en comparación con los 192 millones de 1997, evidenciando que la cultura es un eje fundamental para atraer muchos turistas a los destinos (Goeldner, Ch. y Ritchie, J. 2011).

En los últimos años se han establecido algunos museos, de los cuales he escogido dos, los que serán objeto de estudio; el Museo de María Augusta Urrutia ubicado en las calles García Moreno N2-60 entre Sucre y Bolívar el cual representa un espacio muy importante del siglo XIX junto con su arte nacional y la colección de muebles europeos que dan a la

casa una atmósfera altamente distinguida. Este museo brinda la oportunidad de conocer la vida, pasión y muerte de una de las mujeres filántropas más destacada de aquellas épocas (Cámara Provincial de Turismo de Pichincha, 2005). El Museo Casa del Alabado ubicada en la calle Cuenca, entre Simón Bolívar y Vicente Rocafuerte, a pocos pasos de la Plaza de San Francisco, cuenta con aproximadamente 500 piezas de las culturas que poblaron el país y cuyo objetivo es promover el conocimiento sobre el pasado del Ecuador (UIO Magazine, 2011).

Dentro de la investigación realizada en la recopilación referencial se encontró una tesis realizada por Jarrín, et al. (S/F), sobre “*Evaluación del Uso Turístico – Recreativo del Museo Nahím Isaías*”, la cual posee información para realizar el diagnóstico de las potencialidades turísticas de los museos en estudio. También será tomada en cuenta la tesis desarrollada por Cortés, Trinidad (2002) con el título de “*Recuperación del Patrimonio Cultural Urbano como recurso Turístico*”, ya que será de ayuda para obtener respuesta a la necesidad de conocer en qué medida la actividad turística ayuda a la revalorización del patrimonio cultural.

A esto se podría sumar los diferentes libros y documentos en los cuales se encontró información relevante que servirá de apoyo como son: *Diagnóstico de las potencialidades turísticas del patrimonio arquitectónico religioso en Mar del Plata*, desarrollado por Gudefin, Lisandro (2006) que posee información para diagnosticar la potencialidad turística de los bienes patrimoniales; las *Propuesta del Sistema Ecuatoriano de Museos y Política Nacional de Museos* escrito por Celi, Ivette; Bedoya, María Elena y Cevallos, Pamela (2011) cuya información servirá para conocer el estado general de todos los museos en el Ecuador; *Otras formas de Turismo* escrito por Elías, Luis (2009) debido a que se puede obtener información sobre el turismo cultural y su concepción en el mundo actual; *Casos de turismo cultural* escrito por Font, Josep (2009) que servirá para el análisis sobre la relación entre la el patrimonio cultural y el turismo y finalmente el libro llamado *Centro Histórico de Quito: Una centralidad urbana hacia el turismo* escrito por Del Pino, Inés (2010) ya que cuenta con información que se aprovechará para determinar la relación entre el patrimonio y el turismo de la ciudad de Quito.

1.4.2 Marco teórico

El patrimonio “aparece históricamente cuando en el transcurso de generaciones, un individuo o un grupo de individuos identifica como propios un objeto o conjunto de objetos”, los cuales tienen un gran valor ya que son historia materializada hecha presente (Ballart, 1997). Según Cortés (2002), durante la última década el concepto de patrimonio cultural es considerado como un factor de identidad colectiva, expresión de la riqueza cultural de la nación, o simplemente contribución a la civilización de una cultura determinada. Es importante mencionar que desde finales del siglo XX, a la cultura se la asumió con una visión más respetuosa y valorada, considerándola como el fruto del intercambio viajero, del flujo de ideas y del cruce de experiencias; por lo cual se aconseja encontrar una asociación entre el turismo y la cultura, es decir una alianza estratégica que responda a los intereses de desarrollo (Elías, 2009).

El turismo es un hecho social, humano, económico y cultural irreversible (Consejo Internacional de Monumentos y Lugares especializados en turismo cultural ICOMOS, 1976); y actualmente, éste se ha convertido en el factor dinámico más importante de crecimiento de la economía mundial, esto se debe primordialmente a la capacidad demostrada por el turismo para crear empleos para todos los niveles de la población, activar cadenas productivas y promover el desarrollo regional. Además es considerada una actividad económicamente rentable y en constante crecimiento, la cual demanda una participación interdisciplinaria en la que se integran diferentes sectores económicos y sociales que permitan un adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes (Villafuerte, et al. 2009); también es visto como un factor de recuperación social y cultural, dada su contribución en la conservación y preservación de sitios y áreas de valor histórico y tradicional (Montesdeoca, 2003); además constituye un elemento fundamental en la vida y en la economía de las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico-monumental (Cortés, 2002).

El fenómeno turístico como respuesta al deseo de esparcimiento y el aumento de tiempo libre disponible para el ocio ha propiciado la generación de grandes corrientes viajeras con motivaciones de ocio en la mayoría de los casos (Montesdeoca, 2003). Desde hace 20 o 30 años son muy evidentes los cambios de orientación en la actividad turística alrededor del mundo, muchas personas ya no se conforman con dedicar su tiempo libre a la práctica de modalidades turísticas tradicionales como la playa, los casinos y los parques de

diversiones. Cada vez más se puede apreciar el interés de las personas por desarrollar nuevas formas de hacer turismo (Elías, 2009).

Uno de los rasgos más significativos de la industria turística actual es el creciente interés por el patrimonio cultural y natural, que se evidencia en el número progresivo de destinos cuyo producto básico se sustenta en los valores históricos y culturales; ello es el resultado del desarrollo de segmentos de demanda específicos interesados en el conocimiento del patrimonio cultural (Núñez, 2004); razón por la cual hoy en día, se ha ido desarrollando segmentos de demanda específicos, interesados en el conocimiento del patrimonio cultural: desde los más especializados, cuya motivación y experiencias de viaje se centran casi exclusivamente en los valores culturales hasta el turista cultural casual (Núñez, 2004).

Precisamente, por el actual interés de ofertar productos específicos la relación entre patrimonio y turismo es ineludible; entonces si el turismo va de la mano del patrimonio cultural, la clave está en fusionar el fenómeno turístico con dicho patrimonio para que se convierta en generador de riqueza económica, sin dejar de lado el bienestar social. Para lograr lo anterior es fundamental contribuir a una relación benéfica entre patrimonio cultural y turismo, de tal manera que se desarrolle una cultura del turismo (Bermeo, 2003); puesto que el patrimonio actúa como nexo entre personas separadas por el tiempo, por lo que funciona como testimonio de ideas, hechos y situaciones pasadas (Cortés, 2002).

El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Este tipo de turismo ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Además, justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada (ICOMOS, 1976).

El turismo cultural constituye un elemento importante para la valorización del patrimonio, y en los próximos años será mayor que otras formas de turismo, principalmente por la mejoría a la accesibilidad a los centros históricos, al fraccionamiento de los viajes, al aumento de los viajes sin acompañante y a la creciente motivación por visitar el patrimonio cultural. Con esta clase de turismo se busca el mantenimiento del patrimonio, la disseminación de la historia y costumbres de un pueblo, la atracción de negocios a las ciudades que lo explotan de manera adecuada, en razón de la creación de una imagen positiva y de una marca que desea ser reconocida (Camargo, 2003).

La demanda del turismo cultural, internacional y nacional, posibilita al museo convertirse en una “puerta de entrada” a la diversidad natural y cultural del territorio que éste comprende, ampliando y diversificando su oferta más allá de los muros del museo; y esto es justamente lo que exige el turista, el viajero actual quiere vivir una experiencia diferente (DeCarli, 2008).

La aparición de los museos en el mundo moderno ha aportado no sólo un lugar, un ámbito espacial, sino también una metodología, a la necesidad de conservación de una obra artística, y también por qué no, una guía a la curiosidad que siempre ha despertado el arte (García, 2000); ya que éstos han sido creados para preservar el pasado, tomando en cuenta que el ser humano siempre se ha mostrado interesado por la riqueza patrimonial que ha recibido de sus antepasados. También son sitios donde la gente busca las respectivas “identidades” de los pueblos ya que sabe que cada exposición es capaz de enseñar cosas muy particulares de la ciudad o pueblo donde se encuentre, dispuesto a dar un panorama muy enriquecedor de la historia regional (Boretto, S/F).

Según el Consejo Internacional de Museos ICOM (2007), un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo. Existen tantos tipos de museos como manifestaciones del patrimonio cultural hay, aunque entre ellos destacan los de arte, los arqueológicos, los de la ciencia y técnica, los antropológicos o de artes y costumbres populares; llegando a los centros de interpretación y parques temáticos, siendo quizás el museo antropológico, el más cercano en ese proceso de transición de generación en generación (Rojas, 2006).

Según el autor David Fleming (2008), si los museos consiguen ganarse a los turistas mostrándoles el valor de lo que ofrecen y su papel en la preservación del patrimonio cultural, éstos podrían apreciar mejor su labor y apoyarla, lo que quiere decir, que el turista es un aliado el cual aporta beneficios económicos al sector de los museos y al turismo; por lo que es indispensable que los turistas se conviertan en un factor benéfico para el patrimonio cultural de los países.

El viajero actual quiere vivir una experiencia diferente. La experiencia de lo auténtico en la naturaleza, la cultura, la gente o una combinación de éstas, su desarrollo se lleva a cabo

preferiblemente en áreas con pequeñas poblaciones, entornos rurales y atractivas áreas naturales (DeCarli, 2008).

Los turistas se mueven preferentemente a museos representativos de la historia, la cultura y las tradiciones del país anfitrión con el afán de conocer lo que les resulta más novedoso y particular; tal es el caso de las instituciones de carácter regional o local, donde es más directa la relación con las comunidades (ICOM, 2000).

Los museos por su posibilidades de ser relacionados con el turismo, capacidad que pueden llegar a tener (o q se perciba la posibilidad) de crear un flujo turístico propio directa o indirectamente resultan un buen complemento al producto turístico del destino. Se han convertido en un atractivo turístico importantísimo y de primer orden, ya que las visitas permiten a las personas reforzar su identidad individual, plantarse que son y cómo son vistos por los demás. Es evidente que el patrimonio cultural, y los museos en particular, son un producto más de la oferta turística, capaz de generar resultados importantísimos y muy dignos de ser tomados en cuenta porque:

- Son complemento de la oferta turística, además algunos de ellos han sido capaces de generar flujo turístico propio.
- Potencian y dinamizan partes deprimidas de los cascos urbanos.
- Fomentan el flujo de visitas cortas a lugares poco conocidos de ciertas geografías (Puertas, 2007).

Además, para que el museo pueda implementar y desarrollar eficazmente las diversas actividades que se propone realizar para su oferta diversificada y novedosa al público y al turista, se deben establecer estrategias de detección de información, recolección de datos y sistema de registro, idealmente, un Inventario de Bienes Culturales (DeCarli, 2008 cita a DeCarli, y Tsagaraki, 2006) integrado por:

- Los objetos de la(s) colección(es) que posee el museo, sus antecedentes históricos y su contexto patrimonial,
- Las actividades / oficios, conocimientos y creencias asociadas con su uso y las técnicas de su elaboración, los productores o personas que poseen los conocimientos tradicionales y sus vínculos con la comunidad,
- Las prácticas culturales de la comunidad, entendidas éstas como el conjunto de costumbres, actitudes, creencias y valores,

- Los recursos patrimoniales culturales y naturales que se encuentran en la región (DeCarli, 2008).

En efecto, cuando se visita un museo, una catedral o un edificio histórico singular, no se demanda el bien en sí mismo, sino el conjunto de valores y servicios que están asociados y que van desde la emoción estética y artística, hasta el valor de formación y de educación, el valor social como señal de identidad y, obviamente, el valor económico, que incluye las rentas directas, es decir la venta de entradas, además de las rentas indirectas relacionadas con el uso de los servicios de ocio y turismo relacionados con el elemento cultural (Cortés, 2002).

2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MUSEO DE MARÍA AUGUSTA URRUTIA Y DE LA CASA DEL ALABADO

2.1 Estructura museográfica del Museo de María Augusta Urrutia

La Museografía se ocupa de la teoría y la práctica de la instalación de museos, actividad que incluye todo lo relacionado con las instalaciones técnicas, requerimientos funcionales, requerimientos espaciales, circulación, almacenamiento, medidas de seguridad y la conservación del material exhibido (Viceministerio de Cultura, 2012), es decir se encarga de todo el aspecto físico de las exhibiciones y la manera de mostrar los objetos.

La esencia de la museografía es analizar la estética de cómo han de ser los objetos a exhibir en sus diferentes disciplinas y la transmisión del mensaje e información; siendo los objetos el significado más importante de un museo (Viceministerio de Cultura, 2012), ya que éstos garantizan la comunicación entre la colección y el público. Además permite cumplir una de las funciones prioritarias del museo: la de mostrar; abarcando todos los conocimientos prácticos y técnicos, que van desde la iluminación, conservación hasta la arquitectura; la ordenación y la relación entre las piezas de una exposición hasta la percepción del visitante (Rico, 2006), es decir que acondiciona un espacio de tal manera que los visitantes pueden disfrutar de cada una de las obras expuestas y también puedan sentirse involucrados en el recorrido.

2.1.1 Exhibición

Esta es la parte más notoria de la actividad de un museo y se podría decir, que la finalidad principal del mismo (Sisto, 1992). En la Casa Museo de María Augusta Urrutia, como en la mayor parte de los museos, se maneja 2 tipos de exhibición:

2.1.1.1 Exhibición permanente

Muestra una gran colección de artículos domésticos “modernos” para la época, piezas decorativas de finales del siglo XIX, muebles de estilo europeo y piezas de arte que demuestran los refinados gustos que poseía la dama quiteña, también las típicas pailas de bronce utilizadas para cocinar toda clase de dulces. Además cuenta con una exposición permanente de 78 piezas del artista Víctor Mideros, las cuales en su mayoría tienen una temática religiosa, en muchos de los casos apocalíptica (V. Mora, com. Per., 6 de julio de

2012). Es decir toda la magia del pasado se la puede revivir a través de la visita a este museo que permite observar la manera en la que vivían en tiempos pasados.

2.1.1.2 Exhibiciones temporales

Se realizan 2 o 3 veces al año, con una duración de 2 a 3 meses y están relacionadas con la temática de la colección que posee la Casa Museo, por lo general las obras que se encuentran en reserva son las que salen a las exposiciones temporales. Asimismo, suelen realizarse festivales de teatro, recorridos teatralizados, visitas nocturnas y muestras temáticas. (V. Mora, com. per., 2012); con lo que se pretende atraer mayor cantidad de visitas, debido a que se puede observar nuevas colecciones.

La exposición temporal con mayor importancia es la realizada en Noviembre bajo el título “Memento Mori: Recuerda que eres mortal”, en la que se realiza actividades como la fotografía post mortem, costumbre funerales del siglo XIX, los testamentos, como se organizaban los funerales, las misas, el luto y los recuerdos de la muerte, el proceso de embalsamamiento, los velorios, y personajes como el animero (V. Mora, com. per., 2012). Esta exhibición forma parte de una de las 3 rutas conocidas como “Difuntos, el poder del Adiós”, creadas por la Red de Museos del Centro Histórico y el Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales (SIMYCC), con el apoyo de la Empresa Metropolitana Quito Turismo, los cuales invitan a conmemorar el día de los Difuntos de una manera diferente (Fundación Museos de la Ciudad, 2011) cada una de estas actividades atraen gran cantidad de turistas nacionales ya que dan la posibilidad de compartir y experimentar la muerte mediante actividades novedosas.

2.1.2 Aspectos de la construcción

Una estructura inicial se levantó en 1700 y a finales del siglo XIX adquirió su fisonomía actual. Perteneció a los padres de Don Alfredo Escudero esposo de doña María Augusta, él la recibió en herencia y a su muerte la hereda Doña María Augusta, ellos pertenecían a dos de las familias mejor acomodadas de la capital (Criollo, 2012), se puede observar que es una elegante residencia dentro de la cual se guarda años de historia, reflejando así la vivencia espiritual de Doña María Augusta.

Según Mora (2012), antes de convertirse en museo la casa fue restaurada con fondos privados, y finalmente en el año 1997 se convirtió en museo. Para dicha restauración se realizó una intervención de cubiertas y arreglos en las áreas de los patios posteriores, se

rescató la pintura mural de los patios y se restauró la del salón principal y el papel tapiz del comedor y otras salas, además se conservaron y restauraron muchas de las obras de la colección, por lo que hoy en día se puede disfrutar de cada uno de los rincones de la casa conservados de la mejor manera.

Se puede observar la arquitectura de una casa típica del Quito colonial y decorada con piezas artísticas de mediados del siglo XIX y principios del siglo XX, con un estilo Art Nouveau; el que se caracteriza por estar ligado a las artesanías. Generalmente, los artistas ocupaban para sus creaciones motivos basados en la decoración de las casas y en objetos fantasiosos, que adquirieran formas bellas, basadas en elementos de la naturaleza como el movimiento del agua, el crecimiento de las flores, o simplemente la manera en que los colores se movían con el sol (Mora, 2012), y cada uno de estos detalles se encuentran impregnados en el decorado de la casa lo que le vuelve más atractiva en sus visitas.

Se pudo observar que la casa cuenta con 15 amplias habitaciones y dos grandes patios centrales, dos de las salas ubicadas en el segundo piso, según Mora (2012), muestran obras de arte del famoso pintor ecuatoriano Víctor Mideros y la mayoría de las piezas artísticas son originales traídas en su mayoría de Europa.

Siendo lo más relevante de la Casa Museo la figura de Doña María Augusta Urrutia y su vivencia espiritual, plasmada en sus acciones de vida, al entregar todos sus bienes y toda su alma en favor de los más; por lo cual en cada uno de los rincones de la casa se puede apreciar la forma de vida del siglo XIX y en especial el espíritu filantrópico de su propietaria.

2.1.3 Descripción de las salas de exposición

La casa cuenta con 15 salas ubicadas en dos pisos, y cada una de ellas será descrita a continuación. Además, como apoyo visual se realizó un mapa del museo de tal manera que se pueda tener una idea clara de la ubicación de cada una de las salas (Anexo 1).

2.1.3.1 Primer Piso

Cuenta con 4 salas y 3 patios, los cuales en su mayoría muestran objetos que eran usados por sirvientes de doña María Augusta Urrutia, para realizar las diferentes actividades diarias.

PATIO.- Es uno de los lugares más bellos de la casa, por lo cual en el año 1978 ganó el premio Municipal al Ornato; se pudo observar gran cantidad de plantas ornamentales y en el centro una pileta de piedra, cuya parte superior según Flores (2012) fue esculpida en un sólo bloque y realizada por Luis Mideros, quien fue un importante escultor imbabureño.

SALA DE USO MÚLTIPLE- ANTIGUO COMEDOR INFANTIL.- Actualmente se lo usa un mini auditorio, en el cual se proyecta la vida de doña María Augusta Urrutia; que cuenta con una televisión, un DVD y 18 sillas, convirtiéndose así en un medio audiovisual de apoyo.

SALA BIOGRÁFICA- ANTIGUO CUARTO DE LOS DULCES.- Esta sala cuenta con 7 vitrinas dentro de las cuales se exponen objetos personales de Doña María Augusta y mediante los cuales se puede conocer parte de sus actividades, a continuación se detallará cada una de las vitrinas:

- Vitrina 1: Contiene cinco diarios de viaje, tanto de su bisabuelo Don Carlos Aguirre Montufar como de su Doña Virginia Aguirre Klinger de Barba.
- Vitrina 2: Se pudo observar fotografías de Doña María Augusta Urrutia (Anexo 2).
- Vitrinas 3 y 4: Muestra algunos rosarios, crucifijos, medallas, recuerdos de bautizo de doña María Augusta y su hermano Gregorio Larrea Barba.
- Vitrina 5: Cuenta con medallas en agradecimiento por la donación de terrenos que entregó para la construcción de edificios importantes como el Colegio San Gabriel, el parque la Carolina y el Plan Solanda al sur de Quito (Anexo 3).
- Vitrina 6: Exhibe objetos personales de doña María Augusta, sombreros, paraguas y bastones.
- Vitrina 7: Se puede apreciar lentes, polveras y una navaja (J. Flores, com. per., 2012).

PATIO CUBIERTO.- Se pudo observar algunos objetos utilitarios de esa época, como los braceros, los cuales fueron utilizados para calentar las planchas; además de un extintor de incendios, y damajuanas que servían para almacenar vino o agua (J. Flores, com. per., 2012).

BODEGA.-Siguiendo el recorrido se llega a la bodega, lugar donde se encuentran algunas botellas de la primera cerveza pilsener, vasijas de barro, pundos, cuerdas hechas de sigse (Anexo 4). Según Flores (2012) estas cuerdas antiguamente se usaban para amarrar las columnas.

TERCER PATIO Y DESBASTADERO.- Se muestran varios objetos como planchas, 1 caja fuerte y un calentador de siglo XIX, ganchos para colgar la carne, cortador de carne del siglo XX y bateas las cuales se mencionó que eran usadas para poner granos. El cuarto frío o debastadero conserva las paredes anchas y según la Flores (2012) cuenta con piedras traídas del volcán Guagua Pichincha, para mantener el frío en este lugar (Anexo 5).

CUARTO DE LA LEÑA.- Es un lugar abierto y antiguamente era utilizado como cocina de los sirvientes, donde ellos preparaban los alimentos para los niños del comedor infantil, observar anexo 6. (J. Flores, com. per., 2012).

2.1.3.2 SEGUNDO PISO

Al subir se puede observar gradas muy pequeñas y bastante inclinadas, las cuales antiguamente solo eran usadas por los sirvientes. En este piso están localizados alrededor de 11 salas, dos de las cuales se encuentran cerradas y son utilizadas en eventos que se realizan en el museo, y un área abierta usada como lavandería las demás serán detalladas a continuación:

LAVANDERÍA.- Es un lugar bastante amplio en el cual se pudo observar una lavadora y secadora a manivela la cual según Flores (2012) pertenece al siglo XIX. Este lugar era también conocido como pajarera o perrera, ya que su propietaria tenía gran cariño por estos animales sobre todo por los canarios y cuidaba de ellos en este lugar.

COCINA.- En este lugar se encuentran exhibidos algunos utensilios de cocina como: las pailas, chocolateras y poncheras típicas de las cocinas tradicionales quiteñas, el molino de café, la canguilera, las cucharas de palo, además de un alambique para destilar alcohol, el mismo que era utilizado para la fabricación mistelas propias de la época, un tostador de café, una refrigeradora de 1960 y en la vitrina, una vajilla francesa Bourgeois del siglo XIX, pintada a mano. Este lugar era utilizado exclusivamente para cocinar alimentos para Doña María Augusta Urrutia y sus familiares (J. Flores, com. per., 2012). Cada uno de estos objetos están ubicados en un lugar estratégico de tal manera que las personas pueden trasladarse a épocas pasadas y entender la utilización de estos utensilios (Anexo 7).

BAÑO PRINCIPAL.- Actualmente se encuentra en remodelación ya que parte del techo sufrió una ligera caída, por lo cual no se pudo visitar este lugar, sin embargo Flores (2012), indicó que este es uno de los lugares más elegantes y sofisticados de la casa, por la majestuoso de sus piezas ya que la mayoría fueron importadas desde Inglaterra.

SALAS DE EXPOSICION DE VICTOR MIDEROS.- En esta sala se encuentra una exposición permanente de obras de este pintor, 6 de los 7 cuadros muestran el interés de Mideros por la religión ya que en cada uno de éstos está plasmado algo relacionado con la iglesia sea una un signo de la Santísima Trinidad, una virgen y/o simplemente un ángel derramando su luz en medio de las tinieblas, finalmente el último cuadro es considerado uno de los más importantes ya que es el retrato de doña María Augusta Urrutia a los 12 años para lo cual el pintor uso una fotografía para conservar sus rasgos.

DORMITORIO DE DAMA DE COMPAÑÍA.- Esta habitación está dedicada a Mariana Carcelén quien fue Marquesa de Solanda, esposa del Mariscal Antonio José de Sucre, quién fue pariente lejana de Doña María Augusta Urrutia por su familia materna y emparentada en línea directa con Alfredo Escudero su esposo (J. Flores, com. per., 2012). Aquí se encuentra una cama y un espejo que según se indicó pertenece al Mariscal Sucre, también pudo observar que la alfombra tiene un diseño diferente a las demás que se conservan en la casa y probablemente es porque fue traída desde Europa (Anexo 8).

COMEDOR PRINCIPAL.- Se observó una lámpara central bastante grande la cual fue hecha de bronce y perteneció a la familia del Gral. Vicente Aguirre, prócer de la independencia y tatarabuelo de Doña María Augusta. Una mesa central de 12 personas, sobre la cual está colocada la vajilla completa de origen francés de la fábrica Sarreguemines, con adornos centrales y velas que hacen de este lugar excepcional. A su alrededor se hay tres pinturas de origen francés y un óleo: “El Chimborazo” que está atribuido a Rafael Troya pintor ibarreño quien inicia a Mideros en el arte (J. Flores, com. per., 2012). Mora (2012) indicó que las vajillas, platería, cristalería y cubertería, Doña María Augusta los recibió por herencia de su madre y sus tías quienes no tuvieron descendientes y que además se la cambia cada cierto tiempo para que los visitantes puedan admirar diferentes vajillas (Anexo 9).

CUARTO DE COSTURA.- Se pueden observar muebles y bargueños que se caracterizaban por tener un cajón secreto donde se guardaban los documentos importantes o las joyas; los cuales fueron hechos en el país. Además de figuras del Niño Jesús del siglo XVIII, el

Cristo crucificado es de Miguel Vélez un escultor muy importante de finales del siglo XIX, algunas pinturas de oleo originarias de Francia y un altar portátil del año 1677 de madera ensamblada (J. Flores, com. per., 2012). Es un lugar al tener gran cantidad de imágenes religiosas muestra una vez más lo apegada que era Doña María Augusta a la iglesia por lo cual era utilizada como oratorio (Anexo10).

ESTUDIO.- Se pudo observar una pintura de Víctor Mideros, una colección de grabados franceses del siglo XIX realizados en la Casa Goupil, dos bargueños de madera taraceados, un bargueño con diseño zoomorfo que fue hecho en madera con incrustaciones de carey y hueso; una máquina de escribir, además de las calculadoras y máquinas registradoras. También hay algunas representaciones de la Inmaculada Apocalíptica, un piano alemán del siglo XIX, de madera enchapada y pintado a mano en el interior (J. Flores, com. per., 2012). Detalles que se los puede observar en el Anexo 11.

SALA DE ESTAR.- Hay una escultura de la Virgen de Quito, del siglo XVIII, del taller de Bernardo de Legarda; el Niño Jesús yacente y el Niño Jesús con San Juan jugando, del siglo XVIII, del taller de Caspicara. El niño Jesús de pie, con las tres potencias, del siglo XIX y, el niño Jesús de pie, sobre una base de madera, del siglo XVIII; el Niño Jesús con los elementos de la pasión, del siglo XIX y algunas pinturas de Mideros (J. Flores, com. per., 2012). Lugar tranquilo que al parecer era utilizado para visitas importantes por sus detalles de decorado (Anexo 12).

DORMITORIO DE MARÍA AUGUSTA URRUTIA.- La decoración de este espacio es elegante y sobria y está rodeada de los 7 arcángeles pintados por Víctor Mideros cada uno de los cuales tiene un significado especial relacionado con Dios y su grandeza. En la cabecera de su cama se conserva un Cristo Crucificado, escultura del siglo XIX y de autor anónimo. Algunos objetos personales de Doña María Augusta como sus pañuelos de organza bordados con sus iniciales, un par de guantes, fotografías de ella y Don Alfredo su esposo, Doña María Barba su madre y Don Julio Urrutia su padre. En la cómoda un juego de: espejo peinilla, cepillo, y otros utensilios para el manicure, perfumes y polveras que le pertenecieron. Un retrato de Doña María Augusta realizado por Víctor Mideros, fotos de Don Alfredo Escudero y Doña María Augusta con dedicatoria, ya que en ese tiempo era una tradición intercambiar fotografías con la promesa de amor el día del compromiso o cuando contraían matrimonio (J. Flores, com. per., 2012). Muestra lo sobriedad de Doña María Augusta y el amor a su familia (Anexo 13).

SALA PEQUEÑA.- Hay un retrato de doña Virginia Klinger hecho en París; bisabuela de María Augusta Urrutia. Los boudoirs tienen incrustaciones de metal y carey. Las sillas del siglo XIX herencia de los padres de Alfredo Escudero tienen incrustaciones y decoraciones realizadas en nácar. La compotera o recipiente para agua tiene escenas del Rey Neptuno, siglo XVIII Pinturas de los siete días de la creación del pintor Ibarreño Víctor Mideros, y en la parte superior al “Padre Eterno” del mismo autor. Los cuadros de los siete días de la Creación tienen su significado descrito por su autor Víctor Mideros, en el catálogo para la exposición auspiciada por la Casa de la Cultura Ecuatoriana y realizada en el Museo de Arte Colonial del 20 de mayo al 10 de junio de 1940 (J. Flores, com. per., 2012).

SALA PRINCIPAL.- Según Flores (2012) este salón era el de las grandes ocasiones al cual llegaba inclusive el Presidente de la República ya que ella siempre estuvo relacionada con personas muy influyentes en la política. Se pudo observar muebles europeos de estilo Luis XV y el tapiz de estos es igual a la tela de las cortinas, y la alfombra francesa Las paredes están decoradas con pintura mural, y algunos retratos de su madre y padre, además de uno de su esposo y de Doña María Augusta realizados por Víctor Mideros basándose en fotografías del día de su matrimonio en 1921 (Anexo 14). Este es un lugar muy elegante ya que al ser la sala principal debía estar a la altura de sus visitas de gran importancia.

TERCER PISO.- La investigadora no pudo visitar este lugar, ya que mencionaron que solo tienen acceso el personal de conservación y restauración, puesto que funciona como bodega y taller y antiguamente se ubicaron los cuartos del personal de servicio.

2.1.4 Conservación

El museo conserva los bienes culturales con el objetivo de garantizar su transmisión a las generaciones futuras, esta es la función que justifica en sí misma la existencia del museo. Los métodos de análisis científico, actualmente permiten conocer una serie de datos sobre la naturaleza, técnica constitutiva y degradación de los materiales, y sus causas, y, basándose en esos análisis, se puede elegir los tratamientos idóneos para la conservación: que van desde la conservación preventiva y la restauración (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2008); por lo cual se debe seguir procesos estrictos para mantener cada una de los lugares y objetos de la casa de la mejor manera y así continuar aprendiendo de una manera didáctica la historia de los personajes importantes.

Según la restauradora y museóloga la Lic. Verónica Mora, la mayoría de las piezas fueron intervenidas antes de abrir el museo, es decir antes del año 1996, ella se encarga de los

aspectos de conservación para lo cual realiza un cronograma de conservación preventiva, el cual puede contemplarse desde la gestión de las colecciones, es decir desde su planificación hasta el control ambiental, seguimiento del control de los objetos y tratamientos particulares (Ballart, 2007). Este conjunto de acciones se efectúan para controlar el medio en el que se encuentran las colecciones, sin realizar una intervención directa sobre los materiales que conforman el objeto. Como parte del proceso se realiza un taller de conservación y restauración de las piezas, además de un monitoreo periódico para evitar el deterioro de las mismas, un control de plagas, iluminación, temperatura y humedad (V. Mora, com. per., 2012). En las visitas se pudo observar que las piezas se encontraban en buen estado debido a los procesos de prevención que se realizan periódicamente.

Tanto la luz natural como artificial emiten radiaciones infrarrojas que contribuyen al aumento de la temperatura en el espacio en que se encuentran las obras y en la superficie de las mismas, causando deterioros o daños o acelerando los que ya se encuentran presentes, por lo cual se colocaron filtros de rayos ultravioletas para contrarrestar los efectos de la iluminación natural (el sol), y con respecto a la iluminación artificial (lámparas y bombillos) se utiliza la luz amarilla porque es la que se usa en las casas es decir se mantiene la esencia de una vivienda (V. Mora, com. per., 2012). Se pudo verificar que cada uno de los detalles es tomado en cuenta para conservar los objetos de la colección, en especial las pinturas ubicadas en las diferentes habitaciones.

Por ejemplo, se pudo constatar que en el ambiente, hay partículas de polvo transportadas por el viento las cuales ensucian la superficie de los objetos, por lo que se realiza la limpieza diaria de todas las salas y una limpieza técnica una vez al mes de una sala para evitar la presencia de hongos y bacterias (V. Mora, com. per., 2012).

Debido a la ubicación geográfica no existen cambios bruscos de temperatura, sin embargo las casas en el Centro Histórico de Quito (CHQ) tienen bastante humedad sobre todo en las partes bajas de las casas, por lo se realiza una inspección visual de los lugares con mayor humedad para detectar el olor a moho, además de facilitar la aireación de los espacios en días soleados (V. Mora, com. per., 2012). En las primeras visitas se pudo percibir que en la parte de atrás de la casa mantiene un olor de humedad sin embargo en las posteriores visitas esta había desaparecido casi en su totalidad comprobando así que los procesos de conservación están llevándose a cabo.

La Casa Museo además tiene un depósito o bodega ubicado en el tercer piso, donde se guarda los objetos que no están en exhibición, los cuales al igual que los objetos exhibidos se encuentra en continuo monitoreo para contribuir a su conservación, además éstos son usados al momento de realizar una exhibición temporal (V. Mora, com. per., 2012). Cada una de las piezas, sin importar su ubicación, es tratada de la mejor manera para que perduren y pueden ser exhibidas en una futura exposición.

2.2 Estructura museológica del Museo de María Augusta Urrutia

La museología es la ciencia rectora del accionar del museo, abarca todos los estudios teóricos y filosóficos de lo que es el museo y como se puede organizar, es decir el estudio del museo relacionado con su historia y su rol en la sociedad; las formas específicas de investigación, de organización y de funcionamiento. Su objeto de estudio es la actitud específica del hombre frente a la realidad (Desvallées y Mairesse, 2010), es decir los métodos que utiliza el museo para su correcto funcionamiento y las relaciones entre el medio físico y las obras expuestas.

2.2.1 Teoría

El interés de la nueva museología está encaminada a nuevos tipos de museos concebidos en oposición al modelo clásico y a la posición central que ocupan ellos en las colecciones (Desvallées y Mairesse, 2010); lo que quiere decir que se trata de nuevas propuestas que tienden a utilizar en patrimonio a favor del desarrollo local, en esta caso el del CHQ.

El museo de arte es una edificación a un personaje histórico vinculado a la propia casa convertida en espacio para el recuerdo (Ballart, 2008). Su objetivo es musealizar, es decir transformar un lugar común en una especie de museo que muestre la vida cotidiana de la gente de sociedad del pasado; cada uno de los objetos del museo no son solo objetos destinados a ser utilizado o intercambiados, sino que están llevados a dar un testimonio auténtico (Martínez, 2007), podría decir que es rescatar el valor de los objetos cotidianos para mostrar lo importante que son para cada uno en el diario vivir y no solo en el momento del uso.

En este caso, la Casa- Museo es una edificación a un personaje histórico vinculado a la propia casa convertida en espacio para el recuerdo (Ballart, 2008). Su objetivo es musealizar es decir transformar un lugar común en una especie de museo que muestre la vida cotidiana de la gente de sociedad del pasado.

2.2.2 Funcionamiento

El guión museológico se inició en el año 1996 hasta 1998, año en el que se abrió el museo, posteriormente se ha ido aumentando información a medida que se ha encontrado nuevos datos sobre los objetos del museo. No se ha cambiado, ni quitado ningún objeto de la casa únicamente la manera de mostrar los mismos; ya que si se mueve algo cambiaría el guion, sin embargo se han quitado algunas piezas que al mostrar no permitían que los visitantes puedan encontrar un punto focal debido a que se encontraba sobrecargado. Por lo que al tener varios objetos del mismo tipo se los reemplaza temporalmente por otros, de tal manera que la exhibición muestre nuevos objetos sin perder la esencia.

La Fundación Mariana de Jesús es la encargada de la administración de la Casa Museo, y la Licenciada Verónica Mora es la Directora, museóloga y restauradora de la misma. El museo se abre de martes a sábado de 10:00 a 18.00 y domingos y feriados 9:30 a 17:30, ofrece guianza en español e inglés para lo cual cuenta con 1 guía de planta y 8 pasantes de los cuales 4 pasantes están en el turno de la mañana de 10:00 a 14:00 y los 4 restantes de 14:00 a 18:00. Y el costo de las entradas es de nacionales y extranjeros \$2, tercera edad \$1 y niños hasta 12 años \$0.50. Se recomienda que las visitas sean guiadas ya que no todos los objetos exhibidos cuentan con paneles informativos para lo cual es importante que el guía proporciona datos extra sobre las exposiciones; además por cuestiones de seguridad, en el caso de no solicitar guías, una persona los acompaña para evitar cualquier hurto de objetos.

Los espacios de la Casa Museo se ofrecen también para diferentes eventos como: recitales íntimos, conferencias, exposiciones temporales y talleres para niños para lo cual se adecua el patio principal, la sala de uso múltiple o la sala ubicada en el tercer piso la cual cuenta con 2 áreas; igualmente se puede realizar matrimonios civiles en la sala principal siempre y cuando se los realice después de la hora de cierre del museo.

2.2.3 Historia

Esta casa a principios del siglo XIX perteneció a doña Gregoria Villavicencio, luego la adquirieron Juan José Chiriboga y Manuela Dávalos en 1845 por 3250 pesos. El 28 de enero de 1856 Don Mariano Chiriboga compró la casa mediante remate en 5250 pesos. El siguiente propietario fue Manuel Acevedo quien la compró en remate público el 2 de abril de 1875 en 17000 pesos. Posteriormente vendió la casa a Francisco Octavio Escudero, el 23 de mayo de 1885 en 20000 pesos sencillos, pagados mediante pagaré por 12281,35 y

una letra girada a ocho días por 7706. Para estos años, la casa era rentada y tenía como inquilinos a Dolores Pareja de Larrea, Isidoro Hidalgo y Francisco Ignacio Calderón. Luego pasó a ser propiedad de Don Alfredo Escudero, mediante disposición de herencia y posteriormente fue de Doña María Augusta Urrutia, como herencia de su esposo, siendo su hogar desde 1921 hasta 1987, año de su muerte (Pérez, S/F), actualmente es usada como casa-museo en la que el visitante pudo disfrutar de los diferentes espacios que guardan historia.

María Augusta nació en Quito el 6 de Febrero de 1901 y sus padres legítimos fueron el industrial Julio Urrutia y Olano y María Bárbara Aguirre, fue hija única y siendo muy pequeña perdió a su padre por lo cual viajaba a Europa muy seguido (V. Mora, com. per., 2012). Fue ahí donde terminó sus estudios y conoció a Alfredo Escudero y Eguiguren con quien se comprometió al gusto de su exigente madre, contrayendo matrimonio en Quito en el mes de Diciembre de 1921, enseguida fueron a vivir en la casa de la García Moreno No.760 que él había recibido como obsequio de sus padres (Pérez, S/F).

El nuevo hogar fue arreglado cuidadosamente con objetos familiares, muchos de los muebles, adornos, vajillas y servicios de mesa pertenecieron a la familia de doña María Augusta, todo fue traído de Europa en los constantes viajes que realizaban. Todos los muebles Boule que están en la sala principal fueron de su bisabuela Virginia Klinger y los que se encuentran en la sala de estar de su abuela Virginia Aguirre. Los muebles orientales con incrustaciones de hueso que se conservan en el estudio y la sala de estar fueron traídos por su bisabuelo Carlos Aguirre Montufar en uno de sus viajes a Oriente al igual que los dos biombos de madera, terciopelo y bordado con hilos de plata (Pérez, S/F). Según Mora (2012), hasta los años cuarenta existía un enorme árbol de magnolia en el patio principal, el cual restaba mucha luz a los corredores superiores y por lo cual se lo quitó y en su lugar se colocó una pileta de piedra, este es uno de los lugares más significativos de la casa y varias publicaciones sobre el centro histórico han fotografiado este patio para mostrar la belleza de la arquitectura civil de la época republicana de la ciudad. En 1917 ganó el premio de escultura en el Primer Salón Mariano Aguilera y se convirtió en la gran figura de la escultura quiteña y en 1978 ganó el premio Municipal al Ornato (Mora, 2012), cada uno de estos detalles hacen de este lugar una casa muy interesante y llena de historia.

Doña María Augusta quedó viuda en el año 1931 y fue así como surgió su generosa iniciativa de crear un comedor infantil “La Dolorosa” en los bajos de su casa donde

proveía de almuerzo diario a alrededor de 80 niños pobres; también daba servicio médico, refuerzo escolar dirigido y acciones de trabajo social con las familias de los menores convirtiéndose en una ayuda y solución a las necesidades de los pobres y mostrando así su espíritu filantrópico (Pérez, S/F), con lo que mostraba su amor desinteresado por los demás.

En 1939 creó la Fundación Mariana de Jesús dedicada a concretar sus sueños de amor y ayuda al prójimo a través de programas de educación, alimentación, salud y vivienda. María Augusta Urrutia a la cabeza de la Fundación inició varias obras, incluso se desprendió de sus bienes y de sí misma (Pérez, S/F), gracias a su generosidad y entrega varias familias han mejorado su forma de vida.

La Fundación desde su creación ha seguido desarrollando programas de educación, alimentación, salud y vivienda y ha promovido proyectos para solucionar problemas de vivienda de los más necesitados (V. Mora, com. per., 2012). En la actualidad este programa de educación trabaja en tres niveles y atiende anualmente a más de 2000 niños, niñas y adolescentes entre los 6 meses hasta los 18 años en diversos proyectos específicos en Guayaquil y Quito, además ha creado y mantiene Centros Médicos y tiene como estrategia de acción la promoción barrial, creando una red de salud popular que tiene su énfasis en lo preventivo (V. Mora, com. per., 2012), lo que indica que se mantiene las ideas de Doña María Augusta con respecto a la ayuda del prójimo en todos sus ámbitos.

La Fundación desde hace pocos años atrás inició un proceso de tecnificación de sus procesos y de fortalecimiento institucional; como parte de ello, desde el año 2001 la Fundación Mariana de Jesús está certificada por la Norma ISO 9001-2000, con el fin de garantizar la calidad en los procesos y en la acción social que ejecuta. Fue la primera Fundación en el país en obtener dicha certificación (V. Mora, com. per., 2012); esta es una norma que ha sido traducida por el Grupo de Trabajo "Spanish Translation Task Group" del Comité Técnico ISO/TC 176, Gestión y aseguramiento de la calidad. El diseño y la implementación del sistema de gestión de la calidad de una organización están influenciados por diferentes necesidades, objetivos particulares, los productos suministrados, los procesos empleados y el tamaño y estructura de la organización. La adopción de un sistema de gestión de la calidad debería ser una decisión estratégica de la organización para mejorar su prestación de servicios, necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y aspira

a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente (ISO, 2000) lo cual refleja la calidad en el manejo del museo y los servicios que presta, relacionados a la satisfacción del cliente y eficiencia en la administración.

2.3 Estructura museográfica del Museo Casa del Alabado

A continuación, se detallará la estética de cómo se muestran los objetos en el museo, la cual estuvo a cargo de la empresa metapratixis, quienes han realizado la museografía de algunos museos Europeos, incluso de algunas exhibiciones temporales del museo Louvre (M. Ayala, com. per., 2012), detalles que se pueden ver plasmados en cada una de las salas.

2.3.1 Exhibición

La colección privada del museo suma 5000 objetos originales de culturas precolombinas, recolectas por varios años, sin embargo solo se exponen 500 piezas de cerámica, piedra, madera, metal, concha y huesos de las diferentes culturas. La temática de las exhibiciones se basa en el ámbito de lo mítico y lo espiritual, mientras que la historia de la visita se basa en la cosmología precolombina es decir el desarrollo de los mundos (J. Gómez, com. per., 2013). El museo permite al visitante apreciar el universo desaparecido, a través de los diseños e interpretación arqueológica asociada con bandas sonoras originales, efectos de sonido o música, pantallas táctiles que refuerzan algunos conceptos, además las obras reflejan una cierta visión del mundo de quienes los hacen (Fundación Tolita, 2011); es decir que la idea es mostrar, a través de los diferentes objetos, como entendían los indígenas la espiritualidad, el mundo y el universo.

A continuación, se detallarán los 2 tipos de exhibición existentes:

2.3.1.1 Exhibición permanente

El museo cuenta con 14 salas y está organizada en tres espacios que reflejan la tripartita división del mundo andino: Inframundo, Mediomundo y Supramundo. Exhibe piezas arqueológicas, obras de arte precolombino creadas por artistas anónimos Valdivia, Chorrera, Tolita, Jama-Coaque y de todas las culturas que poblaron el territorio del Ecuador desde los cinco mil años. Cada una de las colecciones del museo guarda magníficas obras de arte, piezas de extraordinarias cualidades tecnológicas y artísticas las

cuales han sido agrupadas de tal manera que los visitantes descubran la cosmovisión indígena (Fundación Tolita, 2011); es decir que permite apreciar la riqueza estética del arte precolombino del Ecuador en cada una de las salas.

2.3.1.2 Exhibiciones temporales

El museo hasta el momento ha realizado 2 exhibiciones temporales, según el Director el Dr. Jorge Gómez se pretende seguir realizando al menos una exhibición temporal al año. La primera que se realizó se la denominó “Amuletos”, en la cual se expusieron varias piezas precolombinas que funcionaban como amuletos, la idea fue ver que la interpretación del mundo de antaño no es tan diferente a la de ahora, ya que como en el pasado, actualmente también se cuenta con amuletos. La segunda exhibición “Los Ecos del Tiempo” se la realiza desde noviembre del 2012 hasta el mes de abril del 2013, cuenta con obras de artistas como Tábara, Maldonado, Viteri, Cifuentes y Almeida. Esta muestra está compuesta casi en su totalidad por obras de la década de los 60, presenta una relectura de un período clave en el arte moderno del Ecuador, mostrando como artistas de hace 4000 años han logrado influenciar a los artistas modernos del Ecuador, es decir, se trata de exponer un diálogo que sugiere que el pasado siempre está presente a pesar de ser reinventado. La exhibición fue curada por el historiador del arte Rodolfo Kronfle y está acompañada de un libro que explica la metáfora de “Los Ecos del Tiempo” (C. Mesías, com. per., 2 de julio del 2012). La exposición contiene casi de un 70% de obras que no se han mostrado ni documentado prácticamente desde su creación; en su mayoría provienen de colecciones privadas (M. Ayala, com. per., 2012); el objetivo es seguir realizando exposiciones temporales novedosas de tal manera que la comunidad pueda participar y así atraer mayor cantidad de visitantes.

2.3.2 Aspectos de la construcción

La Casa del Alabado se encuentra en la calle Cuenca, paralela al convento de San Francisco y al monasterio de Santa Clara, fue construida en 1671 y es una de las más antiguas construcciones civiles del Ecuador. En el año 2006, la Fundación Tolita inició la restauración de la casa a fin de que se pueda convertir en un museo de arte precolombino ecuatoriano. La edificación es mixta de adobe, piedra y madera y la recuperación de la construcción se hizo con adobe y gradualmente sus paredes fueron quedando del mismo color de la el interior del museo, sin embargo, está diseñado en un estilo contemporáneo y abierto, el cual permite que todos los objetos exhibidos puedan ser contemplados

(Fundación Tolita, 2011). Lo que le convierte en una completa obra de arte en el CHQ, ya que conserva los rasgos típicos de las casas de épocas anteriores, es decir, mantiene su imagen de tal manera que les permite a los visitantes transportarse al pasado.

Además, cuenta con dos plantas y amplios espacios internos, y tres patios: uno principal de proporción colonial adornado por un imponente pasamano del siglo XIX; un segundo, íntimo y acogedor cobijado por un pumamaqui, árbol sagrado para los indígenas; y un tercero, pequeño de meditación, decorado por una centenaria y generosa higuera (J. Gómez, com. per., 2013), con lo que se determinó que conserva los detalles de todas las casas coloniales del centro histórico.

Dispone de 14 salas para exposiciones permanentes y una sala para exposiciones temporales, dos salas para el desarrollo de actividades educativas, una tienda en la cual se vende una amplia línea de productos textiles, joyas, cerámica, juguetes, comestibles y papelería, una cafetería, además de un área de servicios y de atención al cliente y servicios higiénicos.

Según el Doctor Cristian Mesías (2012), ex director del museo para el montaje y exhibición de la colección, el artista y restaurador de metales, Francis Galarza, diseñó y elaboró los soportes y dispositivos de sujeción de las piezas dentro de las vitrinas. Dichos soportes, elaborados en acero quirúrgico, abstraen la forma específica de la pieza y se disponen dentro de la vitrina, de tal manera que la sujetan sin que el visitante logre percibirlos; con lo que se trató de apoyar a los artesanos ecuatorianos mediante la utilización de la mano de obra local.

2.3.3 Descripción de las salas de exposición

Cada una de las salas está señalizada de tal manera que el recorrido puede hacerse sin guía (Anexo 15), además se expone información relevante en cada una de las salas, sobre los diferentes mundos concebidos por los ancestros (Anexo 16), y también cuenta con accesibilidad para personas minusválidas (Anexo 17).

La iluminación, la cual es esencial para la construcción de cada tema, es un eje fundamental para mostrar cada una de las piezas (C. Cajas, com. per., 2012), por lo cual la investigadora observó que cada sala cuenta con diferente tipo de iluminación de tal manera que genere un clima que comunica lo expuesto.

El primer piso está previsto de tres áreas destinadas al mundo de los ancestros o inframundo; antiguamente, se creía que ahí moraban los creadores del mundo y celosos guardianes de la sabiduría, a los cuales se recurría con el fin de manejar fuerzas espirituales para mantener la armonía y prevenir al hombre de la catástrofe y enfermedades, es decir para procurar el bienestar humano (C. Cajas, com. per., 2012); dicho espacio no cuenta con luz natural, y sus paredes muestran los adobes que la conforman, de tal manera que se recrea el mundo interior mostrando un escenario oscuro y frío (Anexo 18).

La primer y segunda sala cuenta con 7 vitrinas en las cuales se exhiben alrededor de 13 piezas de la cultura Valdivia; la cual vivió entre los años 4000 y 1500 a.C. y se extendió a lo largo de los valles fértiles de la costa, la cuenca del Río Guayas y el sur de Esmeraldas (Fundación Tolita, 2011), ellos trabajaron en piedra para la elaboración de distintas herramientas y objetos con representaciones de seres abstractos (García, 2006); que se puede entender como objetos inmortales y de sabiduría que simbolizan fuerza y el poder.

Siguiendo el recorrido, se muestra una pieza tallada en piedra correspondiente a la Cultura Manteña – Guancavilca (Gutiérrez, 1998); la cual vivió entre los 1100 y los 1500 a.C. a lo largo de la Costa ecuatoriana desde la Isla Puná, frente al Golfo de Guayaquil hasta Bahía de Caráquez (C. Cajas, com. per., 2012), se puede observar el Anexo 19.

La tercera área representa el submundo o conexión denominado mundo primordial, dentro del cual la principal necesidad de la gente, fue asegurar el flujo de fuerza vital hacia su propio mundo; por lo que realizaban volutas, o espirales y laberintos como representación, simbolizando así el movimiento perpetuo del mundo viviente; un eterno ciclo en el cual se nace, se crece, se mure y se vuelve a nacer (C. Cajas, com. per., 2012). Dentro de esta sala se encuentran 3 vitrinas, la primera es una vitrina horizontal en la que se exponen alrededor de 25 sellos los cuales tienen diversas formas y representan animales, flores, plantas y hasta partes del cuerpo humano, mostrando la creatividad y capacidad artística de los antepasados; además cuenta con una pantalla táctil con información extra sobre los objetos exhibidos.

En la segunda vitrina se encuentran alrededor de 20 objetos entre vasijas, botellas y urnas fúnebres; de la Cultura Chorrera 950 – 350 a.C. que ocupó las costas del Ecuador y se extendieron a lo largo de la Costa del río Guayas y afluente. Vasijas de la Cultura Napo asentada desde 1200 y 1600 d.C. a lo largo del río Napo y sus principales afluentes, dichas vasijas son color crema decoradas con figuras humanas y con representaciones negras,

rojas y blancas de los animales que adoraban el jaguar y la anaconda, y las urnas fúnebres en las cuales se dibujaron una especie de laberintos y dentro de las cuales se depositaban los huesos de sus muertos (C. Cajas, com. per., 2012), observar Anexo 20, lo que muestran su cosmovisión del movimiento del mundo plasmado en dibujos sobre los diferentes objetos.

Finalmente en la tercera vitrina se pueden observar 2 vasijas de la Cultura Chorrera con decoraciones en forma de laberinto que una vez más muestran el flujo de energía en el mundo.

Siguiendo con el recorrido, se usó unas raíces las cuales están ubicadas en las gradas que conectan las salas del inframundo con el Mediomundo y el Supramundo, simulando una conexión entre los mundos.

La siguiente área corresponde al mundo terrenal o Mediomundo, que es el lugar donde se encuentran todos los seres vivos y los materiales a partir de los cuales satisfacen sus necesidades mundanas y espirituales, y gracias a él se puede llenar de la energía que surge del inframundo. Está conformado por los mundos materiales y paralelos (C. Cajas, com. per., 2012), es decir es el mundo de los humanos, animales y planta.

La siguiente sala corresponde al mundo de los materiales, que es el lugar donde los maestros, los cuales cuentan con grandes destrezas artesanales y mediante un proceso cargado de poder y fuerza espiritual transformaban los elementos de la naturaleza en objetos de uso diario o de ritual (C. Cajas, com. per., 2012). En esta sala se utilizó pintura blanca en las paredes, y luz artificial que transmite la idea de estar en un nuevo mundo, además se emite sonidos que crean la idea de que se está construyendo algún objeto. Cuenta con 8 vitrinas y con 4 complementos visuales con los cuales se refuerza información sobre los objetos expuestos.

En la primera vitrina se exponen alrededor de 32 objetos de piedra como morteros, espejos de obsidiana, instrumentos de caza y pesca, piedras de moler y mediante los paneles informativos se puede obtener más información sobre las diferentes clases de rocas, cuales se utilizan para hacer objetos y las técnicas que se realizan con la piedra.

En la segunda y tercera vitrina se exhiben alrededor de 20 objetos de cerámica en forma de mujer y vasijas decoradas con motivos religiosos usados como objetos de uso doméstico y también para ofrendar a los espíritus en ritos relacionados con la agricultura y fertilidad,

piezas sonoras y silbatos (García, 2006), igualmente se muestran figuras humanas de la cultura Chorrera, vasijas, botellas rituales, platos, silbatos, flautas y figurines huecos cada uno elaborado de forma más compleja. Al ser un período de gran comunicación e intercambio entre regiones, se intercambiaron productos agrícolas por piedras, como el cristal de roca, la obsidiana, los que eran útiles para la elaboración de adornos y objetos de poder (Fundación Tolita, 2011); también cuenta con un panel informativo con el cual los visitantes pueden aprender sobre la transformación de la arcilla en un material extraordinario, su utilización y su gran valor simbólico.

La cuarta vitrina expone alrededor de 50 objetos de hueso, madera, textil y concha *Spondylus* que la Cultura Valdivia obtenía de la pesca en aguas profundas y que asimismo era utilizada en ritos para propiciar la producción agrícola, ya que era símbolo de la llegada de lluvias; los huesos representan materiales cargados de fuerza vital debido a que están formados de sustancias duras. Están expuestos amuletos de huesos que sirven como guardianes de la casa y talismanes en curaciones además de adornos para la élite, también se pueden observar cucharas, narigueras, pectorales, demostrando así que los antepasados realizaban estos objetos por necesidad.

En la quinta vitrina se muestran narigueras, collares y placas colgantes elaborados por la cultura Jama-Coaque, quienes mediante técnicas como el martillo y repujado de láminas de oro lograron crearlos (C. Cajas, com. per., 2012), información que se puede obtener del panel informativo ubicado en la esquina de la vitrina. Finalmente en las 3 vitrinas restantes se exponen 3 objetos grandes: una lanza para pesca, una figura zoomorfa y una piedra de moler.

La sala de los mundos paralelos, cuenta con 3 áreas y alrededor de 9 vitrinas, dentro de las cuales se encuentran objetos que se creía que mantenían la comunicación entre los mundos y mantenían el equilibrio del flujo vital, el equilibrio dinámico de la naturaleza y la continuidad de la vida (Fundación Tolita, 2011). Las figuras de dos caras, ubicadas en la primera vitrina suman alrededor de 20 objetos y corresponden de la cultura Chorrera y la cultura Jama-Coaque e indican el principio de la bipartición, que se lo puede concebir como lo bueno y lo malo, el día y la noche, el hombre y la mujer. Además, objetos con simbología de la cuatripartición que se genera cuando las dos mitades se dividen, con lo cual se crean cuatro puntos cardinales y el centro, cuyo esquema representa la geografía sagrada de los mundos paralelos. Además también están expuestos también de vasijas de la

cultura Guangala 200 a.C. 800 a.C. que estuvo ubicada en la actual población de la Libertada, en la desembocadura y en la lomas de las Cordilleras de Chongón Colonche de los ríos y la Cultura Manteña – Guancavilca 1100 d.C. – 1520 d.C.; vasijas con registros horizontales con diseños simbólicos que señalan de manera general cada nivel del cosmos. En la segunda y tercera vitrina se exponen alrededor de 7 objetos entre maquetas de casa, vasijas zoomorfas y cuecos con representaciones de dualidad.

En la vitrina 4 y 5 se observan 3 objetos de mujeres embarazadas, parejas de humanos con bebés y mamás dando de lactar, los cuales representan la fertilidad y la contribución a la continuidad del ciclo de la vida para mantener la comunicación entre los mundos. En la vitrina 6 se muestra alrededor de 13 figuras Valdivia que representa la figura femenina y que se usaron en rituales de fertilidad y la vitrina 7 expone chamanes de la Cultura Jama - Coaque, Carchi – Pasto y Valdivia que eran considerados seres especiales con plantas y espíritus y cuyo objetivo es curar y liberar a la gente sus energía negativas y de enfermedades (C. Cajas, com. per., 2012) y que servía de intermediario entre los mundos y cuya existencia se da hasta el día de hoy se mantiene en ciertos lugares del país.

En la última área, se encuentra 2 vitrinas en las que se muestran alrededor de 24 objetos, los cuales representan la importancia que dieron los ancestros a los alimentos y al bienestar diario, por lo que crearon artefactos para regar la chicha sobre la tierra, ofrendado así a la Pachamana y asegurando la abundancia de la cosecha es decir vitrina. Además, se exponen otras piezas entre vasijas fitomorfas, zoomorfas, figuras humanas, figuras de animales en las que se usaban abundante color blanco y rojo de las plantas y animales como símbolo de fecundidad (C. Mesías, com. per., 2012), con lo que se asocia a la producción de comida y de abundancia, un detalle importante es la utilización del color rojo asociado a la fertilidad.

En la mitad de la casa, hay otra sala la cual permitirá conocer el axis mundi, es decir, el eje que mantiene el equilibrio del cosmos y la comunicación entre los mundos; y cuyos intermediarios humanos (chamanes) abren las puertas para establecer conexión entre su comunidad y otros mundos. Los portales que usaban eran tumbas, lagunas, manantiales, cavernas, espejos, troncos y huecos en la tierra para establecer dicha conexión (Fundación Tolita, 2011), es decir que era la conexión entre los mundos y que permitían el flujo de energía entre ellos.

Cuatro salas están dedicadas al Supramundo, donde habitan dioses y semidioses, impartiendo orden y justicia; guía, vigilan, protegen y hasta castigan a quienes habitan en el medio mundo, convirtiéndose en objetos de veneración, temor y respetos, adquiriendo formas míticas zoomorfas o encarnándose en elementos de la naturaleza (C. Cajas, com. per., 2012); es decir seres especiales cuyos actos y cualidades trascienden la común y cotidiana mundanidad de los seres del mundo de los vivos.

En la sala correspondiente al Mundo espiritual del Chaman, se pudo observar 102 objetos distribuidos en las diferentes vitrinas; éstos eran considerados como depositarios de conocimientos milenarios de sus pueblos y se encargaban de las actividades rituales necesarias para el bienestar común. Cuando participaban en dichos rituales, se sometían a largos y peligrosos actos de preparación, para lo cual llevaban armas y una indumentaria protectora incluido el metal, pintura roja y tatuajes corporales; en algunos casos se comunicaban con espíritus peligrosos, con los cuales muchas veces debían luchar (Fundación Tolita, 2011);

Dentro del área del Supramundo, se encuentra un área destinada al Mundo de las Elites, que fue el grupo social que manejo el poder y liderazgo, además de mantener la comunicación con los ancestros y el manejo con los otros poderes en los mundos paralelos, la construcción de vínculos parentescos y la creación de dependencias políticas en el mundo terrenal. Ellos adornaban su cuerpo con objetos de poder, y realizaban actividades como muestra de su riqueza material y espiritual; ofrecían sacrificios y prisioneros de guerra a los espíritus, evidenciaban así su habilidad de manipular el poder y reforzar su liderazgo (C. Cajas, com. per., 2012), dichos objetos están expuestos en vitrinas y suman alrededor de 52.

Finalmente, está la sala denominada “Joyas del Alabado” que cuenta con 11 vitrinas y que expone alrededor de 32 piezas que son consideradas como las mejores pieza del museo, son joyas únicas, porque son magníficas obras de arte, piezas de extraordinarias cualidades tecnológicas y artísticas (C. Cajas, com. per., 2012), presentadas en un lugar minimalistas lleno de luz natural y rodeada de plantas naturales superpuestas en una de las paredes de la sala; teniendo como objetivo que las piezas brillen como verdaderas obras de arte.

De igual forma, hay una sala denominada “Arqueología de sitio Funeral”, la cual posee complementos visuales como videos y fotografías de excavaciones arqueológica, que

permiten enriquecer la comprensión de la información expuesta. Dichas tumbas eran concebidas como portales que servían para comunicarse y relacionarse con seres de mundos paralelos y el pozo vertical de la tumba rememora el axis mundi, conducto que permite el tránsito de almas, ofrendas, fuerza vitales y mensajes desde un mundo a otro. En el contexto funerario, estos objetos simbolizaban que a partir de la muerte y la putrefacción se daba el inicio de un proceso de renacimiento, es decir el proceso de renovación de la vida (C. Cajas, com. per., 2012), con lo que se comprende la cosmovisión de la indígenas desde el inframundo hasta el supramundo.

Asimismo, cuenta con una sala multimedia, en la cual se proyectan animaciones para niños sobre cómo vivían las sociedades precolombinas, qué hacían y dónde habitaban, es decir una información cronológica completa de las culturas que habitaron el Ecuador, con lo que se pretende que los visitantes aprendan de la historia del Ecuador de una manera más dinámica.

2.3.4 Conservación

Según el Director el Dr. Jorge Gómez (2013), las piezas fueron conservadas antes de llegar al museo de manera privada, cada una dependiendo del grado en que se encontraban; por ejemplo, las piezas pequeñas sólidas no necesitaron intervención del mismo tipo que las piezas grandes y con mayor fragmentación; es decir que se tuvo que realizar una evaluación antes de que las mismas entren a formar parte de la colección del museo, además se realiza un cronograma de conservación preventiva, con el que se determina las gestiones que se debe hacer para evitar el deterioro de las piezas.

Como se pudo observar todos los objetos se encuentran dentro de vitrinas de vidrio, y según Ayala (2012) las mismas están cubiertas con protectores de filtros UV para proteger de la luz y el calor que emiten la luz artificial. La limpieza se realiza una vez a la semana para eliminar polvo y evitar hongos y bacterias en los objetos; también se realiza una inspección visual de los lugares más húmedos de la casa, con el fin de preservar cada uno de los objetos del museo. Al mismo tiempo, cuenta con un depósito o bodega donde se guarda los objetos que no están en exhibición, los cuales también se encuentran en continuo monitoreo (C. Mesías, com. per., 2012), para evitar daños en las piezas para su futuro uso, ya sea en una exhibición temporal o permanente.

2.4 Estructura museológica del Museo Casa del Alabado

2.4.1 Teoría

La concepción general de la nueva museología, nace a partir de una reflexión crítica sobre los avances y limitaciones que caracterizaba al museo tradicional. Museos que incorporaron nuevas formas de concebir y construir el espacio arquitectónico, propuestas sin precedentes en el diseño y montaje museográfico, la elaboración de guiones científicos con el sello de las nuevas teorías y métodos de la investigación social, en el uso de modernas tecnologías educativas y pedagógicas y, en los nuevos esquemas de inventario, conservación y seguridad de los acervos patrimoniales (Desvallées y Mairesse, 2010), cada uno de estos detalles se pueden ver plasmados en el museo ya que se ha procurado utilizar última tecnología, la cual motiva a los visitantes a querer aprender más sobre lo expuesto en el museo.

Según Navarro (S/F), afirma que los museos de arte y arqueología nacen como continuación de la vocación de "bosque sagrado" que mostraban los templos de la antigüedad; sin darse cuenta que todo espacio museístico descontextualiza y consagra a los objetos; por lo cual, los museos de arte no necesariamente responden a una necesidad de saber sino de poseer y mostrar. El Museo la Casa del Alabado, no es otra cosa que un museo de arte colonial que pretende hacer entender la cosmovisión andina y la relación que tiene con el mundo actual.

2.4.2 Funcionamiento

El guión museológico se inspiró en la exaltación del ser humano y fue creado por las arqueólogas Karen Stothert y Clemencia Plazas (C. Mesías, com. per., 2012), la idea es mostrar a través de los objetos como los indígenas entendían la espiritualidad, el mundo y el universo, preocupándose del aspecto educativo para lo cual se utilizan pantallas táctiles y proyección de videos para que los visitantes pueden entender los conceptos de manera más fácil.

La Fundación Tolita es una entidad sin fines de lucro y es la encargada de la administración de la casa, tiene como objetivo proteger el patrimonio cultural de la nación a través de la custodia de las piezas que conforman la colección del museo, además de promocionar, preservar y conservar las piezas que conforman la colección de la casa

(Fundación Tolita, 2011), sin lugar a duda un lugar lleno de enseñanza que permite que cada uno de los que visita conozcan algo nuevo sobre las ideologías de los antepasados.

Se realizó un mapa del museo, de tal manera que se pueda tener una idea clara de la ubicación de cada una de las salas (Anexo 21).

El museo ofrece guianza tanto en español como inglés, para lo cual cuenta con 2 guías de planta, en horarios de martes a sábado de 9:30 am a 5:30 pm y domingos y feriados de 10:00 am a 4:00 pm y el precio de sus entradas es de \$4 para extranjeros, \$3 nacionales, \$1 estudiantes y \$50 niños y tercera edad. Además, cuenta con audio guías (Anexo 22), visitas guiadas, visitas para invidentes, ingreso adecuado para discapacitados y un ascensor para llegar al segundo piso, el cual no interfiere con el diseño interior de la vivienda, lo que demuestra el interés de la administración por incluir a todos los segmentos de mercado, permitiendo que las personas con discapacidad tengan una experiencia diferente y se sientan parte de la sociedad.

2.4.3 Historia

Es una elegante casa del siglo XVII que sirvió de hospedaje tanto para los personales ilustres como para familias de escasos recursos. Desde siempre se la conoció como Casa del Alabado, ya que tiene una inscripción en el dintel de su puerta principal “Alabado sea el santísimo sacramento”, es decir una oración como agradecimiento a la terminación de la construcción, en la que se afirma que fue construida en 1671, por lo que es una de las edificaciones civiles más antiguas de la capital y del país. Se comenzó a remodelar en el año 2006, y su restauración estuvo a cargo del arquitecto Luis López, especialista en arquitectura histórica, quien a partir del análisis testamentario del inmueble devolvió su original estructura respetando todos y cada uno de sus materiales (C. Mesías, com. per., 2012), adaptando tecnologías contemporáneas para su nueva función como museo (J. Gómez, com. per., 2013), detalles que se los puede observar al momento de visitar el museo.

La Fundación Tolita fue la que decidió comprar esta vivienda antigua, posteriormente 3 familias decidieron unirse a este proyecto, mediante la donación de piezas coleccionadas y así fue como se logró crear el museo. La colección de la familia Rivadeneira – Quevedo, logró reunir piezas que dan testimonio de la magnificencia de las grandes élites del pasado. La colección Klein- Viteri muestra piezas que hablan de la contemporaneidad de los conceptos estéticos que tenían los pueblos antiguos y finalmente la colección de las

familias Cruz – De Perón muestra objetos del diario vivir de los artesanos antiguos (M. Ayala, com. per., 2012), con lo que se puede entender la cosmovisión de los pueblos pasados y su gran poder de imaginación para crear objetos de gran utilidad, mediante la utilización de diferentes materiales.

Según Ayala, (2012) cada uno de las piezas expuestas son las que tienen mayor calidad artística, y su colección es de aproximadamente cinco mil obras de arte precolombinas, recuperadas desde todas las regiones del Ecuador, las cuales abarcan alrededor de siete mil años de historia, desde los primeros aldeanos Valdivia, hasta la ocupación Inca en el Ecuador.

El objetivo es que a través de su exhibición, el público ecuatoriano y extranjero pueda conocer más sobre las culturas del Ecuador (Fundación Tolita, 2011); de tal forma que se pueda desarrollar el conocimiento y el orgullo del pasado del Ecuador.

El Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado recibió el Certificado a la Excelencia para el 2012, del portal de turismo TripAdvisor, la red de viajeros más grande del mundo, este galardón reconoce la excelencia de los lugares de interés mejor valorados; y se concede a los establecimientos que hayan recogido las mejores evaluaciones de los usuarios de esa web. Para obtener ese certificado, los lugares turísticos deben mantener una puntuación general de cuatro puntos o más sobre cinco en base a las opiniones de los usuarios del sistema de evaluación turística. El portal se ha convertido en el lugar donde los viajeros pueden consultar los lugares turísticos de cualquier destino y, sobre todo, contrastar las opiniones de cientos de viajeros que califican y dan una visión personal del lugar que visitaron. (El Comercio, 2012); con lo que se reafirma que el museo es un lugar que de gran interés para los turistas.

3. CAPÍTULO III: DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística corresponde a las acciones que toman los turistas con respecto a los bienes que quieren adquirir, por lo cual el análisis de los visitantes es clave ya que con ello se determinara los cambios en la demanda de los museos; la información obtenida será de tipo descriptivo, puesto que se examinará cada pregunta y se emitirá criterios y además se analizará el impacto sobre el entorno.

3.1 Características generales de la demanda y la oferta

No existen datos oficiales sobre el perfil de los visitantes a la Casa Museo de María Augusta Urrutia, ni al Museo Casa del Alabado, ni tampoco su satisfacción dentro de los mismos, por lo que se aplicará encuestas a los visitantes.

3.1.1 *Análisis del mercado actual*

El turismo es un fenómeno social que surge como consecuencia del grado de desarrollo que con el transcurso del tiempo, ha ido adquiriendo la humanidad, según Acerenza (2006) no es ya una simple forma de distracción, sino que se ha convertido en un derecho adquirido por la sociedad para su distracción física, moral e intelectual. En la actualidad, es una de las actividades más dinámicas del capitalismo global, su importancia se aprecia en la aportación que tiene en la generación de riqueza (OMT, 2011); emerge como parte del modelo capitalista capaz de transferir capitales de cualquier parte del planeta, a regiones donde las condiciones no son las mejores, siendo un vehículo adecuado en el tránsito de estas regiones hacia la inserción en los circuitos globales (Camelo y Ceballos, 2012); es decir que brindan la oportunidad a los países y regiones menos desarrollados de integrarse en el mercado mundial, lo que permite mejorar la calidad de vida de varios destinos turísticos que consideran esta actividad como fuente generadora de empleo.

El tipo de turismo que comienza a darse por el año 1950 hoy ha sufrido profundos cambios, las exigencias y expectativas de los turistas son cada vez mayores, los cambios en la demanda, la búsqueda de nuevos nichos para su ampliación y crecimiento; son factores que han influido en la generación de nuevas formas de turismo. Uno de los rasgos más significativos de la industria turística actual es el creciente interés por el patrimonio cultural y natural, que se evidencia en el número progresivo de destinos cuyo producto básico se sustenta en los valores históricos y culturales y es una de las formas más directas de revalorizar el patrimonio (Núñez, 2004), por lo que se analizará la demanda del Centro

Histórico de Quito (CHQ) basándose en el turismo cultural que se muestra como una alternativa ya que se encuentra entre las principales motivaciones de la demanda actual.

Otro aspecto importante que se pudo determinar dentro de la demanda del turismo cultural, es que no todos los visitantes son turistas extranjeros, sino que son demanda nacional, lo cual evidencia la importancia de la demanda local en la gestión turística del patrimonio cultural. El atractivo y el potencial turístico del Ecuador se han constatado en los últimos años, con un incremento en la demanda real de la oferta turística que ha acompañado a las operaciones culturales y de promoción turística desarrolladas (Corporación Metropolitana de Turismo, 2007); con lo que corroboró que el turismo es una alternativa de desarrollo económico y social para el Ecuador.

Según Moragas (1994), la ciudad turística y el patrimonio cultural hay que considerarlos como un elemento más de los ingredientes del producto turístico; por lo que la Ciudad de Quito en especial su centro histórico se encuentra promoviendo de gran manera todos sus lugares patrimoniales desde monumentos hasta museos. Además, se pudo evidenciar la rehabilitación de las áreas de CHQ a través de proyectos que han ayudado a la conservación del patrimonio cultural, mediante la intervención visible de la arquitectura patrimonial tanto de la vivienda como de establecimientos de servicios de hospedaje y alimentación, los cuales en los últimos años se han proliferado de tal manera que pueden satisfacer las necesidades de quienes visitan el centro histórico; puesto que, se crea competencia con los locales tradicionales y a su vez mejoran la calidad de su prestación de servicio.

Por otro lado, se desarrollan diversos eventos culturales los cuales se han convertido en una opción más en las actividades que los turistas tanto nacionales como extranjeros pueden realizar; entre las actividades más importantes están las noches patrimoniales que se llevan a cabo los días sábados y en las cuales se realiza teatro, música, títeres, danza y juegos tradicionales, también se puede formar parte de las visitas guiadas por personajes históricos quienes explican de manera divertida la historia y leyendas de los diferentes elementos patrimoniales del CHQ.

El CHQ es una importante zona social y cultural, y se lo puede considerar como un destino turístico de gran importancia ya que varios de sus atractivos entre sus plazas, monumentos, iglesias y museos, forma parte de los city tours de las agencias de viaje, promoviendo el turismo del lugar.

Según Monreal (2011), los datos estadísticos relativos a la frecuentación de museos en el mundo industrializado son muy significativos, indican que los museos están en una curva claramente ascendente; por lo que sus visitas han aumentado, proporcionalmente, mucho más que la de cualquier otro medio de comunicación, ya que son algo más que solo un conservatorio de colecciones, son organizaciones de esparcimiento y educación; lo que se pudo evidenciar al visitar los museos del CHQ puesto que se los usuarios están aprovechando al máximo la información que proporciona cada uno de ellos, además es importante mencionar que la población local también muestra gran interés en obtener información sobre la historia y a la vez satisfacer las necesidades de pasatiempo, de tal manera que facilita el proceso de aprendizaje y a la vez reafirma la identidad de quienes los visitan.

Quito cuenta con alrededor de 57 museos (Celi, Bedoya y Cevallos, 2011); de los cuales 22 museos se encuentran ubicados en el centro histórico. Observar anexo 24. (R. Salazar, com. per., 8 de enero del 2013).

En el trabajo de campo realizado, se determinó que hay 3 Casas Museos, las cuales podrían ser sus potenciales competidores; sin embargo esta Casa Museo posee destacables características intrínsecas, además de su valor patrimonial que encierra la arquitectura y los objetos que la componen. A continuación, una breve síntesis de sus principales competidores:

- La primer corresponde a la Casa Museo de Sucre ubicado en la calle Venezuela N573 y Sucre, la cual pertenece al Ministerio de Defensa y está abierto desde el año de 1977, se pudo observar muebles de la época, objetos personales y de guerra del Mariscal y de su esposa Mariana Carcelén. Este lugar tiene algunas de sus salas cerradas, ya que se está realizando adecuaciones de las mismas, y recibe alrededor de 14.000 visitantes al año (A. Toral, com. per., 17 de enero del 2013)
- La Casa de Manuelita Sáenz está ubicada en la Calle Junín OE 113 y Montufar, este museo se abrió en el año 1994 y trata de rescatar lo olvidado de la historia de la Independencia mediante la exposición de objetos personales, armas y obras de arte (A. Cevallos, com. per., 24 de enero del 2013), las cuales se pudieron observar en la visita al lugar; cabe mencionar que este lugar no cuenta con guías de planta lo que ocasiona que los turistas pierdan el interés en visitar este lugar.

- Y finalmente, el Museo Casa de Benalcázar ubicado en la calle Olmedo y Benalcázar, fue el lugar donde vivió el conquistador Sebastián de Benalcázar durante el siglo XVI; cuenta con una exhibición de arte colonial y además en su interior reposan bienes artísticos de la Escuela Quiteña (G. Fernández, com. per., 29 de enero del 2013).

Con lo que respecta a museos de arte se pudo determinar que hay 3 museos de arte; sin embargo cada uno de ellos expone obras de arte, pintura y/o fotografías con lo que se establece la clara diferencia entre las obras de arte expuestos en estos museos y las obras expuestas en la Casa del Alabado; ya que por poseer un estilo museográfico único y realizando la cosmovisión andina, aspectos que tan solo se conjugan de una manera armónica y vanguardista en este Museo, se concluye que ninguno de los siguientes museos expone de esta manera y llega a los visitantes como la Casa del Alabado:

- Museo de Arte Colonial ubicado en las calles Cuenca y Mejía, incluye en sus colecciones obras de arte del período Virreinal, como pinturas, muebles, textiles documentos, numismática y miniaturas de los siglos XVI a principios del XIX (X. Morales, com. Per., 23 de enero del 2013).
- Museo de Arte Contemporáneo ubicado en la calle Luis Dávila y Venezuela, cuenta con numerosas salas para exhibiciones; espacios para la pintura, teatro, danza, escultura, fotografía, artes visuales y digitales (F. Andrade, com. per., 6 de febrero del 2013).
- Museo Camilo Egas se encuentra en la calle Venezuela 1302 y Esmeraldas, muestra obras del pintor y además obras temporales con tendencias actuales; por otra parte, ofrece un espacio abierto donde niños y jóvenes puedan interactuar con el arte, estimulando la creatividad y aprendiendo de una forma diferente (A. Chávez, com. per., 24 de enero del 2013).

3.1.2 Resultado de las encuestas del museo de María Augusta Urrutia

El objetivo de realizar estas encuestas fue conocer las principales características de los visitantes, motivaciones y satisfacción de los mismos al visitar el museo.

3.1.2.1 Análisis del perfil de los turistas

Para realizar el estudio de mercado se tomó en cuenta el número de turistas que visitaron el Museo Casa de María Augusta Urrutia en el año 2012; según los datos de la Administración del museo, el número de turistas fueron de 15000.

La encuesta (Anexo 23), fue aplicada tanto a visitantes nacionales como extranjeros, es decir se utilizó el formato de encuestas en español e inglés.

La muestra se calculó a través de las siguientes consideraciones: Nivel de confianza es de 95% con un grado de error del 5%. La probabilidad de ocurrencia es del 90% (0.9).

Se aplica la fórmula de la muestra:

$$n = (Z^2 P Q N) / (N e^2 + Z^2 P Q)$$

Nivel de confianza (Z) = 1.96

Grado de error (e) = 0.05

Universo (N) = 15000

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.9

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.1

$$n = ((1.96)^2 (0.9) (0.1) (15.000)) / ((15.000) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.9) (0.1))$$

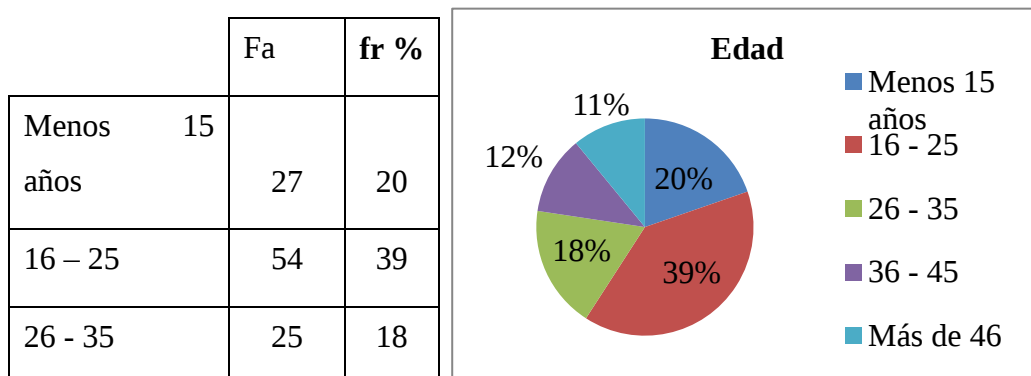
$$n = ((3.84) (0.09) (15.000)) / ((15.000) (0.0025) + (3.84) (0.09))$$

$$n = 5184 / 37.5 + 0.35$$

$$n = 136,96$$

$$n = 137$$

Gráfico 1: Distribución por edad



36 - 45	16	12
Más de 46	15	11
	137	100

Según los datos obtenidos en las 137 encuestas, se ha podido determinar que la edad de los turistas que más frecuentan el Museo Casa de María Augusta Urrutia oscila entre rangos predominantes de 16 a 25 años, con presencia porcentual del 39%, es decir joven que tienen motivaciones de conocimiento estudiantil para visitar el lugar.

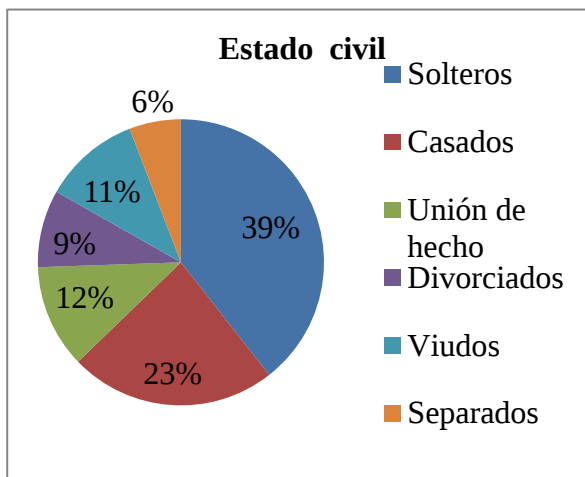
El segundo rango de edad considerable es el comprendido entre menos de 15 años, que corresponde al 20% personas jóvenes, con lo cual se determina que este museo es visitado por estudiantes, interesados en los temas expuestos por el museo ya sea por un interés académico, afirmando uno de los objetivos de los museos de completar y/o apoyar a los proceso educativos.

- *Sexo*

Según los datos se ha podido determinar que el visitante del museo es predominantemente femenino ya que el 58% son mujeres, debido muy probablemente por el contenido de las exhibiciones y por la relación de género con la dueña de la casa, el desarrollo de la vida de la mujer ecuatoriana tomando como ejemplo a María Augusta Urrutia a través de los objetos usados en el común acontecer cotidiano del pasado, la casa y el contenido histórico de la misma de tal manera que se puede aprender de las actividades de dicha mujer en tiempos pasados.

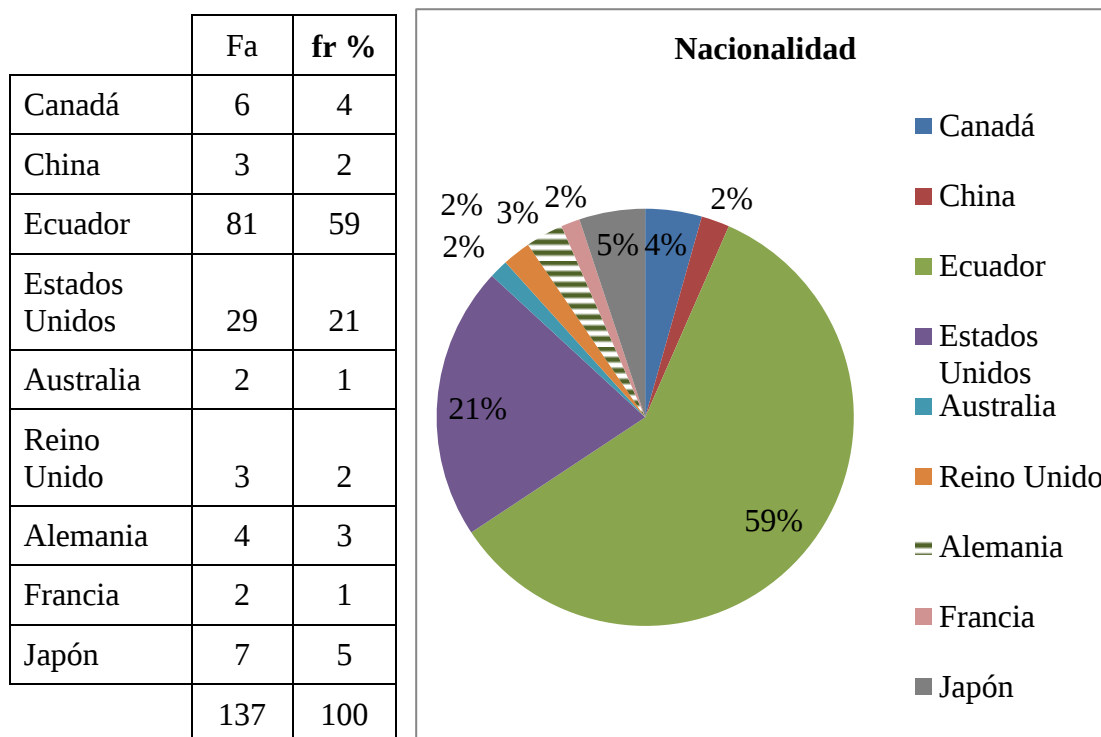
Gráfico 2: Estado Civil

	Fa	fr %
Solteros	54	39
Casados	32	23
Unión de hecho	16	12
Divorciados	12	9
Viudos	15	11
Separados	8	6
	137	100



Si se combina las 2 variables estado civil y edad se obtiene que el público visitante del museo está compuesto por adultos jóvenes que tienen o han tenido una relación de pareja, mencionando que el 23% están casados y que en mucho de los casos visitaron el museo junto a su familia, sin embargo existe un porcentaje mejor del 39% de solteros que se lo relacionara con los jóvenes quienes realizaron su visita solos o en grupo.

Gráfico 3: Nacionalidad



En base a la respuesta de los usuarios se determinó que los visitantes del museo son en su mayoría ecuatorianos que representa el 59%, mientras que el 28% corresponde a países donde su idioma oficial es el inglés representado por Estados Unidos, Canadá, Australia y el Reino Unido; con lo que se puede establecer la importancia de guías en este idioma dentro del museo.

- *Profesión*

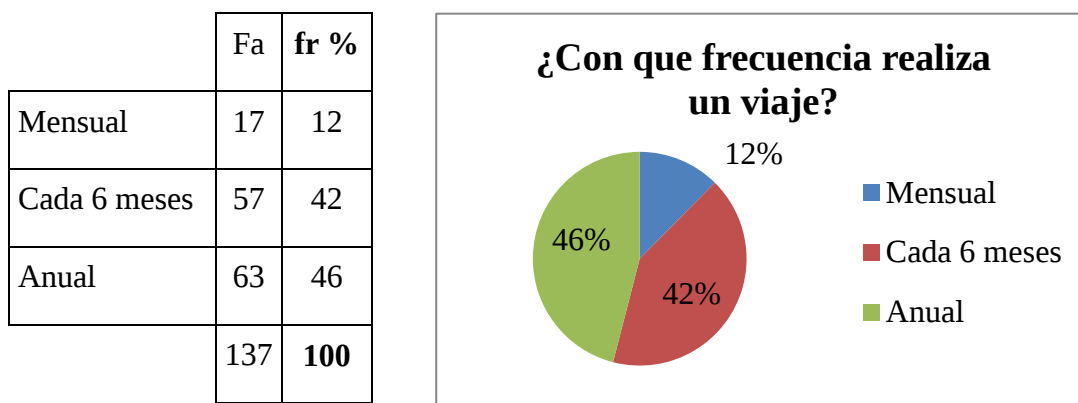
En base a su actividad laboral se puede categorizar en: estudiantes, trabajadores y no trabajadores (jubilados, desempleados y/o dedicados a las tareas domésticas) concluyendo que el 62% son estudiantes de diferentes niveles académicos quienes visitan este lugar cumpliendo con las tareas encomendadas por sus maestros y a la vez para poder aprender acerca de cómo se desarrollaba la vida en el pasado, con intereses relacionados al turismo y el 19% corresponde a periodistas, fotógrafos y educadores; los cuales llegan a la Casa-

Museo para adquirir mayor información y poderla transmitir a los demás, es decir motivados por su profesión. Existe una relación significativa entre la ocupación y la edad, determinando que aquellos visitantes comprendidos en el rango de menos de 15 años a 25 años son estudiantes, de 26 a 45 años son trabajadores y de más de 46 son años corresponden a no trabajadores.

- *Nivel de estudios*

Se pudo determinar que el 54% de los usuarios de los museos cuentan con educación superior, determinando así la estrecha relación con la edad promedio de 26- 45 años de edad, además de su claro interés profesional.

Gráfico 4: ¿Con qué frecuencia realiza un viaje?



Según los datos se obtuvo que casi el 50% realizan viajes por lo menos una vez al año con lo que se determina que son viajeros ocasionales que muy probablemente llegaron al CHQ atraídos por sus atractivos de gran contenido cultural, religioso e históricos que conquistan a los turistas tanto nacionales como extranjeros.

- *¿Cuánto dinero está dispuesto a gastar en la visita a un museo del Centro Histórico de Quito?*

Se determinó que, el 71% de turistas están dispuestos a pagar de 1 a 4 dólares en la visita a un museo, con lo que se puede evidenciar que el costo de visita es el adecuado y que en cierta manera se podría incrementar su valor.

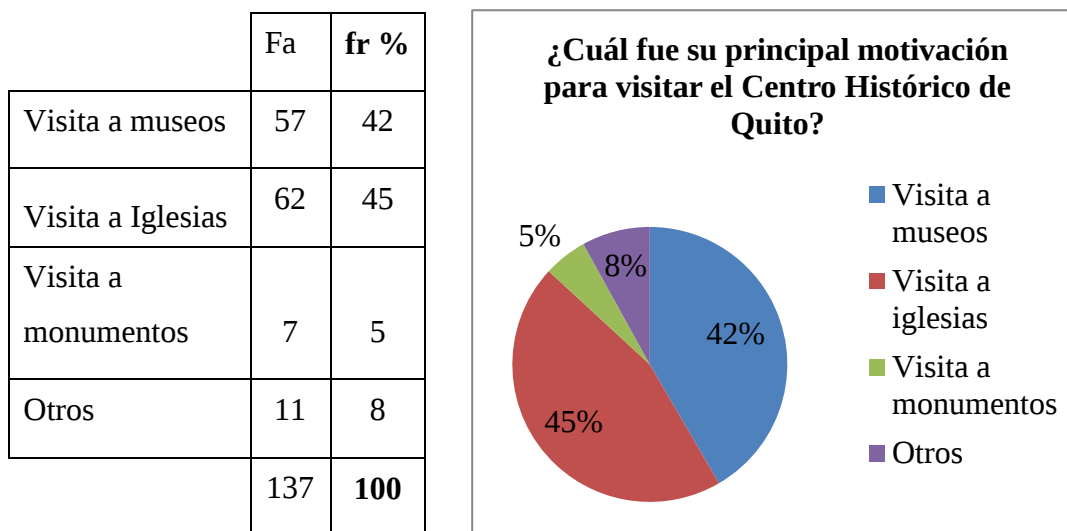
- *¿Qué tipos de museo le gusta visitar?*

Con esta pregunta se logró determinar que 88% de los turistas prefieren visitar museos relacionados con el arte, historia y vida de los personajes importantes, mostrándose

bastante interesado en la información que podían obtener dentro de este lugar, ya que la Casa-Museo cuenta con información sobre el desarrollo de actividades en épocas pasadas.

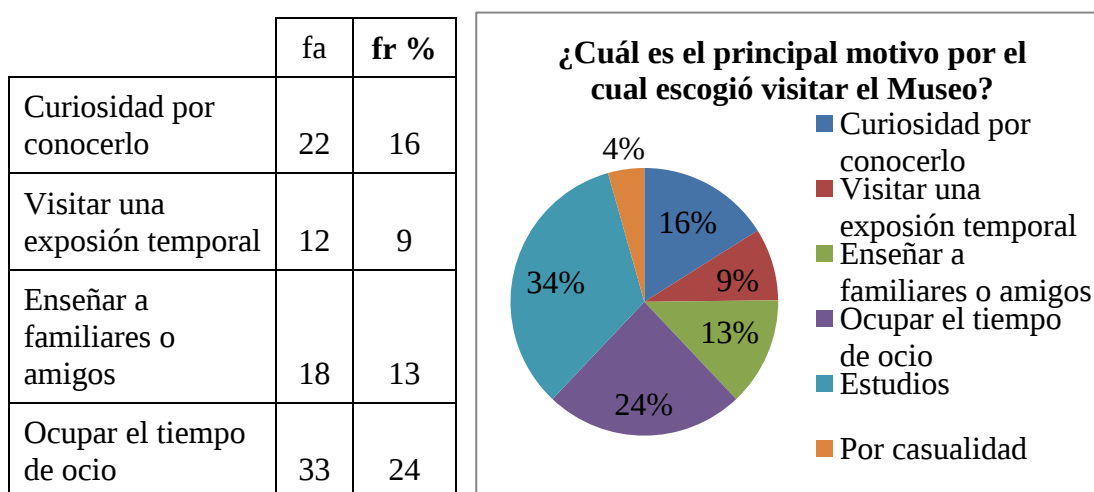
3.1.2.2 Análisis de las motivaciones de visita

Gráfico 5: ¿Cuál fue su principal motivación para visitar el Centro Histórico de Quito?



Se determinó que la mayor motivación fue la visita a las iglesias con lo que podemos concluir que se debería trabajar más en la imagen de la ciudad con respecto a los museos y en el caso puntual del Museo de María Augusta Urrutia se puede establecer que los visitantes llegaron a CHQ sin tener clara su visita a dicho museo a pesar de tener un alto porcentaje de en la motivación.

Gráfico 6: ¿Cuál es el principal motivo por el cual escogió visitar el Museo?



Estudios	46	34
Por casualidad	6	4
	137	100

Se puede determinar que el 34% de usuarios mencionaron que su principal motivación fue los estudios, lo que da la pauta para realizar convenios con instituciones educativas de tal manera que se logre aumentar la visita de estudiantes de todos los niveles, y así crear un hábito de visita no solo por obligación si no que sea una visita espontánea en la cual puedan auto educarse. Además, el 24% menciona que visitan el Museo por ocupar el tiempo libre de tal manera que el museo si despierta el interés de quienes visitan el CHQ, sin embargo se debe mejorar la publicidad del mismo, realizar convenios con otros establecimientos del CHQ y aumentar las actividades dentro para captar mayor cantidad de visitantes.

- *¿Qué esperaba encontrar en el museo?*

Las expectativas de los visitantes fueron cubiertas ya que en su mayoría, es decir el 95% esperaban encontrar obras de arte, muebles antiguos y pinturas con lo que se puede concluir que la imagen del museo frente a los usuarios está bien encaminada ya que tienen bastante claro el contenido de la Casa- Museo, esto también refleja la satisfacción que tiene el visitante al encontrar espectaculares objetos del siglo XIV ubicados en cada rincón de la casa.

3.1.2.3 *Análisis de la satisfacción del turista*

- *¿Se ha sentido espectador o involucrado en el museo?*

Se pudo concluir que el 52% de los visitantes aún se sienten como espectadores por lo cual se debe prestar mayor atención con las actividades que se realizan dentro del museo de tal forma que se aumente la participación de los turistas y así puedan sentirse como parte activa del museo.

Valore el nivel de satisfacción de la prestaciones de servicios y facilidades en los museos, mediante una escala de 4 puntos: 1- nada satisfecho, 2 - poco satisfecho, 3: satisfecho o 4 - muy satisfecho.

- *Atmósfera / Ambiente del museo*

Se concluye que apenas el 30% se encuentra totalmente satisfecho con el ambiente del museo por lo cual se debería tomar en cuenta ciertos detalles que ayuden a mejorar la precepción de los turistas, quizá ciertas áreas que aparentemente están en estado de abandono en especial las áreas correspondientes a la parte posterior de la casa y zonas que se encontraban en restauración durante un largo período, quitando así la posibilidad de los turistas de observar dichas salas.

- *Exposiciones del museo*

El 72% de los visitantes se mostraron muy satisfechos con las exposiciones dentro del museo, lo que muestra que el museo cuenta con verdaderos tesoros de la estética europea en lo que respecta a decoración de interiores y artefactos de uso doméstico, sin dejar de lado que el 28% manifestó estar únicamente satisfecho con las exposiciones por lo que se debería mostrar nuevos objetos que se encuentran almacenados en la bodega.

- *Disposición / presentación de las exposiciones*

El 75 % de los encuestados indicó que se encuentran muy satisfechos con la manera de presentar las exposiciones, es decir ésta permite imaginarse como las damas de sociedad del pasado llevaban su vida diaria, en especial Doña María Augusta Urrutia quien no solo estuvo preocupada de su familia si no que también de los más necesitados.

- *Temas de las exposiciones*

Se determinó que 87% se encuentra satisfecho frente a un 12% muy satisfecho con lo que comprende que las salas de la Casa- museo están bastante organizadas de tal forma que pueden mostrar el desarrollo de actividades en años pasados.

- *Posibilidad de aprender algo nuevo*

El 82% de los usuarios del museo mencionaron estar muy satisfechos, ya que durante el recorrido tuvieron la posibilidad de conocer algo nuevo; con lo que se puede relacionar a los estudiantes quienes mantiene un alto porcentaje de visitas, sin embargo, es importante destacar que también existe un 18% que se encuentra únicamente satisfecho sobre este tema.

- *Eventos organizados por los museos*

Más de la mitad de los visitantes, es decir el 66% se mostró satisfecho con relación a esta pregunta por lo que se debe aumentar el desarrollo de eventos, de tal manera que con éstos

se pueda dar a conocer más el museo; se puede aprovechar el hecho de que el museo ha funcionado varias veces como lugar para matrimonios civiles con lo que puede generar un mayor número de visitas e ingresos.

- *Apto para niños*

El 65% considera que se encuentra satisfecho con los servicios que presta para los niños es decir que el museo se preocupa de todos los segmentos de mercado, sin embargo, no está totalmente satisfecho por lo cual se debe mejorar ciertos detalles que permitan de manera más fácil comprender la información que quieren transmitir los guías.

- *Posibilidad de participación activa*

El 48% se manifestó poco satisfecho con esta pregunta con lo cual se debe enfocar totalmente en el desarrollo de actividades que permitan la participación de los visitantes; con la información que se proyecta en la sala de uso múltiple al inicio del recorrido, se podría elaborar un cuestionario el cual de la posibilidad de participar a los turistas durante todo el recorrido.

- *Horarios de apertura y cierre del museo*

Con relación a los horarios de apertura y cierre del museo, el 88% está muy satisfecho es decir que su prestación de servicios está siendo percibida como buena, sin embargo, algunos de los visitantes sugirieron que se debería abrir el museo los días lunes, al menos en horario de la tarde.

- *Explicaciones en las salas*

El 57% manifestó que se encuentra poco satisfecho con las explicaciones que pueden encontrar en las salas; a lo que la Directora Verónica Mora acotó que al realizarse todas las visitas guiadas no es necesario la ubicación de información extra en las salas, además que las exhibiciones contienen bastantes objetos sería imposible colocar información en cada uno, sin embargo es recomendable colocar información general en cada sala.

- *Visitas guiadas*

El 65% se manifestó muy satisfecho con la guianza, sin embargo existe un 35% que no se mostro muy satisfecho, indicando que en el caso de ser visitas guiadas en inglés no había suficientes guías que puedan prestar este servicio, por lo cual se debe procurar tener al menos un guía bilingüe. Además mencionaron que en mucho de los casos el recorrido fue

bastante monótono, ya que dichas guías fueron dirigidas por los pasantes del museo, siendo aburridas y además mostraron inseguridad.

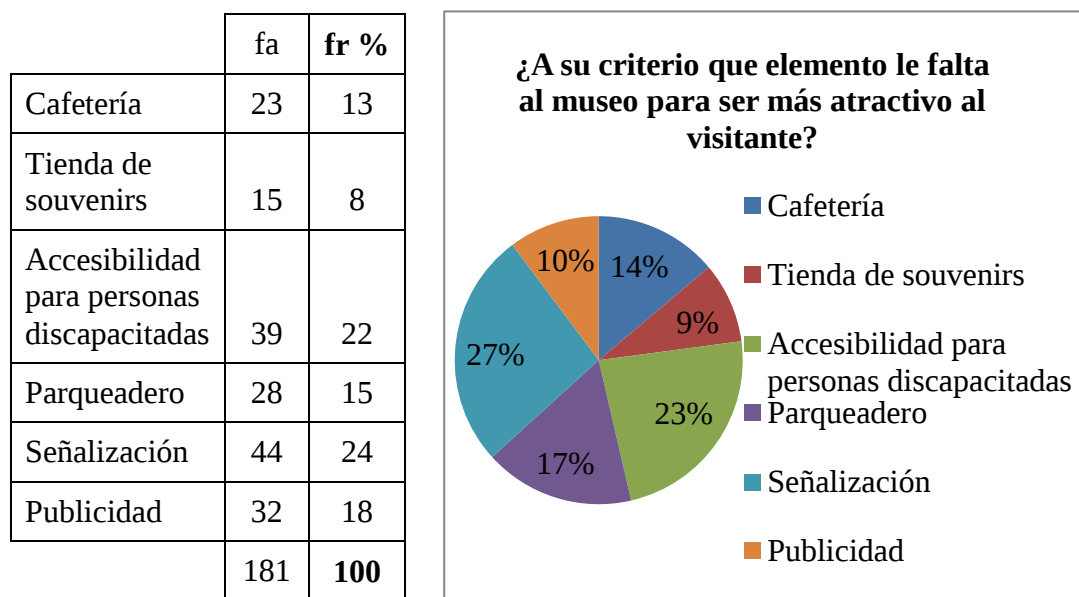
- *Información sobre las facilidades del museo*

Los resultados muestran que el 39% de los visitantes se encuentran poco satisfechos con la información de las facilidades con las que cuenta el museo, puesto que muy pocas salas tienen información detallada de lo que exponen, tampoco se dispone de señalética durante el recorrido.

- *Adaptación de espacios a las necesidades de los visitantes*

La percepción de los usuarios con respecto a esta pregunta fue poco satisfactoria, con un 53%, ya que se pudo observar que no se cuenta con ascensores y/o rampas en el caso de que turistas con capacidades especiales visiten el lugar; lo que ocasionaría que el usuario únicamente visite el primer piso, y disminuya la satisfacción en la prestación de servicios.

Gráfico 7: ¿A su criterio que elemento le falta al museo para ser más atractivo al visitante?



Al ser una pregunta abierta los turistas tuvieron la posibilidad de mencionar varios ítems, con lo que se concluyó que tanto la falta de accesibilidad para personas discapacitadas como la falta y/o poca señalización tuvieron los más altos porcentajes, con lo que se coincide con algunas de preguntas anteriores, por lo que se debe poner total atención en estos aspectos. También se mencionó la falta de publicidad ya que muchas de las personas no habían escuchado sobre el museo, además otro aspecto importante, fue la falta de

parqueaderos que es un problema que tiene todo el CHQ y que no solo afecta al museo sino a todos los establecimientos turísticos.

El museo cuenta con un espacio el cual es utilizado como cafetería si los visitantes así lo requieren sin embargo no se vende expende ningún tipo de alimento; en la parte exterior hay un espacio que se alquila para ser utilizado como restaurante en el que los visitantes pueden degustar de comida típica y podría tomarse en cuenta como cafetería. También se mencionó la falta de una tienda de souvenirs pero se considera que no sería rentable ya que el CHQ cuenta con algunas tiendas en sus alrededores.

- *Valorare su experiencia general en el museo:*

La valoración general de la visita, en una escala de satisfacción del 1 a 10 puntos, ubica al museo con una valoración de 6,5 con lo que puede afirmarse esta valoración es media alta si consideramos temas relacionados con las exposiciones, sin embargo no se debe determinar enfocar en los puntos débiles para que la percepción del servicio mejore.

- *¿Recomendaría la visita a otras personas?*

En general los visitantes si recomendarían la visita a este museo, lo que muestra que el museo está cumpliendo un buen rol dentro de la prestación de servicios y que está llenando las expectativas de los usuarios, pero no se debe dejar de lado un porcentaje mínimo que mencionó que no lo recomendaría, por lo que se sugiere determinar cuáles son las falencias y trabajar en ellas.

- *¿Volvería a visitar el museo?*

Se obtuvo que la mayoría de los visitantes, con el 68% si volverían a visitar el museo, con lo que se concluye que su visita fue agradable, mientras que el 32% no lo volvería a visitar quizá porque lo encontraría monótono en su próxima visita por lo que se debería incluir nuevas actividades que logren despertar aspectos emocionales e imaginativos que quizá en su primera visita no lo despertar.

3.1.2.4 Conclusiones generales de las encuestas

En síntesis, el rango de edad del conjunto de los visitantes está comprendido entre 26 a 45 años, es decir el visitante es un adulto joven, quienes en su mayoría mencionaron tener una relación de pareja principalmente casados con un 23%.; sin embargo se puede mencionar que hay un presencia bastante grande de visitantes menores de 25 años, solteros. De

acuerdo al sexo de los visitantes se corrobora la mayor participación de las mujeres en la práctica cultural de visitar este museo.

En cuanto a la nacionalidad, el 59% de los visitantes son ecuatorianos mientras que el 41 son extranjeros con una clara representación de visitantes procedentes de Estados Unidos, Canadá, Australia y el Reino Unido, por lo tanto el idioma nativo es el inglés, y se puede considerar que esta diferencia de idioma conduce a considerar dificultades de comprensión por parte de los usuarios del museo, por lo que es indispensable la capacitación de los guías en temas de idiomas.

La actividad actual de los visitantes permite categorizarlos en: estudiantes, trabajadores, no trabajadores en los que incluye jubilados, desocupados y personas dedicadas a las tareas domésticas; con estas categorías, se relaciona con tres tramos de edad jóvenes adultos y mayores. Pues bien la mayor parte de los visitantes dispone de trabajo, y se complementan el panorama de los visitantes ocupados aunque no son laboralmente activos, con los estudiantes quienes se pudo observar que hacen su visita individualmente o en grupo.

Para la mayoría de los visitantes, su actividad laboral tiene mucho que ver con la temática del museo por lo que se puede justificar que las visitas responde a una decisión motivada por una presión externa y con la intención de satisfacer sus necesidades de enseñanza-aprendizaje, evidenciada junto a las visitas escolares lo que demuestra la portación del museo a la educación formal, además es importante mencionar que según las encuestas la principal motivación de los visitantes está relacionada a los estudios y con relación al nivel de estudios se pudo determinar que más de la mitad de los encuestados dispone de educación superior lo que muestra un interés alto de los mismos por visitar los museos.

En cuanto a la frecuencia de viaje se determinó que los visitantes al menos realizan un viaje al año, y en el caso del CHQ la principal motivación para visitarlo es la visita a las iglesias, sin dejar de lado que la visita a los museos que representa el 42%.

En el caso específico de visitar museos, los turistas prefieren visitar museos de arte, historia y de personajes importantes de la historia, con lo que se determina que el CHQ posee un alto porcentaje de potencialidad turístico ya que se encuentra rodeado de un sin número de museos. En cuanto, a la capacidad de gasto de los turistas se determinó que están dispuestos a pagar entre 1 a 4 dólares al visitar los museos del CHQ, con lo que el Museo de María Augusta Urrutia se encuentra bien encasillado ya que el valor de la entrada va des

\$0.50 hasta \$2, determinando que se podría elevar su precio en un rango no mayor a 4 dólares.

Para la mayoría de los turistas, al realizar el recorrido en el museo tienden a sentirse únicamente observadores y/o espectadores, es decir que el atractivo turístico no despierte total interés en los usuarios, por lo que se debe tomar en cuenta ciertos detalles para mejorar la prestación de servicios, ya que una visita satisfactoria ayudará a que los usuarios recomienden este museo a otras personas.

El público parece valorar con porcentajes de menor valor a aquellos que no cumplen sus expectativas, dentro de los cuales se ubican la falta de facilidades durante la visita; mencionando la poca información en las salas ya que únicamente 3 de ellas cuentan con información, a lo que se recomienda incluir información resumida en casa una de las salas de tal manera que los visitantes puedan tener una idea general, además esto hace que la imagen que da el museo no es del todo acogedora y que la satisfacción de la visita disminuya.

También se debe cuidar la imagen de cada rincón de la casa, realizando mantenimiento oportuno y rápido a los lugares que así lo requieran, alternar los objetos que se exponen de tal forma que la exposición no se vuelva monótona y aburra a los visitantes, sin perder la esencia de la exposición que es la de mostrar las actividades de épocas pasadas y aprender sobre ellas; por lo que se debería incluir actividades que despierten el interés de quienes lo visitan, involucrando activamente a todos los visitantes y en especial a los niños. Además de determinar qué medidas se van a llevar a cabo en el caso de tener la visita de personas discapacitadas de tal forma que se logre cubrir sus necesidades. Maximizar la utilización de los espacios ya que existe un lugar que podría ser usado como cafetería sin embargo no lo está siendo. Mejorar la publicidad mediante la determinación de estrategias que permitan promocionar el museo y así captar un mayor número de turistas.

Existen ciertos detalles que no dependen del museo como es el caso de la falta de parqueaderos que fue mencionado, sin embargo se puede dar información detallada sobre los parqueaderos con los que cuenta el CHQ y así evitar que los visitantes pierdan tiempo buscando uno, con lo que la percepción de servicio mejoraría.

Con respecto a las guías es importante mencionar que se debería contar con un guía bilingüe de planta quien pueda ayudar a los visitantes extranjeros en cualquier momento.

En general, los aspectos que favorecen al aumento de las visitas, son principalmente su ubicación estratégica en una de las calles principales del CHQ, los horarios de apertura y la calidad de sus empleados.

3.1.3 Resultado de las encuestas del Museo Casa del Alabado

Para realizar el estudio de mercado se toma en cuenta el número de turistas que visitaron el Museo Casa del Alabado en el año 2012; según los datos de la Administración del museo, el número de turistas fueron de 19.000. La encuesta (anexo 21), fue aplicada tanto en inglés como en español.

La muestra se calculó a través de las siguientes consideraciones: Nivel de confianza es de 95% con un grado de error del 5%. La probabilidad de ocurrencia es del 90% (0.9).

Se aplica la fórmula de la muestra:

$$n = (Z^2 P Q N) / (N e^2 + Z^2 P Q)$$

$$\text{Nivel de confianza (Z)} = 1.96$$

$$\text{Grado de error (e)} = 0.05$$

$$\text{Universo (N)} = 19000$$

$$\text{Probabilidad de ocurrencia (P)} = 0.9$$

$$\text{Probabilidad de no ocurrencia (Q)} = 0.1$$

$$n = ((1.96)^2 (0.9) (0.1) (19000)) / ((25000) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.9) (0.1))$$

$$n = ((3.84) (0.09) (19000)) / ((19000) (0.0025) + (3.84) (0.09))$$

$$n = 6566 / 47.5 + 0.35$$

$$n = 137,22$$

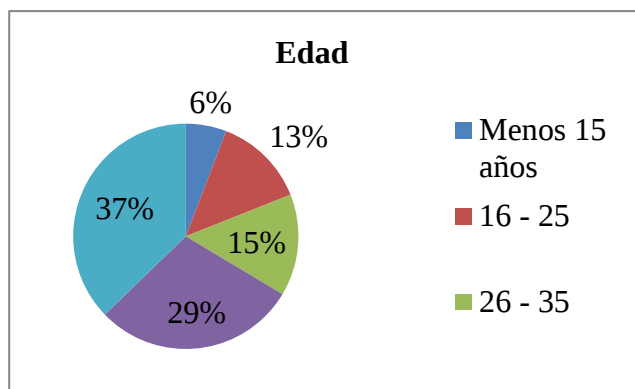
$$n = 137$$

3.1.3.1 Análisis del perfil de los turistas

Gráfico 8: Distribución por edad

	Fa	fr %
Menos 15 años	8	6

16 – 25	18	13
26 - 35	20	15
36 - 45	40	29
Más de 46	51	37
	137	100



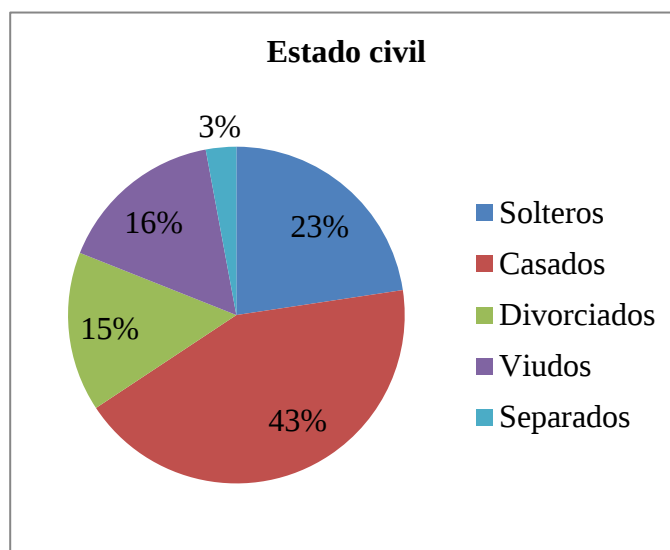
Según los datos obtenidos, se determinó que el 66% de las encuestados se encuentran en edades comprendidas entre 36 a más de 46 años, lo que permite analizar que son personas adultas las cuales están interesadas en re afirmar sus conocimientos sobre las culturas del país y/o conocer sobre la misma, mientras que el 28% corresponde a personas jóvenes en edades comprendidas entre de 16 a 35 años que pueden ser estudiantes interesados en las exposiciones del museo y finalmente el 6% corresponde a turistas menores de 15 años quienes cumplían alguna tarea designada por su institución educativa.

- *Sexo*

Se pudo determinar que existe una ligera diferencia entre el sexo de quienes visitan el museo, con lo que se demuestra la importancia que presentan tanto las mujeres como los varones al momento de visitar la Casa del Alabado.

Gráfico 9: Estado Civil

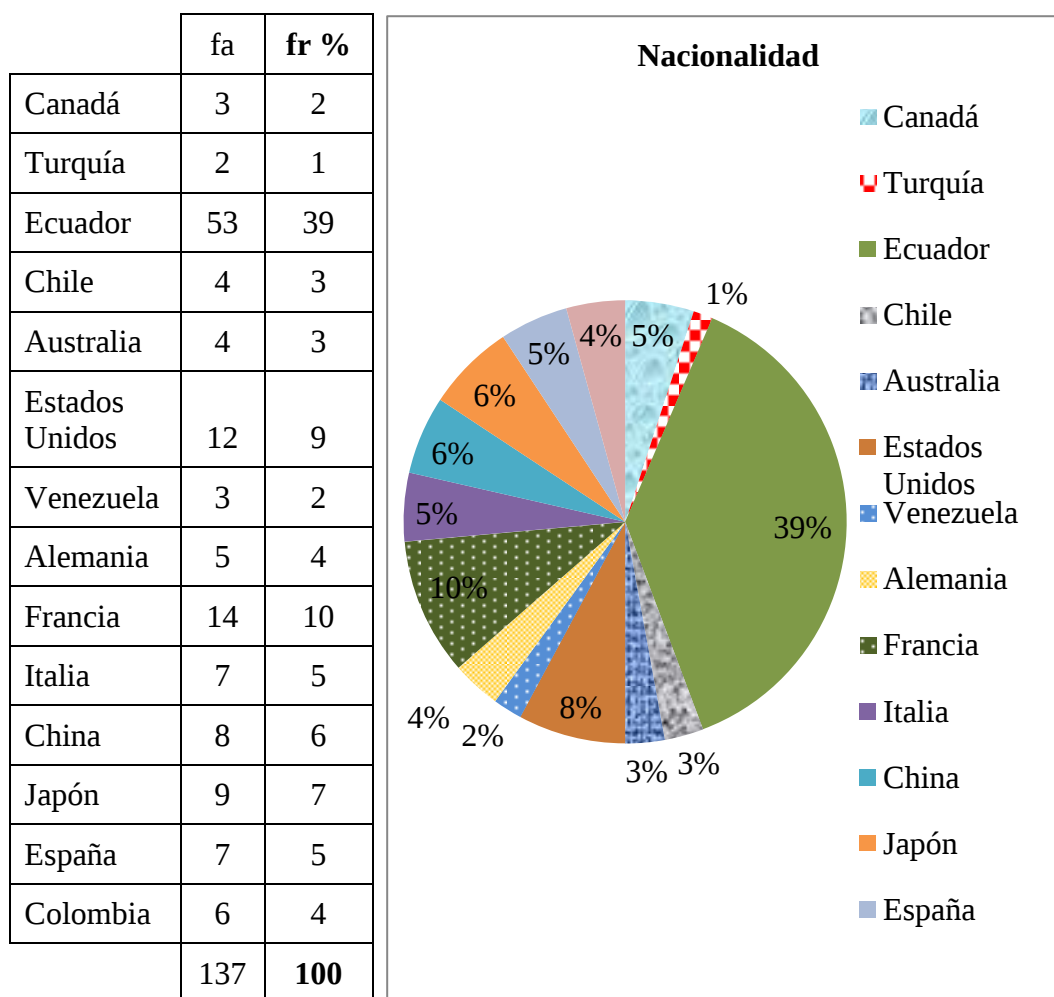
	Fa	fr %
Solteros	31	23
Casados	59	43
Divorciados	21	15
Viudos	22	16
Separados	4	3
	137	100



Al combinar la variable edad y estado civil, se obtuvo que los usuarios del museo entre los 36 y más de 45 años de edad, son casados ya que corresponde al mayor porcentaje con

43%, con lo sé determino que las visitas se realizaron en su mayoría en compañía de otra persona que pudo ser algún miembro de familia; mientras que el 23% correspondiente a solteros se lo relaciona con el 19% de visitantes menores 15 años hasta 25 años quienes sus visitas fueron en compañía de amigos o individuales.

Gráfico 10: Nacionalidad



Se concluye que los visitantes del museo en su mayoría son extranjeros que representa el 61%, de los cuales el mayor porcentaje corresponde a Francia con el 10%; sin embargo se puede realizar una segmentación relacionada con el idioma con lo que se concluye que el 16% correspondiente a Canadá, Estados Unidos y Australia, cuyo idioma es el inglés, el 14% correspondiente a visitantes originarios de España, Colombia, Chile y Venezuela con el idioma oficial español, Japón 7%, China 6%, Italia 5%, Alemania 4% y Turquía 1% cabe mencionar que en su mayoría los turistas tienen como segundo idioma el inglés, lo que facilita la prestación de servicios y para lo cual el museo cuenta con guías y auto guías

en este idioma. Un porcentaje importante lo cubre los visitantes ecuatorianos con el 39% con lo que se puede establecer que el museo si atrae a los turistas nacionales.

- *Profesión*

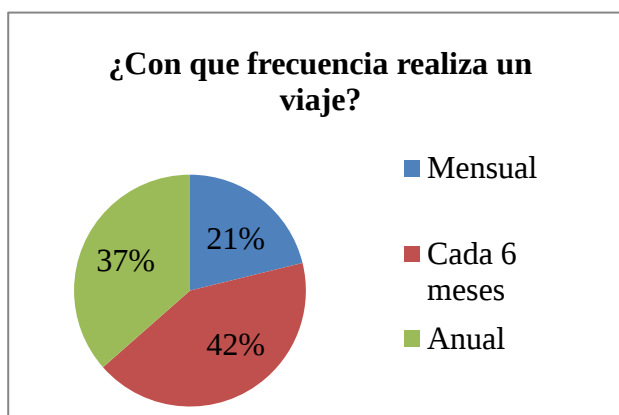
Basándose en la actividad laboral de los turistas que visitan el museo se puede categorizar en: estudiantes, trabajadores y no trabajadores (jubilados, desempleados y/o dedicados a las tareas domésticas), con lo que se determinó que el 64% son trabajadores y dentro de este porcentaje se estableció que los porcentajes más altos incluyen actividad relacionadas a la administración de empresas y economía, lo que da la pauta para establecer que su profesión no tiene nada que ver con los temas que se desarrollan dentro del museo, es decir que se visitan el museo por gusto propio; además el 23 % corresponde a estudiantes quienes visitan el lugar para adquirir información del mismo y finalmente el 13% corresponden a no trabajadores quienes visitan el lugar para conocer más sobre este y/o por ocio. Al realizar una comparación entre la variable edad y ocupación, se determina que los usuarios comprendidos entre menos de 15 años a 25 años son estudiantes, de 26 a 45 años son trabajadores y de más de 46 son años corresponden a no trabajadores.

- *Nivel de estudios*

Se concluyó que más de la mitad de los encuestados es decir el 53% cuentan con educación superior, lo que permite determinar la relación con la edad promedio de 36 – a más de 46 años de edad y su procedencia- extranjeros, obteniendo que el museo despierta gran interés en los turistas del CHQ por conocer más sobre las culturas de un país ajeno al propio que en este caso es el Ecuador. Con lo que respecta a la Educación primaria y Bachillerato se pudo señalar que corresponde a visitantes ecuatorianos entre menos de 15 años a 25 años.

Gráfico 11: ¿Con que frecuencia realiza un viaje?

	Fa	fr %
Mensual	29	21
Cada 6 meses	58	42
Annual	50	36
	137	100



Después de la tabulación se concluyó que el 42% de turistas realizan al menos dos viajes al año, con lo que se puede determinar que estos viajeros que prefieren visitar lugares que les permitan enriquecer su conocimiento acerca de la historia de los países en visita; además se puede mencionar que quizá llegaron al CHQ cautivados por su atractivos su gran variedad de atractivos de este tipo.

- *¿Cuánto dinero está dispuesto a gastar en la visita a un museo del Centro Histórico de Quito?*

Se determinó que, el 52% de turistas están dispuestos a pagar entre 5 a 8 dólares en la visita a un museo, con lo que se puede evidenciar que la capacidad de adquisición de los turistas es media- alta, y además se puede relacionar a su procedencia, ocupación y edad de los mismos, concluyendo en su mayoría son trabajadores y/o jubilados extranjeros con una edad comprendida entre menos de 36 años a más de 46 años de edad.

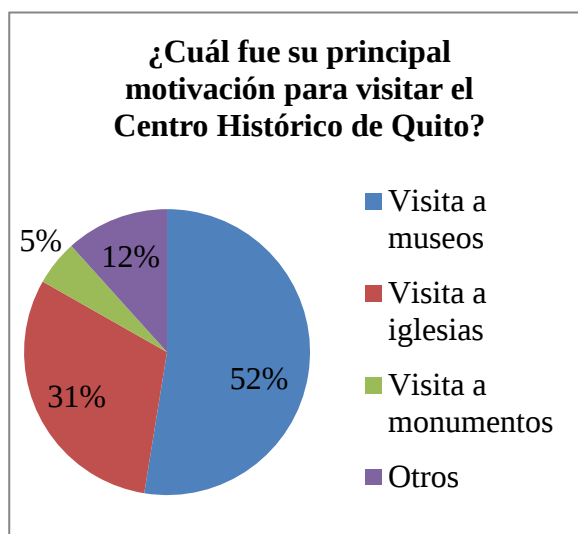
- *¿Qué tipos de museo le gusta visitar?*

Con esta pregunta se logró determinar que el 62% de los turistas prefieren visitar museos relacionados con el arte e historia, con lo que se puede determinar que los visitantes llegaron a este lugar atraídos por la información que éste contiene.

3.1.3.2 Análisis de las motivaciones de visita

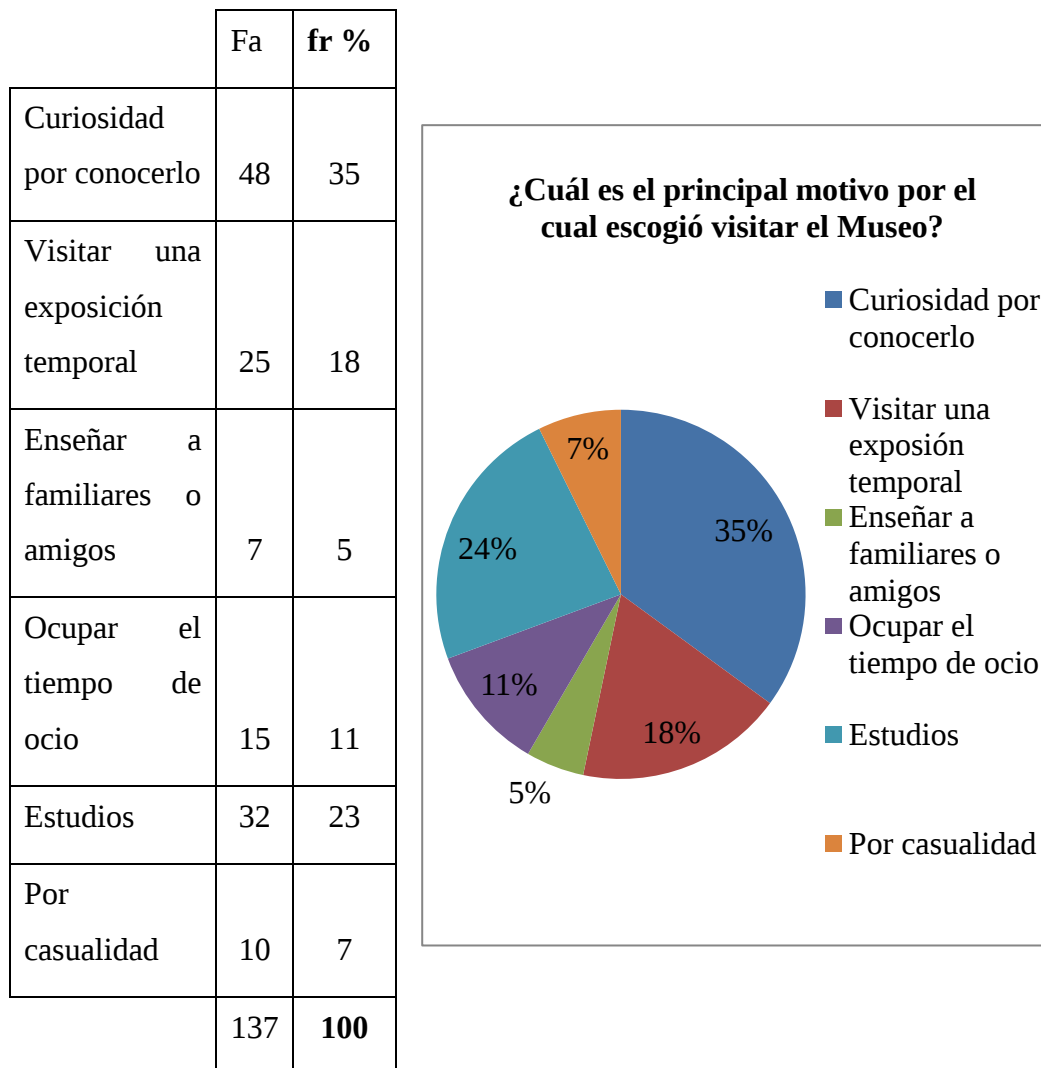
Gráfico 12: ¿Cuál fue su principal motivación para visitar el Centro Histórico de Quito?

	Fa	fr %
Visita a museos	72	52
Visita a iglesias	42	31
Visita a monumentos	7	5
Otros	16	12
	137	100



Se determinó que el 52% tuvo como motivación de visita en el CHQ la visita a museos con lo que se evidencia la importancia de los mismos dentro de las motivaciones de viaje y su capacidad de atraer turistas.

Gráfico 13: ¿Cuál es el principal motivo por el cual escogió visitar el Museo?



Se unió dos variables, curiosidad por conocerlo y ocupar el tiempo de ocio, con lo que se determinó que el 46% visito el museo por curiosidad es decir tenia deseo de ver algo de lo que había escuchado. También se determinó que el 23% tenían motivos profesionales para su visita por lo cual asistió al lugar solo con acompañado por amigos.

- *¿Qué esperaba encontrar en el museo?*

Los resultados determinaron que las expectativas de los visitantes fueron cubiertas ya que en su mayoría esperaban encontrar piezas arqueológicas, las cuales pudieron ser observadas en cada una de las salas del museo, reafirmando así la imagen del museo frente a los turistas.

3.1.3.3 *Análisis de la satisfacción del turista*

- *¿Se ha sentido espectador o involucrado en el museo?*

Se obtuvo que el 74% de los visitantes se sienten involucrados en el museo por lo cual se puede decir que las actividades que se realizan dentro del mismo permiten a los turistas participar de forma activa en el recorrido, de tal manera que satisfacen las necesidades de cada uno.

Valore el nivel de satisfacción de la prestaciones de servicios y facilidades en los museos, mediante una escala de 4 puntos: 1- nada satisfecho, 2 - poco satisfecho, 3: satisfecho o 4 - muy satisfecho.

- *Atmósfera/ambiente del museo*

El 90% de los turistas está muy satisfecho con el ambiente del museo, lo que muestra una buena percepción con respecto a su entorno y el cuidado que presta la administración en cada detalle para que la imagen del museo sea la mejor frente al visitante.

- *Exposiciones del museo*

El 81% manifestó que estaban muy satisfechos con las exposiciones del museo, es decir que muestran una buena organización y estructura, además de ser una exposición nueva puesto que muestra la cosmovisión andina de manera diferente; sin embargo existen un 19% que no está totalmente satisfecho por lo que se mencionó que en ciertas vitrinas se debería reducir el número de piezas expuestas ya que en muchos casos no se puede apreciar a cada uno de ellas.

- *Disposición / presentación de las exposiciones*

El 91% de los turistas consideran que están muy satisfechos con la presentación de las exposiciones, ya que en cada una muestra de manera clara la concepción que tenían los pobladores andinos con respecto al mundo, permitiendo a los usuarios aprender sobre cada uno de los mundos con los que ellos se manejaban.

- *Temas de las exposiciones*

El 72% expreso estar muy satisfecho con respecto a los temas escogidos para las exposiciones, ya que con esto se logró transmitir y entender la cosmovisión de los pobladores con respecto a la división de su mundo físico y abstracto.

- *Posibilidad de aprender algo nuevo*

Se concluyó que el 92% de los turistas manifestaron encontrarse muy satisfechos, ya durante el recorrido pudieron adquirir nuevos conocimientos; no obstante es importante determinar que aún existe un 8% que no se muestra totalmente satisfecho por lo que se debe implementar actividades innovadoras que atraigan la atención de los usuarios.

- *Eventos organizados por los museos*

Se pudo apreciar que el 94% de los turistas mencionaron estar muy satisfecho con la organización de eventos llevados a cabo por el museo, ya que como se pudo observar se toma en cuenta a todos los segmentos de mercado; y además están siendo promocionados de gran manera vía internet y mediante la distribución de flyers en los distintos establecimientos turísticos del CHQ.

- *Apto para niños*

Se determinó que el 89% de los visitantes del museo consideran que el mismo cuenta con servicios en los cuales se incluye a los visitantes menores de edad, especialmente en eventos

- *Posibilidad de participación activa*

El 77% de los visitantes manifestó estar muy satisfecho con relación a la participación activa dentro del museo, lo que muestra el involucramiento de los turistas dentro de las actividades del museo.

- *Horarios*

El 78% de los encuestados se expresaron muy satisfechos con respecto a los horarios de atención del museo, sin embargo se mencionó la importancia de abrir los días lunes, por lo que se debería tomar en cuenta este particular.

- *Explicaciones en las salas*

El 91% de los turistas están muy satisfechos con la información expuesta en las salas del museo, ya que como se pudo observar cada sala cuenta con información, además de pantallas con tecnología táctil, las cuales poseen un sistema de audio y video a más de animación a de con lo que se determina que las facilidades que el museo ofrece satisfacen las necesidades de quienes lo visitan.

- *Visitas guiadas*

El 91% de los turistas consideran estar muy satisfechos con las visitas guiadas que ofrece el museo, reflejando así la buena calidad de profesionales con los que cuenta el museo y en general el buen trato con respecto a su prestación de servicios.

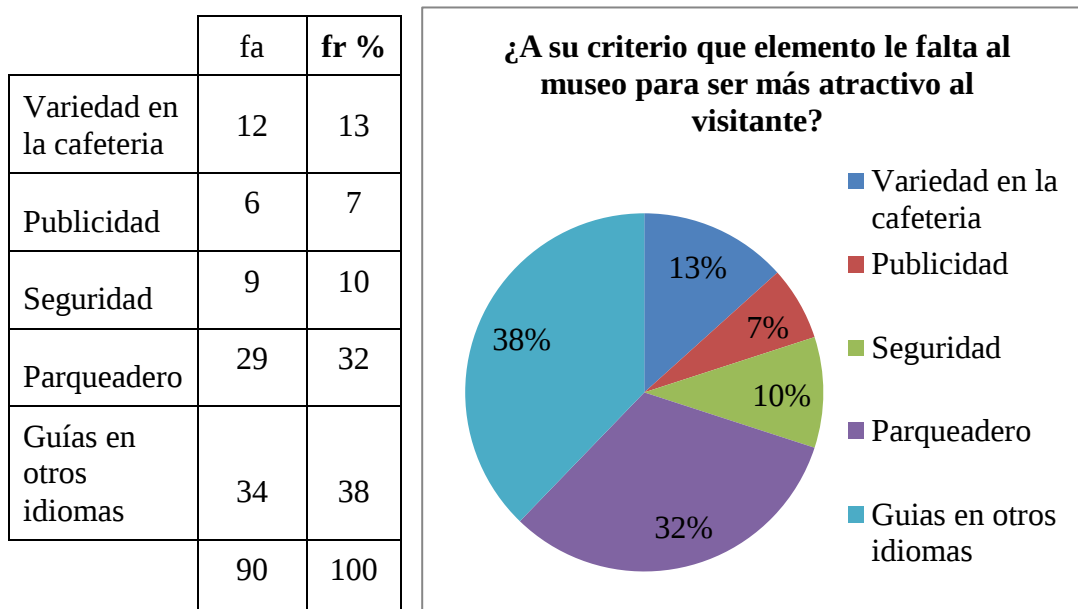
- *Información sobre las facilidades del museo*

El 99% de los visitantes se mostró muy satisfecho con la información sobre las facilidades que ofrece el museo, lo que ayuda al visitante a moverse de mejor manera dentro del lugar sin tener que recurrir nuevamente al lugar de información, con lo que se optimiza el tiempo y se genera una prestación de servicios de alta calidad.

- *Adaptación de espacios a las necesidades de los visitantes*

El 95% se encuentran muy satisfechos, se puede observar que cuenta con rampas para ingresar con sillas de ruedas, con un ascensor que permite a los turistas con discapacidad ingresar al segundo piso; lo que determinando la preocupación del museo por satisfacer las necesidades de cada uno de los turistas, además de cubrir todos los segmentos de mercado.

Gráfico 13: ¿A su criterio que elemento le falta al museo para ser más atractivo al visitante?



Teniendo en cuenta que esta pregunta se realizó de forma abierta, es difícil saber con exactitud a que se refieren los visitantes, cuando menciona un servicio u otro. Por lo que se procedió a clasificar en grupo de respuestas similares y se concluye que en general, que el servicio con mayor demanda es la falta de guías en otros idiomas, aquí se podría incluirse

también a la falta de audio guías en diferentes idiomas. En segundo lugar, la falta parqueaderos, que en realidad es un tema que no está directamente relacionado con la administración del museo, sin embargo se puede mencionar que el CHQ si cuenta con algunos parqueaderos y se debería comunicar a quienes solicite la información. En tercer lugar, a pesar de que los turistas en su mayoría cuentan con información previa del lugar, mencionaron la importancia de realizar campañas de publicidad que logren captar mayor número de visitantes y finalmente se hallarían la inseguridad que muestra los alrededores del museo, lo que genera un ambiente de intranquilidad en los visitantes.

- *Valorare su experiencia general en el museo*

La valoración general de la visita, sin dejar de lado el trato recibido por parte de todo el personal del museo, fue alta, 8.65 en una escala del 1 al 10, con lo que se puede concluir que los servicios prestados en el museo cumplen las expectativas de quienes lo visitan.

- *¿Recomendaría la visita a otras personas?*

Al parecer la visita la experiencia dentro del museo fue agradable ya que el 99% de los encuestados recomendaría la visita a este museo.

- *¿Volvería a visitar el museo?*

El 74% de los visitantes volvería a visitar el museo, sin embargo existe un 26% que no lo haría por lo cual se debería determinar cuáles son las razones por lo que no lo volverían a visitarlo.

3.1.3.4 Conclusiones generales de las encuestas

Finalmente, se puede concluir que la edad de los visitantes está comprendida entre 36 a más de 46 años, es decir el visitante es un adulto joven, quienes principalmente son casados y que se puede observar que las visitas fueron realizadas con algún familiar. Se puede mencionar que el segundo rango importante lo ocupan los visitantes de 16 a 35 años, solteros y estudiantes, con relación al sexo de los visitantes se encuentra que en su mayoría son hombres.

En cuanto a la nacionalidad, el mayor porcentaje lo representan los visitantes que viven en el extranjero con el 61%, dentro del cual el 10% lo representa Francia, 16% correspondiente a Canadá, Estados Unidos y Australia, 14% correspondiente a visitantes originarios de España, Colombia, Chile y Venezuela. Además, se tiene los visitantes

provenientes de Alemania, Italia, China y Japón, es decir con una variedad de idiomas, pero que en su mayoría hablaba el inglés como segunda lengua por lo que el museo cuenta con información y guías en este idioma de tal forma que los visitantes podrán disfrutar al máximo de su visita. Un porcentaje importante lo cubre los visitantes ecuatorianos con el 39% mostrando el interés que tiene los ecuatorianos por visitar el museo.

La actividad actual de los visitantes permite relacionar con la edad de los mismos, con lo que se determina que el 64% son trabajadores comprendidos entre 26 a 45 años, mientras que los usuarios comprendidos entre menos de 15 años a 25 años son estudiantes que realizan sus visitas individuales o en grupo y de rango de más de 46 son años corresponden a no trabajadores; para la mayoría de los visitantes, su actividad laboral y su profesión no tiene mucho que ver con la temática del museo por lo que se puede justificar que las visitas responde a una decisión libre sin presión alguna y con la idea de satisfacer sus necesidades de esparcimiento. También existen un porcentaje de visitas relacionadas con la necesidad de adquirir información que aporte a la educación, estableciendo el 23% de visitas de estudiantes.

Con relación a la frecuencia de viaje se concluye que los visitantes realizan al menos dos viajes al año, y al ser en su mayoría turistas radicados en el exterior su idea es enriquecer su conocimiento acerca del país que visitan; a través de la visita a museos relacionados con el arte e historia, dentro del cual se puede incluir el museo en estudio, el cual al ser un museo con un enfoque diferente atrae la atención que los usuarios.

En general, los resultados muestran que la prestación de los servicios y las facilidades que el museo dispone al público, es alto. Así, las visitas guiadas y las actividades son muy valoradas, ya que cuenta con por lo menos con una actividad diferente y/o exposición temporal cada 3 meses, con lo que permiten al visitante participar activamente además de facilitar información nueva para enriquecer el conocimiento de quienes visitan el lugar. Igualmente las audio guías, las visitas guiadas, la información en las salas, la utilización de elementos audiovisuales, la facilidad para discapacitados permiten cubrir las necesidades de toda clase de turistas.

Las valoraciones más bajas corresponden a temas de exposición que hasta cierto punto logran confundir al visitante en el caso de realizar el recorrido por el mismo, los horarios que quizá los turistas vean como restringidos y limitados con relación al día lunes, sería un obstáculo para posibilitar la visita de turistas extranjeros para quienes no hay diferencia

entre los días de la semana, por lo que se demanda la apertura diaria. En ciertos casos la falta de información, guías y audio guías en idiomas que no sean español o inglés. La participación activa mediante actividades que logren que la visita sea más atractiva para todos los miembros del grupo, con lo que se determina que los visitantes, son conscientes que el museo puede ser interesante y participativa, sin volverse una actividad monótona y aburrida.

El contar con una tienda de artesanías es ampliar la oferta del museo, no solo para quienes van a visitar el museo sino que para el público en general; ya que este tipo de negocios tienen un impacto visual que permite atraer a los visitantes quienes desean adquirir artesanías típicas, a través de las cuales se realza las costumbres y tradiciones de las cultura que se exponen en el museo.

Los precios en la entrada son elevados con relación a la mayoría de los museos del CHQ, esto se debe a que cuenta con instalaciones modernas, espacios interactivos y museografía de alta calidad que justifica el costo del ingreso; sin embargo esto determina la baja participación de turistas nacionales, por lo cual se debería implementar un sistema de tarifas diferenciadas de tal manera que se pueda incentivar a los turistas locales a visitar el museo en los días con menor afluencia.

Cabe mencionar, que a pesar de que los usuarios cuenten con buen acceso a la información, a través de las redes sociales y la página web; en la cual se proporciona información sobre las actividades y promociones, los visitantes reclaman mayor información tanto general como referente a los contenidos de las exposiciones; razón por la cual se debería utilizar buenas medidas de marketing que logren captar su interés para que aumentar las visitas.

4. CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS

El diagnóstico de las potencialidades turísticas es indispensable, ya que permitirá conocer el escenario en el que se desenvuelve el turismo entorno a los museos del CHQ, además de para analizar las distintas variables y factores que conformar dicha realidad turística; para lo cual se realizará una revisión bibliográfica para obtener una visión general de la actividad turística en el Ecuador; a más de, detectar deficiencias y posibles ideas de desarrollo en estos museos.

Además, se realizará un análisis FODA de cada uno de los museos de estudios, que es una herramienta de diagnóstico muy efectiva para la toma de decisiones estratégicas, corrección de las debilidades, fomentación las fortalezas y oportunidades, y disminución de amenazas.

4.1 Análisis de las competencias

Se conoce, que en el pasado, en el Ecuador el interés de los gobiernos por los museos era escaso, ya que este no se encontraba entre las principales motivaciones de visita a la ciudad. Sin embargo, la situación actual por la que atraviesa el Ecuador y el continuo interés del Gobierno con respecto a temas culturales; manifestada en las nuevas reformas que se han realizado para fomentar nuevos modelos de gestión en los cuales los establecimientos contenedores de patrimonio están incluidos (Celi, Bedoya y Cevallos, 2011), en este caso puntual los museos, pueden ser una herramienta de educación no formal, que permita a los visitantes aprender de manera dinámica la historia del país. Estos modelos de gestión descentralizados se han llevado a cabo en otros países y han permitido el interés tanto de entidades públicas como privadas para el mejoramiento de la administración y la prestación de servicios de mejor calidad dentro de estos lugares.

Además, se puede mencionar que en el patrimonio cultural del Ecuador se fundamenta las características del país, ya que gracias a él cada uno de los ciudadanos logra identificarse como ecuatoriano (MINTUR, 2007); con lo que los museos, fomentan dicha apropiación al ser lugares donde se imparte conocimientos y a través de los cuales se consigue apropiarse de los logros obtenidos a lo largo de la historia, ofreciendo una importante contribución al turismo del país y a la educación formal.

Es importante mencionar que en el Ecuador, los museos que pertenecen al Estado o a entidades privadas; se han unido para velar por los objetos patrimoniales, donándolos para su conservación y/o dotando de dinero el cual permitirá cubrir gastos de dichos establecimientos (Celi, Bedoya y Cevallos, 2011), también las fundaciones se ha convertido en entidades importantes en la contribución al progreso de los museos mediante promoción y mejora de sus instalaciones.

Como se pudo observar, la ciudad de Quito con sus plazas, iglesias, teatros, museos, casas con techos de teja, calles adoquinadas, casonas con patios y balcones adornadas con flores; muestran la riqueza y belleza del patrimonio cultural en especial de su CHQ, reflejando la integración paisajista y su interrelación con el entorno en el que se ubica. Esto lleva a mencionar la estrecha relación que hay entre el patrimonio cultural, creado por el hombre, y el patrimonio natural, no solo por el valor económico que éste produce sino por el interés educativo que despierta, lo que ayuda de gran manera a aumentar la visita de los turistas al CHQ.

La diversidad del patrimonio cultural se plasma en la diversidad y número de museos existentes, distribuidos a lo largo de la ciudad y en especial concentrados en su centro histórico, que se ha convertido en una motivación de visita a la ciudad. Así, se observó que dentro del CHQ, existen algunos museos de arte, historia y ciencias naturales, existiendo museos de gran interés cultural. Es el caso del Museo Alberto Mena Caamaño que según Martínez, L. (2013) recibió alrededor de 110889 visitas en el año frente a otros que sufren de carencia de personal, recursos económicos, también se puede mencionar que el Museo de Arte Colonial, al ser visitado no contaba con estadísticas de visitas, lo que muestra la falta de organización, sin embargo este recibe 1500 visitas anuales. (X. Morales, com. Per., 23 de enero del 2013).

Durante la investigación, se pudo determinar que la estructura organizativa de ciertos museos impide la puesta en marcha de acciones que ayuden a enfrentar la mala situación de los mismos, regida por el bajo presupuesto que no permite contratar personal calificado para la prestación de servicios. Se pudo constatar que un alto porcentaje de los museos visitados no cuenta con guías de planta, ya que en su mayoría son pasantes o la misma directa funciona a su vez como guía, convirtiéndose en un punto de debilidad que los museos en estudios pueden sacar el máximo provecho ya que los dos cuentan con personal para la prestación de servicios.

También se pudo determinar que dentro del CHQ ciertos museos están llevando a cabo estrategias que permitan captar mayor cantidad de visitantes, mediante la unión estratégica entre empresas turísticas que se encuentran promocionando dichos lugares, además de realizar eventos en los cuales se logra captar turistas no solo extranjeros sino nacionales.

Tanto la Casa de María Augusta Urrutia y la Casa del Alabado, dan la posibilidad a los visitantes de conocer más sobre el país, ya que muchas personas desconocen detalles importantes sobre la historia del Ecuador. Sin embargo, el Museo de María Augusta Urrutia no se encuentra realizando estrategias promocionales para captar mayor número de visitantes, ya que no se observó la entrega de trípticos del lugar, ni tampoco se están llevando a cabo actividades que permitan al visitante conocer la existencia del lugar. Con respecto a la Casa del Alabado, la administración ha tomado en cuenta a cada uno de los segmentos de mercado por lo cual realiza cursos vacacionales, cursos dirigidos para guías y profesionales relacionados con el turismo además de promociones en los cuales tienen descuentos en la entrada y en la tienda del museo.

4.2 Análisis tendencias

En la actualidad, se pudo observar, el público que asiste a los museos, el cual es el principal actor de este entorno, demanda nuevos servicios y nuevas estrategias de comunicación. Debido a las nuevas tendencias de globalización, el alcance tecnológico de las masas y por ende de la información, se hace imprescindible que los museos y sitios de exposición traten innovar con sistemas mejores de organización, exposición y servicios que sean atractivos al visitante, con lo cual también mejoraran los niveles de autogestión de los establecimientos.

El desarrollo de los museos, hoy en día necesita de profesionales en el ámbito turístico quienes puedan poner en práctica su creatividad generando una serie de eventos alternativos los cuales cambiaran la tónica de la visita, entonces, es importante la incorporación de proyectos, planes y/o programas que logren integrar a todo el personal que trabaja en el museo, para lograr captar nuevos clientes y atraer nuevos ingresos de forma directa ya sea por el cobro de entradas, venta de artículos en las tiendas, venta de alimentos y en muchos casos utilización de los espacios para eventos que no tienen relación directa con el turismo.

Se puede decir que los museos se han convertido en un atractivo turístico de gran valor a pesar de no poseer un marco flujo de visitantes internacionales (Corporación Metropolitana de Turismo, 2012), ya que éstos están formando parte de los paquetes turísticos que se ofrecen a quienes visitan la ciudad; por lo que, las agencias han encontrado en los museos un gran potencial el cual aún no ha sido aprovechado en su totalidad.

Los museos muestran competencia entre ellos para captar mayor cantidad de visitantes, por lo que algunos de ellos están generando planes de captación de usuarios mediante la correcta interpretación de las necesidades de los visitantes; para lo cual están utilizando de manera adecuada las tecnologías de comunicación, páginas web, blogs, chats, redes sociales entre otros.

No se debe olvidar, que a partir de las nuevas tendencias de la sociedad por experimentar nuevas sensaciones, actualmente los museos se preocupan por producir sensaciones en sus visitantes (B. Pablo, com. Per., 10 de diciembre de 2013), mediante el uso de sonidos que permiten soñar y así trasladarse de manera imaginaria a los diversos escenarios que la guía pretende enviar, generando la participación activa en una historia llena de emoción.

4.3 Análisis FODA

Con el fin de conocer la organización de los museos, se analizó su entorno tanto interno como externo, definiendo sus fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades para lo cual se aplicó la herramienta FODA con el fin de establecer estrategias de cada uno de los dos museos.

4.3.1 Museo María Augusta Urrutia

MATRIZ FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1 Alta conservación de la estructura colonial. F2 Magnífica atención al cliente. F3 Precios accesibles. F4 Alta seguridad interna del museo. F5 Gran acogida por los estudiantes. F6 Atractivos del arte del siglo XIX y XX que despiertan interés en los visitantes.	D1 Limitación de recursos. D2 Inexistencia de un plan de marketing y desconocimiento del lugar. D3 Falta de señalización interna y externa que ayude al visitante en su recorrido. D4 Falta de medios tecnológicos para gestión administrativa y operativa. D5 Escasez de convenios con

	F7 Uso de instalaciones para diferentes eventos.	escuelas, colegios y universidades. D6 Falta de más personal en las instalaciones del museo. D7 Estacionalidad en sus exposiciones. D8 Pocas exposiciones temporales.
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1 Alta demanda de turismo cultural evidenciado en inventario de productos específicos del Ecuador realizado por el MINTUR. O2 Buena relación precio / producto. O3 Buena ubicación en una de las calles principales del CHQ. O4 La población es cada vez más culta y se interesa cada vez más por los temas culturales. O5 Quito es Patrimonio Cultural de la Humanidad y fue declarada como el Mejor Destino en Sudamérica en el año 2013 por el World Travel Award.	• Implementar alternativas para mejorar el posicionamiento del museo, adaptando las ofertas del museo a las necesidades del target. (F1, F2, F3,F4, F5, F6, O1,) • Mejorar el posicionamiento del museo aprovechando la buena ubicación del mismo y su precio accesible enfocándose en los turistas nacionales, quienes representan el mayor porcentaje de visitas (O3, O2, F3) • Desarrollar proyectos que permitan la diversificación de los servicios dentro del museo (F7, O3)	• Establecer alianzas estratégicas tanto con empresas turísticas de sector público y privado. (D2, D5, O3,O4, O5) • Desarrollo de proyectos y cronograma de actividades de eventos (D1, D7, O1, O3, O4) • Implementar y dar seguimientos a proyectos de promoción del museo. (D2, O1) • Actualizar los sistemas informáticos dentro del museo y mejoramiento de la página web y estrategias de redes sociales.(D4) • Aumentar el personal que labora en el museo. (D6, O1, O3)
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1 Lugares con mayor atractivo de enfoque turístico a ser visitados. A2 La inseguridad del CHQ provoca que los visitantes sientan miedo al dirigirse hasta estos museos. A3 El tráfico que hay en el centro histórico provoca que principalmente los turistas nacionales se dirijan a	• Desarrollar un proyecto para comercializar el atractivo de tal manera que despierte el interés de los visitantes del CHQ. (F1, F2, F3, F4 ,F5 ,F6, A1) • Implementar mecanismos para aprovechar la gran acogida y apertura a los estudiantes, lo cual permitirá elevar la publicidad dentro de este target. (F5, A1, A2) • Diseñar programas para	• Crear una alianza estratégica por medio de intercambio de colecciones con otros museos de la ciudad, lo que posibilita mejores y nuevas exposiciones dentro del museo. (D2, D8, D9, A1, A2) • Contratar más personal y capacitarlo continuamente para mejorar la calidad de servicio. (D6,A1)

otros lugares turísticos. A4 Falta de estacionamientos en el CHQ.	instituciones educativas, los cuales permitan incrementar la visita de las mismas.(F5, A1)	
---	--	--

La principal fortaleza del Museo Casa de María Augusta Urrutia es el nivel de conservación de la casa, así como de los objetos que la componen, sumado a la privilegiada ubicación en el CHQ que permite que sea un potencial atractivo de índole patrimonial. Sin embargo, la amenaza que se determinó es la existencia de otros lugares con mayor potencial turístico, siendo de mayor favoritismo frente al museo en estudio, la debilidad que destaca es la ausencia de un plan de marketing derivado de la falta de recursos que carece el museo, la cual puede ser revertida en favor de la mejora de la imagen del mismo, mediante alianzas estratégicas y el diseño de un plan de marketing.

4.3.2 Museo del Alabado

MATRIZ FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1 Conservación de su infraestructura colonial. F2 Alto nivel de competencia técnica y profesional de los equipos de personal tanto administrativo como de servicios. F3 Es el único museo de arte en el cual se transmite la cosmovisión andina. F4 Magnífica museografía plasmada en cada detalle del museo. F5 Utilización de material didáctico que facilita el proceso de enseñanza – aprendizaje especialmente en los niños. F6 Desarrollo de eventos relacionados con la temática del museo. F7 Utilización de la página web y redes sociales.	D1 Insuficientes herramientas de control de gestión que permitan evaluar con eficacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Museo. D2 Escasez de convenios con escuelas, colegios, universidades y agencias de viajes. D3 Poca participación del turismo local.
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1 Cercanía con la Plaza de la Independencia y la Plaza de San Francisco.	Continuo monitoreo de la página web y manejo de las redes sociales para	Enfocarse en la promoción del museo en el segmento especializado de turismo

O2 Su ubicación cercana al Hotel Boutique Casa Gangotena. O3 Opción de formar parte de city tours. O4 Cercanía con tiendas y lugares visitados por los turistas. O5 Quito es Patrimonio Cultural de la Humanidad y fue declarada como el Mejor Destino en Sudamérica en el año 2013 por el World Travel Award.	promocionar e informar a los visitantes sobre las actividades del museo. (F1, F2, F3, F4, F4,F6, F7, O4) • Establecer alianza estrategia con el Hotel Boutique Casa Gangotena, de tal manera que permitan promocionar el museo. (F1, F2, F3, F4, F5, F6, O2) • Establecer alianzas estratégicas con empresas turísticas, las cuales puedan incluir la visita al museo dentro de sus recorridos. (F1, F2, F3, F4, F5, F6, O1, O2, O3, O4)	local. (D3, O1, O4) • Aumentar la eficiencia de los canales de promoción y difusión del museo. • Crear una alianza estratégica con instituciones educativas, hoteles y tiendas cercanas para poder captar mayor número de visitantes. (D2, D3, O1, O2, O3, O4, O5)
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1 No se cuenta con mediciones de atención al turista. A2 Lugares con mayor atractivo para ser visitado. A3 Falta de estacionamientos en el CHQ. A4 La inseguridad del CHQ provoca que los visitantes sientan miedo al dirigirse hasta estos museos.	• Elaborar un modelo estratégico para controlar los procesos internos de la institución, los cuales permitan elevar los niveles de eficiencia en prestación de servicios. (F2, A1) • Utilizar los medios informáticos para dar a conocer a los visitantes a cerca de los estacionamientos del CHQ. (F7, A3)	• Implementar parámetros de calidad para la oferta del museo, mediante el desarrollo de mecanismos de evaluación de satisfacción y experiencia del turista dentro del museo. (D1, A1) • Generar alianzas estratégicas con instituciones educativas que permitan aumentar la cantidad de visitas de dichas instituciones. (D2, D3, A2) • Generar mayor impacto en la población local. (A2, D2, D3)

La principal fortaleza del Museo Casa del Alabado es su museografía de vanguardia que permite a los visitantes por medio de ayudas didácticas comprender las temáticas expuestas, sin embargo se puede mencionar como debilidad la poca participación del turismo local derivado del los costos elevados de entradas con respecto al promedio de los museos del entorno; para lo cual se debería realizar convenios que permitan la inclusión del museo en tours locales aprovechando de la cercanía de la Plaza San Francisco y el Hotel Casa Gangotena que son lugares de afluencia turística, además la inseguridad propia

de la zona colindante del museo es un aspecto a tomar en cuenta para poder ser mejorado por iniciativa propia y del Gobierno local.

4.3.3 Ficha - Inventario

Para el posterior análisis se utilizó una ficha propuesta por Guddefin, L. (2006) en su libro “Diagnóstico de la potencialidad turística del patrimonio arquitectónico religioso en Mar del Plata”, la cual permite diagnosticar cualquier objeto arquitectónico, mediante la puntuación de cada valor presente en todo bien, que en este caso es el Museo de María Augusta Urrutia y la Casa del Alabado; se jerarquiza y mediante esta sumatoria se culmina definiendo el bien en las siguientes categorías:

- Categoría I: Posicionamiento turístico óptimo: bienes que gozan de características especiales para su aprovechamiento turístico- recreativo
- Categoría II: Posicionamiento turístico Medio comprende bienes que se destacan, conformando un atractivo de interés específico por sus características.
- Categoría III: Posicionamiento turístico Bajo en la cual se ubican los bienes patrimoniales que aunque poseen características singulares, no muestran mayor posibilidad de proyección (Guddefin, 2006)

Tomando en cuenta las categorías respectivas y los parámetros adecuados, permitirán analizar de manera más profunda cada museo.

En primer lugar, se usará la tabla de enfoque patrimonial, que permitirá categorizar el Museo de María Augusta Urrutia y la Casa del Alabado; dicha tabla se encuentra regida por los Códigos de Preservación Patrimonial CPP de 1995, instituido por la Ordenanza N°10.075, en concordancia con el Decreto Municipal N° 1.063- 03 del año 2003 que la reglamenta, y determina que se debe evaluar cada ítem de 0 a 6 puntos de acuerdo a la percepción individual y personal del investigador enmarcadas en las siguientes categorías:

- a) Histórico- simbólico- social: edificio, sitio o área urbana que haya sustentado o contenido algún hecho de importancia en la historia de la ciudad, o que por alguna razón sea un caso único y referente comunitario.
- b) Valor artístico- arquitectónico: se valora la factura del hecho arquitectónico comprende las características inherentes a la obra, incluyendo edificios de pureza estilística, de diseño y de soluciones de calidad tanto en detalles constructivos

como espaciales, también se considera si el inmueble ejemplifica alguna etapa de la construcción de la ciudad, y

- c) Ambiental: se refiere a las características de la relación y el entorno, intensidad y modalidad con la que se dispone sobre el suelo, escala de agrupación de tipos similares y analogías que mantienen el edificio con la situación inmediata, conformando un tejido de valor especial desde el punto de vista paisajístico ambiental. (Gudefin, 2006 cita a Ordenanza N°10.075- Artículo 1-, 1995:1)

Posteriormente, se establecerá una categorización de los museos y se le designará una categoría con las siguientes consideraciones:

- A bien inmueble de valor excepcional,
- B que es de valor singular y
- C inmueble de valor ambiental / singular (Gudefin, L 2006)

Esta tabla servirá como base inicial a partir del cual se obtendrá el puntaje de la potencialidad turística.

Tabla 1: Enfoque Patrimonial

Tipo del valor Ordenanza N 10.07	Categoría Decreto N 1.063- 03
Histórico – Simbólico	A-excepcional de 15 a 18
Artístico – Arquitectónico	B-singular de 11 a 14
Paisajístico – Ambiental	C-Ambiental/ Singular de 5 a 10

Posteriormente se diagnosticará la potencialidad turística de los museos, para lo cual se analizará 3 aspectos que poseen cada bien inmueble; su atractivo, aptitud y accesibilidad, cada uno de éstos tienen a su vez otros indicadores:

- Atractivo se compone de cualidades intrínsecas del bien lo que está asociada a la autenticidad, valores estéticos propios del bien, conocimiento del usuario acerca del bien, es decir información la cual posee el usuario para visitar el bien y las preferencias del usuario, la cual depende de gran manera de las cualidades anteriores (Gudefin, 2006), con lo que se puede determinar cuan interesante son los museos para los visitantes.

- Aptitud indica en qué medida el bien puede insertarse adecuadamente a la actividad turística y cuenta con 3 indicadores, capacidad de uso es decir carga, satisfacción del usuario, lo que hace referencia a la presencia o no de elementos complementarios y la capacidad de integración (Gudefin, 2006), es decir la manera como los elementos que componen el museo se mezclan y se armonizan con el entorno cultural del cual proviene.
- Disponibilidad se compone de 3 indicadores: física que se refiere a la distancia entre el bien y su principal foco de emisión, disposición temporal quiere decir las horas o cuantos días a las semanas se puede disfrutar del bien y administrativa que se refiera a la apertura que se da para el disfrute del bien (Gudefin, 2006), cada uno de estos elementos permiten determinar cuan accesible es el bien para quienes quieren visitarlo.

Tabla 2: Enfoque turístico- Potencialidad

Variable	Indicador
Atractivo	Cualidades intrínsecas Conocimiento del usuario acerca del bien Preferencia de los usuarios
Aptitud	Capacidad de uso Satisfacción del usuario Capacidad de integración
Disponibilidad	Física Temporal Administrativa

Para realizar la puntuación de las cualidades intrínsecas se debe realizar una división por 9, ya que la potencialidad turística está formada por 3 variables: atractivo, aptitud y accesibilidad/ disponibilidad y cada una de estas a su vez está compuesta por 3 indicadores.

- Ecuación 1: Cualidades intrínsecas

$$\text{Puntaje patrimonial} / 9 = \text{Cualidades intrínsecas}$$

La variable atractivo debe tener un valor de no más de 2 puntos por cada indicador, el indicador conocimiento del usuario acerca del bien recibe un puntaje entre 0 y 2

dependiendo de la calidad y cantidad de información general del bien. El indicador que corresponde a las preferencias del usuario, es uno de los más difíciles de medir y conformar 2 índices, uno contiene el 66,6% (2/3 partes) de las posibilidades que están dentro del rango de 0 a 2 y le otro constituye una tercera parte de este rango. La última y restante asignación correspondiente al 33,3% (1/3 parte) corresponde a la observación directa del bien.

- Ecuación 2: Preferencias del usuario (66,6%)

$\{(Cualidades\ intrínsecas + Conocimiento\ del\ usuario) / 2\} \times 2/3 =$ Preferencias del usuario.

Con respecto a la aptitud, específicamente a la capacidad de carga debe tener un valor de máximo 2 puntos, el indicador satisfacción del usuario podrá obtener entre 0 a 2 puntos y finalmente el puntaje de capacidad de integración se desprende del promedio entre el valor histórico simbólico y el valor paisajístico.

- Ecuación 3: Capacidad de integración

$\{(Valor\ paisajístico - Ambiental + Valor\ Histórico - Simbólico) / 2\} / 3 =$ Capacidad de integración.

Finalmente en la variable disponibilidad específicamente en el indicador disponibilidad – física se asignará un valor de 0 a 2 puntos dependiendo de la distancia entre los museos y los principales atractivos del CHQ, mientras más cerca se encuentren mayor puntaje.

El indicador accesibilidad - disponibilidad se determina mediante una comparación, y surge del promedio semanal en horas en los que los museos se encuentran abiertos al público (Gudefin, 2006, para lo cual se determinó como máximo 55 horas abiertas en el Convento de la Iglesia de San Francisco y el Museo de Fray Pedro Gocial, mientras que el mínimo se definió por el Convento del Buen Pastor con 12 horas 30 minutos.

Tabla 3: Disponibilidad

Variable/ indicador	Puntaje
Disponibilidad / temporal	Entre 0 hs/sem. y 18,30 hs/sem= 0
	Entre 18.30 hs/sem. y 36.6 hs/sem= 1
	Entre 36.6 hs/sem. y 55 hs/sem= 2

La disponibilidad administrativa depende de las facilidades o restricciones que la administración disponga para visitar el lugar y el puntaje va de 0 a 2.

4.3.3.1 Homologación cuantitativa entre Enfoque Patrimonial y Enfoque Turístico Museo de María Augusta Urrutia

Al no contar con un estudio previo sobre la valoración patrimonial del museo, la investigadora luego de realizar las visitas de campo pertinentes asignará los puntajes a cada uno de los campos de interés, según su percepción individual siguiendo la categorización de la tabla, de tal manera que se pueda elaborar la ficha inventario final.

Tabla 4: Enfoque Patrimonial

Tipo del valor Ordenanza N 10.075		Categoría Decreto N 1.063- 03	
Histórico – Simbólico	4	A-excepcional	de 15 a 18
Artístico – Arquitectónico	5	B-singular	de 11 a 14
Paisajístico – Ambiental	5	C-Ambiental/ Singular	de 5 a 10

- **Histórico – Simbólico:** Es una edificación antigua, la cual perteneció a un personaje histórico; sin embargo, no representa un referente para la comunidad.
- **Artístico – Arquitectónico:** Al ser una casa de época perfectamente conservada guarda el estilo de construcción de la época colonial y por ende la esencia artística de la época.
- **Paisajístico – Ambiental:** El medio y la ubicación en una de las principales calles del centro histórico (Calle García Moreno), hacen que el conjunto del paisaje histórico se pueda aprovechar por todos los visitantes.

Tabla 5: Enfoque turístico- Potencialidad

Variable	Indicador	
Atractivo	Cualidades intrínsecas	1,55
	Conocimiento del usuario acerca del bien	1
	Preferencia de los usuarios	0,85
Aptitud	Capacidad de uso	1

	Satisfacción del usuario	1.5
	Capacidad de integración	1.33
Disponibilidad	Física	2
	Temporal	2
	Administrativa	2
Total		13.23

Con los resultados obtenidos de la tabulación de datos de las encuestas se puede asignar los valores matemáticos a cada una de las variables, a continuación se expone la justificación de cada uno de las variables:

- **Atractivo:** En base a la encuesta se ve una preferencia de visita a los museos relacionados con el arte, historia y vida en épocas pasadas y existe un desconocimiento de la Casa Museo y en sí de los museos menos representativos de la ciudad por un deficiente sistema de promoción enfocado a ellos.
- **Aptitud:** Las encuestas muestran que los visitantes se sienten como espectadores, su nivel de satisfacción ubica al museo con una valoración media y si volverían a visitar el museo
- **Disponibilidad:** En base al estudio de campo realizado con respecto a esta variable, los tiempos de atención de la Casa Museo, las facilidades de operación que son muy buenas y ya que por su cercanía al foco de los atractivos turísticos lo hacen un elemento atractivo en el entorno del CHQ, se le asigno el puntaje antes expuesto.

A continuación, se exponen los resultados obtenidos del inventario para el diagnóstico del Patrimonio Turístico del Museo de María Augusta Urrutia.

Tabla 6: Potencialidad Turística de la Casa María Augusta Urrutia

Museo	Enfoque patrimonial		Enfoque turístico		Atractivo	Disponibilidad
	Puntaje	Categoría	Puntaje	Categoría	Cualidades intrínsecas	Física
María Augusta Urrutia	14	Singular	13	Medio	1,55	2

Con el método de valoración se ha determinado que la Casa Museo María Augusta Urrutia presenta un enfoque en el ámbito turístico medio, es decir que su potencial turístico puede

ser utilizado basados en la representatividad e importancia arquitectónica, histórica y de conocimiento del desarrollo de la vida cotidiana de la época colonial.

Esto sumado a la capacidad de integración y la disponibilidad que se pueda planificar circuitos en los que los turistas puedan apreciar los atractivos que se encuentran bastante cerca unos a otros dentro del CHQ, sin tener que tomar algún medio de transporte para llegar de un atractivo a otro, hacen que esta Casa Museo pueda ser incluida en recorridos de tipo histórico arquitectónico por las cualidades intrínsecas del bien y sus características patrimoniales singulares bien conservadas y expuestas en objetos que llevan la esencia del diario convivir de la época.

4.3.3.2 Homologación cuantitativa entre Enfoque Patrimonial y Enfoque Turístico Museo Casa del Alabado

Tabla 7: Enfoque Patrimonial

Tipo del valor Ordenanza N 10.075		Categoría Decreto N 1.063- 03	
Histórico – Simbólico	3	A-excepcional	de 15 a 18
Artístico – Arquitectónico	3	B-singular	de 11 a 14
Paisajístico – Ambiental	4	C-Ambiental/ Singular	de 5 a 10

- **Histórico – Simbólico:** El museo no es un referente único en un punto de la historia nacional ya que era una casa antigua de hospedaje la cual actualmente es un lugar de exposición de piezas de la historia nacional y no como exposición de su esencia misma como casa.
- **Artístico – Arquitectónico:** El museo conserva partes de su estructura original, sin embargo, se realizaron modificaciones para que la museografía se acople al requerimiento del museo.
- **Paisajístico – Ambiental:** Se encuentra localizado cerca de la Plaza San Francisco y el Hotel Casa Gangotena y es así como pero aun así sigue alejado del principal foco de atractivos del CHQ.

Tabla 8: Enfoque turístico- Potencialidad

Variable	Indicador	
Atractivo	Cualidades intrínsecas	1.11
	Conocimiento del usuario acerca del bien	2
	Preferencia de los usuarios	1.41
Aptitud	Capacidad de uso	2
	Satisfacción del usuario	2
	Capacidad de integración	1.16
Disponibilidad	Física	1,5
	Temporal	2
	Administrativa	2
Total	15.18	

Interpretando la tabulación de datos de las encuestas se asignan los valores matemáticos a las tres variables, las razones para los valores obtenidos son las siguientes:

- **Atractivo:** La preferencia de visita a los museos es marcada en los que exponen piezas históricas, de arte y época, la preferencia hacia este museo si bien no es alta es buena debido a la promoción y el conocimiento de los visitantes que transitan por la ubicación del museo.
- **Aptitud:** Los visitantes se sienten involucrados en el museo y su participación activa es satisfactoria por la interacción y el aprendizaje por medio de ayudas audiovisuales de primera.
- **Disponibilidad:** Al ser un museo nuevo con administración vanguardista y elementos de punta posee las mejores facilidades de operación y administración con lo cual esta variable obtuvo la puntuación anterior.

Tabla 9: Potencialidad Turística del Museo Casa del Alabado.

Museo	Enfoque patrimonial		Enfoque turístico		Atractivo	Disponibilidad
	Puntaje	Categoría	Puntaje	Categoría	Cualidades intrínsecas	Física
Museo Casa del Alabado	10	Ambiental/Singular	15.18	Óptimo	1.11	1,5

El museo es relativamente nuevo y ha logrado posicionarse de la mejor manera ya que su administración se muestra bastante interesada en promover este atractivo, por lo cual desarrolla actividades en las cuales integra a los visitantes permitiendo el conocimiento de costumbres para preservarlas.

A pesar de tener un enfoque patrimonial ambiental/singular por no poseer una representatividad arquitectónica única e histórica, el enfoque turístico es óptimo, lo que determina la inclusión de este atractivo con los demás atractivos ubicados en sus alrededores.

Adicionalmente, el museo tiene una alta calificación en el ámbito administrativo sumado al alto enfoque turístico justificado en los visitantes quienes aprecian y valoran el tipo de museografía y ayudas tecnológicas con las que se proyecta el museo como una potencia en el medio.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Basados en las encuestas se determinó que el perfil del visitante a la Casa Museo María Augusta Urrutia son jóvenes comprendidos en los rangos de edad de menos de 15 a 25 años, con lo cual existe el potencial turístico basado en el enfoque patrimonial del bien inmueble y la posibilidad única de observar objetos que han sido preservados guardando el espíritu y la representatividad de la época colonial en la vida de una familia. Estas características lo hacen un potencial atractivo para el estudiante que desea aumentar sus conocimientos teóricos alcanzados en las aulas con una experiencia de campo inigualable.
- Su ubicación hace que la Casa Museo tenga el potencial de ser visitado por turistas extranjeros durante los recorridos que se realizan a diario; sin embargo, en la actualidad predominan los turistas nacionales quienes por curiosidad, estudio o visita casual llegan a este lugar
- La museografía de esta casa enseña que la ubicación de piezas y objetos personales y su correcta colocación hacen que el visitante sienta la relación entre elementos de la vida actual con los antiguos, ya que puede apreciarlos dentro de un conjunto de familia y hogar. Este potencial que no se presenta en la mayoría de museos es el que más destaca; además de su enfoque patrimonial, de gran apreciación por los turistas del medio local; pero, no se debe dejar de lado al turismo internacional que a pesar de no tener gran participación, ha mostrado interés por conocer como era la vida en familia en décadas pasadas
- Una apreciación importante que se obtuvo con este estudio es que la mayoría de los turistas que visitan el CHQ, no poseen la suficiente información sobre este atractivo debido a la escasa difusión a través de medios impresos, social media y demás medios de información, con lo cual se tiene el potencial turístico para ser desarrollado pero se necesita del apoyo por parte de la empresa privada y el Municipio local.
- El perfil del visitante del Museo Casa del Alabado tras la tabulación de datos es un visitante adulto extranjero en los rangos de 26 a 46 años de edad profesionales de trayectoria, para los cuales su motivación es la de conocimiento específico en base a una búsqueda del museo como fuente de información analizada previamente, por

lo cual el potencial turístico de este museo y la promoción se basa en el visitante internacional y se apoya con la social media adecuada para potenciarlo aun más.

- El Museo del Alabado al ser relativamente nuevo ha logrado aprovechar el potencial y enfoque turístico motivado y sustentado en la administración propia quienes apuntalan su esfuerzo para aumentar el potencial del museo como fuente de conocimiento, siendo referente de manejo y exposición vanguardista entre los museos del medio local.
- Si bien el Museo Casa de Alabado tras la aplicación de este estudio obtuvo un enfoque patrimonial ambiental/singular por no poseer representatividad arquitectónica e histórica, a través de la museografía aplicada de alto nivel, medios tecnológicos de primera para la guianza y enseñanza, señalética y accesibilidad incluyente hacen del museo un potencial atractivo turístico en el CHQ.
- Un limitante que merma las potencialidades de cada museo es la información errónea que llega al turista extranjero sobre la percepción de la relación entre la seguridad y la ubicación del museo, adicionalmente el no poseer capacidad suficiente de parqueo y problemas relacionados al flujo de automóviles en el CHQ disminuye el interés de turistas nacionales quienes buscan comodidad y accesibilidad.

5.2 Recomendaciones

- El Museo María Augusta Urrutia debería realizar alianzas estratégicas con los establecimientos educativos aledaños incluyendo al museo como una fuente de apoyo de estudio de campo para aumentar el flujo de visitas de acuerdo al perfil obtenido tras la realización de este estudio. Además para ampliar su perfil de visitantes se debe aliar con las agencias y guías que realizan tours por el CHQ para que el museo sea incluido en estas visitas.
- La falta de promoción del Museo María Augusta Urrutia hace que este atractivo no sea tan conocido, por lo que se recomienda emplear recursos de diferente índole, para lograr que la inversión en publicidad consiga incrementar el número de visitas, logrando así establecer un mejor posicionamiento en la mente del consumidor, de tal forma que posteriormente se pueda realizar publicidad boca a boca.
- El Museo María Augusta Urrutia tendría que crear alianzas estratégicas por medio de intercambio de colecciones con otros museos del CHQ, de tal manera que

posibilitaría mejores y mayores exposiciones temporales dentro del museo, y que el público reincida en sus visitas.

- Es indispensable que la prestación de servicios por parte de los empleados del Museo de María Augusta Urrutia sea de alta calidad; por lo cual, se recomienda una continúa capacitación al personal para mejorar la calidad del servicio; al mismo tiempo que aumente el número de empleados para cubrir las necesidades de guianza personalizada, de tal manera que el visitante se sienta involucrado en las actividades e identificado con la Casa Museo.
- El Museo Casa del Alabado cuenta con una magnífica museografía plasmada en cada detalle y es el único museo de arte en el cual se transmite la cosmovisión andina, por lo que se debe aprovechar estas fortalezas unidas a su privilegiada ubicación para lograr captar un mayor número de turistas nacionales los cuales hasta el momento presentan un baja participación en las actividades propuestas por el museo.
- El Museo Casa del Alabado con respecto a su baja participación del turismo local debería analizar el tema tarifario con el objetivo de establecer una disminución en el costo de las entradas; de tal forma, que pueda ir poco a poco captando mayor número visitas locales.
- Se debe ejecutar de manera eficaz cada uno de los recursos disponibles, y las colaboraciones externas como la tienda de souvenirs que ofrece el museo, para así crear una experiencia completa al visitante.
- La inseguridad, la falta de estacionamientos y el tráfico en el CHQ, representan debilidades tanto para el Museo de María Augusta Urrutia como para el Museo del Alabado, por lo cual la administración del CHQ debe poner énfasis junto a la Policía de Turismo y Metropolitana para brindar seguridad al visitante y dar facilidades de parqueo en el CHQ.
- Es importante mencionar que se podría crear una ruta turística, enlazando varios atractivos turísticos que muestren diferentes etapas de la historia del país; para lo cual se contaría con la Casa Museo de María Augusta Urrutia, la cual muestra el modo de vida en la época colonial; el Convento y Museo de San Francisco, en el cual se puede encontrar piezas religiosas del siglo XVII y XVIII, además de poder observar sus alrededores que representan un verdadero conjunto arquitectónico; y

finalmente, la visita al Museo Casa del Alabado que es el único museo de arte que muestra la cosmovisión de los pueblos andinos, y mediante la cual se puede admirar la creatividad de la gente que habitó el territorio ecuatoriano hace miles de años.

6. BIBLIOGRAFIA:

6.1 Libros:

- Acerenza, Miguel. *Conceptualización origen y evolución del Turismo*. México. Trillas. 2006.
- Bacci, María. *Museos: ¿Por qué invertir en ellos? El papel de los museos en el desarrollo económico y social de la comunidad*. Fundación Aragua. Caracas. 2000.
- Ballart, Josep. *El patrimonio histórico y arqueológico valor y uso*. Barcelona. Cargraphics. 1997.
- Ballart, Josep. *Manual de museos*. Síntesis. Madrid. 2007
- Bermeo, C. Estrategias de difusión del Patrimonio Cultural de la Humanidad, Santa Ana de los Ríos de Cuenca, como medio generador de mayor turismo a nivel local. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito. 2003
- Camelo, José y Ceballos, Luz. *Desarrollo, sustentabilidad y turismo: Una visión disciplinaria* México. Universidad Autónoma de Nayarit. 2012.
- Cebrián, Abellán. *Turismo cultural y desarrollo sostenible*. Murcia. Universidad de Murcia. 2001.
- Del Pino, Inés. *Centro Histórico de Quito: una centralidad urbana hacia el turismo*. Quito. Abya- Yala. 2010.
- Elías, Luis. *Otras formas de Turismo*. México. Trillas. 2009.
- Font, Josep. *Casos de turismo cultural*. Barcelona. Ariel. 2004.
- García, Mariella. *Las figurinas de real alto*. Quito. Abya – Yala. 2006.
- Goeldner, Charles y Ritchie, J.R. Brent. *Turismo: Planificación y perspectivas*. México. Limusa S.A. 2011.
- Gutiérrez, Andrés. *Dioses símbolos y representaciones en los Andes*. Quito Abya – Yala. Ecuador. 1998.
- Hernández, Francisca. *Manual de Museología*. Madrid. Síntesis. 1994.

- Martínez, Concha. *Musealizar la vida cotidiana: los museos etnológicos del Alto Aragón*. Zaragoza. Prensas Universitarias de Zaragoza. 2007.
- Mazón, Orlando y Vallejo, Mauricio. 2002. *Museos de Quito.com*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito. Ecuador.
- Montesdeoca, Carolina. 2003. *Historia del Turismo en el Ecuador: De la crónica del viaje al Turismo como actividad económica*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito. Ecuador.
- Puertas, Xavier. *Gestión del ocio en el Ámbito Turístico*. Madrid. Síntesis. 2007.
- Rico, Juan. *Manual práctico de museología y museografía y técnicas expositivas*. Madrid. Silex. 2006.
- Sandoval, Ewaldo. *Ecoturismo, operación técnica y gestión ambiental*. México. Trillas. 2010.

6.2 Revistas:

- Abungu, George. “Los museos, espacios para el dialogo y el entrenamiento”. *ICOM 2001*, Número especial, 1 de julio. Barcelona, 2011.
- Corporación Metropolitana de Turismo. “Plan Q - 2012 Plan Estratégico de Turismo de Quito. Informes 0-I y II”. Barcelona, 2007.
- Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. “Quito en Cifras”. Quito. 2013.
- Consejo Internacional de Monumentos y Lugares especializados en turismo cultural (ICOMOS). “Carta de Turismo Cultural adoptada por ICOMOS en noviembre de 1976”. 1976.
- Celi, I. 2010. “Encuentro Nacional 2010 Políticas de Museo”. Quito. 2010.
- Celi, Ivette; Bedoya, María. y Cevallos, Pamela. “Propuesta del Sistema Ecuatoriano de Museos y Política Nacional de Museos”. Quito. 2011.
- Consejo Internacional de Museos (ICOM). “Museos para el siglo XXI. Entre la crisis y el éxito”. *ICOM 2001*. Barcelona, 2011.
- Cortés, Trinidad. “Recuperación del Patrimonio Cultural Urbano como recurso Turístico”. Madrid. 2002.

- DeCarli, Georgina. “Innovación en museos: Museo y comunidad en la oferta al turismo cultural”. *Rotur/ Revista de Ocio y Turismo*. N° 1. Coruña. 2008.
- Desvallées, André. y Mairesse, François. “*Conceptos Clave de Museología*”. 2010.
- García, Federico. “La formación histórica del concepto de museo”. *El museo imaginado*. Madrid. 2000.
- Gudefin, Lisandro. “Diagnóstico de la potencialidad turística del patrimonio arquitectónico religioso en Mar del Plata”. *FACES Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*. N°27. Septiembre. Mar del Plata. 2006.
- Hedrick, Yuwa. “MasterCard Global Destination Cites Index”. *MasterCard Worldwide Insights*. 2012.
- ISO. “Norma Internacional ISO 9001 - Traducción certificada”. *Normas de Gestión de Calidad*. Ginebra. 2000.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). “*Plan de competitividad Turística del Ecuador*”. Quito. 2004.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador, Plandetur 2020”. 26 de septiembre. Quito. 2007
- Monreal, Luis. “Los museos, espacios para el dialogo y el entrenamiento”. *ICOM 2001*, Número especial, 1 de julio. Barcelona, 2011.
- Moragas, Carlos. 1994. Patrimonio, Turismo y ciudad. Boletín informativo del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Año II. N 9.
- Núñez, Ricardo. “Gestión de turismo en sitios patrimoniales”. *Programa de Desarrollo de Capacidades para el Caribe*. Módulo 2. La Habana. 2004.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). “El turismo en la era de las alianzas, fusiones y adquisiciones”. Madrid. 2002.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). “Annual report. A year a recovery 2010”. *World Tourism Organization (UNWTO)*. New York. 2011.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). “Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado”. Volumen 7. 2000.

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). “Investing in cultural diversity and intercultural dialogue”. *UNESCO World Report*. Parte I. Julio. París. 2007.
- Rojas, José.” Patrimonio cultural y tecnologías de la información: propuestas de mejora para los museos de ciencia y tecnología y centros interactivos de Venezuela”. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Vol. 31. N° 9. Septiembre. 2006.
- Zimmer, Peter. y Grassmann, Simone. “Evaluación del potencial turístico de un territorio”. *Leader II*. 13 de septiembre. Extremadura. 1996.

6.3 En Internet:

- Boretto, René. *Propuestas de regionalización para los museos uruguayo*. Internet. http://www.rionegrotodo.com/museos_uruguay/documentos/regionalizacion.html. Acceso: 2 de noviembre del 2012.
- Bustamante, Pablo. *La interactividad como herramienta revitalizadora de los museos*. http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/bustamante-pablo.pdf. Acceso: 10 de diciembre del 2013.
- Cámara Provincial de Turismo de Pichincha. *Boletín Temas Turísticos*. <http://www.captur.com/boletin/138ago05/promociones7.asp>. Acceso: 29 de abril del 2012.
- Camargo, Patricia. *Rutas Turísticas Culturales: una herramienta para el aprendizaje de los alumnos de la enseñanza media*. Internet. <http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/camargopatricia.pdf>. Acceso: 19 de mayo del 2012.
- Fundación Tolita. *Casa del Alabado- Museo de Arte Precolombino*. Internet. <http://alabado.org/el-museo>. Acceso: 22 de enero del 2013.
- Chávez, Liliana. *Diccionario de términos turísticos*. <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/P/POTENCIALIDAD-TUR%C3%8DSTICA-2046/>. Internet. Acceso: 30 de mayo del 2012.

- Consejo Internacional de Museos (ICOM). *Propuesta del ICOM para una Carta de principios sobre Museos y Turismo cultural*. Internet. <http://www.ilam.org/documentos/centro-de-documentacion.html?sobi2Task=sobi2Details&catid=10&sobi2Id=511>. Acceso: 26 de mayo del 2012.
- Consejo Internacional de Museos (ICOM). *Definición de Museo*. Internet. <http://icom.museum/quienes-somos/la-vision/definicion-del-museo/L/1.html>. Acceso: 23 de mayo del 2012.
- El Comercio. *El Museo del Alabado obtuvo 5 estrellas en TripAdvisor*. Internet. http://www.elcomercio.com/cultura/Museo-Alabado-obtuvo-estrellas-TripAdvisor-Quito_0_745125535.html. Acceso: 10 de diciembre del 2012.
- Fundación Museos de la Ciudad. *Exposición temporal Memento Mori: Recuerda que eres mortal*. Internet. http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/exposicion_temporal_memento_mori_recuerda_que eres_mortal--4888. Acceso: 7 de enero del 2013.
- Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural. *Recuperación Urbano Arquitectónica del Centro Histórico de Quito*. Internet. http://www.cmeal.org/documents/renovacionquito_ES.pdf. Acceso: 22 de abril del 2012.
- Jarrin, Jennifer; Miranda, Liz; Tejana, Marcia y Gavilanes, Julio. S/F. *Evaluación del Uso Turístico – Recreativo del Museo Nahím Isaías*. Internet. <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/17060/1/RESUMEN%20DE%20TESIS%20liz-jenny-rox.pdf>. Acceso: 17 de mayo del 2012.
- Maldonado, Alexandra. y Portilla, Diana. 2011. Diagnóstico de los atractivos turísticos del centro histórico de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura y su difusión para la promoción de la ciudad. Internet. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/401/1/FECYT%20951%20TESIS%20COMPLETA.pdf>. Acceso: 22 de mayo del 2012.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte *Conservación en los Museos*. Internet. <http://www.mcu.es/museos/CE/Funciones/Conservacion/Introduccion.html>. Acceso: 10 de enero del 2013.

- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*. Internet. <http://www.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario>. Acceso: 13 de junio del 2012.
- Navarro, Oscar. *Museos y museología: Apuntes para una museología crítica*. Internet. http://www.icofom-lam.org/files/museos_y_museologia_critica_-_copia_2.pdf. Acceso: 21 de noviembre del 2012.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). *Declaratoria de Quito*. Internet. http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ecuador_declaratoria_de_quito_06_12_1984_spa_orof.pdf. Acceso: 18 de abril del 2013.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). *Museos*. Internet. http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=35032&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Acceso: 20 de mayo del 2012.
- Pérez, Rodolfo. *María Augusta Urrutia de Escudero*. Internet. <http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo22/u2.htm>. Acceso: 12 de enero del 2013.
- Torrejón, Antonio. *Diccionario turístico abreviado*. <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>. Acceso: 30 de mayo del 2012.
- Tribe, John. *Economía del ocio y del Turismo*. Madrid. Síntesis. 1999.
- UIO Magazine. *La Casa del Alabado, un museo para la gente*. Internet. <http://uiomagazine.com/reportaje-museo-casa-del-alabado-01.html>. Acceso: 29 de abril del 2012.
- Villafuerte, Ingrid; Barraqueta, Aliss. y Coral, Carlos. *Desarrollo Turístico de la Ruta del Oro y su Área de influencia en los cantones Zaruma y Portovelo*. Internet. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322009000200007&script=sci_arttext, Acceso: 20 de mayo del 2012.

- Vargas Llosa, Mario. *La importancia de los Museos según Mario Vargas Llosa*. Internet. <http://nortechicoperu.blogspot.com/2009/03/la-importancia-de-los-museos-segun.html>. Acceso: 3 de mayo del 2012.
- Sisto, Eugenio. *De Museos*. Internet. <http://books.google.com.ec/books?id=iKDMuVE3JucC&pg=PA16&lpg=PA16&dq=#v=onepage&q&f=false>. Acceso: 20 de enero del 2013.
- Viceministerio de Cultura. *Museos de Venezuela*. Internet. http://museosdevenezuela.org/Documentos/Normativas/Normativa5_1.shtml. Acceso: 26 de noviembre del 2012.
- Piñera, M. 2002. *Museos a la mano*. Internet. <http://search.proquest.com/prisma/docview/748681437/136DB81F2731772EF10/16?accountid=13357>. Acceso: 23 de mayo del 2012.

6.4 Entrevistas:

- Andrade, Fernanda. Entrevista personal. Guía del Museo de Arte Contemporáneo. 2013.
- Ayala, María. Entrevista personal. Asistente del Director Casa del Alabado. 2012.
- Cajas, Katty. Entrevista personal. Guía del Museo del Alabado. 2012.
- Cevallos, Aurora. Entrevista personal. Directora Museo de Manuela Sáenz. 2013.
- Chávez, Antonio. Entrevista personal. Guía del Museo Camilo Egas. 2013.
- Fernández, Gustavo. Entrevista personal. Guía del Museo Casa de Benalcázar. 2013.
- Flores, Juan. Entrevista personal. Guía de la Casa Museo de María Augusta Urrutia. 2012.
- Gómez, Jorge. Entrevista personal. Director Casa del Alabado. 2013.
- Martínez, Lucía. Entrevista personal. Guía del Museo Alberto Mena Caamaño. 2013.
- Mesías, Christian. Entrevista personal. Ex Director Casa del Alabado. 2012.

- Mora, Verónica. Entrevista personal. Directora Casa Museo de María Augusta Urrutia 2012.
- Morales, Ximena. Entrevista personal. Guía del Museo de Arte Colonial. 2013
- Salazar, Rubén. Entrevista personal. Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. 2013.
- Toral, Adriana. Entrevista personal. Guía del Museo Casa de Sucre. 2013.

7. ANEXOS

Anexo 1



Anexo 2



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 3



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 4



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 5



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 6



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 7



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 8



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 9



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 10



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 11



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 12



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 13



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo 14



Fuente: Museo Casa de María Augusta Urrutia

Anexo15



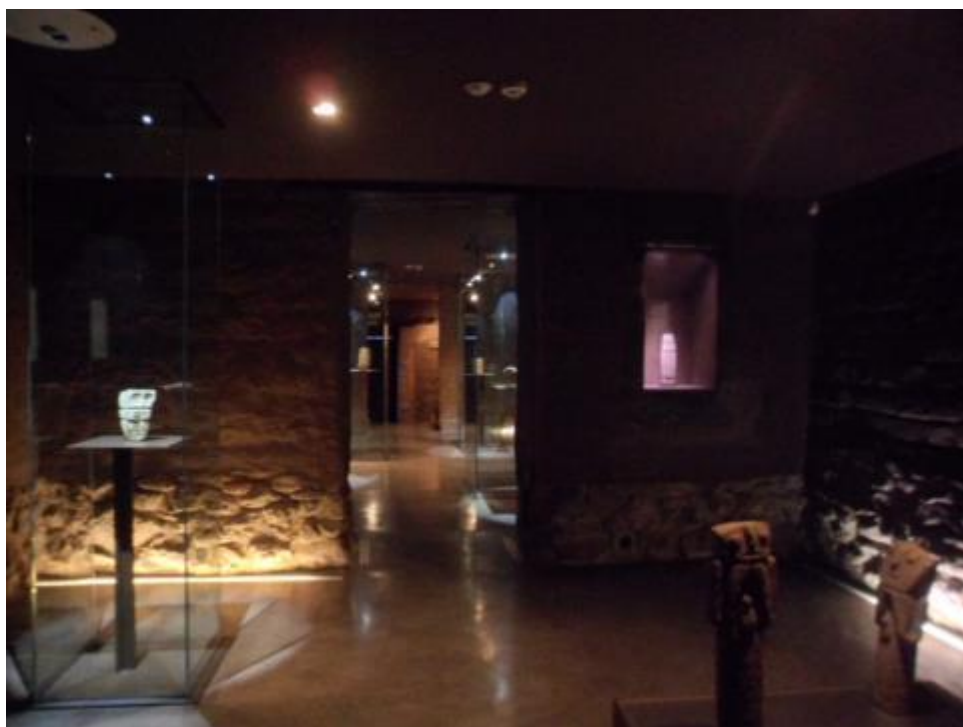
Anexo 16



Anexo 17



Anexo 18



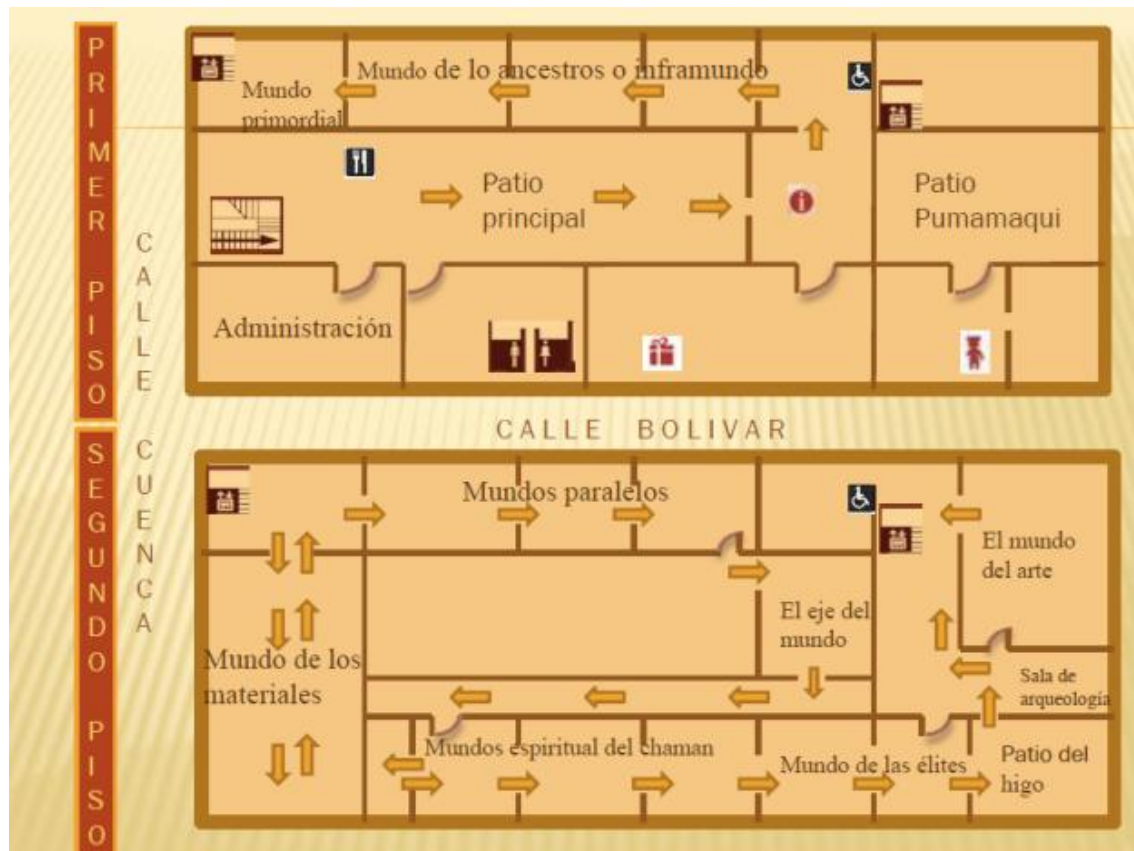
Anexo 19



Anexo 20



Anexo 21



Anexo 22



Anexo 23

ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es determinar el perfil, satisfacción y motivación de visita de los turistas al Museo.

Edad: Menos de 15 años () Sexo: F () M ()
16 a 25 años ()
26 a 35 años ()
36 a 45 años ()
Más de 46 años ()

Lugar de procedencia: _____ Estado civil: _____

Profesión: _____

Grado de instrucción: Educación primaria ()
Bachillerato ()
Universidad ()
Maestría ()

Ninguna ()

Marque con una X la respuesta que más represente su opinión:

¿Con qué frecuencia realiza un viaje?

Mensual ()

Cada 6 meses ()

Anual ()

¿Cuánto dinero está dispuesto a gastar en la visita a un museo del Centro Histórico de Quito?

1 a 4 dólares ()

5 a 8 dólares ()

Más de 9 dólares ()

¿Qué tipos de museo le gusta visitar?

Museos de arte ()

Casas museos ()

Museos de historia ()

Museos de ciencias naturales ()

¿Cuál fue su principal motivación para visitar el Centro Histórico de Quito?

Visitas a museos ()

Vistas a iglesias ()

Visitas a monumentos ()

Otros ()

¿Cuál es el principal motivo por el cual escogió visitar el Museo?

Curiosidad por conocerlo ()

Visitar una exposición temporal ()

Enseñar a familiares o amigos ()

Ocupar el tiempo de ocio ()

Estudios ()

Por casualidad ()

¿Qué esperaba encontrar en el museo?

Obras de arte ()

Muebles antiguos ()

Piezas arqueológicas ()

Pinturas ()

¿Se ha sentido espectador o involucrado en el museo?

Valore l nivel de satisfacción de la prestaciones de servicios y facilidades en los museos, mediante una escala de 4 puntos: 1- nada satisfecho, 2 - poco satisfecho, 3: satisfecho o 4 muy satisfecho.

Atmosfera/ambiente del museo ()

Exposiciones del museo ()

Disposición/presentación de las exposiciones ()

Temas de las exposiciones ()

Posibilidad de aprender algo nuevo ()

Eventos organizados por los museos ()

Apto para niños ()

Posibilidad de participación activa ()

Horarios ()

Explicaciones en las salas ()

Visitas guiadas ()

Información sobre las facilidades del museo ()

Adaptación de espacios a las necesidades de los visitantes ()

¿A su criterio que elemento le falta al museo para ser más atractivo al visitante?

Valorare su experiencia general en el museo:

4- Excelente ()

3- Buena ()

2- Regular ()

1-Deficiente ()

¿Recomendaría la visita a otras personas?

Si ()

No ()

¿Volvería a visitar el museo?

Si ()

No ()

G R A C I A S

SURVEY

The objective of this survey is obtaining information of profile, motivations and satisfaction tourist of Museums.

Age: _____ Gender: F () M ()

Nationality: _____ Marital status:

Occupation:

Education: School ()

High school ()

University ()

Master's degrees ()

None ()

¿How often do you travel?

Once a month ()

Every 6 months ()

About once a year ()

¿ How much can you pay for admission to a Museum in downtown Quito?

1 to 4 dollars ()

5 to 8 dollars ()

More than 9 dollars ()

¿What kind of museums do you like to visit?

Art museums ()

House museums ()

Historic museums ()

Science museums ()

¿Which were your principal motivation to visit downtown Quito?

Visit museums ()

Visit churches ()

Visit monuments ()

Others ()

¿Which were your principal motivation to visit this museum?

Curiosity ()

Visit a temporary exhibition ()

Visit with relatives or friends ()

Use free time ()

Studies ()

To have a chance ()

¿What do you except to find at the museum?

Art exhibitions	()
Ancient Furniture	()
Archaeological Pieces	()
Paintings	()

¿Did you feel involved or spectator in this museum?

From a scale of 1 to 4 as rate the services and facilities provided by the museum. 1- not satisfied, 2 - moderately, 3- sufficiently, 4 - completely.

Environment at the museum	()
Topics exhibitions	()
Presentation exhibitions	()
Temporary exhibitions in the museum	()
More information on the collections	()
Have the opportunity to learn something new	()
Have the opportunity to participate actively	()
Special events organized by the museum	()
Suitable for children	()
Schedule	()
Guided tours	()
Information about the museum's facilities	()
Accessibility for visitors	()

¿What do you think that this museum needs to be more attractive for the tourist?

Rate your general experience at this museum

4- Excellent	()
3- Good	()

2- Regular ()

1-Deficient ()

¿Would you recommend to visit this museum?

Yes ()

No ()

¿Would you like to visit the museum again?

Yes ()

No ()

T H A N K S

Anexo 24

Tabla 10: Museos del Centro Histórico de Quito

No.	NOMBRE DEL MUSEO	PRECIOS	USD	HORARIO DE ATENCIÓN	DIRECCIÓN
1	Iglesia de La Compañía	Adulto Extranjero	3	lunes a viernes 9:30 17:30, sábados y feriados 9:30 a 16:30, domingos 13:30 a 16:30	García Moreno y Sucre
		Estudiante extranjero	1.5		
		Adulto Nacional	1.5		
		Estudiantes nacionales 6 a 18 años	0.6		
		Niños y Tercera edad	Libre		
2	Fundación Museos de la Ciudad	Adulto Extranjero	3	Martes a Domingo 9:30 - 17:30	García Moreno 572 y Rocafuerte
		Adulto Nacional	3		
		Estudiantes con carnet	2		

		Niños y Tercera edad	1		
3	Centro Cultural Metropolitano y Museo Alberto Mena Caamaño	Adulto Extranjero	1.5	Martes a Sábado de 9:00 a 18:00. Domingos de 10:00 a 14:00	Pasaje Espejo No.1147 y García Moreno
		Adulto Nacional	1.5		
		Estudiantes con carnet	0.75		
		Niños y Tercera edad	0.5		
4	Convento, iglesia de San Francisco y Museo Fray Pedro Gocial	Adulto Extranjero	2	lunes a sábado de 9:00 - 17:30, domingos 09:00 - 12:00	Cuenca 477 y Sucre
		Adulto Nacional	2		
		Niños y Tercera edad estudiantes con carnet	1		
5	Museo Casa del Alabado	Adulto Extranjero	4	Martes a Sábado de 9:30 a 17:30 Domingos y Feriados 10:00 a 16:00	Cuenca entre Rocafuerte y Bolívar
		Adulto Nacional	3		
		Estudiantes con carnet	1		
		Niños y Tercera edad	0.5		
6	Convento de San Agustín, Museo Miguel de Santiago y Sala Capitular	Adulto Extranjero	2	Lunes a Viernes de 9:00 a 12:30 y de 14:00 a 17:00. Sábado de 9:00 a 13:00	Chile y Guayaquil
		Adulto Nacional	2		
		Universitarios y tercera edad	1		
		Niños y Colegiales	0.5		
7	Escuela Taller Quito 1	Adulto Extranjero	1	Lunes a Viernes de 8:00 a 11:00 de	Montufar y Sucre

		Adulto Nacional	1	13:00 a 15:30	
		Niños y Tercera edad	1		
8	Museo de Arte Colonial	Adulto extranjero	2	Martes a Sábado de 9:00 a 12:30 y de 14:00 a 16:30	Mejía y Cuenca
		Adulto Nacional	1		
		Estudiantes con carnet y tercera edad	0.5		
		niños menores de 12 años	Libre		
9	Museo Casa Sucre	Adulto Extranjero	1	Martes a Viernes de 9:00 a 17:30 Sábados de 10:00 a 14:00	Venezuela No. 573 y Sucre
		Adulto Nacional	1		
		Niños y Tercera edad	0.25		
10	Centro de Arte Contemporáneo	Adulto Extranjero	Gratis	Martes a Domingo 9:00 a 16:30	Calle Luis Dávila y Venezuela,
		Adulto Nacional	Gratis		
		Niños y Tercera edad	Gratis		
11	Convento e iglesia de Santo Domingo y Museo Fray Pedro Bedón	Adulto Extranjero	2	Lunes a Viernes de 9:00 a 13:30 y de 14:30 a 16:30, Sábados 9:00 a 14:00	Plaza de Santo Domingo Flores entre Rocafuerte y Bolivia
		Adulto Nacional	1		
		Estudiante escuela, Niños y Tercera edad	50%		
12	Iglesia y Museo Catedral	Adulto Extranjero	1.5	Lunes a Sábados y feriados de 9:30 a	García Moreno Y Espejo

	Primada de Quito	Adulto Nacional	1.5	17:30	
		Estudiantes y Tercera edad	1		
13	Museo Santa Catalina de Siena	Adulto Extranjero	1.5	Lunes a Viernes de 8:30 hasta 17:00, Sábados de 8:30 a 12:00	Espejo Y Flores
		Adulto Nacional	1.5		
		Estudiantes	1		
		Niños y Tercera edad	0.6		
14	Teatro Bolívar	Adulto Extranjero	1	Lunes a Viernes 9:00 A 17:00	Espejo 847 entre Flores y Guayaquil
		Adulto Nacional	1		
		Niños y Tercera edad	1		
15	María Augusta Urrutia	Adulto Extranjero	2	Martes a Viernes de 10:00 a 18:00 Sábados, Domingos y Feriados de 9:30 a 17:30	García Moreno 760 entre Sucre y Bolívar
		Adulto Nacional	2		
		Tercera edad	1		
		Niños hasta 12 años	0.5		
16	Museo Manuela Sáenz	Adulto Extranjero	2	Lunes a Viernes de 10:00 a 17:00, Sábados de 10:00 a 14:00	Junín 709 y Montufar
		Adulto Nacional	1.5		
		Niños y Tercera edad	0.75		
17	Convento del Buen Pastor	Adulto	3	Lunes a viernes de 15:00 a 17:30	La Recoleta. Zona del río Machángara
		Niño	1		
		Tercera Edad	1.5		
18	Museo Camilo	Adulto	Gratis	Martes a viernes	Venezuela 1302

	Egas	Niño	Gratis	9:00 a 13:00	y Esmeraldas
		Tercera Edad	Gratis		
19	Museo Numismático del Banco Central	Adulto extranjero	1	Martes a Viernes de 9:00 a 16:30, Sábados, domingos y Feriados de 10:00 a 15:30	García Moreno y Pasaje Espejo
		Niño extranjero	0.25		
		Tercera Edad extranjero	0.25		
		Nacionales	Gratis		
20	Museo de Arquitectura	Adulto	Gratis	Lunes a Viernes de 9:00 a 17:00	Junín 610, Barrio San Marcos
		Niño	Gratis		
		Tercera Edad	Gratis		
21	Centro Cultural Tiánguez	Adulto	Gratis	Lunes a Domingo de 9:30 a 16:30	Cuenca y Sucre Bajo el Convento de San Francisco
		Niño	Gratis		
		Tercera Edad	Gratis		
22	Basílica del Voto Nacional	Nacional	1	Lunes a Domingo de 09:00 a 16:30	Carchi y Venezuela
		Extranjeros	2		
		Nacional y Extranjeros	1		
		Niños	0.5		