



**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**

**Facultad Jurídica, Social y Administrativa**

**Carrera de Administración Turística**

**Propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja.**

**Trabajo de Titulación previo a la  
obtención del título de Ingeniera en  
Administración Turística**

**AUTORA:**

Rotseli Nicol Medina Torres

**DIRECTORA:**

Arq. Alexandra Elizabeth Aguilera Maldonado Mg.Sc.

Loja – Ecuador

2023

Loja, 12 de Julio de 2023.

Arq. Alexandra Elizabeth Aguilera Maldonado Mg.Sc.

**DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**C E R T I F I C O :**

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración Turística**, de la autoría de la estudiante **Rotseli Nicol Medina Torres**, con **cédula de identidad Nro. 1105606204**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Arq. Alexandra Elizabeth Aguilera Maldonado Mg.Sc.

**DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **Autoría**

Yo, **Rotseli Nicol Medina Torres**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cedula de Identidad:** 1105606204

**Fecha:** 12 de julio de 2023

**Correo institucional:** rotseli.medina@unl.edu.ec

**Teléfono o Celular:** 0939369921 / 2110070

**Carta de autorización por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo, del Trabajo de Titulación.**

Yo, **Rotseli Nicol Medina Torres**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **Propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja**, como requisito para optar el título de **Ingeniera en Administración Turística**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de julio del dos mil veintitrés.

**Firma:**

**Autora:** Rotseli Nicol Medina Torres

**Cedula de Identidad:** 1105606204

**Dirección:** Colinas Lojanas calles Colambo y Achiral

**Correo Institucional:** rotseli.medina@unl.edu.ec

**Teléfono:** 2110070 / 0939369921

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director del trabajo de titulación:** Arq. Alexandra Elizabeth Aguilera Maldonado Mg.Sc.

## **Dedicatoria**

Agradezco a Dios por guiarme y ser luz en cada momento de mi vida, por renovar mis fuerzas cuando más débil estaba y por enseñarme a enfrentar las adversidades de la vida.

A mis padres, Grace Patricia Torres Armijos quien ha sido la testigo principal sobre el camino arduo que he tenido que llevar hasta el término de mi carrera, por brindarme su apoyo, cariño y comprensión en todo momento sin excepción alguna y a Víctor Hugo Medina Medina quien partió a la eternidad hace 8 meses, me ha dejado todos sus consejos y ejemplo para seguir creciendo como mujer, hija, hermana, y profesional, tomando en cuenta siempre que al mundo venimos a servir.

A mis Hermanos Dayanna Medina y Anderson Medina por acompañarme y alentarme en cada momento para culminar de manera exitosa tan anhelada meta.

***Rotseli Nicol Medina Torres***

## **Agradecimiento**

Orgullosamente agradezco a la Gloriosa Universidad Nacional de Loja por permitirme formar como profesional apto para enfrentar las adversidades en el campo laboral.

De la misma manera agradezco a la Carrera de Administración Turística y a quienes forman el grupo de docentes de la misma, quienes han brindado todos sus conocimientos y experiencias para cumplir con el proceso educativo de manera satisfactoria.

Agradezco de manera especial a la Arquitecta Alexandra Aguilera quien ha dedicado parte de su tiempo a la orientación de mi trabajo de titulación, gracias por su compromiso e inigualable paciencia para guiarme hacia la culminación del trabajo de investigación.

A los coordinadores de los museos de la ciudad de Loja quienes abrieron sus puertas para realizar con libertad este trabajo de investigación. Al ilustre Municipio de Loja, a la Unidad Municipal de turismo y al departamento de comunicación e imagen de la Universidad Nacional de Loja quienes brindaron su apoyo y colaboración para finalizar con éxito dicho trabajo.

Mi gratitud hacia todos Ustedes Dios los bendiga.

***Rotseli Nicol Medina Torres***

## Índice de Contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización.</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de Contenido</b> .....	<b>vii</b>
Índice de Tablas.....	x
Índice de Figuras.....	xii
Índice de Anexos .....	xiii
<b>1.Título</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
2.1 Abstract .....	3
<b>3.Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4.Marco teórico</b> .....	<b>6</b>
4.1. Marco Conceptual .....	7
4.1.1. Turismo.....	7
4.1.2. Motivaciones para el turismo.....	7
4.1.3. Resiliencia turística.....	8
4.1.4. Sistema turístico .....	8
4.1.5. Turista.....	9
4.1.6. Museos .....	9
4.1.7. Estructura de la organización de los museos .....	10
4.1.8. Tipo de museos .....	10
4.1.9. Las TIC y los Museos .....	11

4.1.10.	¿Qué es guion turístico?.....	12
4.1.11.	Guía Virtual Turística .....	12
4.1.12.	Promoción Turística.....	12
4.1.13.	Oferta Turística.....	13
4.1.14.	Demanda Turística.....	14
4.1.15.	Plan de comunicación.....	14
4.1.16.	Plan de Acción .....	14
4.2.	Marco Referencial .....	14
4.3.	Marco Legal .....	16
<b>5.</b>	<b>Metodología .....</b>	<b>19</b>
5.1.	Área de estudio .....	19
5.2.	Materiales.....	21
5.3.	Métodos .....	21
5.4.	Técnica.....	22
5.5.	Herramientas.....	22
5.6.	Metodología por objetivos.....	22
<b>6.</b>	<b>Resultados .....</b>	<b>26</b>
6.1.	“Diagnosticar la situación actual de los museos de la Ciudad de Loja” .....	26
6.1.1.	Identificación de Museos .....	26
6.1.2.	Aplicación de Fichas de Diagnóstico y Matriz de Jerarquización .....	26
6.1.3.	Análisis del Mapeo de Actores .....	51
6.1.4.	Análisis de Entrevistas .....	51
6.1.5.	Análisis de Encuestas.....	53
6.1.6.	Matriz FODA .....	64
6.2.	“Diseñar una guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja” .....	65
6.2.1.	Diseño de Guía turística .....	65



6.2.2. Creación de la página Web.....	66
6.3. “Elaborar un plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja” . .....	70
6.3.1. Elaboración de Propuesta .....	70
<b>7.Discusión.....</b>	<b>74</b>
<b>8.Conclusiones .....</b>	<b>77</b>
<b>9.Recomendaciones .....</b>	<b>78</b>
<b>10.Bibliografía.....</b>	<b>79</b>
<b>11.Anexos .....</b>	<b>82</b>
11.1. Fichas.....	82
11.2. Matriz Mapeo de Actores.....	103
11.3. Entrevistas .....	106
11.4. Encuesta .....	115
11.5. Guiones.....	117

## Índice de Tablas

Tabla 1.	Marco Legal .....	17
Tabla 2.	Resumen de Información General de la ciudad de Loja.....	20
Tabla 3.	Tamaño Poblacional.....	23
Tabla 4.	Museo San Juan Bautista del Valle.....	28
Tabla 5.	Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL .....	31
Tabla 6.	Museo Puerta de la Ciudad.....	34
Tabla 7.	Ñaño Casa Museo .....	36
Tabla 8.	Museo Casa Bolívar.....	38
Tabla 9.	Museo y Centro Cultural de Loja.....	41
Tabla 10.	Museo Madres Concepcionistas .....	43
Tabla 11.	Museo Matilde Hidalgo de Procel .....	45
Tabla 12.	Museo de Música “Salvador Sarangocín Tapia” .....	47
Tabla 13.	Matriz de Jerarquización de Museos Analizados.....	49
Tabla 14.	Inventario de Museos de la Ciudad de Loja .....	50
Tabla 15.	Matriz de Resultados de la Entrevista a los Coordinadores de los Museos.....	52
Tabla 16.	Edad .....	53
Tabla 17.	Nivel Educativo .....	54
Tabla 18.	Sexo .....	54
Tabla 19.	Nacionalidad.....	54
Tabla 20.	Residencia .....	55
Tabla 21.	Activos .....	55
Tabla 22.	Inactivos .....	56
Tabla 23.	Ocupación .....	56
Tabla 24.	Nivel de Gastos .....	56

<b>Tabla 25.</b>	<b>Nivel de Ingresos.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 26.</b>	<b>Motivo de la Visita .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 27.</b>	<b>Medio de Transporte .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 28.</b>	<b>Duración de la Estancia .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 29.</b>	<b>Museo más conocido .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 30.</b>	<b>Medio de Información.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 31.</b>	<b>Información Recibida .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 32.</b>	<b>Conocimiento de una Guía Turística Virtual .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 33.</b>	<b>Conocimiento de una Guía Virtual de Museos.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 34.</b>	<b>Información Indispensable .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 35.</b>	<b>Formatos para la Guía .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 36.</b>	<b>Frecuencia del medio de comunicación.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 37.</b>	<b>Logotipo .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 38.</b>	<b>Matriz FODA .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 39.</b>	<b>Guion .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 40.</b>	<b>Plan de Acción .....</b>	<b>72</b>

## Índice de Figuras

Figura 1.	Mapa de Ubicación de los Museos de la Ciudad de Loja. ....	19
Figura 2.	Diagrama de flujos por actividades .....	25
Figura 3.	Museo San Juan Bautista del Valle.....	28
Figura 4.	Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL .....	31
Figura 5.	Museo Puerta de la Ciudad.....	34
Figura 6.	Ñaño Casa Museo .....	36
Figura 7.	Museo Casa Bolívar.....	38
Figura 8.	Museo y Centro Cultural de Loja.....	41
Figura 9.	Museo Madres Concepcionistas .....	43
Figura 10.	Museo Matilde Hidalgo de Procel .....	45
Figura 11.	Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”.....	47
Figura 12.	Plataforma .....	67
Figura 13.	Logo.....	67
Figura 14.	Encabezado y Párrafo introductorio. ....	68
Figura 15.	Mapa y Título .....	69
Figura 16.	Grupo .....	69
Figura 17.	Grupo .....	70
Figura 18.	Pie de página.....	70

## Índice de Anexos

Anexo 1.	Ficha 1- Museo San Juan Bautista del Valle .....	82
Anexo 2.	Ficha 2- Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.....	84
Anexo 3.	Ficha 3- Museo Puerta de la Ciudad .....	86
Anexo 4.	Ficha 4- Ñaño casa Museo .....	89
Anexo 5.	Ficha 5-Museo Casa Bolívar .....	91
Anexo 6.	Ficha 6- Museo y Centro Cultural de Loja .....	93
Anexo 7.	Ficha 7- Museo Madres Concepcionistas.....	95
Anexo 8.	Ficha 8- Museo Matilde Hidalgo .....	97
Anexo 9.	Ficha 9- Museo de la Música “Salvador Sarangozín Tapia” .....	100
Anexo 10.	Matriz de Mapeo de Actores.....	103
Anexo 11.	Ficha 1 de Entrevista Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL. ....	106
Anexo 12.	Ficha 2 de Entrevista Museo Puerta de la Ciudad.....	107
Anexo 13.	Ficha 3 de Entrevista Ñaño Casa Museo .....	108
Anexo 14.	Ficha 4 de Entrevista Museo Casa Bolívar .....	109
Anexo 15.	Ficha 5 de Entrevista .....	110
Anexo 16.	Ficha 6 de Entrevista .....	111
Anexo 17.	Ficha 7 de Entrevista Museo Matilde Hidalgo .....	112
Anexo 18.	Ficha 8 de Entrevista Museo de la Música .....	113
Anexo 19.	Modelo de la Encuesta. ....	115
Anexo 20.	Guion Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL. ....	117
Anexo 21.	Museo Puerta de la Ciudad .....	118
Anexo 22.	Ñaño Casa Museo.....	119
Anexo 23.	Museo Casa Bolívar .....	120
Anexo 24.	Museo y Centro Cultural de Loja .....	121

<b>Anexo 25.</b>	<b>Museo Madres Concepcionistas de Loja .....</b>	<b>123</b>
<b>Anexo 26.</b>	<b>Museo Matilde Hidalgo .....</b>	<b>125</b>
<b>Anexo 27.</b>	<b>Museo de la Música Salvador Sarangozín Tapia .....</b>	<b>126</b>
<b>Anexo 28.</b>	<b>Certificación del Abstract.....</b>	<b>127</b>

## **1.Título**

“Propuesta de una Guía Turística Virtual para los Museos de la Ciudad de Loja”

## 2. Resumen

En el presente trabajo de titulado “**Propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja**”, se planteó como objetivo general proponer el diseño de una guía turística virtual en los museos de la ciudad de Loja; siendo una alternativa innovadora para la promoción y difusión de los museos de la ciudad de Loja mismos que son Patrimonio Cultural y guardan celosamente la historia de la ciudad, además dicha propuesta podrá generar mayor afluencia turística y reactivación económica dentro de la ciudad. Así mismo se plantearon tres objetivos específicos: el primero Diagnosticar la situación actual de los museos de la ciudad de Loja, el segundo Diseñar una guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja, y el tercero Elaborar un plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja. Dentro de la metodología se utilizaron los métodos descriptivo, Inductivo, deductivo, analítico, explorativo, técnicas como observación directa, entrevistas, encuestas y tamaño de muestra, de la misma forma la aplicación de la metodología de Carla Ricaurte adaptada tomando en cuenta los indicadores de la ficha del INPC y las fichas del MINTUR. Dando como resultado la creación de una página web con la guía turística en formato video, en la página web se encuentra la información priorizada según los resultados de las encuestas y entrevistas. Finalmente se pudo concluir que los museos de la ciudad de Loja tienen riqueza patrimonial que debe ser vista no solo a nivel local sino nacional e internacional, además se generaron recomendaciones para los coordinadores de cada museo los cuales deben trabajar en equipo para creación de rutas culturales turísticas.

**Palabras claves:** Ciudad de Loja, pagina web, plan de comunicación.



## 2.1 Abstract

The present work was titled "**Proposal for a virtual tourist guide for museums of Loja city**". The general objective was to propose the design of a virtual tourist guide in museums of Loja city; being an innovative alternative for the promotion and dissemination of the museums of the city of Loja, which are Cultural Heritage and jealously guard the history of the city, in addition, said proposal may generate greater tourist influx and economic reactivation within the city. Likewise, three specific objectives were set up: the first, to diagnose the current situation of Loja city's museums, the second, to design a virtual tourist guide of Loja's museums, and the third, to develop a communication plan for the promotion and diffusion of the virtual tourist guide of Loja's museums. Regarding to the methodology, the following methods were used: descriptive, inductive, deductive, analytical and explorative; techniques such as direct observation, interviews, surveys and sample size. In the same way, it was used Carla Ricaurte's adapted methodology, taking into account the indicators of INPC and MINTUR files. As a result of this work, it is the creation of a web page with the tourist guide on video format. The prioritized information is found on the web page according to the results of the surveys and interviews. Finally, it was possible to conclude that museums of Loja city have patrimonial wealth that must be seen not only locally but also nationally and internationally. In addition, recommendations were generated for the coordinators of each museum, who must work as a team to create cultural touristic routes.

**Key words:** Loja city, web page, communication plan.

### **3.Introducción**

Las herramientas digitales en la actualidad se están convirtiendo en un instrumento útil para unificar información relevante, misma que puede ser difundida a través de los mismos medios digitales llegando al uso o visualización de muchos.

Dentro de estas herramientas se encuentran las guías virtuales, a través de ella se brinda información de manera fácil, concisa y rápida a la población interesada en cierto tema o contenido. Para Mora & Sinchire (2012) una guía turística virtual permite acceder a información general del cantón, apuntes históricos, atractivos turísticos, recomendaciones, establecimientos turísticos, galería fotográfica entre otras opciones de una manera fácil y rápida.

Los Museos son Patrimonio Cultural de una ciudad o País, los mismos que resguardan celosamente bienes muebles que forman parte del desarrollo, historia e identidad de dicho lugar, además cumplen con la función de poner en exhibición dichos bienes para contribuir a la educación y conocimiento de quienes los visiten.

Es así que el uso de las guías turísticas virtuales para la promoción de los museos es una gran alternativa la misma que aprovecha las herramientas digitales para dar a conocer la riqueza posicionada en cada museo.

Esta investigación busca crear o proponer una guía turística virtual a través de la cual se constituya una herramienta para promocionar y difundir los museos de la ciudad de Loja ya que se ha actualmente los turistas no tienen una herramienta o instrumento para informarse acerca de los museos y las actividades existentes.

La ciudad de Loja es reconocida como capital musical y cultural del Ecuador, ya que ha sido la fuente de inspiración y lugar de nacimiento de grandes escritores, compositores, pintores, cantantes y otros grandes personajes, pero también es reconocida como la ciudad sede del evento internacional (FIAVL) Festival de Artes Vivas de Loja, el mismo que fomenta las artes y manifestaciones de los derechos culturales.

Además cuenta con nueve museos de tipo arqueológico, religioso, históricos, etnológicos y música, mismos que protegen bienes muebles pertenecientes a la historia que da identidad a los lojanos, pero actualmente existe una escasa difusión de los museos de la ciudad de Loja, razón por la cual los turistas desconocen la riqueza cultural que posee nuestra ciudad dando como resultado la poca afluencia de los mismos a estos lugares, es por esta razón que la propuesta de una guía

turística virtual para los museos de la ciudad de Loja es de suma importancia para revertir esta problemática.

Es importante mencionar que la realización de esta investigación ayudará significativamente a cada museo porque permitirá mejorar sus estrategias y actividades en la potencialización de la promoción y difusión de los mismos, logrando así un mayor flujo de turistas, generando ingresos y desarrollo turístico.

Así mismo será un gran aporte a la localidad ya que se plantearon estrategias para la promoción de los museos. Asimismo, esta investigación constituye un precedente para futuros estudios que se deseen realizar en otros sectores.

Lo investigado está en estrecha relación con algunos trabajos entre los que podemos encontrar como por ejemplo el diseño de una guía virtual para aplicarse en el Museo de la ciudad de Quito que tuvo como objetivo general presentar los parámetros principales sobre los que se puede establecer una guía virtual o audio guía, en donde se difunda la información de forma automática con la ayuda de la tecnología.

Esta investigación tiene como objetivo general proponer el diseño de una guía turística virtual en los museos de la ciudad de Loja, y como objetivos específicos diagnosticar la situación actual de los Museos de la Ciudad de Loja, diseñar una guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja y elaborar un plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja.

Los alcances del proyecto se enfocaron a proponer una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja y así poder potencializar su promoción y difusión a nivel local, nacional e internacional, la implementación de esta guía en cada museo dependerá de las autoridades y los recursos disponibles actualmente para que lo tomen en cuenta en un futuro. En cuanto a las limitaciones encontradas a lo largo de la presente investigación fueron la falta de bibliografía y escasa información, así como también una limitante para llevar a cabo el desarrollo del proyecto en el tiempo establecido fue el paro nacional ocurrido en el 2022 y la epidemia del covid 19.

#### **4.Marco teórico**

Los museos dentro de una ciudad o país son importantes ya que se destacan por guardar la historia, reliquias, artes u otros artefactos que forman parte de la identidad del destino. Para aseverar la importancia de los museos es necesario tomar en cuenta lo que dice (Travers, 2006, Frey y Meier, 2006) citado por (Eve Museos e Innovacion, 2020) en donde se menciona que:

Un museo funciona invariablemente como parte de la economía. Su servicio esta principal relacionado con la conversación y la revalorización del patrimonio cultural, pero también puede acometer otras tareas, objetivos y acciones. Muchos museos, por si mismos, son destinos turísticos importantes y, por lo tanto, proporcionan actividad económica relacionada con la industria del turismo y el comercio minorista. (parr.2)

El turismo es la actividad económica que presenta una tendencia creciente la cual favorece el ámbito socioeconómico y cultural de una comunidad. Las tecnologías han ido creciendo a lo largo de la historia provocando grandes cambios en diversos ámbitos uno de ellos el turismo, por tal razón es de suma importancia que el turismo tome una postura de adaptación a las nuevas tecnologías y cambie su manera de promocionar el turismo de una ciudad o País.

Para comprender la importancia de una guía turística virtual es imprescindible tomar en cuenta lo que menciona Blackma (2014) citado por (Lucas, 2017) quien dice que la guía virtual turística es:

El prototipo de un sistema informático que acompaña al viajero en su recorrido y le explica con detalle, a través de su ordenador portátil o tablet, la historia de las ciudades y monumentos que visita y así puede tener la información necesaria de un atractivo en específico, permitiéndole planificar su viaje (p.12).

Por tal razón es que una guía turística virtual para museos es importante para ejercer la educación cultural, combatir el desconocimiento, y ayudar a la construcción de la identidad que día a día se va desintegrando por otras tendencias. El turismo debe adaptarse a las nuevas tecnologías para brindar un servicio innovador al turista nacional, extranjero y a la comunidad local.

Es por eso que la promoción turística juega un papel importante ya que es necesaria para combatir con el desconocimiento o la información errónea sobre los atractivos y destinos turísticos presentes dentro de la localidad, esto se lo puede afirmar en base a lo que menciona (Pérez & Merino, 2011) quien hace referencia a la promoción turística como “la difusión de un lugar como destino para los turistas y por ende es importante destacar que la llegada de visitantes a una

ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar y por eso la importancia de la promoción turística”. (parr.3)

#### **4.1.Marco Conceptual**

##### **4.1.1. Turismo**

Según la (Unwto, n.d.)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (parr.1)

También se ha tomado en cuenta otro punto de vista sobre lo que es el turismo según (Etecé, 2021) el cual menciona que es: “el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio”. (parr.2)

Pero hay otra definición por parte de Mexico (1998) quien define al turismo como:

El desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual. Cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de una innumerable cantidad de servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas. (parr.1)

##### **4.1.2. Motivaciones para el turismo**

Para explicar el tipo de motivaciones existentes se ha tomado en cuenta lo que dice Muñoz (2002) en su libro Folklore y Turismo que existe diversas motivaciones para realizar turismo tanto nacional como internacionalmente, algunas de las motivaciones mencionadas por el mismo son las siguientes:

###### **4.1.2.1.En lo cultural.**

La motivación cultural es una de las principales motivaciones para viajar y el cual produce la satisfacción de necesidades individuales y grupales, motivando de la misma manera al descubrimiento de especies geológicas, flora, fauna, y monumentos que guardan historia de hechos

o personajes de renombre dentro del destino. Dentro de este aspecto el autor nos motiva a conocer primero nuestras riquezas culturales para evitar ser parte de la típica formación cultural basada en observaciones y comentarios de culturas extranjeras. (p.25-26)

#### **4.1.2.2.En lo Social.**

Lo social ayuda a que cada integrante local se conozca de mejor manera, así como también da a conocer a los extranjeros dando como resultado el fortalecimiento de lazos de confraternidad entre pueblos, permitiendo así colocar los bienes turísticos como los espectáculos, productos comerciales, artesanales, entre otros, en todos los estratos nacionales e internacionales. (p. 26-27)

#### **4.1.2.3.En lo Religioso.**

La motivación religiosa permite que el turismo realice el desplazamiento de un lugar a otro por causa de las famosas peregrinaciones las cuales suelen durar de dos a tres días, de la misma manera se encuentran las cofradías y movilización a todos los lugares que tienen un gran significado de fe o historia para los creyentes. (p. 27)

#### **4.1.2.4.En la Salud.**

La Salud es una motivación para el turismo ya que el ser humano tiene la necesidad de un sano esparcimiento para salir de la monotonía del trabajo, estudios y otras actividades agotadoras. La salud motiva a cambiar nuevos ritmos de vida y conocer lugares que emitan o cubran las necesidades del turista. (p.27)

#### **4.1.2.5.El Deporte.**

El deporte abarca la movilización no solo del deportista sino de la familia del mismo provocando así el turismo dentro del destino o los destinos, ya que ayudaran al consumo de servicios de hoteles, restaurantes, bares, centros culturales, parques de diversiones, transporte, entre otros servicios relacionados al turismo. (p. 28)

### **4.1.3. *Resiliencia turística***

Para una mejor comprensión de la resiliencia turística se ha tomado en cuenta a (Barrera, 2021) el cual nos detalla que la resiliencia es la capacidad de mantener una calidad de vida a pesar de los cambios dentro de la misma, o en otras palabras consiste en la adaptación y transformación frente a los cambios y crisis presentes, es así que la resiliencia turística es la capacidad de adaptación o adecuación de las áreas turísticas a transformaciones radicales para obtener un desarrollo turístico sostenible. (parr.4-5)

### **4.1.4. *Sistema turístico***

Existen diversos autores quienes denominan al sistema turístico desde diferentes puntos de vista por ende se ha escogido a Molina (2000) citado (Ricaurte, 2009) en su libro Manual para el Diagnostico Turístico Local en donde dice que el sistema turístico es un sistema abierto intercalado en un entorno social, ambiental, político, y económico el cual facilitara la actividad de un turismo sostenible dentro de la sociedad. (p.14)

#### **4.1.5. Turista**

Para la definición del Turista es importante recalcar lo que dice (Tilio, n.d.) que el turista es la persona quien se moviliza a un lugar distinto de su lugar de residencia, además, el mismo tiene una característica principal que es de permanecer en el lugar por un tiempo considerable, realizando diversas actividades turísticas haciendo uso de los servicios promocionados u ofrecidos en el destino. (parr.1-2)

De igual manera se ha tomado en consideración lo que menciona la (OMT, n.d.) sobre el turista, quien es:

Toda persona sin distinción de raza, sexo, idioma o religión, que entra en el territorio de un Estado distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia, y permanezca en él 24 horas (al menos) y no más de 6 meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración. (parr.1)

Lo cual tiene relación con lo dicho por (Entorno Turístico, 2022) “Un *turista* es un *visitante*, con la condición que debe pernoctar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, pero como ya se mencionó antes, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios”. (parr.8)

#### **4.1.6. Museos**

Tomando en cuenta lo que dice (Porporatto, n.d.) Los museos son espacios de enorme valor cultural y social en toda nación, donde se destacan las artes, la ciencia y la investigación. Un museo es una institución permanente y abierta al público, que debe tener una estructura formal al servicio de la comunidad. Esta estructura no tiene fines de lucro, sino que tiene la misión de investigación, difusión, conservación del patrimonio, educación y, finalmente, exposición del mismo. (parr-1-3)

Para la definición de los museos también se ha tomado en cuenta a (ICOM, n.d.) quien menciona que un museo es “una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y

expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”. (parr.1)

#### **4.1.7. Estructura de la organización de los museos**

Según Bravo Juega (1995) la estructura organizativa es el organigrama del personal que debe ser un medio para un fin, creando así un marco dentro del cual el personal del museo pueda trabajar efectivamente para el logro de los objetivos del mismo y por tanto dicho organigrama debe adaptarse a los objetivos, necesidades y tamaño de la institución.

Existen dos tipos básicos de estructura de personal que son:

##### **4.1.7.1.Estructura Vertical.**

Este cuenta con departamentos separados teniendo como peligro la duplicación de actividades, vacíos y enfrentamientos entre departamentos por lo cual no hay una entidad corporativa

##### **4.1.7.2.Estructura Horizontal.**

Existe una estructura o equipo de gestión por encima del nivel de jefatura que coordina y dirige el desarrollo conjunto de los distintos departamentos. Los problemas que tienes este tipo de estructura es que existe la burocracia generada y la pérdida de tiempo en constantes reuniones.

#### **4.1.8. Tipo de museos**

Existen diversos tipos de museos en los cuales se exhiben obras, artefactos, o pertenencias que conforman la historia del lugar, zona o comunidad, ayudando así a fortalecer y resguardar la identidad y patrimonio cultural. A continuación, se describirá los tipos de museos según (Kotler & Kotler, 2001).

##### **4.1.8.1.Museo de arte.**

Se afrontan al reto de tener obras que son caras y valiosas. En este aspecto lidian con otros museos y con sociedades y coleccionistas privados acaudalados. También compiten entre sí por el patrocinio y las donaciones. (p. 43-45)

##### **4.1.8.2.Museo de historia, centros de interpretación histórica y edificios y lugares históricos.**

Estos Museos representan y registran el patrimonio común de una comunidad, pero también los rasgos singulares de los grupos culturales, étnicos y generacionales y su grado de integración o separación con respecto a la corriente principal. (p.45-47)

##### **4.1.8.3.Museos de historia natural, antropología y etnografía.**



Estos Museos se originaron como organizaciones de investigación que empleaban a científicos y expertos, sus funciones han hecho firmeza en la investigación, en las exposiciones y programas para el público. (p.48)

#### **4.1.8.4.Parques Zoológicos y Jardines Botánicos.**

Los parques zoológicos y jardines botánicos componen la tipología de museo más visitada del mundo, así mismo cuenta con una tipología de visitantes más heterogénea. (p.49-50)

#### **4.1.8.5.Museos Infantiles y Juveniles.**

Este tipo de Museos se han convertido en un importante apoyo para la educación formal. Un nuevo reto para los museos infantiles y juveniles es encontrar formas de llegar a los niños de las minorías étnicas o en situaciones de riesgo. (p.50-51)

#### **4.1.8.6.Museos étnicos y comunitarios**

Los museos comunitarios exponen sus culturas locales desde una perspectiva positiva, primero a los miembros del grupo cultural representado en el museo y, segundo, a los miembros de la sociedad general. (p. 51)

#### **4.1.8.7.Museos Especializados**

Adopta la forma de dedicados a un deporte, un tipo de música o literatura u otros campos determinados. (p.51-52)

#### **4.1.8.8.Museos Generales**

Albergan colecciones relacionadas con campos diversos de la actividad humana y del conocimiento. Se conoce también como museos generales a las instituciones que engloban colecciones relacionadas con dos o más disciplinas. (p. 52-53)

#### **4.1.8.9.Museos enciclopédicos**

Se denomina museos enciclopédicos a los grandes museos de artes cuyas colecciones incorporan obras de cultura, civilizaciones y periódicos históricos muy diferentes, incluidas las bellas artes, la artesanía y las artes decorativas. (p.53)

#### **4.1.8.10. Pequeños museos**

Los pequeños museos se enfrentan a una serie de problemas, usualmente están situados en pequeñas comunidades rurales que han experimentado pérdidas de población. Este tipo de Museo no suelen ser destinos turísticos y tienen ciertas dificultades para conseguir exposiciones itinerantes u obtener préstamos de otros museos. (p. 53-54)

#### **4.1.9. Las TIC y los Museos**

Es importante tomar en consideración la influencia de las TIC en los museos, ya que hoy en día las tecnologías brindan muchas ventajas a los espacios privados y públicos facilitando diversas actividades, es por eso que se ha tomado en cuenta lo que dice (Asensio, 2011) citado por (Román et al., 2017) (p.622) las TIC están “prácticamente ausente en los espacios expositivos y de la inmensa mayoría de los programas públicos y educativos” por tal razón es necesario aplicar las TIC con los museos para mejorar la estadía de los visitantes o turistas, pero es esencial meditar en lo que menciona (Asensio y Asenjo, 2009) citado por (Román et al., 2017) (p.622) “Estas se implantan en ocasiones sin demasiada reflexión, planteamiento teórico u objetivos” Aunque las TIC puedan mejorar diversos aspectos deben tener una planificación previa para su uso.

#### **4.1.10. ¿Qué es guion turístico?**

Un Guion turístico según Anónimo (n.d.) “Es una de las herramientas de trabajo más importantes con las que cuenta un museo, palacio, iglesia, convento y cualquier centro cultural de visita turística, documento mediante el cual se exponen los contenidos y las particularidades del recinto cultura”

Según Marticorena (2014) citado por (Anonimo, n.d.) menciona que el guion turístico es:

Una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar la información a las características de los diferentes segmentos de turistas con la finalidad de hacerla accesible y “digerible”. El guía debe poseer un banco de información acerca de cada uno de los destinos o recorridos en los que opere, para ello debe echar mano a diversas fuentes de información. (parr.1)

#### **4.1.11. Guía Virtual Turística**

Para Mora & Sinchire (2012) la Guía turística Virtual permite acceder a Información General del cantón, apuntes históricos, atractivos turísticos, recomendaciones, establecimientos turísticos, galería fotográfica entre otras opciones de una manera fácil y rápida.

Una Guía Virtual según Dicar Express (n.d.) “Una guía virtual es una aplicación numérica que le permite moverse por el país gracias a un GPS y la ruta pre programada en el sistema”.

Por lo cual se puede decir que una guía virtual es un sistema o aplicación que permite facilitar el desplazamiento en una ciudad o destino, así como también permite la facilidad de ubicarse y conocer sobre los atractivos, rutas, actividades y entre otros aspectos los cuales se pueden llevar a cabo dentro de la ciudad que se esté visitando.

#### **4.1.12. Promoción Turística**

Según lo que menciona Montaner Montejano (1998) citado por Chuquizala-Kohls & Jaramillo (2017)

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino turístico, y toma mayor importancia porque incentiva la llegada de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población. Además, la promoción ayuda a que los turistas conozcan los recursos y servicios que posee un determinado lugar, es decir los productos turísticos que posee.

De la misma manera Castillo & Castaño (2015) mencionan que la promoción turística “es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing Integrado, la cual se refiere a comunicar a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística. En el caso de la promoción de los destinos turísticos se identifican instrumentos de la promoción tradicional y no tradicional”.

#### **4.1.13. Oferta Turística**

Para la comprensión de la oferta turística he tomado en cuenta a Sy Corvo (2021) quien menciona que la oferta turística es:

Aquella que está constituida por una agrupación de bienes, servicios, infraestructura y recursos, organizados de manera tal que permitan satisfacer la demanda de los visitantes. Los elementos deben estar engranados, para ofrecer al viajero una visión armónica del recurso que se desea promocionar. (párrafo 1)

De la misma manera es importante recalcar lo que dice Araújo (2018) que la oferta turística puede ser:

Clasificada de acuerdo a su función y finalidad, concretamente, oferta turística de atracción (todos los elementos de origen natural o creados por el hombre que dan respuesta a las motivaciones turísticas, originando un desplazamiento); oferta turística de recepción (equipamientos, bienes y servicios que permiten la permanencia en el lugar visitado y satisfacen necesidades decurrentes de esa permanencia); oferta turística de fijación (constituida por todos los elementos que, conteniendo o no motivos de atracción, contribuyen para aumentar la permanencia de los visitantes o volverlas más agradables); oferta turística de animación (compuesta por los elementos creados por el hombre susceptibles de satisfacer necesidades de recreo o de ocupación de tiempo libre); oferta

turística de desplazamiento (conjunto de infraestructuras, equipamientos y servicios que permiten el desplazamiento de los visitantes).

#### **4.1.14. Demanda Turística**

Para entender lo que significa la demanda turística es importante recalcar lo que dice la OMT citado por Villasante Wilson (2016)

La demanda turística se define como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado. (parr.2)

También se ha tomado en cuenta a Entorno Turístico (2018) en donde se menciona que:

La demanda turística es el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegada o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores. (parr.2)

#### **4.1.15. Plan de comunicación**

Según Guijarro (n.d.) Un plan de comunicación “Es una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público y cuándo. En él se establecen de forma clara los objetivos de comunicación que se quieren alcanzar. Además, facilita un orden de las tareas y acciones que se realizarán”. (parr.2)

#### **4.1.16. Plan de Acción**

Reyna (2020) menciona que un plan de acción “Es una herramienta de gestión o administración que te será útil para determinar el camino hacia el cumplimiento de tus objetivos. Conoce sus características y elementos” (parr.1)

Para Zarate (n.d.) un plan de acción es “Un mapa que establece el camino para conseguir las metas que tiene un negocio. Refleja la ruta que debe seguir una organización con base en una planificación exhaustiva” (parr.3)

### **4.2.Marco Referencial**

Se realizó un análisis íntegro de manera Internacional, Nacional y Local tomando en cuenta los estudios más actualizados los cuales me servirán de referencia para la ejecución del presente proyecto. Estos referentes son:

Salas (2018) en su tesis titulada “Diseño de una guía virtual para aplicarse en el Museo de la ciudad de Quito” para la Universidad Técnica Particular de Loja. El presente trabajo tuvo como objetivo general presentar los parámetros principales sobre los que se puede establecer una guía virtual o audio guía, en donde se difunda la información de forma automática con la ayuda de la tecnología. La Metodología tuvo una perspectiva cuantitativa, para lo cual realizó una encuesta aplicada a 196 visitantes, siendo una muestra representativa de la población, también considero elementos cualitativos esenciales para establecer el diseño de la guía virtual. Los resultados de la Investigación señalaron la importancia del museo y las áreas que consideran más importantes, presentando así una propuesta de un audio guía tomando en cuenta los aspectos tecnológicos y la información que debería llevar, contribuyendo así al museo y a la población.

Betancourt (2017) en su tesis titulada “Diseño de un manual de guianza turística interactiva para el museo de las hermanas concepcionistas del cantón Loja”. Para la Universidad Nacional del Ecuador. El presente trabajo tuvo como objetivo general diseñar un manual de guianza turística interactiva para el Museo de las Hermanas Concepcionistas del Cantón Loja. Designo una metodología por cada objetivo así, dentro del primer objetivo se encontraba la realización de un diagnóstico Turístico cultural del Museo de las Hermanas Concepcionistas del cantón Loja, para lo cual utilizó el método científico para determinar el estado de conservación de las obras del museo y para el levantamiento de la información se realizó por intermedio de las técnicas de observación, entrevistas y se basó en la metodología de Carla Ricaurte Quijano modificándola a la realidad del Museo de las Hermanas Concepcionistas del Cantón Loja. Para el segundo objetivo tenía la Determinación de una metodología para la elaboración del Manual de guianza turística interactiva, para lo cual aplico la técnica de encuesta para obtener datos claros y precisos y así definir la metodología más adecuada para la realización de la guianza turística interactiva dentro del museo. Y para el tercer objetivo que consistía en el diseño del manual de guianza turística interactiva para el Museo de las Hermanas Concepcionistas del cantón Loja utilizo el método científico a través de la recopilación de información que conllevaron a especificar datos importantes para el contenido del manual, además utilizó recursos tecnológicos que permitieron dar mayor interactividad al mismo como lo son los códigos QR. Los resultados de la investigación señalaron que la guianza

interactiva puede ser una solución a la motivación del turista para desplazarse y visitar nuevos destinos.

Lucas (2017) en su tesis titulada “Análisis de las guías virtuales y su impacto en la promoción de destinos turísticos, caso Bucay” para la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. El presente trabajo tuvo como objetivo general analizar el uso de las guías virtuales como medio de promoción de destinos turísticos que permita conocer las características generales para el desarrollo de una guía virtual del caso Bucay. Como parte de las herramientas utilizadas a lo largo del proceso, fueron las entrevistas efectuadas a una persona del Gad Bucay y a dos personas que representaban a la empresa privada del sitio, dando así como resultado, que Bucay no posee una guía virtual que promocioe sus destinos, no hay proyectos actualmente enfocados en el turismo y las empresas privadas no reciben apoyo por parte de este ente, sin dejar de lado que no tienen definido en su totalidad el concepto de guía virtual y por ende existe un parcial uso de las TICS respectivamente.

De esta manera puedo decir que el primer referente me servirá para tomar en cuenta como diseñar una guía y poderlo aplicar en mi segundo objetivo relacionado al diseño de la guía turística virtual, siguiendo con el segundo referente, me ayudará a realizar el primer objetivo con respecto al diagnóstico actual de los museos en la ciudad de Loja a través de fichas de diagnóstico, de la misma manera el tercer referente me ayudará con el desarrollo del tercer objetivo tomando en cuenta el impacto de las guías virtuales en los destinos turísticos y poder aplicar un plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística virtual.

#### **4.3.Marco Legal**

Para el Marco legal se ha tomado en cuenta algunas normas que ayudaran a realizar el análisis pertinente para la ejecución del proyecto. Estas leyes son importantes porque amparan al turismo y al patrimonio cultural ya que guardan una estrecha relación entre sí y con el tema propuesto. Es así que a continuación se detalla las siguientes normas: ODS-objetivos de desarrollo Sostenible, Ley de Turismo, Constitución de la República del Ecuador, Plan Creando Oportunidades 2021-2025, y la Ley de Patrimonio Cultural.

En la (Tabla 1) se resume el marco legal tomando en cuenta la norma su temática y los artículos considerados, ayudando a una mejor comprensión del mismo.

**Tabla 1. Marco Legal**

<b>Norma</b>	<b>Temática</b>	<b>Artículos</b>
ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible	✚ Educación de calidad	✚ Objetivo 4- Meta 4.7
	✚ Trabajo decente y crecimiento económico	✚ Objetivo 8- Meta 8.9
Plan Creando Oportunidades 2021-2025	✚ Eje Social	✚ Objetivo 7.
Constitución de la República del Ecuador.	✚ Derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones.	✚ Art 21.
	✚ Derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas.	✚ Art 22.
	✚ Derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad.	✚ Art 23.
	✚ Derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.	✚ Art 25.
	✚ Fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural.	✚ Art 377.
<i>Ley de Turismo</i>	✚ Marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico.	✚ Art 1.
	✚ Conceptualización del turismo	✚ Art 2.
	✚ Principios de la actividad turística	✚ Art 3.
Ley de Patrimonio Cultural	✚ Bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado.	✚ Art 7.
	✚ Prohibición de reparaciones, restauraciones o modificaciones de los bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural sin previa autorización del Instituto.	✚ Art 13.
	✚ Patrimonio Cultural debe adoptar	✚ Art 33.

**Fuente:** Revisión Bibliográfica

Es así como después de haber realizado una revisión bibliográfica exhaustiva sobre el marco legal vigente en el Ecuador se determinó que para la ejecución del presente proyecto se utilizara primero los ODS Objetivos de desarrollo sostenible especialmente el objetivo 4 “Educación de Calidad” ya que con la guía turística virtual se podrá llegar a niños, jóvenes, y adultos para informar y educar en el ámbito turístico-cultural, dentro de los ODS también se tomó en cuenta el objetivo 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” ya que a través de un buen plan de comunicación para la guía turística virtual se lograra que los turistas o visitantes ya sean internacionales, nacionales o locales provoque el desplazamiento y consumo dentro del museo y dentro de la ciudad reactivando el turismo y aportando al crecimiento económico. . Así también se tomará en cuenta el Plan creando oportunidades 2021-2025 haciendo hincapié en el eje social-objetivo 7. De la misma manera se empleará la Constitución de la República del Ecuador en donde es importante recalcar los derechos a construir y mantener su propia identidad cultural, a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. , y seguido me valdré de la Ley de turismo considerando el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, no olvidando lo que es el turismo y los principios de la actividad turística, y por último La Ley de patrimonio cultural, recordando los bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado, las Prohibiciones a reparaciones, restauraciones o modificaciones de los bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural sin previa autorización del Instituto y así como también tener presente todas las medidas que resguardan y conservan las manifestaciones s folklóricas, musicales, coreográficas, religiosas, literarias o lingüísticas.



## 5. Metodología

### 5.1. Área de estudio

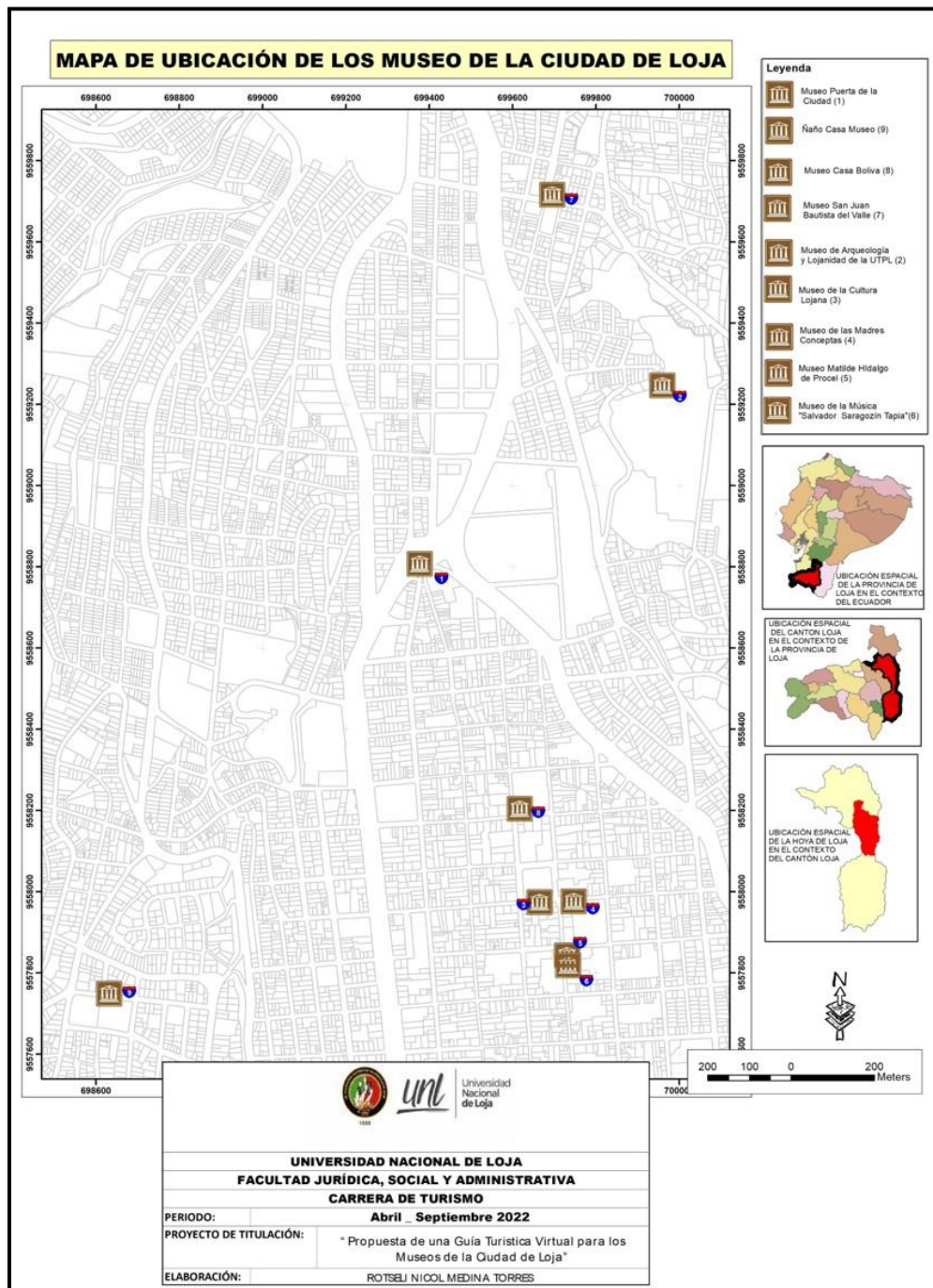


Figura 1. Mapa de Ubicación de los Museos de la Ciudad de Loja.

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Loja que pertenece al Cantón Loja, Provincia de Loja, al Sur del Ecuador como lo indica la (figura1). Está conformada cuatro parroquias urbanas que son: San Sebastián, Sucre, El Valle, y el Sagrario, así como también la conforma 13 parroquias rurales que son: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualiel, Malacatos, Jimbilla, San Lucas, San Pedro, Santiago, Taquil, Vilcabamba, Yangana y Quinara.

En la (tabla 2) se muestra un resumen detallado sobre la información general de la ciudad de Loja como su ubicación, creación, gobernantes, extensión, temperatura, clima, altitud, parroquias, limites, coordenadas UTM, población, idioma, habitantes y gastronomía.

**Tabla 2. Resumen de Información General de la ciudad de Loja**

<b>Ubicación</b>	La ciudad de Loja pertenece al Cantón Loja, Provincia de Loja, y se encuentra al sur del Ecuador. Está conformada cuatro parroquias urbanas que son: San Sebastián, Sucre, El Valle, y el Sagrario, así como también la conforma 13 parroquias rurales que son: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualiel, Malacatos, Jimbilla, San Lucas, San Pedro, Santiago, Taquil, Vilcabamba, Yangana y Quinara.
<b>Creación</b>	La Ciudad de Loja y su Provincia, se caracterizó desde su fundación por Alonso de Mercadillo en 1548, en el valle de Cusibamba, por su posición histórica y geográfica, como el lugar desde donde irradiaban hacia las gobernaciones de Oriente y a la extensión de su provincia hasta Tumbes, Macará y Jubones, las actividades de una época que hicieron de la ciudad de Loja el centro administrativo
<b>Gobernantes</b>	En cuanto a la Gobernanza del periodo 2022-2023 se encuentra distribuido de la siguiente manera: Alcadesa: Lic. Patricia Picoita Astudillo Concejales: Nixon Arlic Granda- Santiago Alexander Erraez Veintimilla - Jaime Cuenca - Pablo Javier Burneo Ramón - Ligia Isabel Rodríguez Lima - Karina Isabeth González Lojan - Daniel Agustín Delgado -Eduardo Ramiro Palacios Cueva - Darío Javier Loja Reyes - José Patricio Lozano Lozano - Adálber Fabián Gaona Gahona.
<b>Extensión</b>	1.893 km <sup>2</sup>
<b>Temperatura</b>	15 °C
<b>Clima</b>	Ecuatorial Mesotérmico Semi – Húmedo
<b>Altitud</b>	2100 msnm con una variación entre los 1200 msnm a 3800 msnm
<b>Parroquias</b>	Parroquias Urbanas San Sebastián, Sucre, El Valle, Y sagrario Parroquias Rurales Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualiel, Malacatos, Jimbilla, San Lucas, San Pedro, Santiago, Taquil, Vilcabamba, Yangana y Quinara.
<b>Límites</b>	Norte: Cantón Saraguro Este y Sur: Provincia de Zamora Chinchipe Oeste: Provincia de El Oro, y cantones de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga

<b>Coordenadas utm</b>	699200-700200 E 9557800-9559200 N
<b>Población</b>	Mayoritariamente Mestiza
<b>Idioma</b>	Español
<b>Habitantes</b>	Censo (año 2010): 180.617 Habitantes Proyección (año 2022): 247.210 Habitantes
<b>Gastronomía</b>	Dentro de la gastronomía que se destaca en la ciudad de Loja están los siguientes: Producto principal: La Cecina de cerdo, el repe, tamales, humitas Dulces: Roscones y bocadillo-Bebidas: El café y la horchata

**Fuente:** Revisión Bibliográfica

## 5.2. Materiales

Los materiales a utilizarse durante el desarrollo de la investigación serán los siguientes:

- ✚ Útiles de oficina
- ✚ Material bibliográfico e internet
- ✚ Equipos de computo
- ✚ Cámara fotográfica.
- ✚ Grabadora
- ✚ Trípode y estabilizador
- ✚ Micrófono de solapa

## 5.3. Métodos

Esta investigación es de tipo mixto ya que se busca

- ✚ **Método Descriptivo:** Consiste en desarrollar una caracterización de las situaciones y eventos de cómo se manifiesta el objeto de investigación, ya que busca especificar las propiedades importantes del problema en cuestión y también puede ofrecer la posibilidad de predicciones, aunque sean muy rudimentarios.
- ✚ **Método Inductivo:** Es un procedimiento que comienza por los datos y se acaba llegando a la teoría. Se asciende de lo particular a lo general.
- ✚ **Método Deductivo:** Es un método científico utilizado con el objetivo de obtener o lograr conclusiones verdaderas y consistentes sobre una o más cuestiones.
- ✚ **Método Analítico:** Llega a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos.
- ✚ **Método Exploratorio:** Se aplica en el problema de investigación con el objetivo de enfatizar los aspectos fundamentales de una problemática definitiva y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.

## 5.4. Técnica

### **Observación Directa.**

El levantamiento de la información se realizó en cada museo, por intermedio de las técnicas de observación, las cuales brindaron una clara visión de la situación objeto de estudio, que consistió en frecuentes visitas a los diferentes museos para obtener la recolección de la información y determinar el estado actual de los mismos.

### **Entrevistas:**

Se realizó entrevistas a todos los directores de cada museo, mismos que poseen un gran conocimiento sobre el estado actual de cada Museo.


### **Encuestas:**

Se aplicó encuestas dirigidas a los turistas mismas que permitieron obtener datos claros y precisos para el diseño de la guía turística virtual.

## 5.5. Herramientas

Las herramientas tecnológicas que se tomó a consideración para realizar la ejecución del proyecto son las siguientes:

 Argis

 Excel avanzado

 Canva

 Wordpress

## 5.6. Metodología por objetivos

### **Objetivo 1: Diagnosticar la situación actual de los Museos de la Ciudad de Loja.**

Para el cumplimiento del primer objetivo se dividió en 4 pasos de la siguiente manera:

Primero la identificación de cada museo a través de visitas insitu u observación directa para confirmar su ubicación y confirmar su operatividad, de tal manera que se constató la existencia de nueve museos los mismos que son: Museo de la Música “Salvador Sarangozín Tapia”, Museo Matilde Hidalgo de Procel, Museo y Centro Cultural de Loja, Museo de las Madres Concepcionistas de la ciudad de Loja, Museo Casa Bolívar, Ñaño Casa Museo, Museo Puerta de la Ciudad, Museo San Juan Bautista del Valle, Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.

El segundo paso a seguir fue el diagnostico a través de la ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos de Carla Ricaurte adaptándola para los museos de la ciudad de Loja tomando en cuenta los indicadores de la ficha del INPC para analizar el estado de conservación de

los museos, dichas fichas se dividieron en 6 partes: datos generales del museo, características del museo, demanda real del museo, estado actual del museo, transporte y accesibilidad, facilidades en el atractivo, y para la realización de la matriz de jerarquización se tomó en cuenta la metodología para inventario de atractivos turísticos del MINTUR misma que analiza nueve criterios de evaluación.

El tercer paso fue la aplicación de un mapeo de actores a través de la metodología de (Calderón Medellín et al., 2018) la cual se la adapto al sector turístico para analizar y validar el tipo de actor y la influencia que tienen los museos, la unidad municipal de turismo y la dirección de cultura frente al turismo, para este mapeo de actores se tomó en cuenta la tipología, el rol que desempeña cada uno de los actores mencionados anteriormente y los criterios de evaluación con respecto a las relaciones activas frente al turismo, nivel de influencia, nivel de interés, calificación por tipo de actor.

En el cuarto paso se aplicó las entrevistas a los coordinadores de cada museo mismas que constaron de 5 preguntas abiertas para conocer su opinión frente a la propuesta planteada.

También se aplicó encuestas a turistas, basadas en la plataforma Geovit-Poblaciones de referencias destinos proyectado al 2023, el mismo que dio un resultado de poblaciones infinitas ya que el tamaño poblacional fue, mayor a 500.000, dando como resultado un total de 216 encuestas mismas que resultaron a partir de la formula aplicada con un coeficiente de confianza (95%) ( $Z = 1.96$ ), una probabilidad de éxito ( $p = 0.60$ ), probabilidad de fracaso ( $q = 0.60$ ), y un error máximo permitido de ( $e = 0.08$ ), esto se debe a la demanda baja en los museos adicionando el tiempo de pandemia que se vivió.

POBLACIONES INFINITAS DONDE  $N > 500.000$

$$n = (z^2 * p * q) / e^2$$

**Tabla 3. Tamaño Poblacional**

<b>Poblaciones de Referencias Destinos</b>	<b>Base 2017-2018</b>	<b>Proyectado al 2023 Turistas</b>	<b>Número de Encuestas</b>
<b>Turistas</b>	<b>Geovit</b>	1.533.622	216
<b>TOTAL</b>	<b>N=</b>	1.533.622	<b>n= 216</b>

**Fuente:** Geovit

## **✚ Objetivo 2: Diseñar una guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja.**

Para el cumplimiento del segundo objetivo se tomó en cuenta los resultados de las fichas, encuestas y entrevistas que se realizaron en el primer objetivo.

El diseño de la guía turística virtual se desarrolló en dos pasos de la siguiente manera:

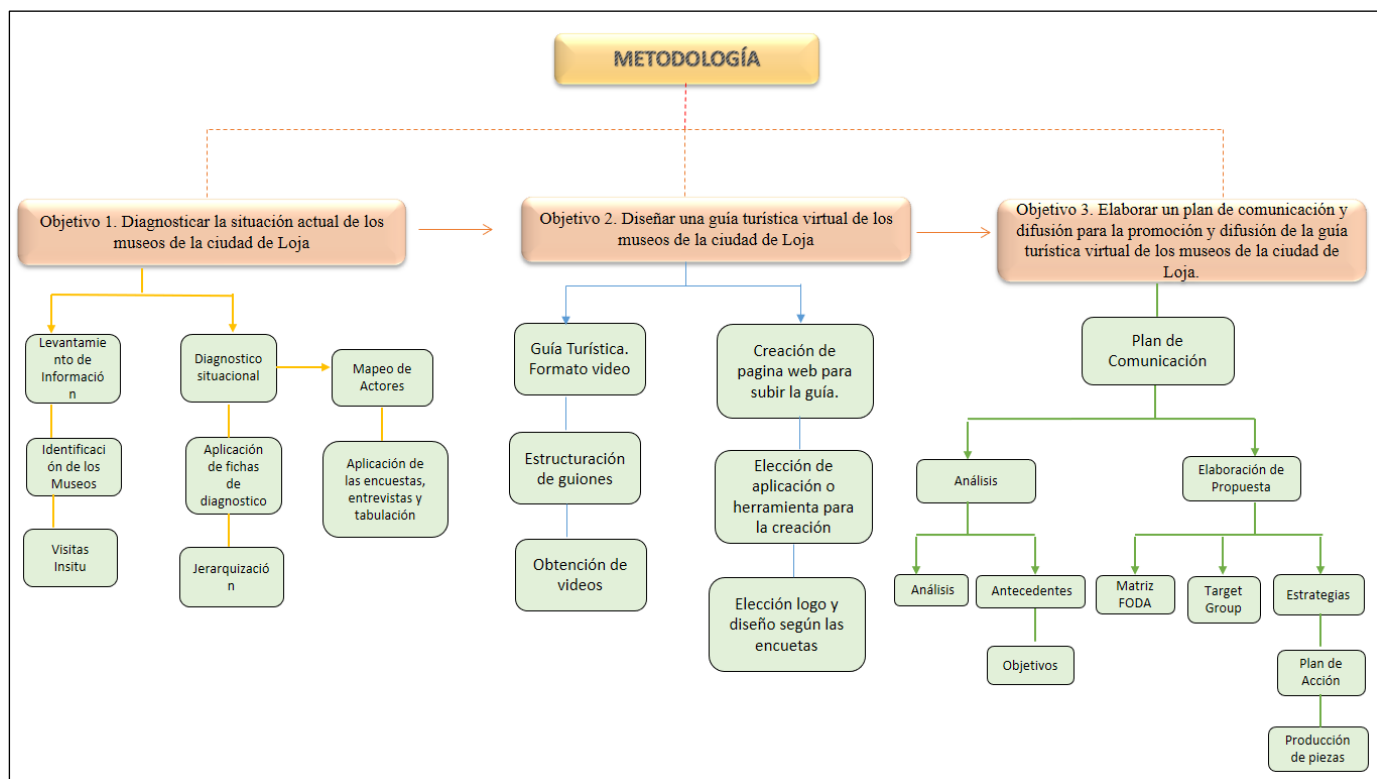
Primero se realizó el diseño de la guía turística a través de la estructuración de guiones para videos guiados de cada museo, ya que este formato es de fácil uso según los encuestados, en los guiones consta la información recabada en las fichas de diagnóstico aplicadas en el primer objetivo, misma que se divide de la siguiente manera: saludo e introducción, recorrido de salas o galerías, y despedida.

El segundo paso fue la creación de la página la web para subir la guía turística ya que se encuentra en formato video. Para la creación de la página web se tomó en cuenta la aplicación o herramienta de creación que fue wordpress, el logo el mismo que parte de los resultados de las encuestas, y el diseño que cumple las características de los resultados de las encuestas y las entrevistas.

## **✚ Objetivo 3: Elaborar un plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja.**

Para el cumplimiento del tercer objetivo se elaboró un plan de comunicación mismo que mostro estrategias, y un plan de acción para la promoción y difusión de la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja.

La (Figura 2) muestra un diagrama de flujos en forma ordenada sobre la metodología que se llevó a cabo en cada objetivo, así como también las actividades que se realizó.



**Figura 2.** Diagrama de flujos por actividades

## **6.Resultados**

### **6.1.“Diagnosticar la situación actual de los museos de la Ciudad de Loja”**

#### **6.1.1. *Identificación de Museos***

Para la identificación de los Museos existentes en la ciudad de Loja se realizó un levantamiento de información bibliográfico para proceder a realizar las visitas Insitu en cada uno de los museos, logrando así constatar su operatividad.

Es así que dio como resultado que en la ciudad de Loja existen nueve museos de tipo arqueológico, religioso, histórico, de música y etnográficos, de los cuales ocho se encuentran normalmente en operatividad mientras que uno de ellos denominado San Juan Bautista del Valle no se encuentra habilitado por falta de personal operativo para brindar los servicios adecuados en el museo.

#### **6.1.2. *Aplicación de Fichas de Diagnóstico y Matriz de Jerarquización***

Para conocer la situación actual de cada museo se aplicó la ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos de Carla Ricaurte adaptándola para los museos de la ciudad de Loja tomando en cuenta los indicadores de la ficha del INPC para analizar el estado de conservación de los museos.

##### **6.1.2.1. Museo San Juan del Valle.**

Es un museo Religioso el cual se encuentra ubicado en la parroquia San Juan Bautista en las calles Guayaquil y Salvador Bustamante Celi, el mismo es dirigido por el Coordinador Párroco Ángel Arrobo. Los horarios de atención que se llevaban a cabo antes de la pandemia eran de martes a viernes desde las 8:00 a.m. a 12:00 pm. y de 15:00 p.m. a 18:00 p.m. y los días sábados de 8:00 a.m. a 12:00 p.m. El museo tiene un aforo máximo de 30 visitantes en donde se realizaba la exhibición de exposiciones religiosas permanentes. Este Museo contaba con una demanda esporádica con visitantes locales y nacionales siendo 10 visitantes de lunes a viernes, los fines de semana 10 visitantes y eventos programados un total de 15 visitantes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad privado en el cual no se ha realizado gestiones de conservación ni tampoco se realiza eventos programados. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación buena siendo 60 muestras religiosas puestas en exhibición, las cuales mantienen una iluminación amarilla, de manera directa e indirecta. La Infraestructura mantiene un estado de conservación bueno y está compuesto por dos pisos y cinco



salas de exhibición permanente. En el tema de seguridad el museo solo cuenta con un sistema de alarmas, dentro de los servicios básicos cuenta con agua potable, energía eléctrica, y telefonía fija.

En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y adoquinadas pero accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, pero no existe señalización vial ni turística. Las Facilidades turísticas que ofrecía el museo era el servicio de guianza, y como medios de difusión era a través de la página web de la iglesia donde hay una información regular. (Ver Anexo 1-Ficha 1)

La iglesia parroquial de El Valle es, sin lugar a dudas, el templo de mayor antigüedad de nuestra ciudad. Su estructura arquitectica de estilo romano lo demuestra a simple vista. Se estima que la construcción data de fines del s. XVI e inicios del XVII. (La Hora, 2004)

Las cuatro salas que integran el Museo de Arte Religioso de la Parroquia El Valle, en cuyos aposentos permanentes de arte e historia colonial se exhiben obras de gran valor, en metales, madera y pintura, todo esto se origina en una de las primeras iglesias de esta ciudad donde se mantiene vivo el arte colonial desde mediados del siglo XVIII. El Museo de Arte Religioso San Juan del Valle inicia con la recopilación de varias obras que 32 se hallaban casi destruidas en toda la iglesia y convento del Valle, el museo está conformado por obras coloniales y republicanas que en su época debieron causar esplendor y gran admiración artística y regocijo espiritual. La intervención de las obras se las realizó por etapas en preservación, conservación y restauración de las obras de escultura, pintura de caballete, pintura tubular, y la recolección de elementos de orfebrería. En él encontramos, imágenes de San Agustín, Alonso de Mercadillo, la Santísima Trinidad, el Arcángel San Gabriel y objetos de plata como coronas para la Virgen de los Dolores, y cruces de todos los tamaños. (Torres, 2013)

**Tabla 4. Museo San Juan Bautista del Valle**

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo San Juan Bautista del Valle	<b>Jerarquía:</b> II
<b>Tipo:</b>	Religioso	
<b>Fotografía:</b>		<b>Ubicación:</b>
		<b>Parroquia:</b> San Juan del Valle
		<b>Calles:</b> Guayaquil y Salvador Bustamante Céli
		<b>Número:</b> 0446
		<b>Contactos:</b> 2571658
<b>Características:</b>	<p>El Museo San Juan Bautista del Valle que muestra la (figura 3) se encuentra deshabilitado por falta de personal, pero tiene un aforo máximo de 30 personas, sus exposiciones son permanentes y sus salas están enumeradas. Tiene un régimen de propiedad privada pero no se ha realizado gestiones para su conservación, además no tiene restricciones, políticas o regulaciones para el uso del museo, tampoco realiza ningún tipo de evento. Su estado de conservación es bueno, tiene en exhibición 60 bienes mismo que cuentan con iluminación directa de tipo amarilla. Su infraestructura está conformada por dos pisos y 5 salas, sus paredes, ventanas, piso y cubiertas se encuentran en buen estado. Además, cuenta con un sistema de alarmas y servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, telefonía fija. Las vías de acceso que conducen al atractivo están son accesibles durante todo el año mismas que son asfaltadas y adoquinadas. Para llegar al atractivo no existe señalización, pero se puede llegar en bus, camioneta, taxis entro otros. Finalmente, el museo no cuenta con canales de distribución para promoción y difusión.</p>	
<b>Servicios Turísticos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Prestaba el servicio de guianza</li> </ul>	
<b>Recomendaciones:</b>	Ninguna	
<b>Fuente:</b>	Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización	


### **6.1.2.2. El Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.**

Es un museo de Arqueología y Cultura Lojana el cual se encuentra ubicado en la parroquia El Valle en las calles Marcelino Champagnat y Paris en el interior de la Universidad Técnica Particular de Loja, el mismo es dirigido por la Directora Lic. Iliana Herrera. Los horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 12:30 p.m. y desde las 3:00 p.m. hasta las 18:00 p.m., los fines de semana no hay atención y los días feriados solo atienden si es un día en la semana. El museo tiene un aforo máximo de 100 personas en donde se realiza la exhibición del mobiliario arqueológico permanentemente, pero también se realiza la exhibición de arte de manera temporal según la programación realizada dentro del Museo. Este Museo cuenta con una demanda permanente con visitantes Locales, Nacionales e Internacionales siendo 150 visitantes de Lunes a Viernes y en eventos programados una demanda de 100 visitantes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad privado en el cual se ha realizado gestiones para el mantenimiento, limpieza y restauración de algunas áreas, dentro del mismo existen restricciones de comportamiento básicas para los recorridos como el no correr, no fumar, no llevar mascotas, no tocar y usar mascarilla; en el mismo se realiza eventos Culturales, Académicos y profesionales, presentación de proyectos, y exposiciones artísticas. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno siendo 4.000 muestras arqueológicas exhibidas y 20 muestras de Lojanidad, los mismas que mantienen una iluminación de manera Indirecta para evitar que la luz dañe el color natural del mobiliario. La Infraestructura mantiene un estado de conservación bueno y está compuesto por tres pisos y cuatro salas divididas por: una sala itinerante, una sala para talleres y exposiciones, una sala de arqueología y otra más para Lojanidad. En el tema de seguridad el museo cuenta con un sistema de alarmas, sensores de humo y cámaras de seguridad, pero también cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija; también sigue manteniendo los protocolos de covid como el alcohol de manos, y alfombra desinfectante para pies. En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y adoquinadas, pero son accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, de la misma manera existe señalización vial y turística como tótems y pictogramas. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza, pero también se puede realizar otro tipo de actividades como eventos programados y talleres. Los medios de difusión del museo son la página web de la UTPL en donde hay buena información. (Ver Anexo 2-Ficha 2)


La UTPL mantuvo siempre vivo el interés por apoyar a la cultura y preservar el valioso patrimonio heredado del pasado; así, los docentes Dr. Erasmo Alejandro y Jaime Celi, profesionales que trabajaron en esta institución, tomaron la iniciativa de coleccionar y estudiar algunas piezas. Hasta 2014 el Museo de Arqueología y Lojanidad tuvo carácter temático, con la dirección del Arq. José Beltrán, contaba con una sala de etnografía localizada en la primera planta y en las tres plantas superiores se exhibían todas las piezas de la colección de arqueología. En ese mismo año, la Dra. Sofía Sanz, directora del Departamento de Arquitectura y Arte propone un proyecto en el cual se contempla la reestructuración total del museo de Arqueología y Lojanidad en todas sus áreas: legales, administrativas y de museografía. En 2015 el museo queda a cargo de la Mtra. Iliana Herrera y se genera una nueva museografía con el propósito de hacerla más amigable a los ojos de los visitantes, ya que demasiadas piezas en exhibición sin un texto guía ni hilo conductor, hacía que los visitantes se cansaran y no apreciaran la importancia y detalles de cada una de las piezas de la colección de arqueología. También en 2015, el museo pasa a depender del Departamento de Arquitectura y Arte dirigido por Sofía Sanz; dirige el museo la Mtra. Iliana Herrera y Mauricio Cruz actúa como guía y encargado de la museografía de las exposiciones itinerantes del museo. Culminada su reestructuración, el 31 de mayo de 2016, el museo reabre sus puertas al público; etapa en la cual se amplía aún más su apertura a apoyar a los artistas y a quienes gustan de expresar ideas a través del arte, facilita espacios para exposiciones de alumnos de la Titulación de Arte y Diseño, exalumnos, graduados y artistas en general, tanto nacionales como extranjeros. (Herrera et al., 2018)

El Museo de Arqueología y Lojanidad nació como entidad cultural que ofrecía al público el disfrute de dos secciones: la de arqueología ecuatoriana, con el objetivo de instruir, y la de lojanidad, con el objetivo de incentivar el sentimiento de pertenencia a esta tierra. Actualmente, a estas dos secciones, el museo agrega la de exposiciones itinerantes, con el claro objetivo de apoyar a los artistas, tanto nacionales como extranjeros, necesitados de un espacio más para mostrar su talento. El museo no deja de lado la esencia de la labor educativa en el sentido de emitir conocimientos a los visitantes en cada una de las exhibiciones montadas, ya sea de arqueología, lojanidad o muestras itinerantes, para lo cual existe una mediación entre visitantes y museo a través de visitas guiadas o por medio de diversas actividades educativas interactivas que permitan al espectador adquirir conocimientos y, a la vez, disfrutar de las exhibiciones. (Herrera et al., 2018)

**Tabla 5. Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL**

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL	<b>Jerarquía:</b> III
<b>Tipo:</b>	Arqueológico	
<b>Fotografía:</b>		<b>Ubicación:</b> <b>Parroquia:</b> El Valle <b>Calles:</b> Marcelino Champagnat y París <b>Número:</b> S/N <b>Contactos:</b> Extensión 2900 <b>Coordenadas:</b> -3.98589700, -79.1990000

**Figura 4.** Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL

<b>Características:</b>	<b>Servicios Turísticos:</b>
<p>El Museo de Arqueología y Lojanidad presentada en la (figura 4) de la UTPL tiene exposiciones itinerantes y permanentes. Tiene una demanda permanente aproximada de 150 visitantes de lunes a viernes, los cuales son de tipo local, nacional e internacional. El museo tiene un régimen de propiedad privado y siempre realiza gestiones para el mantenimiento del mismo. El museo cuenta con restricciones y políticas, así como también diversos tipos de eventos que realizan durante el año. El estado de conservación del museo es bueno, cuenta con 4.000 bienes arqueológicos y 20 de Lojanidad, mismos que mantienen una iluminación indirecta. La infraestructura del museo está basada en 3 pisos 4 salas con paredes, ventanas, puertas, piso, cubiertas en buen estado, además tiene todos los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet, y telefonía fija. Las vías de acceso son totalmente accesibles todo el año, mismas que son asfaltadas y adoquinadas. Para llegar al museo existe señalización y un tótem informativo, además se puede llegar a través de camioneta, bus, taxi entre otros.</p>	<p> guía</p>
<b>Recomendaciones:</b>	Ninguna
<b>Fuente:</b> Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización	

### **6.1.2.3. Museo Puerta de la ciudad.**

Es un museo de Arqueología y Exposiciones temporales el cual se encuentra ubicado en la parroquia El Valle en las calles Av. Universitaria y 18 de noviembre, el mismo es dirigido por la Coordinadora Ing. Enith Aguirre. Los horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 21: 00 p.m. y los fines de semana de 8:00 a.m. hasta las 21:00 p.m. El museo tiene un aforo máximo de 100 personas en cada sala en donde se realiza la exhibición del mobiliario arqueológico permanentemente, pero también se realiza la exhibición de galería didáctica de manera temporal durante un mes. Este Museo cuenta con una demanda permanente con visitantes Locales, Nacionales e Internacionales siendo 200 visitantes de lunes a viernes, fines de semana un total 250 visitantes, mientras que en los días feriados existe un total de 500 visitantes y en los eventos programados un total de 200 visitantes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad público en el cual es el Municipio de Loja quien asume con los gastos para las gestiones de mantenimiento de luminarias, conservación de áreas verdes, restauración de monumentos, y limpieza; en el mismo se realiza diversos tipos de eventos como: Inauguración de exposiciones de arte, talleres de manualidades, feria de artesanías, presentaciones de danzas, conversatorios, concursos de pintura, y cafés conciertos. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno siendo 600 muestras arqueológicas exhibidas y 45 pinturas temporales, las mismas que mantienen una iluminación blanca led, de manera Indirecta para evitar que la luz dañe el color natural del mobiliario. La Infraestructura mantiene un estado de conservación bueno y está compuesto por siete pisos contando las torres y cuatro salas divididas por una sala de arqueología, y cuatro para exposiciones temporales. En el tema de seguridad el museo cuenta con un sistema de alarmas, sensores de humo, Agentes de control (Policía Municipal) y cámaras de seguridad, pero también cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija; también sigue manteniendo los protocolos de covid como el alcohol de manos, y el uso de mascarilla. En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y adoquinadas, pero son accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, de la misma manera existe señalización vial y turística como tótems. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza, servicio de bar, servicio de restaurante-café y los miradores, pero también se puede realizar otro tipo de actividades como eventos programados, compra de artesanías, talleres,

ferias y presentaciones artísticas. Los medios de difusión del museo es Facebook, en donde hay una información regular. (Ver Anexo 3-Ficha 3)

La puerta de entrada de la ciudad es un monumento arquitectónico que constituye una réplica del Escudo de Loja enviado por el Rey Felipe II en 1571 a Loja, que era considerada como el punto 32 de ingreso a la Amazonía y de valiosa importancia para la conquista de "El Dorado". Esta edificación fue construida en el año 1998, sobre el Puente Bolívar.(Torres, 2013)

**Tabla 6.** Museo Puerta de la Ciudad

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo Puerta de la Ciudad	<b>Jerarquía:</b> III
<b>Tipo:</b>	Arqueológico	
<b>Fotografía:</b>		
		<b>Ubicación:</b> <b>Parroquia:</b> El Valle <b>Calles:</b> Av. Universitaria - 18 de noviembre y Sucre <b>Número:</b> S/N <b>Contactos:</b> 2587122
<b>Características:</b>	<p>El museo Puerta de la Ciudad mostrada en la (figura 5) cuenta con 4 salas 3 ellas para exposición temporales que duran un mes y la otra sala es permanente la cual es la sala arqueológica. La demanda en el museo es permanente de tipo local, nacional e internacional. El Museo tiene un régimen de propiedad pública y cada año realizan gestiones para su conservación. En el museo no existe restricciones, pero si realiza diversos eventos durante el año, su estado de conservación es bueno, mantiene 600 piezas arqueológicas mismas que tienen iluminación indirecta de luz blanca led. La infraestructura del museo consta de 7 pisos con las torres y 4 salas mismas que sus paredes, ventanas, puertas, piso, cubierta se encuentran en buen estado, además cuenta con sistema de alarmas, sensores, guardia de seguridad municipal, cámaras, además tiene todos los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, internet, baterías sanitarias, telefonía fija. Las vías de acceso son accesibles todo el año mismas que son asfaltadas y adoquinadas, además cuenta con señalización vial y tótem informativo, y se puede llegar a través de bus, taxi, camioneta entre otros. Sus medios informativos son a través de la prensa, banners informativos y el ITUR de manera regular.</p>	
		<b>Servicios Turísticos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li> Guianza</li> <li> Restaurante- café</li> </ul>
<b>Recomendaciones:</b>	Ninguna	

**Fuente:** Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización



#### **6.1.2.4. Ñaño Casa Museo.**


Es un museo general ya que según (Kotler & Kotler, 2001) estos museos albergan colecciones relacionadas con campos diversos de la actividad humana y del conocimiento, y también se conoce como museos generales a las instituciones que engloban colecciones relacionadas entre dos o más disciplinas.

Este museo encuentra ubicado en la parroquia El Sagrario en las calles Inés Jiménez y Rumiñahui, el mismo que es dirigido por los Coordinadores Sr. Aquiles Salinas Ochoa y Sr. Boris Salinas. Los horarios de atención son de lunes a viernes desde las 10:00 a.m. hasta las 18: 00 p.m. y los fines de semana con una cita previa. El museo tiene un aforo máximo de 70 visitantes, en el cual se realiza la exhibición del mobiliario artístico permanentemente, pero también se realiza la exhibición de arte temporal y otras actividades. Este Museo cuenta con una demanda estacional con visitantes Locales, Nacionales e Internacionales siendo 15 visitantes de lunes a viernes, fines de semana un total 15 visitantes, mientras que en los eventos programados un total de 1.000 visitantes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad privado en el cual los coordinadores son quienes asumen con los gastos para las gestiones de mantenimiento y restauración frecuente; en el mismo se realiza diversos tipos de eventos como: exposiciones de arte, eventos musicales y poéticos, eventos de teatro callejero, eventos de bonsáis, recorridos y conversatorios políticos. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno siendo 100 muestras de escultura, 100 de pintura y 200 de dibujos, las mismas mantienen una iluminación amarilla, de manera Indirecta para evitar que la luz dañe el color natural del mobiliario. La Infraestructura mantiene un estado de conservación bueno y está compuesto por tres pisos, dos salas de exposiciones llamadas: Zandra y María Luisa y también posee siete patios.

En el tema de seguridad el museo no cuenta con un sistema de alarmas, ni sensores, ni agentes de control, ni cámaras de seguridad, pero cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija; no cuenta con protocolo covid ya que el área es abierta. En mención al transporte y accesibilidad las vías son adoquinadas pero accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, para llegar al museo no existe ni señalización vial, ni señalización turística. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza, pero también se puede realizar otro tipo de actividades como eventos programados, venta de plantas y obras artísticas, talleres de

arte, biblioteca de arte, y eventos múltiples. Los medios de difusión del museo son Facebook e Instagram en donde hay una buena información. (Ver Anexo 4-Ficha 4)

**Tabla 7. Ñaño Casa Museo**

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Ñaño Casa Museo	<b>Jerarquía:</b> III
<b>Tipo:</b> No definido		
<b>Fotografía:</b>		
	<b>Ubicación:</b>	
	<b>Parroquia:</b> El Sagrario	
	<b>Calles:</b> Inés Jiménez y Rumiñahui	
	<b>Número:</b> 2581	
	<b>Contactos:</b> 0989651017-0994952743	

**Figura 6.** Ñaño Casa Museo

<b>Características:</b>	<b>Servicios Turísticos:</b>
<p>Ñaño Casa Museo mostrada en la (figura 6) tiene exposiciones itinerantes y permanentes mismas que son visitadas por una demanda local, nacional e internacional. Ñaño casa Museo es de régimen priva y durante el año realizan gestiones para su conservación. El museo cuenta con restricciones y realiza diversos eventos durante el año. Su estado de conservación es bueno. Mantienen en exhibición bienes muebles de escultura alrededor de 100, pinturas 100 y dibujos 200 misma que tienen luz indirecta. La infraestructura de este muese contiene 3 pisos, 2 salas y 7 patios, sus ventanas, puertas, piso, cubierta y paredes están en buen estado. No cuenta con ningún tipo de seguridad, pero si con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, telefonía fija, internet, baterías sanitarias. Las vías de acceso son accesibles durante todo el año y son adoquinadas, además para movilizarte hacia este museo se lo puede hacer a través de bus, taxi, carro, camioneta entre otros. Sus canales de distribución para promoción son Facebook e Instagram y son buenos.</p>	<p>🚦 Guianza</p>
<b>Recomendaciones:</b>	Para visitar dicho museo debes hacer una reserva y llevar dinero para pagar la entrada.

**Fuente:** Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización

#### **6.1.2.5. Museo Casa Bolívar.**

Es un Museo Cultural mismo que se encuentra ubicado en la parroquia El Sagrario en las calles Bolívar y Colon, el mismo que es dirigido por la Administradora Ing. María Eguiguren. Los horarios de atención son de lunes a domingos desde las 10:00 a.m. hasta las 12: 00 p.m. y desde las 15:00 p.m. hasta las 18:00 p.m. El museo tiene un aforo máximo de 12 visitantes, en el cual se realiza la exhibición del mobiliario cultural permanentemente, pero también se realiza la exhibición de arte temporal en los corredores y recorridos por las instalaciones de la casa patrimonial. Este Museo cuenta con una demanda permanente con visitantes Locales, Nacionales e Internacionales siendo de 20 a 25 visitantes de lunes a viernes, fines de semana un total 10 visitantes, días feriados un total de 10 visitantes mientras que en los eventos programados un total de 30 a 40 visitantes.

Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad privado en el cual la Administradora es quien asume con los gastos para las gestiones de mantenimiento y restauración frecuente de la casa; en el mismo se realiza exposiciones de arte tanto de estudiantes como de artistas profesionales, también se realiza recorridos por la casa patrimonial y venta de productos naturales. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno, aunque tres de sus muestras tienen una quemadura, una rotura y unas ralladuras siendo 84 muestras culturales las cuales mantienen una iluminación amarilla y led de manera Indirecta para evitar que la luz dañe el color natural del mobiliario. La Infraestructura mantiene un estado de conservación bueno y está compuesto por dos pisos en donde una sala del segundo piso es ocupada para el museo.

En el tema de seguridad el museo cuenta con sensores de fuego, cámaras de seguridad y una cerradura digital con clave, además cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija, también mantiene el protocolo covid con alcohol para manos y alfombra desinfectante para pies. En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, para llegar al museo si existe señalización vial, pero no señalización turística. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza, servicio de bar, restaurante café, hospedaje y recorridos, pero también se puede realizar otro tipo de actividades como eventos programados y venta de productos orgánicos. Los medios de difusión del museo son Facebook e Instagram en donde hay una buena información. (Ver Anexo 5-Ficha 5)

**Tabla 8. Museo Casa Bolívar**

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo Casa Bolívar	<b>Jerarquía:</b> III
<b>Tipo:</b>	Cultural	
<b>Fotografía:</b>		
		<b>Ubicación:</b>
		<b>Parroquia:</b> El Sagrario
		<b>Calles:</b> Bolívar y Colon
		<b>Número:</b> 197-35
		<b>Contactos:</b> 0979723405
		<b>Coordenadas:</b> -3.995600, -79.202400.
<b>Características:</b>	<b>Servicios Turísticos:</b>	
<p>El Museo Casa Bolívar mostrado en la (figura7) mantiene una temporalización de las obras de 1750 a 1900. El museo tiene una sola sala misma que es visitada por demanda local, nacional e internacional. El régimen de propiedad de este museo es privado y durante el año realizan gestiones para su conservación, además cuenta con restricciones y políticas. Aquí se puede realizar diversos tipos de eventos. El museo ocupa el segundo piso de la casa patrimonial en donde se exhibe alrededor de 84 bienes muebles con iluminación indirecta, sus paredes, ventanas, piso, cubiertas y puertas están en buen estado, no cuentan con alarmas, pero si con sensores, cámaras y servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, internet, telefonía fija, baterías sanitarias. Las vías de acceso son accesibles durante todo el año y son asfaltadas, además se puede llegar a través de bus, camioneta, taxi entre otros. Sus canales de distribución para promoción son Facebook, Instagram y Tik tok los cuales son buenos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Guianza</li> <li>✚ Restaurante-Café</li> <li>✚ Alojamiento</li> </ul>	
<b>Recomendaciones:</b>	Ninguna	
<b>Fuente:</b>	Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización	

#### **6.1.2.6. Museo y Centro Cultural de Loja.**

Es un museo de Arqueología, Artístico, Etnográfico y Colonial el cual se encuentra ubicado en la parroquia El Sagrario en las calles 10 de Agosto entre Bolívar y Bernardo Valdivieso, el mismo es dirigido por la Coordinadora Lic. Patricia Peña. Los horarios de atención son de martes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 17:00 p.m. y los fines de semana de 10:00 a.m. hasta las 16:00 p.m. El museo tiene un aforo máximo de 200 visitantes en donde se realiza la exhibición de exposiciones itinerantes y permanentes. Este Museo cuenta con una demanda permanente con visitantes Locales, Nacionales e Internacionales siendo 1.000 visitantes de lunes a viernes, fines de semana un total 100 visitantes, mientras que en los días feriados existe un total de 200 visitantes y en los eventos programados un total de 3.000 visitantes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad público en el cual es el Municipio de Loja quien asume con los gastos para las gestiones de mantenimiento y restauración; en el mismo se realiza diversos tipos de eventos como: Inauguración de exposiciones de arte, talleres vacacionales para niños y adultos, conferencias, eventos culturales e institucionales.

El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno siendo 96 muestras arqueológicas, 113 piezas artísticas, 50 de arte colonial, y 100 etnográficas, las cuales mantienen una iluminación blanca led, de manera Indirecta para evitar que la luz dañe el color natural del mobiliario. La Infraestructura mantiene un estado de conservación bueno y está compuesto por dos pisos, 10 salas de exhibición permanente, tres salas de exhibición itinerante, un auditorio, una cafetería, una biblioteca, y un patio central. En el tema de seguridad el museo cuenta con un sistema de alarmas, sensores de humo, Agentes de control privado y cámaras de seguridad, pero también cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija; también sigue manteniendo los protocolos de covid como el alcohol de manos, y el uso de mascarilla. En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, de la misma manera existe señalización vial pero no turística. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza, pero también se puede realizar otro tipo de actividades como eventos programados y talleres. Los medios de difusión del museo son Facebook, Instagram, medios impresos, y banner informativo en donde hay una buena información. (Ver Anexo 6-Ficha 6)

La edificación colonial terminada de construir en el año 1730, formó parte del desarrollo e historia lojana por su céntrica ubicación. Aquí se mantiene viva la historia de Loja y su provincia y es considerado como un punto de encuentro cultural, que brinda la oportunidad de observar muestras itinerantes de arte nacional e internacional. Además, se puede apreciar el desarrollo Hispánico desde la Fundación de Loja con la creación de una cultura artística y artesanal a lo largo de los tres siglos coloniales y finalmente la contribución de Loja en el desarrollo cultural del Ecuador en los siglos XIX y XX. (Torres, 2013)

**Tabla 9. Museo y Centro Cultural de Loja**

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo y Centro Cultural de Loja	<b>Jerarquía:</b> III
<b>Tipo:</b>	Cultural	
<b>Fotografía:</b>		
	<b>Ubicación:</b>	
	<b>Parroquia:</b> El Sagrario	
	<b>Calles:</b> 10 de agosto entre Bolívar y Bernardo Valdivieso	
	<b>Número:</b> 158-17	
	<b>Contactos:</b>	

**Figura 8.** Museo y Centro Cultural de Loja

<b>Características:</b>	<b>Servicios Turísticos:</b>
<p>El Museo y Centro Cultural de Loja mostrado en la (figura 8) tiene exposiciones itinerantes y permanentes, su demanda es permanente todo el año de tipo local, nacional e internacional. Su régimen de propiedad es público y durante el año si realizan gestiones para su conservación que es buena, aquí tienen en exhibición 8500 fondos bibliográficos, 96 de arqueología, 113 artísticos, arte colonial 50 y 100 etnográficos. El museo mantiene una iluminación indirecta, su infraestructura está compuesta por 2 pisos, 10 salas, 1 auditorio, 1 cafetería, 1 biblioteca, 1 patio central, sus paredes, puertas, ventanas, piso y cubierta en buen estado, además cuenta con sistema de alarmas, sensores, guardia privado, y cámaras, también cuenta con servicios básicos como agua potable, baterías sanitarias, internet, energía eléctrica y telefonía fija. Las vías de acceso son accesibles durante todo el año y son asfaltadas. Se puede llegar al atractivo a través de bus, camioneta, taxi entre otros. Sus canales de distribución para promoción son Facebook e Instagram que son buenos.</p>	<p>✚ Guianza</p>
<b>Recomendaciones:</b>	Si deseas visitar el museo puedes hacerlo desde el día martes ya que el día lunes no atienden
<b>Fuente:</b> Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización	

### **6.1.2.7. Museo Madres Concepcionistas.**

Es un museo Religioso el cual se encuentra ubicado en la parroquia El Sagrario en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Olmedo, el mismo es dirigido por el Coordinador Abogado Pablo Castillo. Los horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 12:00 p.m. y desde las 14:00 p.m. hasta las 18:00 p.m. El museo tiene un aforo máximo de 30 visitantes en donde se realiza la exhibición de exposiciones permanentes. Este Museo cuenta con una demanda esporádica con visitantes Internacionales siendo de 8 a 10 visitantes de lunes a viernes, mientras que en los eventos programados un total de 30 visitantes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad privado en el cual es el Administrador quien asume con las gestiones para el mantenimiento y restauración; en el mismo se realiza eventos programados solo por el municipio de Loja. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno siendo 500 muestras religiosas puestas en exhibición, las cuales mantienen una iluminación amarilla, de manera Indirecta para evitar que la luz dañe el color natural del mobiliario. La Infraestructura mantiene un estado de conservación bueno y está compuesto por dos pisos, cuatro salas de exhibición permanente. En el tema de seguridad el museo cuenta con un sistema de alarmas, sensores de humo, Agentes de control público (Policía Nacional) y cámaras de seguridad, pero también cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija; también sigue manteniendo los protocolos de covid como el alcohol de manos, y el uso de mascarilla. En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, de la misma manera existe señalización vial pero no turística. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza, pero también se puede realizar otro tipo de actividades como eventos programados y venta de productos naturales.

Los medios de difusión del museo son los medios impresos y banner informativo en donde hay una buena información. (Ver Anexo 7- Ficha 7)

Un lugar lleno de encantos, tradiciones y cultura, construido entre los siglos XVI y XVII forma parte del Monasterio de Nuestra Señora de las Nieves de Monjas de su Purísima Concepción, la arquitectura colonial y la historia que en su interior se mantiene crean un ambiente especial para los visitantes. Junto al Museo se encuentra el Claustro de las Madres Conceptas, el cual es 35 sumamente interesante por su arquitectura colonial. Todos estos detalles convierten a este lugar en uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad En su interior se puede apreciar hermosas



y valiosas obras de Arte Religioso realizadas por artistas sobresalientes de la etapa colonial de nuestro país, en sus salas se puede apreciar figuras y cuadros religiosos, vestimenta, utensilios de uso domésticos y algunos elementos utilizados en los sacrificios y ofrendas de las antiguas Monjas Conceptas. (Torres, 2013)

**Tabla 10. Museo Madres Concepcionistas**

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo Madres Concepcionistas	<b>Jerarquía:</b> III
<b>Tipo:</b>	Religioso	
<b>Fotografía:</b>		
		<b>Ubicación:</b>
		<b>Parroquia:</b> El Sagrario
		<b>Calles:</b> 10 de agosto entre Bernardo Valdivieso y Olmedo
		<b>Número:</b>
		<b>Contactos:</b> 072561109
		<b>Coordenadas:</b> -3.9970290, -79.2009440
<b>Características:</b>	<b>Servicios Turísticos:</b>	
El Museo de las Madres Concepcionistas mostrado en la (figura 9) de la ciudad de Loja maneja la exposición permanente de alrededor de 500 piezas, con una demanda esporádica de tipo internacional. El museo tiene un régimen de propiedad privado y si realizan gestiones para su conservación por ende está en un buen estado de conservación. Su infraestructura está dividida por 2 pisos y 12 salas, tiene sistema de alarmas, sensores, respaldo de la policía nacional, y cámaras, también tiene servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, internet, telefonía fija, baterías sanitarias. Las vías de acceso son accesibles durante todo el año y se puede movilizar a través de bus, carro, taxi, entre otros, sus vías son asfaltadas. Sus canales de distribución son medios impresos y banners informativos que son buenos.	 Guianza	
<b>Recomendaciones:</b>	Si deseas visitar el museo lo puedes hacer solo de lunes a viernes porque el fin de semana no atienden.	
<b>Fuente:</b>	Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización	

#### **6.1.2.8. Museo Matilde Hidalgo de Procel.**

Es un museo Cultural el cual se encuentra ubicado en la parroquia San Sebastián en las calles Bernardo Valdivieso y Rocafuerte, el mismo es dirigido por la Coordinadora Lic. Paulina Jaramillo. Los horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. y los fines de semana de 10:00 a.m. hasta las 16:00 p.m. El museo tiene un aforo máximo de 10 visitantes en donde se realiza la exhibición de muestras permanentes. Este Museo cuenta con una demanda permanente con visitantes locales y nacionales siendo la demanda aproximada 10 visitantes de lunes a viernes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad público en el cual el Municipio de Loja es quien asume con las gestiones para el mantenimiento y restauración del mismo. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno, las cuales mantienen una iluminación amarilla, de manera indirecta, aunque esta iluminación se debe a que estas salas fueron ocupadas para otro tipo de actividades anteriormente. La Infraestructura mantiene un estado de conservación regular está compuesto por dos pisos, en el segundo piso se encuentra el museo el cual ocupa dos salas de exhibición permanente. En el tema de seguridad el museo no cuenta con un sistema de alarmas, ni sensores de humo, ni cámaras, solo con Agentes de control público (Policía Municipal), pero también cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija; pero no mantiene los protocolos de covid. En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, de la misma manera no existe señalización vial ni turística. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza y no cuenta con medios de difusión, aunque hay que tomar en cuenta que la promoción y difusión funciona a través del departamento de comunicación del Municipio de Loja y Dirección de Cultura. (Ver Anexo 8- Ficha 8).

Matilde Hidalgo de Procel, "Una mujer total" como la describe la escritora guayaquileña Jenny Estrada, ocupa un lugar privilegiado en la Historia nacional y latinoamericana. Su espíritu de lucha incansable la llevo a ser quien termine con los prejuicios de una época Época, convirtiéndose en la primera mujer que obtuvo el título de bachiller, posteriormente continuó sus estudios hasta graduarse como Licenciada en Medicina. En Latinoamérica fue la primera mujer que ejerció el derecho al voto dando un giro a la historia de la humanidad. (Torres, 2013)

**Tabla 11. Museo Matilde Hidalgo de Procel**


<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo Matilde Hidalgo de Procel	<b>Jerarquía:</b> II
<b>Tipo:</b>	Cultural	
<b>Fotografía:</b>		<b>Ubicación:</b> <b>Parroquia:</b> San Sebastián <b>Calles:</b> Bernardo Valdivieso y Rocafuerte <b>Número:</b> <b>Contactos:</b> 2560033 <b>Coordenadas:</b> -3.9982880, -79.2007970
<b>Características:</b>	<p>El Museo Matilde Hidalgo de Procel mostrado en la (figura 10) mantiene su exposición permanente misma que es visitada durante todo el año por demanda local y nacional. Su régimen de propiedad es público y si realizan gestiones para su conservación por ende se encuentra en buen estado con iluminación indirecta, cuenta con dos salas, con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, internet, telefonía fija, baterías sanitarias, además tiene sensores de seguridad y guardia municipal. Sus vías de acceso son accesibles durante todo el año son asfaltadas y se puede trasladar a través de bus, carro, taxi entre otros. Sus canales de distribución dependen del municipio y dirección de cultura.</p>	<b>Actividades Turísticas:</b> ✚ Guianza
<b>Recomendaciones:</b>	Ninguna	
<b>Fuente:</b>	Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización	

### **6.1.2.9. Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”.**


Es un museo Cultural el cual se encuentra ubicado en la parroquia San Sebastián en las calles Bernardo Valdivieso y Rocafuerte, el mismo es dirigido por la Coordinadora Lic. Paulina Jaramillo. Los horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. y los fines de semana de 10:00 a.m. hasta las 16:00 p.m. El museo tiene un aforo máximo de 15 visitantes lo cual es concurrido por una demanda local permanente, siendo 60 visitantes de lunes a viernes, los fines de semana una demanda de 6 visitantes y en eventos programados una total de 100 visitantes, en el museo se realiza la exhibición de los compositores y sus instrumentos de manera permanentes. Con respecto al estado Actual del Museo se encuentra sobre un régimen de propiedad público en el cual el Municipio de Loja es quien asume con las gestiones para el mantenimiento y restauración del mismo. El mobiliario en exhibición se mantiene en un estado de conservación bueno, las cuales mantienen una iluminación amarilla, de manera indirecta, para evitar daños en las muestras exhibidas. La Infraestructura mantiene un estado de conservación regular está compuesto por un piso, el cual ocupa tres salas de exhibición permanente. En el tema de seguridad el museo no cuenta con un sistema de alarmas, pero tiene sensores de luz, Agentes de control público (Policía Municipal), y también cuenta con los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, baterías sanitarias, internet y telefonía fija; pero no mantiene los protocolos de covid. En mención al transporte y accesibilidad las vías son asfaltadas y accesibles todo el año para lo cual se puede transportar en bus público, vehículo propio, taxi, moto y bicicleta, de la misma manera no existe señalización vial ni turística. Las Facilidades turísticas que ofrece el museo es el servicio de guianza y exposiciones, para la promoción y difusión del mismo cuenta con medios impresos y hay que recalcar que esta área funciona a través del departamento de comunicación del Municipio de Loja y Dirección de Cultura. (Ver Anexo 9- Ficha 9)

En el Museo de la Música se cuenta la vida de estos hombres ilustres como: Salvador Bustamante Celi, Benigno Carrión, Miguel Ángel Suarez, entre otros. A través de sus obras, instrumentos y pertenencias donadas por sus familiares con el objetivo de perennizar la obra y ejemplo de los más grandes representantes lojanos; esto permite que futuras generaciones puedan conocer sus raíces, su identidad y continúen cultivando este arte y así mantener el nombre de la ciudad en alto. El Museo de la Música forma parte del Proyecto Cultural más importante del sur del país, cuyo propósito es rescatar el Patrimonio Histórico de Loja, destinándolos como servicios culturales para la juventud y comunidad lojana. (Torres, 2013)

**Tabla 12. Museo de Música “Salvador Sarangocín Tapia”**

<b>Nombre del Atractivo:</b>	Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”	<b>Jerarquía:</b> II
<b>Tipo:</b>	Cultural	
<b>Fotografía:</b>		<b>Ubicación:</b> <b>Parroquia:</b> San Sebastián <b>Calles:</b> Bernardo Valdivieso y Rocafuerte <b>Número:</b> <b>Contactos:</b> 2560033 <b>Coordenadas:</b> -3.9982880, -79.2007970

**Figura 11.** Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”

<b>Características:</b>	<b>Actividades Turísticas:</b>
El Museo de la Música mostrado en la (figura 11) tiene exposición permanente a la cual acude demanda de tipo local durante todo el año. Su régimen de propiedad es público y si realizan gestiones para su conservación por ende se encuentra en buen estado con iluminación indirecta, cuenta con dos salas, con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, internet, telefonía fija, baterías sanitarias, además tiene sensores de seguridad y guardia municipal. Sus vías de acceso son accesibles durante todo el año son asfaltadas y se puede trasladar a través de bus, carro, taxi entre otros. Sus canales de distribución para promoción dependen del municipio y dirección de cultura.	 Guianza
<b>Recomendaciones:</b>	Ninguna

**Fuente:** Ficha de Diagnostico adaptada de Carla Ricaurte y Matriz de Jerarquización

Para la realización de la matriz de jerarquización se tomó en cuenta la metodología para inventario de atractivos turísticos del MINTUR, la cual fue aplicada a partir de la información recabada en las fichas de diagnóstico de Carla Ricaurte adaptada a los museos de la ciudad de Loja.

La (tabla 13) explica de forma detallada con valoración numérica el estado actual de cada museo, tomando en cuenta los criterios de evaluación descritos en ella, así de tal manera se puede conocer el tipo de jerarquía a la cual pertenece cada uno de los museos.

**Tabla 13. Matriz de Jerarquización de Museos Analizados**

Nombre del atractivo	Criterios de valoración									Puntuación	Jerarquía I, II, III, IV
	18	18	14	14	10	9	7	5	5		
	Accesibilidad Y Conectividad	Planta Turística / Servicios	Estado de Conservación e Integración Sitio / Entorno	Higiene y Seguridad Turística	Políticas y Regulaciones	Actividades que se Practican en el Atractivo	Difusión del Atractivo	Tipo de Visitante y Afluencia	Recursos Humanos	Total de Puntos 100	
Museo San Juan del Valle	9	0	12	9	5	0	0	2	2	39	II
Museo de Lojanidad y Arqueología de la UTPL	13	9	13	9	7	7	4	3	3	68	III
Museo Puerta de la Ciudad.	9	18	13	9	7	7	4	4	3	74	III
Ñaño casa Museo	8	7	13	7	5	8	6	0	3	60	III
Museo Casa Bolívar	9	18	7	13	5	8	6	3	4	73	III
Museo y Centro Cultural de Loja	9	9	13	12	8	7	6	4	4	72	III
Museo Madres Concepcionistas	9	10	13	7	5	0	3	2	3	52	III
Museo Matilde Hidalgo de Procel	9	9	11	7	5	0	0	0	3	44	II
Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”	9	9	10	7	5	0	0	0	3	43	II

**Fuente:** (Mintur) a partir de la información recabada en las fichas de diagnóstico adaptadas de Carla Ricaurte

**Tabla 14. Inventario de Museos de la Ciudad de Loja**

Inventario de atractivos	Jerarquía	Nº Ficha
Museo San Juan Bautista del Valle	II	1
Museo de Lojanidad y Arqueología de la UTPL.	III	2
Museo Puerta de la Ciudad.	III	3
Ñaño casa Museo	III	4
Museo Casa Bolívar	III	5
Museo y Centro Cultural de Loja	III	6
Museo Madres Concepcionistas	III	7
Museo Matilde Hidalgo de Procel	II	8
Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”	II	9

**Fuente:** (Mintur) a partir de la matriz de jerarquización

La (tabla 14) muestra los siguientes resultados: Los museos de la ciudad de Loja se encuentran en una categoría de II Y III de la siguiente manera: El Museo San Juan Bautista del Valle, Museo Matilde Hidalgo de Procel y Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia” tienen una categoría de II por la razón que estos atractivos tienen rasgos llamativos los cuales son capaces de interesar a visitantes quienes hubiesen llegado a la ciudad por visita o por otras motivaciones turísticas, así como también estos tienen la capacidad de motivar corrientes turísticas nacionales por su mobiliario e infraestructura. A diferencia del Museo de Lojanidad y Arqueología de la UTPL, Museo Puerta de la Ciudad, Ñaño Casa Museo, Museo y Centro Cultural de Loja, Museo Madres Concepcionistas; estos pertenecen a la categoría III ya que son atractivos que mantienen rasgos excepcionales los cuales son capaces de motivar por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros, también tomando en cuenta que tienen una buena planta turística de servicios, su estado de conservación es buena tanto de la infraestructura como de su mobiliario en exposición, y también tienen una buena conectividad y accesibilidad, pero carecen de una amplia promoción y difusión.



### **6.1.3. *Análisis del Mapeo de Actores***

Para el mapeo de actores se tomó en cuenta la metodología de mapeo de actores de (Calderón Medellín et al., 2018) la cual se la adapto al sector turístico, tomando en cuenta a los museos de la ciudad de Loja, a la Dirección Municipal de Cultura, y a la Unidad Municipal de Turismo, para de esta forma conocer el nivel de influencia que tienen estos actores con el turismo y que tipo de actor son.

Como resultado se pudo observar que los museos de la ciudad de Loja tienen una influencia institucional moderada y también un interés moderado por plantear estrategias territoriales para el desarrollo del sector turístico, lo cual es positivo demostrando que estos museos se encuentran como actores primarios con alta influencia, pero menor interés, participan, pero se requiere de su mayor interacción.

Con respecto a la Dirección de Cultura los resultados arrojaron que es un actor primario, pero la Unidad Municipal de Turismo de Loja según los resultados se mostró que es un actor clave ya que tiene un alto nivel de interés e influencia, y desarrollan acciones en beneficio del sector turismo. (Ver Anexo 10)

### **6.1.4. *Análisis de Entrevistas***

Los resultados de las entrevistas se los muestra a continuación en la (tabla 15). La aplicación de las entrevistas se la realizó a los coordinadores de cada museo quienes mencionaron que tienen un previo conocimiento de lo que es una guía turística virtual y que por ende consideran importante para el desarrollo del museo que cada uno de ellos coordinan, de la misma manera señalaron que la información primordial que debería tener la guía es el tipo de museo, las salas con las que cuenta el museo, y los bienes muebles que están en exhibición, siguiendo con la mejor manera de promoción y difusión recalcaron que la mejor manera es por medio de las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, también las páginas web y los programas para escuelas y colegios. Teniendo un resultado positivo ya que cada uno considera que la propuesta de la guía turística virtual para museos como excelente porque ayudara a llegar a más público, salir de la rutina aprovechando las nuevas tecnologías y dando posibilidades para los turistas quienes no puedan asistir de manera presencial al museo lo hagan de manera virtual. (Ver desde el Anexo 11 hasta el Anexo 18).

**Tabla 15. Matriz de Resultados de la Entrevista a los Coordinadores de los Museos**

Entrevistado	Pregunta
<p><b>Todos los entrevistados.</b> Con respecto a la primera pregunta los siete entrevistados supieron responder que tienen conocimiento de lo que es una guía turística virtual.</p>	<p><b>1. ¿Tiene conocimiento de lo que es una guía turística virtual?</b></p>
<p><b>Entrevistado 1, 2,3 y 4</b> En base a la segunda pregunta se obtuvo respuestas diferentes pero enlazadas a la importancia de la guía en la que mencionaron que la guía turística virtual es importante para los museos que dirigen ya que ayudará a la difusión y promoción del mismo logrando tener más cobertura.</p>	<p><b>2. ¿cree que la guía virtual turística es importante para el museo que dirige? ¿Por qué?</b></p>
<p><b>Entrevistado 5 y 6</b> Ellos supieron decir que es importante la guía turística virtual ya que hay que hacer uso de las nuevas tecnologías porque dan la posibilidad de llegar a cualquier sitio de la ciudad, país o del mundo.</p>	
<p><b>Entrevistado 7</b> El último entrevistado menciona que la guía virtual es importante porque dentro del museo que dirige no cuenta con un personal específico para realizar las guías turísticas</p>	
<p><b>Entrevistado 1, 2, 3 y 4</b> Según la información recibida hubo una coincidencia al colocar como número 1 “El tipo de museo” dando mayor importancia para la información que debería llevar la guía.</p>	<p><b>3. Según su criterio: en el caso de una guía virtual turística virtual para museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir? Enumere en orden de jerarquía siendo el 1 el más importante.</b></p>
<p><b>Entrevistado 5 y 6</b> Ellos mencionaron que la información más importante que debería ir en la guía es las “salas” con las que cuenta el museo.</p>	
<p><b>Entrevistado 7</b> Y el último refirió que la información primordial que debería estar dentro de la guía es los “bienes muebles” en exhibición.</p>	
<p><b>Entrevistado 1, 2, 3 y 4</b> Señalaron que el mejor medio para la promoción y difusión de la guía son las “redes sociales como Facebook e Instagram”.</p>	<p><b>4. ¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean más adecuados para la promoción y difusión de la guía turística virtual?</b></p>
<p><b>Entrevistado 5 y 6</b> A diferencia de los anteriores ellos mencionaron que es importante difundir y promocionar la guía por medio de “páginas web”.</p>	

---

**Entrevistado 7**

---

**Mientras que el último entrevistado hizo mención de los “programas a escuelas y colegios” como el mejor medio para promoción y difusión de la guía.**

---

**Todos los entrevistados**

---

Con respecto a la última pregunta los siete entrevistados mencionaron que el proyecto es una excelente y muy acertada propuesta ya que en la ciudad de Loja hace falta la difusión y promoción de los museos de una manera correcta y apropiada para poder llegar no solo al público local sino también al público nacional e internacional y de esta manera hacer conocer la riqueza que custodia cada museo.

---

**5. ¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?**

---

**Fuente:** Entrevista a los directores de cada museo

### **6.1.5. Análisis de Encuestas**

#### **Criterios de Análisis.**

##### **6.1.5.1.1. Aspectos Sociológicos.**

###### **Edad**

**Tabla 16. Edad**

---

	<b>Edad</b>	
<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
15-24	76	35%
25-44	99	46%
45-64	34	16%
65 y mas	7	3%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

---

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Según las encuestas realizadas se pudo observar con respecto a la edad que un 46% están en el rango de 25 a 44 años, mientras que con un 35% están el rango de 15 a 24 años como se visualiza en la (tabla 16).

### Nivel Educativo

**Tabla 17. Nivel Educativo**

Nivel Educativo		
Variable	Cantidad	Porcentaje
Sin estudios	0	0%
Primaria	10	5%
Secundaria	66	31%
Superior	134	62%
Posgrado	6	3%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Dentro de la (tabla 17) se pudo observar que el 62% de los encuestados tienen un nivel educativo superior, mientras que un 30% tienen un nivel educativo de secundaria,

### Sexo

**Tabla 18. Sexo**

Sexo		
Variable	Cantidad	Porcentaje
Masculino	110	51%
Femenino	106	49%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Con los datos arrojados según la (tabla 18) se puede decir que el 51% de los encuestados fueron del sexo masculino mientras que el 49% fueron del sexo femenino

### Nacionalidad

**Tabla 19. Nacionalidad**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Ecuatoriana	213	99%
Española	1	0%
Venezolana	1	0%
Colombiana	1	0%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Según la (tabla 19) los encuestados fueron un 97% de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el otro 3% se divide en nacionalidad española, venezolana y colombiana.

## Residencia

**Tabla 20. Residencia**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Loja	186	86%
Calvas	1	0%
Celica	1	0%
Sozoranga	1	0%
Macara	2	1%
Cariamanga	1	0%
Vilcabamba	2	1%
Catamayo	6	3%
Chilla	1	0%
Zamora	2	1%
Saraguro	2	1%
El Oro	2	1%
Cuenca	1	0%
Azuay	1	0%
Quito	5	2%
Guayaquil	2	1%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** En la (tabla 20) muestra que la mayor parte de los encuestados eran el 86% residentes en la ciudad de Loja, el 3% residentes en la ciudad de Catamayo, el 2% residentes en la ciudad de Quito y el restante residentes en Calvas, Celíca, Sozoranga, Macara, Cariamánaga, Vilcabamba, Chilla, Zamora, Saraguro, El Oro, Cuenca, Azuay, Guayaquil.

### *6.1.5.1.2. Aspectos Económicos.*

## Activos

**Tabla 21. Activos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Empleado	145	67%
Desempleado	71	33%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Dentro de la (tabla 21) según los aspectos económicos el 67% de los encuestados se encontraban activamente con empleo mientras que el 33% eran activamente desempleados.

### Inactivos

**Tabla 22. Inactivos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Estudiantes	72	33%
Sus labores	123	57%
Jubilado o retirado	8	4%
Voluntario	6	3%
Incapacitado	0	0%
Otros	7	3%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Aquí en la (tabla 22) se puede analizar que el 57% de los encuestados están inactivamente en sus labores, mientras que el 33% son inactivamente estudiantes, el 4% son inactivamente jubilados o retirados, el 3% inactivamente en otras obligaciones.

### Ocupación

**Tabla 23. Ocupación**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Técnico y profesional	56	26%
Empleado Administrativo	30	14%
Trabajador de Servicios	50	23%
Artesanos	12	6%
Trabajadores no cualificados	7	3%
Otros	61	28%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** En la (tabla 23) la ocupación de los encuestados se dividió según los resultados de la siguiente manera: el 28% tuvieron una ocupación en otros ámbitos profesionales, el 26% fueron técnicos y profesionales, el 23% fueron trabajadores de servicios, el 14% fueron empleados administrativos, el 6% fueron artesanos y el 3% fueron trabajadores no cualificados.

### Nivel de Gastos

**Tabla 24. Nivel de Gastos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Menos de 425 dólares	116	54%
De 425 dólares a 650 dólares	63	29%
De 800 dólares a 1000 dólares	32	15%
Mas de 1000 dólares	5	2%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Con respecto a la (tabla 24) el nivel de gastos de los encuestados son los siguientes: el 54% tienen un nivel de gasto menos de los 425 dólares, el 29% tienen un nivel de gastos de 425 dólares a 650 dólares, el 15% tiene un nivel de gasto de 800 dólares a 1.000 dólares y el 2% de los encuestados tienen un nivel de gastos mayor a los 1.000 dólares.

### Nivel de Ingresos

**Tabla 25. Nivel de Ingresos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
menos de 425 dólares	116	54%
de 425 dólares a 650 dólares	63	29%
de 800 dólares a 1000 dólares	32	15%
mas de 1000 dólares	5	2%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Según los resultados arrojados en la (tabla 25) el 54% de los encuestados tienen un nivel de ingresos menos de 425 dólares, el 29% un nivel de ingresos de 425 dólares a los 650 dólares, el 15% tienen un nivel de ingresos de 800 dólares a 1.000 dólares y el 2% tienen un nivel de ingresos mayor a los 1.000 dólares.

### Motivo de la Visita

**Tabla 26. Motivo de la Visita**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Ocio, recreo y vacaciones	133	62%
visita de parientes y amigos	21	10%
negocios y motivos profesionales	17	8%
tratamientos de salud	5	2%
religion y peregrinaciones	2	1%
otros motivos	38	18%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** En la (tabla 26) el motivo de la visita mayoritariamente en un 61% es por ocio, recreo y vacaciones; seguido con un 18% que tienen otros motivos de esparcimiento, luego un 10% que el motivo es por visita a sus parientes o amigos, el 8% los negocios, el 2% tienen como motivo sus tratamientos de salud, y el 1% estaban por motivos religiosos.

## Medio de Transporte

**Tabla 27. Medio de Transporte**

<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Avión	5	2%
Autobus	114	53%
Vehículo Propio	70	32%
Otro	27	13%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** En la (tabla 27) el medio de transporte usado por los encuestados fue un 53% autobús, un 32% vehículo propio, un 13% otro medio de transporte y el 2% avión.

## Duración de la Estancia

**Tabla 28. Duración de la Estancia**

<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
1 a 3 Noches	67	59%
1 Semana	19	17%
1 Mes	0	0%
Mas de un Mes	27	24%
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Con respecto a la (tabla 28) la duración de la estancia de los turistas el 59% respondieron de una a tres noches, el 24% mantuvieron su estancia más de un mes, el 17% tuvieron una estancia de una semana.



### 6.1.5.1.3. Preguntas.

#### 🚩 **Pregunta 1. ¿Cuál de los siguientes museos Usted conoce?**

**Tabla 29. Museo más conocido**

<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Museo San Juan del Valle	32	5%
Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL	60	9%
Museo puerta de la ciudad	147	23%
Ñño casa Museo	32	5%
Museo Casa Bolivar	80	12%
Museo y Centro Cultural de Loja	81	13%
Museo Madres Concepcionistas	67	10%
Museo Matilde Hidalgo de Procel	53	8%
Museo de la Música Salvador Sarangozín Tapia	64	10%
Ninguno	29	4%
<b>Total</b>	<b>645</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Según los resultados arrojados en la (tabla 29) los encuestados mencionan que el museo más conocido es el Museo de la Puerta de la ciudad con un 23% y seguido con un 13% el Museo y Centro Cultural de Loja.

#### 🚩 **Pregunta 2. ¿Porque medio Usted se ha informado acerca de los museos de la ciudad de Loja?**

**Tabla 30. Medio de Información**

<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Televisión	49	14%
Oficinas de información	22	6%
Folletos, trípticos	40	11%
Agencias de Viajes	8	2%
Familiares/amigos	83	24%
Revistas	7	2%
Internet	91	26%
Videos	14	4%
Otro	34	10%
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Según la (tabla 30) el medio por el cual los encuestados se han informado sobre los museos es a través de internet con un 26% y con un 24% a través de familiares y amigos.

**✚ Pregunta 3. De la información que recibió ¿Considera adecuada y suficiente**

**Tabla 31. Información Recibida**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	102	25%
No	114	75%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** De la información recibida en la (tabla 31) los encuestados contestaron con un 75% que no es adecuada ni suficiente, mientras que con un 25% contestaron que si es adecuada y suficiente.

**✚ Pregunta 4. ¿Tiene conocimiento de lo que es una guía turística virtual?**

**Tabla 32. Conocimiento de una Guía Turística Virtual**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	101	47%
No	115	53%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Con respecto a la (tabla 32) los encuestados respondieron con un 53% que no conocen lo que es una guía turística virtual mientras que el 47% respondieron que si tienen conocimiento de lo que es una guía turística virtual.

**✚ Pregunta 5. ¿Conoce alguna guía virtual que promocioe a los museos?**

**Tabla 33. Conocimiento de una Guía Virtual de Museos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	16	7%
No	200	93%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** En la (tabla 33) el 93% de los encuestados respondieron que no conocen una guía turística virtual que promocioe a museos.

✚ **Pregunta 6. En el caso de una guía virtual para museos ¿Qué información cree que es la más indispensable para incluir?**

**Tabla 34. Información Indispensable**

<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Tipo de museo	123	57%
Ubicación	61	28%
Horarios	10	5%
Mobiliario-Bien Mueble	4	2%
Salas	3	1%
Exposiciones temporales	4	2%
Contactos	0	0%
Costo de ingreso	9	4%
Otras actividades	2	1%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** En la (tabla 34) con un 57% respondieron que es indispensable incluir el tipo de museo, y un 28% mencionaron que es indispensable incluir la ubicación.

✚ **Pregunta 7. ¿En cuáles de los siguientes formatos se le facilitaría a Usted el acceso a la información de una guía turística?**

**Tabla 35. Formatos para la Guía**

<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
PDF	40	9%
Página web	82	19%
Aplicación de celular	62	14%
Videos	92	21%
Instagram	55	13%
Whatsapp	63	15%
Tik Tok	19	4%
Correo Electrónico	3	1%
Otro	13	3%
<b>Total</b>	<b>429</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** En la (tabla 35) con un 21% mencionaron que se les facilitaría la guía en un formato de Videos, mientras que un 15% mencionaron que se les facilitaría en una página web.

**🚩 Pregunta 8. ¿Cuáles de los siguientes medios usa con más frecuencia para obtener información turística?**

**Tabla 36. Frecuencia del medio de comunicación**






<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Facebook	145	31%
Instagram	94	20%
Whatsapp	60	13%
Tik Tok	32	7%
Correo electrónico	10	2%
Página web	70	15%
Medios de comunicación masiva (televisión, radio, periódico)	49	11%
Otro	4	1%
<b>Total</b>	<b>464</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Según los encuestados en la (tabla 36) el 31% utilizan con más frecuencia la plataforma de Facebook para obtener información Turística mientras que el 20% utilizan Instagram, y el 15% usan páginas web.

**➤ Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes logotipos Usted cree que es el adecuado para la representación de una guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja?**

**Tabla 37. Logotipo**

Variable	Cantidad	Porcentaje
A) 	41	19%
B) 	92	43%
C) 	43	20%
D) 	27	13%
E) 	13	6%
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Interpretación:** Según los encuestados en la (tabla 37) mencionaron que el mejor logotipo que represente a la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja es la opción B con un 43%.

**Análisis:** De tal manera se puede decir que la mayoría de los encuestados fueron de 25 a 44 años de edad, con un nivel educativo superior, siendo en la gran mayoría del sexo masculino con nacionalidad ecuatoriana residentes en la ciudad de Loja, los cuales tienen una ocupación de técnicos-profesionales y en otros campos, además tienen un nivel de gastos e ingresos menor a los 425 dólares. El motivo de la visita fue ocio, recreo y vacaciones, además se trasladaron en autobús y tuvieron una estancia de una a tres noches. Dichos encuestados respondieron que el museo que más conocen es el Museo Puerta de la Ciudad, y han obtenido información a través de internet y familiares o amigos, pero dicha información no ha sido suficiente ni adecuada, además no conocen lo que es una guía virtual ni tampoco conocen una guía que promocione a los museos, por eso mencionan que la información primordial que debería ir en la guía es el tipo de museo y la ubicación, y les gustaría que se les facilite en un formato para Facebook y página web ya que el medio comunicacional que usan con más frecuencia para ver información turística es la plataforma de Facebook, Instagram y páginas web.

#### 6.1.6. Matriz FODA

**Tabla 38. Matriz FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los museos de la ciudad de Loja son Patrimonio cultural.</li> <li>2. La ciudad de Loja es conocida como la ciudad sede del festival internacional de artes vivas FIAVL.</li> <li>3. La información recabada en el diagnóstico es totalmente oficial ya que ha sido actualizada y validada por los Coordinadores de cada Museo.</li> <li>4. La Unidad Municipal de turismo de la ciudad de Loja tiene interés en promocionar y difundir a los museos de la ciudad de Loja.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La Unidad Municipal maneja medios digitales y tradicionales para promocionar los museos de la ciudad de Loja.</li> <li>2. Turistas y visitantes manejan redes sociales.</li> </ol>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No existe una red de museos de la ciudad de Loja.</li> <li>2. Falta de capacitación al personal de trabajo de cada museo para fortalecer la identidad corporativa</li> <li>3. Poca inversión para mejora de actividades y servicios en los museos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existencia de páginas web con información errónea y sin validación.</li> </ol>

**Fuente:** Resultados del primer objetivo

## 6.2. “Diseñar una guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja”

Para el cumplimiento del segundo objetivo se tomó en cuenta los resultados de las encuestas realizadas en el primer objetivo enfatizando en la pregunta: 7. ¿En cuáles de los siguientes formatos se le facilitarían a Usted el acceso a la información de una guía turística?

En donde los resultados arrojaron que a un 21% se les facilitarían la guía a través de videos y un 19% mencionaron que se les facilitarían en una página web.

Esta respuesta motivó al diseño de la guía turística virtual en formato video para lo cual se tomó en cuenta dos pasos:

- ✚ Diseño de la Guía Turística
- ✚ Creación de la página web

### 6.2.1. Diseño de Guía turística

Para el diseño de la guía turística en formato video se realizó la estructuración de guiones mismos que cuentan con la información recabada en las fichas de diagnóstico aplicadas en el primer objetivo, el guion se dividió de la siguiente manera: saludo e introducción, recorrido de salas o galerías, despedida.

En la siguiente tabla se detalla el recorrido en el museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia” junto a las tomas de cada etapa.

Tabla 39. Guion

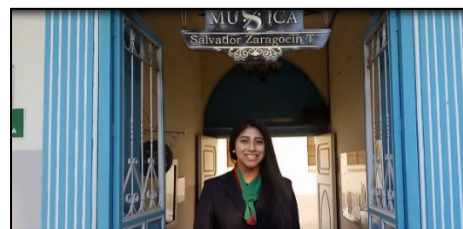
---

#### Guion - Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”

---

✚ Primera toma

**Saludo:** Bienvenidos al Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”, ocupa las instalaciones patrimoniales del antiguo colegio Bernardo Valdivieso, se encuentra ubicado en la Parroquia San Sebastián en las calles Bernardo Valdivieso y Rocafuerte, sus horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. y los fines de semana de 10:00 a.m. hasta las 16:00 p.m. Su entrada no tiene costo.



✚ Segunda toma

El Museo de la Música tiene como propósito dar a conocer el Patrimonio Cultural Musical de la ciudad de Loja, destinándolos al servicio de toda la comunidad lojana.

**Sala 1:** Aquí podrás visualizar la cronología de la vida y obra de hombres ilustres en la música lojana nacidos entre 1873 que fue Antonio de Jesús Hidalgo hasta el año 1920 que fue David



---

Pacheco Ochoa, así en el transcurso de este recorrido te encontraras con grandes maestros como Salvador Bustamante Celi, Segundo Cueva Celi, Francisco Rodas Bustamante, Segundo Puertas Moreno, entre otros maestros de la música Loja.

**Sala 2:** Esta sala fue dedicada para el maestro Salvador Sarangocín Tapia a quien se le debe el nombre del Museo, ya que además de un gran maestro de la Música fue el investigador quien estudio la biografía e investigación académica de todos los compositores y maestros exhibidos en este Museo, el distinguido maestro también fue conocido como promotor Cultural, fue director de la Orquesta Universitaria de Instrumentos Típicos Latinoamericanos, y dirigió algunas grabaciones musicales.

En esta sala también se encuentran cuatro distinguidas damas Carlota Ortega, Elvia María Paladines, Ulbia Garcés y, María Elena Castillo quienes también son conocidas por su distinguida participación en el arte de la música.

✚ Despedida

Así que ven y disfruta del recorrido en el Museo de la Música y déjate envolver por la historia y notas musicales que te conducirán a tiempos de antaño.



---

**Fuente:** Fichas de Diagnostico (Cada guion fue revisado por el coordinador de cada museo para su debida aprobación)

### 6.2.2. Creación de la página Web

<https://museosdotcom.wordpress.com/>

La creación de la página web contempla tres aspectos importantes que son:

- ✚ Plataforma para su creación
- ✚ Logo
- ✚ Diseño

#### 6.2.2.1. Plataforma.



La plataforma usada para la página web fue WordPress tal como se lo muestra en la (figura 12), la cual es una herramienta para la creación y administración de diversos sitios webs de manera gratuita.



**Figura 12.** Plataforma

#### **6.2.2.2. Logo.**

Se tomó en cuenta los resultados de las encuestas realizadas en el primer objetivo enfatizando la pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes logotipos Usted cree que es el adecuado para la representación de una guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja? En donde un 43% eligieron la opción B que se muestra en la (figura13).



**Figura 13.** Logo

### 6.2.2.3. Diseño.

El diseño de la página web consta de un encabezado, párrafo introductorio, un título, grupos los cuales tienen un título, presentación, párrafos y botones, y al final tiene un pie de página.

Esta página web se encuentra en el idioma español e inglés para llegar a más demanda no solo nacional sino también internacional.

#### Encabezado y Párrafo Introductorio

El encabezado de la página web se conforma por el logo, el nombre de la página y un slogan. En el párrafo introductorio se resalta algunas cualidades de la ciudad de Loja y se enumera todos los museos de la ciudad de Loja. Mismo que se muestra en la (figura 14)



Figura 14. Encabezado y Párrafo introductorio.

## Mapa y Título

El mapa representa la ubicación de cada uno de los museos de la ciudad de Loja junto con el título, el cual se lo puede visualizar en la (figura 15).



Figura 15. Mapa y Título

## Grupos

Los grupos están conformados por la guía turística, una galería de fotos como lo vemos en la (figura 16) y la información esencial de cada museo según los resultados de las encuestas aplicadas en el primer objetivo mismas que se detallan de la siguiente manera: el tipo de museo, caracterización del museo, la ubicación, los horarios, el costo de entrada, contactos, como lo vemos en la (figura 17)

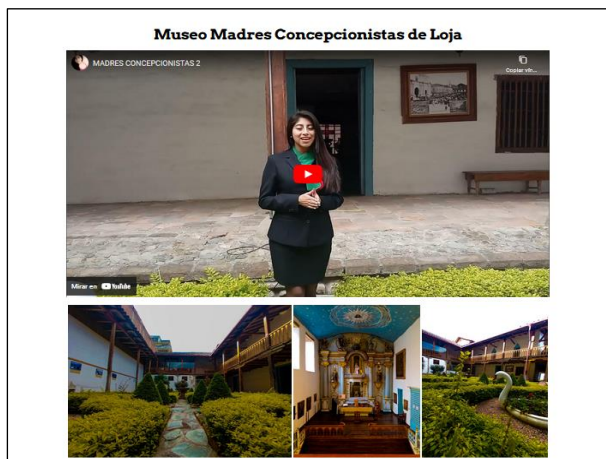


Figura 16. Grupo

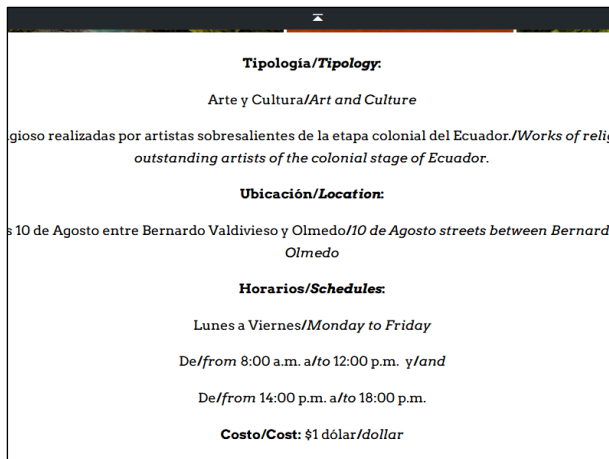


Figura 17. Grupo

**✚ Pie de página.**

En el pie de página se encuentra la red social de Facebook, tal como lo muestra la (figura 18) esta página es perteneciente a la cuenta de Loja Turismo misma que es manejada por la Unidad Municipal de Turismo, en esta página será promocionada la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja y la página web que los unifica.

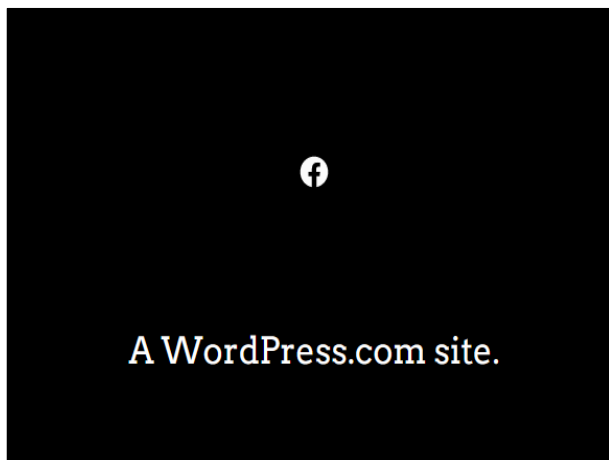


Figura 18. Pie de página

**6.3. “Elaborar un plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja”.**

En base a los resultados de las encuestas realizadas en el primer objetivo se obtuvo el perfil de nuestro público objetivo.

**6.3.1. Elaboración de Propuesta**

**6.3.1.1. Target Group (público objetivo).**

#### **6.3.1.1.1. Mapa de públicos.**

- ✚ **A nivel interno:** Carrera de turismo; Coordinadores de los museos
- ✚ **A nivel externo:** Medios de comunicación y Unidad municipal de Turismo.

#### **6.3.1.1.2. Descripción del grupo de interés.**

- ✚ **Grupo Primario:** Nuestro grupo primario según los encuestados son los habitantes de la ciudad de Loja y turistas entre los que se encuentran personas con un rango de edad de 15 a 24 años y 25 a 44 años, de los cuales ejercen sus propias labores en sus ámbitos profesionales técnicos, de servicios, administrativos y estudiantes.
- ✚ **Edad:** De 15 a 24 años y de 25 años a 44 años
- ✚ **Grupo social:** Conformado por estudiantes y profesionales con nacionalidad ecuatoriana.
- ✚ **Nivel de educación:** Se encuentran en un nivel educativo superior y secundaria.
- ✚ **Personalidad:** Curiosos, amantes de la cultura e historia.

#### ✚ **6.3.1.2. Estrategias**

##### ✚ **6.3.1.2.1. Estrategia Creativa.**

- ✚ **Definición del grupo objetivo a quien se dirigen el plan:** La estrategia se enfoca en un grupo objetivo que consta principalmente de los habitantes de la ciudad de Loja y turistas, mismos que según resultados de las encuestas aplicadas en el primer objetivo tienen nacionalidad ecuatoriana la mayoría residentes en la ciudad de Loja, mayoritariamente de sexo masculino, activamente empleados en sus labores profesionales técnicas, de servicios, administrativos y estudiantes, mismos que tienen un ingreso menor a 425 dólares y visitan tanto los museos como la ciudad por ocio, recreo, vacaciones y otros motivos, y su medio de transporte es el autobús.
- ✚ **Posicionamiento Actual:** Según los datos arrojados en las encuestas el museo más conocido es el Museo puerta de la ciudad y Museo y Centro Cultural de Loja, de los cuales los encuestados consideran que la información recibida no es suficiente ni adecuada.
- ✚ **¿Qué se quiere lograr?:** Incrementar la notoriedad de la existencia de todos los museos de la ciudad de Loja, con mayor énfasis en redes sociales ya que son más usadas por la ciudadanía lojana y turistas; lo que permitirá que los ciudadanos de todas las edades puedan conocer sobre la historia guardada en cada museo y los servicios que ofrece.
- ✚ **Promesa o beneficio:** Potenciar las visitas o afluencia a cada uno de los museos de la ciudad de Loja a través de Guía Turística Virtual.













- ✚ **Argumentación de la promesa. ¿Por qué visitar los Museos de la ciudad de Loja?:** Por la historia que guarda cada uno de ellos, por la riqueza patrimonial que da identidad a los lojanos, por los servicios adicionales que ofrecen.
- ✚ **Tono de comunicación:** Para el desarrollo de dicha estrategia se utilizará un tono semi-formal ya que el grupo primario es mayoritariamente joven a nivel de los encuestados, pero fundamentando también que en el Ecuador según datos del INEC los grupos de edad son mayoritariamente de 15 años hasta los 44 años. Este tono de información permitirá mantener la comunicación directa con los turistas, habitantes e instituciones.
- ✚ **Ejes del plan:** Se basa específicamente en la promoción y difusión por medio de las redes sociales los museos de la ciudad de Loja los mismos que son Patrimonio Cultural de la ciudad.
- ✚ **Concepto (publicidad).** Se lo realizará mediante redes sociales como Facebook e Instagram a través de publicaciones de la guía turística de cada museo y el link de la página web que los unifica. Estas redes sociales son páginas oficiales manejadas por la unidad municipal de turismo.

### 6.3.1.3. Plan de acción.

El plan de acción se llevó a cabo a través de la siguiente tabla en la misma que se detalla la estrategia de promoción y difusión junto con el medio, las actividades, el costo, y los indicadores de resultado.

**Tabla 40. Plan de Acción**

<b>Público Objetivo</b>	Ciudadanía lojana, turistas		
<b>Fecha de ejecución</b>	Desde el mes de mayo 2023 a septiembre 2023 (5 meses)		
<b>Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Directores de cada Museo.</li> <li>✚ Unidad Municipal de Turismo.</li> </ul>		
<b>Resultados esperados</b>	Alcanzar 500 publicaciones compartidas en 5 meses. Al menos 100 publicaciones compartidas por mes en las dos redes sociales.		
<b>Presupuesto estimado</b>	\$ 300		
<b>Indicadores de resultados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Publicaciones compartidas</li> <li>✚ Comentarios</li> <li>✚ Reacciones a las publicaciones</li> </ul>		
<b>Estrategia</b>	<b>Medio</b>	<b>Tácticas/ Actividades</b>	<b>Costo</b>

<p><b>Publicar la guía turística virtual en redes sociales</b></p>	<p>  Redes sociales   Facebook   Instagram         </p>	<p>  Reels en Instagram de la guía turística de los museos con una duración menor a los 60 segundos de manera vertical.   Publicaciones en Facebook de la guía turística de cada museo.         </p>	<p>\$100</p>
<p><b>Posicionar y comunicar los museos de la ciudad de Loja a través de medios digitales y tradicionales y así generar tráfico e interacción con los usuarios.</b></p>	<p>  Página Web   Radio         </p>	<p>  Realizar cuñas informativas de radio sobre los museos de la ciudad de Loja.         </p>	<p>\$100</p>
<p><b>Crear alianzas estratégicas con las empresas turísticas para que promocionen la guía turística a través de sus páginas oficiales</b></p>	<p>  Redes Sociales         </p>	<p>  Publicar la Guía turística de cada museo desde sus páginas oficiales de Facebook.         </p>	<p>\$0,00</p>
<p><b>Implementar pancartas o banners informativos sobre la guía turística virtual de cada museo y sobre la página web que los unifica.</b></p>	<p>  Banners informativos con códigos QR         </p>	<p>  Banners informativos en cada museo con la información de como acceder a la página web que contiene las guías turísticas de cada museo.         </p>	<p>\$100</p>

## 7. Discusión

El trabajo de investigación parte de un diagnóstico de situación actual utilizando la ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos de Carla Ricaurte adaptándola para los museos de la ciudad de Loja tomando en cuenta los indicadores de la ficha del INPC para analizar el estado de conservación de los museos y la metodología del MINTUR para inventario de los museos de la ciudad de Loja.

Dichos museos se encuentran en una categoría de II Y III, pero carecen de promoción y difusión lo mismo que tiene relación a lo expuesto por (Salas, 2018) que empezó su investigación con un diagnóstico situacional analizando varios ámbitos del museo con la diferencia que, el mismo era visitado y conocido por turistas nacionales y extranjeros, pero, el público deseaba más interactividad en el mismo.

Es así que la necesidad de promocionar y difundir los museos de la ciudad de Loja es aprobada con lo que mencionaron sus directores al decir que la guía turística virtual es de suma importancia para el desarrollo de cada museo y que además ayudará a llegar a más público, salir de la rutina y aprovechar las nuevas tecnologías para brindar posibilidades a los turistas quienes no puedan asistir de manera presencial al museo lo hagan de manera virtual.

Pero no solo sus directores participaron para el diseño de esta guía turística virtual sino también los turistas, visitantes, habitantes quienes fueron encuestados y ayudaron al desarrollo de la guía analizando el logo que llevará, la información más relevante que tendrá y el formato en que se les facilitará, en similitud a lo realizado por (Betancourt, 2017) quien de la misma manera aplicó encuestas a los turistas para definir su diseño del manual de guía turística interactiva.

De la misma manera los resultados de las encuestas arrojaron que una guía turística virtual es importante para promocionar los museos de la ciudad de Loja y que además los turistas la usarán para informarse sobre las actividades a realizarse dentro de cada museo, a esto lo he podido comparar con lo investigado por (Lucas, 2017) quien concluye a partir de sus resultados que la implementación de una guía virtual que promocióne destinos turísticos será muy utilizada por su grupo de encuestados, lo que sustenta la aceptación e importancia de esta investigación.

Las encuestas también arrojaron que la plataforma más usada para información turísticas son Facebook, Instagram y pagina web.

Por tal razón es importante aprovechar las TICS para la promoción y difusión de los museos de la ciudad de Loja, tomado en cuenta lo que dice (Asensio, 2011) citado por (Román et al., 2017)



(p.622) las TIC están “prácticamente ausente en los espacios expositivos y de la inmensa mayoría de los programas públicos y educativos” por tal razón es necesario aplicar las TIC con los museos para mejorar la estadía de los visitantes o turistas, pero es esencial meditar en lo que menciona (Asensio y Asenjo, 2009) citado por (Román et al., 2017) (p.622) “Estas se implantan en ocasiones sin demasiada reflexión, planteamiento teórico u objetivos” Aunque las TIC puedan mejorar diversos aspectos deben tener una planificación previa para su uso.

De esta manera el resultado fue la creación de una página web en la misma que se encuentra la guía turística de cada museo en formato video, con presentaciones de imágenes de cada museo, información relevante la cual ha sido elegida por los turistas y coordinadores, de la misma manera se encuentra en dos idiomas inglés y español, lo cual se sustenta según lo mencionado por Mora & Sinchire (2012) la Guía turística Virtual permite acceder a Información General del cantón, apuntes históricos, atractivos turísticos, recomendaciones, establecimientos turísticos, galería fotográfica entre otras opciones de una manera fácil y rápida.

También se logró como resultado un plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística, el cual es de suma importancia considerando lo que menciona Montaner Montejano (1998) citado por Chuquizala-Kohls & Jaramillo (2017)

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino turístico, y toma mayor importancia porque incentiva la llegada de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población. Además, la promoción ayuda a que los turistas conozcan los recursos y servicios que posee un determinado lugar, es decir los productos turísticos que posee.

La metodología usada a lo largo del trabajo de titulación resulto útil y precisa para llevar a cabo el desarrollo y orden en el transcurso de la misma. Es así que con la metodología de Carla Ricaurte adaptada junto con indicadores de evaluación de la ficha del INPC para analizar el estado de conservación de los museos y la metodología del MINTUR para inventario de los museos de la ciudad de Loja, se obtuvo resultados positivos que reflejaron de manera practica la situación actual de cada museo donde se diagnosticó su potencial y su debilidad. De la misma manera las técnicas de entrevista y encuesta resultaron valiosas para obtener información precisa para el diseño de la guía, su importancia y viabilidad de dicha propuesta. Para el diseño de la guía turística virtual se usó la aplicación de wordpress que fue una herramienta eficaz y eficiente para la creación de la página web en donde se encuentra la guía turística. Y con respecto a la metodología para el plan

de comunicación para promoción y difusión de la guía turística fue en base a la metodología usada del plan de comunicación de (Barros, 2015) para adaptarlo según la necesidad de los museos, misma que resulto útil.

El presente trabajo de investigación dio respuesta a la primera pregunta planteada de la siguiente forma: ¿Cuál es la importancia de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja? esta fue corroborada por la población o muestra investigada mismos que consideran que una guía turística virtual para los museos es de suma importancia para poner en conocimiento la riqueza cultural que resguarda cada uno de ellos, además se considera importante para poder llegar al público nacional e internacional.

Así mismo la investigación responde a las tres preguntas específicas que se plantearon en el proyecto de investigación las mismas que se redactan de la siguiente manera: ¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual de los museos de la ciudad de Loja? esta pregunta si fue respondida y se obtuvo resultados contundentes para continuar con el desarrollo del trabajo de investigación; de la misma manera la siguiente pregunta ¿Cuál debe ser el diseño de la guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja? fue respondida correctamente analizando las opiniones y comentarios de la muestra o público y así obtener un diseño de acuerdo sus necesidades; y con respecto a ¿Cómo debe ser el plan de comunicación para la promoción y difusión de la guía turística virtual de los museos de la ciudad de Loja? también fue respondida de manera eficaz permitiendo dar a conocer la mejor forma de promocionar y difundir la guía turística virtual.

## 8.Conclusiones

Luego de haber culminado el trabajo de investigación se detalla las siguientes conclusiones:

- ✚ En la aplicación del diagnóstico se obtuvo que los Museos de la ciudad de Loja tienen una gran riqueza cultural que da identidad a los lojanos, además se encuentran dentro de casas Patrimoniales de la ciudad de Loja, mismas que tienen arquitectura colonial y guardan historia del desarrollo de la ciudad.
- ✚ Actualmente los museos de la ciudad de Loja se encuentran en una categoría II y III lo cual los hace viables para la actividad turística.
- ✚ La creación de la guía turística fue realizada de acuerdo al público objetivo quienes la prefieren en formato video.
- ✚ Las estrategias de promoción y difusión fueron creadas en base a nuestro público objetivo, mismos que usan con más frecuencia las redes sociales como Facebook e Instagram.

## **9.Recomendaciones**

- ✚ A las autoridades de los museos de la ciudad de Loja, a la unidad municipal de turismo y a la dirección de cultura tomar en cuenta este tipo de propuesta ya que contribuirá con el desarrollo turístico y cultural de la ciudad.
- ✚ A las empresas turísticas como agencias de viajes, hoteles, restaurantes, puedan tomar en cuenta esta propuesta para la creación de paquetes turísticos.
- ✚ A las autoridades pertinentes adaptar o adecuar los museos de categoría II para que se puedan posicionar con una categoría III y mejorar la visita de los turistas.
- ✚ A los coordinadores de cada museo tomen en cuenta esta propuesta para que se integren como red de museos de la ciudad de Loja y puedan trabajar en equipo con nuevas propuestas turísticas culturales.

## 10. Bibliografía

- Anónimo. (n.d.). *El guión turístico - Marco teórico referencial de la investigación*. Retrieved September 3, 2022, from <https://1library.co/article/guion-turistico-marco-teorico-referencial-investigacion.zlge9wgy>
- Araújo, J. (2018). *Oferta Turística - Knoow*. <https://knoow.net/es/tierras-y-lugares/turismo-es/oferta-turistica/>
- Barrera, P. (2021). *Resiliencia, la clave del turismo sostenible para salir de las crisis*. <https://noticias.uvg.edu.gt/resiliencia-turismo-sostenible-crisis-pandemia-uvg/>
- Barros, K. (2015). "Propuesta De Un Plan De Comunicación Integral Para El Museo De Arte Moderno De La Ciudad De Cuenca ." 1–173.
- Betancourt, J. (2017). *DISEÑO DE UN MANUAL DE GUIANZA TURÍSTICA INTERACTIVA PARA EL "MUSEO DE LAS HERMANAS CONCEPCIONISTAS DEL CANTÓN LOJA"*.
- Bravo Juega, I. (1995). La organización y gestión de Museos. In *Boletín de la ANABAD* (Vol. 45, pp. 177–194). <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=50959>
- Calderón Medellín, M. F., Lobamba Moreno, S. P., Sandoval Glindo, & Ricardo, A. (2018). *Metodología para Mapeo de Actores Locales y Espacios de Discusión a Nivel Territorial en el Marco del Trabajo Decente*.
- Castillo, M., & Castaño, V. (2015). Redalyc.LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. Una revisión de 2009 a 2014. *Estudio y Perspectivas En Turismo*, 24, 737–757.
- Chuquizala-Kohls, T., & Jaramillo, B. (2017). *Plan de promoción turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas | Siembra*. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/506/4093>
- Dicar Express. (n.d.). *¿Qué es una guía virtual?* Retrieved May 20, 2022, from <https://www.dicarexpress.com/es/que-es-una-guia-virtual.html>
- Entorno Turístico. (2018). *Qué es la demanda turística y su clasificación - Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/>
- Entorno Turístico. (2022). *Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros - Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>
- Etecé, E. (2021). *Turismo: Concepto, tipos y características*. <https://concepto.de/turismo/>
- Eve Museos e Innovación. (2020). *Museos y Su Impacto en el Turismo – EVE Museos e Innovación*. <https://evemuseografia.com/2017/01/11/museos-y-su-impacto-en-el-turismo/>
- GEOVIT. (n.d.). *Movimientos Internos: GEOVIT - Portal Servicios MINTUR*. Retrieved June 16, 2022, from <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Guijarro, M. (n.d.). *Qué es y cómo elaborar un plan de comunicación empresarial*. Retrieved September 4, 2022, from <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>
- Herrera, I., Gonzáles, S., Mena, C., & Cruz, E. (2018). Museo de Arqueología y Lojanidad Memorias.

- Attachments - OneDrive. In *Museo de Arqueología y Lojanidad Memorias*. (p. 113). [https://utpl-my.sharepoint.com/personal/emcruz1\\_utpl\\_edu\\_ec/\\_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Femcruz1\\_utpl\\_edu\\_ec%2FDocuments%2FAttachments%2FLIBRO MUSEO 2016-2018%281%29.pdf&parent=%2Fpersonal%2Femcruz1\\_utpl\\_edu\\_ec%2FDocuments%2FAttachments&ga=1](https://utpl-my.sharepoint.com/personal/emcruz1_utpl_edu_ec/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Femcruz1_utpl_edu_ec%2FDocuments%2FAttachments%2FLIBRO MUSEO 2016-2018%281%29.pdf&parent=%2Fpersonal%2Femcruz1_utpl_edu_ec%2FDocuments%2FAttachments&ga=1)
- ICOM. (n.d.). *Definición de museo - International Council of Museums - International Council of Museums*. Retrieved May 20, 2022, from <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- Kotler, N., & Kotler, P. (2001). *Estrategias y marketing de museos - Neil Kotler, Philip Kotler - Google Libros*. [https://books.google.com.ec/books?id=MaM2\\_OjKwX4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=MaM2_OjKwX4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- La Hora. (2004). *El museo de la iglesia de El Valle - Diario La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/secciones/el-museo-de-la-iglesia-de-el-valle/>
- Lucas, J. (2017, February 24). *Análisis de las guías virtuales y su impacto en la promoción de destinos turísticos, caso Bucay*. . <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7872/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-352.pdf>
- Mexico, C. S. del T. de. (1998). *Turismo*. [http://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Comisiones/d\\_turismo.htm](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm)
- Mora, R., & Sinchire, D. (2012). *Repositorio Digital - Universidad Nacional de Loja: Elaboración de una guía turística virtual de los atractivos naturales y culturales del cantón Zamora*. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/931>
- Muñoz, J. (2002). *Folklore y turismo - Jesús Muñoz Tábora - Google Libros*. [https://books.google.com.ec/books?id=gU45kzLEx\\_oC&pg=PA21&hl=es&source=gbv\\_toc\\_r&cad=4#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=gU45kzLEx_oC&pg=PA21&hl=es&source=gbv_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false)
- OMT. (n.d.). *Conceptos básicos de la actividad turística: Definición de turista*. Retrieved May 20, 2022, from <https://www.ina-pidte.ac.cr/mod/book/view.php?id=15600&chapterid=734>
- Pérez, J., & Merino, M. (2011). *Definición de promoción turística - Qué es, Significado y Concepto*. <https://definicion.de/promocion-turistica/>
- Porporatto, M. (n.d.). *Importancia de los museos*. Retrieved May 20, 2022, from <https://importancias.com/museos/>
- Reyna, S. (2020, August 30). *¿Qué es un Plan de Acción?* <https://www.rotaryzona25a.org/que-es-un-plan-de-accion>
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. *Guía Para Planificadores*, 1–50. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricaurte.-Manual-diagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf>
- Román, E. P., Tort González, N., & Fondevila, J. (2017). *Innovation, tourism and ICT: the case of museums in Barcelona Innovación, turismo y TIC: el caso de los museos de Barcelona*. 15, 619–632. [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)
- Salas, A. (2018, February). *Diseño de una guía virtual para aplicarse en el Museo de la Ciudad de Quito, año 2018*. [https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/21751/1/Salas\\_Vaca\\_Andrés](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/21751/1/Salas_Vaca_Andrés)

Santiago.pdf

Sy Corvo, H. (2021). *Oferta turística: concepto, componentes, tipos, ejemplos*.  
<https://www.lifeder.com/oferta-turistica/>

Tilio, A. (n.d.). *Significado de Turista - Qué es, Definición y Concepto*. Retrieved May 20, 2022, from  
<https://designificados.com/turista/>

Torres, N. (2013). FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR LOJANO PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS TURISTICOS EN LA CIUDAD DE LOJA. *FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR LOJANO PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS TURISTICOS EN LA CIUDAD DE LOJA*, 105.

Unwto. (n.d.). *Glosario de términos de turismo | OMT*. Retrieved May 17, 2022, from  
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Villasante Wilson. (2016, November 24). *Demanda Turística – turismo*.  
<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Zarate, D. (n.d.). *Qué es un plan de acción, cómo se elabora y ejemplos*. Retrieved September 4, 2022, from  
<https://blog.hubspot.es/sales/plan-de-accion-empresa>

## 11. Anexos

### 11.1. Fichas

#### Anexo 1. Ficha 1- Museo San Juan Bautista del Valle

FICHA N° 1		NOMBRE DEL MUSEO: <b>San Juan Bautista del Valle</b>	
<b>1.DATOS GENERALES DEL MUSEO</b>			
1.1 Ubicación	Parroquia: <b>San Juan del Valle</b>		
	Calles:	Principal: <b>Guayaquil</b>	Intersección: <b>y Salvador Bustamante Celi</b>
	Coordenadas:	Número: <b>0446</b> Contactos: <b>2571658</b>	Área/ mt2:
1.2 A Cargo de:	<b>Párroco Coordinador</b> <b>Ángel Arrobo</b>	1.3 Fecha de levantamiento de información :	<b>31 de Mayo del 2022</b>
<b>2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO</b>			
2.1 Horario: <b>No está en funcionamiento, pero los horarios en los que se manejaba eran los siguientes: de Martes a Viernes de 8:00 a.m. a 12:00 p.m. y de 15:00 p.m. a 18:00 p.m. y los días sábados de 8:00 a.m. a 12:00 p.m.</b>	2.2 Aforo Máximo: <b>30</b>	2.3 Cuantas personas trabajan: <b>Ninguna</b>	
2.4 Tipo de museo	Arqueológico ( )	Religioso ( <b>X</b> )	Histórico ( )
			Cultural ( )
			Otro ( )
2.5 Temporalización de las obras:			
2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?	Itinerantes	SI ( )	2.7 Nombre de las salas
	Permanentes	SI ( <b>X</b> )	<b>Las salas están enumeradas de la siguiente manera: Sala 1, sala 2, sala 3, sala 4, sala 5.</b>
<b>2.8.</b>		<b>2.9.</b>	
<b>3. DEMANDA REAL DEL MUSEO</b>			
3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:	Visitantes de lunes a viernes ( <b>10</b> )	Visitantes fines de semana ( <b>10</b> )	Visitantes los días feriados (no se atiende)
			Eventos Programados ( <b>15</b> )
3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo	Permanente(todo el año) ( )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( <b>X</b> )
			Inexistente ( )
3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo	Internacional ( )	Regional ( )	Nacional ( <b>X</b> )
			Local ( <b>X</b> )
Fuente:	<b>El museo no está en funcionamiento, pero antes de pandemia se usaba unos boletos de pase que era para adultos 50 centavos y para niños 25 centavos y estos servían a su vez para registrar. La fuente directa fue la Sra. Carmen Ñahuazo Secretaria del Convento</b>		
<b>4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO</b>			
4.1 Régimen de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público ( )</li> <li>• Privado ( <b>X</b> )</li> </ul>	4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público ( )</li> <li>• Privado ( <b>X</b> )</li> <li>• Comuna 1 ( )</li> </ul>
		4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SI ( )</li> <li>• NO ( <b>X</b> )</li> </ul>
			¿Cuáles? Año en el que se gestionó:
4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo	SI ( )	NO ( <b>X</b> )	¿Cuáles?



<b>4.5 Tipo de evento que se realiza dentro del museo al año</b>	No se realiza ningún tipo de evento							
<b>4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.</b>	<b>Indicadores de Deterioro</b>		<b>Bueno ( X )</b>		<b>Regular ( )</b>		<b>Malo ( )</b>	
	Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
	Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )
	Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( )
	Dobleces ( )	Sobre pintura ( )	Pasmados ( )					
<b>Cuántos artefactos tiene en exhibición:</b> ( 60 )			<b>Iluminación en los artefactos de exhibición:</b> SI ( X ) NO ( ) <b>Tipo de iluminación:</b> Directa ( X ) Indirecta ( )			<b>Observaciones:</b> Luz amarilla		
<b>4.7 Infraestructura</b>	<b>Salas</b>	<b>¿Cuántos pisos tiene?</b> ( 2 )	<b>Estado de las Salas</b>	<b>Indicadores de deterioro</b>	<b>( 1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)</b>			
		<b>¿Cuántas salas tiene?</b> ( 5 )		Paredes	1	2	3	
				Ventanas	X			
				Puertas	X			
				Piso	X			
			Cubierta	X				
<b>Seguridad</b>		Sistema de alarmas	Sensores	Guardias privados	Cámaras			
		SI ( X ) NO ( )	SI ( ) NO ( X )	SI ( ) NO ( X )	SI ( ) NO ( X )			
				Guardias públicos				
				SI ( ) NO ( X )				
<b>Servicios Básicos</b>		Agua potable	SI ( X ) NO ( )	<b>Protocolo COVID:</b>	¿Cuáles?			
		Energía eléctrica	SI ( X ) NO ( )	SI ( ) NO ( X )	No está en funcionamiento			
		Baterías Sanitarias	SI ( ) NO ( X )					
		Internet	SI ( ) NO ( X )					
		Telefonía fija	SI ( X ) NO ( )					
<b>5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD</b>								
<b>5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el año ( X )</li> <li>• Por temporadas ( )</li> <li>• Los meses de:.....</li> </ul>		<b>5.2 Principales vías de acceso al atractivo:</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavimentada/Asfaltada ( X )</li> <li>• Adoquinada ( X )</li> </ul>		
<b>5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:</b>	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SI ( )</li> <li>• NO ( X )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tótems ( )</li> <li>• Pictogramas ( )</li> </ul>		<b>5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bus ( X )</li> <li>• Camioneta ( X )</li> <li>• Taxis ( X )</li> <li>• Otro ( X )</li> </ul>		
<b>6. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO</b>								
<b>6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de guianza ( X )</li> <li>• Bares ( )</li> <li>• Restaurante-café ( )</li> <li>• Miradores ( )</li> </ul>		<b>6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas Guiadas ( X )</li> <li>• Eventos Programados ( )</li> <li>• Compra de artesanías ( )</li> <li>• Otros ( )</li> </ul>		

- Otro ( )

6.3 Canales de distribución	Criterios de valoración	(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)		
		1	2	3
	Facebook SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Instagram SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Tik Tok SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Página Web SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )		X	
	Medios Impresos SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Banner Informativo SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Municipio SI ( ) NO ( )			
	ITUR SI ( ) NO ( )			
	OTROS			

## Anexo 2. Ficha 2- Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.

<b>FICHA N° 2</b>	<b>NOMBRE DEL MUSEO:</b>	<b>Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL</b>		
<b>1.DATOS GENERALES DEL MUSEO</b>				
<b>1.1 Ubicación</b>	<b>Parroquia:</b>	El Valle		
	<b>Calles:</b>	<b>Principal:</b> Marcelino Champagnat	<b>Intersección:</b> Paris	
	<b>Coordenadas:</b> -3.98589700, -79.1990000	<b>Número:</b> S/N	<b>Área/ mt2:</b>	
		<b>Contactos:</b> Extensión 2900		
<b>1.2 A Cargo de:</b>	<b>Directora</b> Lic. Iliana Elizabeth Herrera Herrera	<b>1.3 Fecha de levantamiento de información :</b>	Jueves 26 de Mayo del 2022	
<b>2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO</b>				
<b>2.1 Horario:</b> De Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 12: 30 p.m. y de 15:00 p.m. a 18:00 p.m.	<b>2.2 Aforo Máximo:</b> 100 personas	<b>2.3 Cuantas personas trabajan:</b> 2		
<b>2.4 Tipo de museo</b>	Arqueológico ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Religioso ( )	Histórico ( )	Cultural ( )
				Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <b>Lojanidad</b>
<b>2.5 Temporalización de las obras:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paleoindio 13000 ac/cb-3500 ac/bc</li> <li>• Formativo Temprano 3500 ac/cb</li> <li>• Formativo Tardío 1000 ac/bc- 500 ac/bc</li> <li>• Expansión Artesanal-Agricultural –Desarrollo Regional 500 ac/bc- 500 ac/bc</li> <li>• Agrícola Mercantil-Integración 500-1450</li> <li>• Incásico 1450-1532</li> <li>• Culturas Prehispánicas</li> </ul>			
<b>2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?</b>	Itinerantes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	<b>2.7 Nombre de las salas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de Arqueología</li> <li>• Sala de Lojanidad</li> <li>• Sala Itinerante</li> <li>• Taller de Exposiciones</li> </ul>
	Permanentes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
<b>2.8. ¿Cuál es la sala más visitada?:</b> Las dos	<b>2.9 ¿Cuál es el artefacto estrella?:</b> Todos tomando en cuenta la programación			
<b>3. DEMANDA REAL DEL MUSEO</b>				
<b>3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:</b>	Visitantes de lunes a viernes ( <b>150</b> )	Visitantes fines de semana ( <b>no atiende el fin de semana</b> )	Visitantes los días feriados ( <b>no atienden</b> )	Eventos Programados ( <b>100</b> )
<b>3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo</b>	Permanente(todo el año) ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( )	Inexistente ( )

<b>3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo</b>	Internacional (X)	Regional ( )	Nacional (X)	Local (X)
<b>Fuente:</b>	Existe cuaderno de Registro pero la información fue facilitada por parte de la Directora Lic. Iliana Herrera			

#### 4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO

<b>4.1 Régimen de propiedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( )</li> <li>Privado (X)</li> </ul>	<b>4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( )</li> <li>Privado (X)</li> <li>Comuna 1 ( )</li> </ul>	<b>4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI (X)</li> <li>NO ( )</li> </ul>	<b>¿Cuáles? Año en el que se gestionó:</b> Siempre se realiza gestiones para el mantenimiento y limpieza de los bienes muebles y la infraestructura.
---------------------------------	--	--	--	---	--	---

<b>4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo</b>	SI (X)	NO ( )	<b>¿Cuáles?</b> Indicaciones generales de comportamiento para evitar accidentes dentro del museo.
---	--------	--------	---

<b>4.5 Tipo de eventos que se realiza dentro del museo al año</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eventos Culturales</li> <li>Eventos Académicos</li> <li>Presentación de Proyectos</li> <li>Exposiciones artísticas de estudiantes y profesionales</li> <li>Exhibición de pinturas o esculturas.</li> </ul>
---	---

<b>4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.</b>	<b>Indicadores de Deterioro</b>		<b>Bueno (X)</b>	<b>Regular ( )</b>	<b>Malo ( )</b>			
	Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
	Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )
	Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( )

**Cuántos artefactos tiene en exhibición:**  
4.000 Arqueológicos y 20 de Lojanidad

**Iluminación en los artefactos de exhibición:**  
SI (X) NO ( )  
**Tipo de iluminación:**  
Directa ( ) Indirecta (X)

**Observaciones:** Luces sujetadas al techo

<b>4.7 Infraestructura</b>	Salas	¿Cuántos pisos tiene? ( 3 )	Estado de las Salas	<b>Indicadores de deterioro</b>	<b>( 1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)</b>			
					1	2	3	
					Paredes	X		
					Ventanas	X		
					Puertas	X		
					Piso	X		
Cubierta	X							

#### Seguridad

Sistema de alarmas  
SI (X) NO ( )

Sensores  
SI (X) Sensores de humo  
NO ( )

- Guardias privadas  
SI ( ) NO (X)
- Guardias públicos  
SI ( ) NO (X)

Cámaras  
SI (X) NO ( )

#### Servicios Básicos

Agua potable SI (X) NO ( )  
Energía eléctrica SI (X) NO ( )  
Baterías Sanitarias SI (X) NO ( )  
Internet ( ) SI (X) NO ( )  
Telefonía fija SI (X) NO ( )

**Protocolo COVID:**  
SI (X) NO ( )

**¿Cuáles?**

- Alcohol de Manos
- Alfombra desinfectante para pies

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD			
<b>5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el año ( <b>X</b> )</li> <li>• Por temporadas ( )</li> <li>• Los meses de:.....</li> </ul>	<b>5.2 Principales vías de acceso al atractivo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavimentada/Asfaltada ( <b>X</b> )</li> <li>• Adoquinada ( <b>X</b> )</li> </ul>
<b>5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:</b>	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SI ( <b>X</b> )</li> <li>• NO ( )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tótems ( <b>X</b> )</li> <li>• Pictogramas ( <b>X</b> )</li> </ul>	<b>5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bus ( <b>X</b> )</li> <li>• Camioneta ( <b>X</b> )</li> <li>• Taxis ( <b>X</b> )</li> <li>• Otro ( )</li> </ul>
6. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO			
<b>6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de guianza ( <b>X</b> )</li> <li>• Bares ( )</li> <li>• Restaurante-café ( )</li> <li>• Miradores ( )</li> <li>• Otro ( )</li> </ul>	<b>6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas Guiadas ( <b>X</b> )</li> <li>• Eventos Programados ( <b>X</b> )</li> <li>• Compra de artesanías ( )</li> <li>• Otros ( <b>X</b> ) <b>Talleres</b></li> </ul>
<b>6.3 Canales de distribución</b>	<b>Criterios de valoración</b>	<b>(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)</b>	
		1	2
	Facebook SI ( ) NO ( <b>X</b> )		3
	Instagram SI ( ) NO ( <b>X</b> )		
	Tik Tok SI ( ) NO ( <b>X</b> )		
	Página Web SI ( <b>X</b> ) NO ( )	<b>X</b>	
	Medios Impresos SI ( ) NO ( <b>X</b> )		
	Banner Informativo SI ( ) NO ( <b>X</b> )		
	Municipio SI ( ) NO ( <b>X</b> )		
	ITUR SI ( ) NO ( <b>X</b> )		
	OTROS		

### Anexo 3. Ficha 3- Museo Puerta de la Ciudad

FICHA N° 3 NOMBRE DEL MUSEO: Museo Puerta de la Ciudad			
1.DATOS GENERALES DEL MUSEO			
<b>1.1 Ubicación</b>	Parroquia:	El Valle	
	Calles:	Principal: Av. Universitaria	Intersección: 18 de Noviembre y Sucre.
	Coordenadas:	Número: S/N Contactos: 2587122	Área/ mt2:
<b>1.2 A Cargo de:</b>	Coordinadora Ing. Enith Aguirre	<b>1.3 Fecha de levantamiento de información :</b>	27 de Mayo del 2022
2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO			
<b>2.1 Horario: De Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 21:00 p.m. Fines de Semana de 8:00 a.m. a 21:00 p.m.</b>	<b>2.2 Aforo Máximo:</b> Cada sala 100 personas	<b>2.3 Cuantas personas trabajan:</b> 4 administrativos, 1 jardinero, 1 Agente de Control y 2 arrendatarios del café-restaurante.	
<b>2.4 Tipo de museo :</b>	Arqueológico ( <b>X</b> )	Religioso ( )	Histórico ( )
			Cultural ( )
			Otro ( <b>X</b> ) Exposiciones Temporales
<b>2.5 Temporalización de las obras:</b>	No hay una temporalización definida ya que en la sala de arqueología las piezas han sido donadas y en las otras salas las pinturas solo tienen un mes de exhibición		
	Itinerantes	SI ( <b>X</b> ) Temporales	<b>2.7 Nombre de las salas</b> Todas las salas se caracterizan por llevar como nombre un numero:

2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?	Permanentes	SI ( )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala 1</li> <li>Sala 2</li> <li>Sala 3</li> <li>Sala 4</li> </ul>
--------------------------------------	-------------	--------	--

2.8. ¿Cuál es la sala más visitada?: **Las cuatro salas son visitadas ya que por el recorrido se visitan todas.**      2.9. ¿Cuál es el artefacto estrella?: **Las obras de Arte expuestas.**

### 3. DEMANDA REAL DEL MUSEO

3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:	Visitantes de lunes a viernes (200)	Visitantes fines de semana (250)	Visitantes los días feriados (500)	Eventos Programados (200)
3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo	Permanente(todo el año) ( X )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( )	Inexistente ( )
3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo	Internacional ( X )	Regional ( )	Nacional ( X )	Local ( X )
Fuente:	Si existe libro de registro dentro del museo pero la fuente directa para la demanda real fue la Coordinadora Ing. Enith Aguirre			

### 4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO

4.1 Régimen de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( X )</li> <li>Privado ( )</li> </ul>	4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( X )</li> <li>Privado ( )</li> <li>Comuna 1 ( )</li> </ul>	4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( X )</li> <li>NO ( )</li> </ul>	¿Cuáles? Año en el que se gestionó: El Municipio asume con los gastos de conservación dentro del museo que es cada año: <ul style="list-style-type: none"> <li>Adecantamiento de I.E</li> <li>Restauración de Monumentos</li> <li>Conservación de Áreas Verdes.</li> <li>Mantenimiento de Luminosidad.</li> </ul>
--------------------------	--	---	--	--	--	--

4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo	SI ( )	NO ( X )	¿Cuáles?
--	--------	----------	----------

4.5 Tipos de evento que se realiza dentro del museo al año.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inauguración de exposición de arte (pintura, escultura, artesanías)</li> <li>Talleres de manualidades</li> <li>Feria de artesanías</li> <li>Presentación de danzas</li> <li>Conversatorios</li> <li>Concursos de Pintura</li> </ul>
---	--

4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.	<b>Indicadores de Deterioro</b>		<b>Bueno ( X )</b>		<b>Regular ( )</b>		<b>Malo ( )</b>	
	Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
	Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )
	Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( )
	Dobleces ( )	Sobre pintura ( )	Pasmados ( )					

Cuantos artefactos tiene en exhibición:  
De la sala de arqueología con 600 piezas mientras que en las salas temporales

Iluminación en los artefactos de exhibición:  
SI ( X )      NO ( )

Observaciones: Tiene Luz Blanca led.

	siempre se exhibe un máximo de 45 pinturas.		<b>Tipo de iluminación:</b> Directa ( ) <input checked="" type="checkbox"/> Indirecta ( )		
<b>4.7 Infraestructura</b>	<b>Salas</b>	<b>¿Cuántos pisos tiene?</b> 7 Pisos con las torres	<b>Estado de las Salas</b>	<b>Indicadores de deterioro</b>	<b>( 1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)</b>
		<b>¿Cuántas salas tiene?</b> ( 4 )			<b>1 2 3</b>
				Paredes	<input checked="" type="checkbox"/>
				Ventanas	<input checked="" type="checkbox"/>
				Puertas	<input checked="" type="checkbox"/>
				Piso	<input checked="" type="checkbox"/>
				Cubierta	<input checked="" type="checkbox"/>
	<b>Seguridad</b>		Sistema de alarmas SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	Sensores SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guardias privadas SI ( ) NO ( )</li> <li>Guardias públicos SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )</li> </ul>
	<b>Servicios Básicos</b>		Agua potable SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Energía eléctrica SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Baterías Sanitarias SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Internet ( ) SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Telefonía fija ( ) SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<b>Protocolo COVID:</b> SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<b>¿Cuáles?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de Mascarilla</li> <li>Alcohol de manos</li> </ul>

### 5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

<b>5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo el año ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Por temporadas ( )</li> <li>Los meses de:.....</li> </ul>	<b>5.2 Principales vías de acceso al atractivo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pavimentada/Asfaltada ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Adoquinada ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>
<b>5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:</b>	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>NO ( )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tótems ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Pictogramas ( )</li> </ul>	<b>5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bus ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Camioneta ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Taxis ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>

### 6. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO

<b>6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio de guianza ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Bares ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Restaurante-café ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Miradores ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Otro ( )</li> </ul>	<b>6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas Guiadas ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Eventos Programados ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Compra de artesanías ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Otros ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Servicio de almacén de artesanías y Entrega de material de promoción Turística.</li> </ul>
---	---	--	---

<b>6.3 Medios de Difusión</b>	<b>Criterios de valoración</b>	<b>(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)</b>		
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
	Facebook SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Instagram SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Tik Tok SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Página Web SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Medios Impresos SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )			
	Banner Informativo SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )			
	Municipio SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )			
	ITUR SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )			

### Anexo 4. Ficha 4- Ñaño casa Museo

FICHA Nº 4 NOMBRE DEL MUSEO: Ñaño Casa Museo

#### 1.DATOS GENERALES DEL MUSEO

<b>1.1 Ubicación</b>	<b>Parroquia:</b>	El Sagrario	
	<b>Calles:</b>	<b>Principal:</b> Inés Jiménez	Intersección: Rumiñahui
	<b>Coordenadas:</b>	<b>Número:</b> 2581 <b>Contactos:</b> 0989651017-0994952743	<b>Área/ mt2:</b> 300 metros cuadrados
<b>1.2 A Cargo de:</b>	Coordinadores Sr. Boris Salinas Sr. Aquiles Salinas	<b>1.3 Fecha de levantamiento de información :</b>	Jueves 26 de Mayo del 2022

#### 2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO

<b>2.1 Horario:</b> De Lunes a Viernes de 10:00 a.m. a 18:00 p.m. Sábados y Domingos con previa cita	<b>2.2 Aforo Máximo:</b> 70 personas	<b>2.3 Cuantas personas trabajan:</b> 5			
<b>2.4 Tipo de museo :</b>	Arqueológico ( )	Religioso ( )	Histórico ( )	Cultural ( )	Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Museo General
<b>2.5 Temporalización de las obras:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De hace 100 y 500 años atrás</li> <li>De autoría propia de hace 25 años atrás</li> </ul>				
<b>2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?</b>	Itinerantes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	<b>2.7 Nombre de las salas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zandra</li> <li>María Luisa</li> </ul>	
	Permanentes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )			

**2.8 ¿Cuál es la sala más visitada?:** Zandra

**2.9 ¿Cuál es el artefacto estrella?:** La casa como bien Inmueble

#### 3. DEMANDA REAL DEL MUSEO

<b>3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:</b>	Visitantes de lunes a viernes ( 15 )	Visitantes fines de semana ( 15 )	Visitantes los días feriados ( 10 )	Eventos Programados ( 1000 )
<b>3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo</b>	Permanente(todo el año) ( )	Estacional (solo por temporadas) ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Esporádica (de vez en cuando) ( )	Inexistente ( )
<b>3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo</b>	Internacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Regional ( )	Nacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Local ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Fuente:</b>	No existe libro de registro. Como fuente de información directa fue el Coordinador Sr. Boris Salinas.			

#### 4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO

<b>4.1 Régimen de propiedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( )</li> <li>Privado ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>	<b>4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( )</li> <li>Privado ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Comuna 1 ( )</li> </ul>	<b>4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>NO ( )</li> </ul>	<b>¿Cuáles? Año en el que se gestionó:</b> Gestión Propia para el mantenimiento frecuente y restauración.
<b>4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo</b>	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	NO ( )	<b>¿Cuáles?:</b> Nada de partidos políticos o institucionales y restricciones sobre el orden dentro del museo.			
<b>4.5 Tipos de evento que se realiza dentro del museo al año</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exposiciones de pintura, escultura y cerámica</li> <li>Eventos musicales y poéticos</li> <li>Eventos de teatro callejero</li> <li>Eventos de bonsáis</li> <li>Recorridos</li> <li>Conversatorios</li> </ul>					
<b>Indicadores de Deterioro</b>	Bueno ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Regular ( )	Malo ( )			

<b>4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.</b>	Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
	Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )
	Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( )
	Dobleces ( )	Sobre pintura ( )	Pasmados ( )					
<b>Cuántos artefactos tiene en exhibición:</b> Escultura 100, pinturas 100, dibujos 200			<b>Iluminación en los artefactos de exhibición:</b> SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )			<b>Observaciones:</b> Focos sujetos al techo alumbrada de manera general al mobiliario y a la sala		
			<b>Tipo de iluminación:</b> Directa ( )			Indirecta ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
<b>4.7 Infraestructura</b>	<b>Salas</b>	<b>¿Cuántos pisos tiene?</b> ( <input checked="" type="checkbox"/> 3 )	<b>Estado de las Salas</b>	<b>Indicadores de deterioro</b>	<b>( 1 Bueno) ( 2 Regular) ( 3 Malo)</b>			
		<b>¿Cuántas salas tiene?</b> ( <input checked="" type="checkbox"/> 2 salas y 7 patios )			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
				Paredes	<input checked="" type="checkbox"/>			
				Ventanas	<input checked="" type="checkbox"/>			
				Puertas	<input checked="" type="checkbox"/>			
				Piso	<input checked="" type="checkbox"/>			
				Cubierta	<input checked="" type="checkbox"/>			
<b>Seguridad</b>		Sistema de alarmas SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )		Sensores SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guardias privadas SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Guardias públicos SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>		Cámaras SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
<b>Servicios Básicos</b>		Agua potable SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Energía eléctrica SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Baterías Sanitarias SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Internet SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Telefonía fija SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )		<b>Protocolo COVID:</b> SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )		¿Cuáles?		
<b>5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD</b>								
<b>5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo el año ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Por temporadas ( )</li> <li>Los meses de:.....</li> </ul>			<b>5.2 Principales vías de acceso al atractivo:</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pavimentada/Asfaltada ( )</li> <li>Adoquinada ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>		
<b>5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:</b>	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( )</li> <li>NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tótems ( )</li> <li>Pictogramas ( )</li> </ul>		<b>5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Bus ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Camioneta ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Taxis ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>		
<b>7. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO</b>								
<b>6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio de guianza ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Bares ( )</li> <li>Restaurante-café ( )</li> <li>Miradores ( )</li> <li>Otro ( )</li> </ul>			<b>6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas Guiadas ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Eventos Programados ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Compra de artesanías ( )</li> <li>Otros ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <i>Venta de plantas, Venta de obras, talleres de arte, biblioteca de arte, eventos múltiples.</i></li> </ul>		
<b>6.3 Canales de distribución</b>	<b>Criterios de valoración</b>		<b>( 1 Bueno) ( 2 Regular) ( 3 Malo)</b>					
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>			
		Facebook SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>					



Instagram SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( <input type="checkbox"/> )	<input checked="" type="checkbox"/>
Tik Tok SI ( <input type="checkbox"/> ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
Página Web SI ( <input type="checkbox"/> ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
Medios Impresos SI ( <input type="checkbox"/> ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
Banner Informativo SI ( <input type="checkbox"/> ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
Municipio SI ( <input type="checkbox"/> ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
ITUR SI ( <input type="checkbox"/> ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
OTROS	

### Anexo 5. Ficha 5-Museo Casa Bolívar

FICHA N° 5 NOMBRE DEL MUSEO: **Mueso Casa Bolívar**

1.DATOS GENERALES DEL MUSEO						
1.1 Ubicación	Parroquia:			El Sagrario		
	Calles:		Principal: Bolívar	Intersección: Colon		
	Coordenadas: -3.995600, -79.202400.		Número: 197-35 Contactos: 0979723405	Área/ mt2:		
1.2 A Cargo de:	Administradora Ing. María Gloria Eguiguren		1.3 Fecha de levantamiento de información :	Jueves 26 de Mayo del 2022		
2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO						
2.1 Horario: De Lunes a Domingo de 10:00 a.m. a 12: 00 p.m. y de 15:00 p.m. a 18:00 p.m.	2.2 Aforo Máximo: 12 personas		2.3 Cuantas personas trabajan: 4			
2.4 Tipo de museo :	Arqueológico ( <input type="checkbox"/> )	Religioso ( <input type="checkbox"/> )	Histórico ( <input type="checkbox"/> )	Cultural ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Otro ( <input type="checkbox"/> )	
2.5 Temporalización de las obras:	<ul style="list-style-type: none"> <li>De 1750 a 1900</li> </ul>					
2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?	Itinerantes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	2.7 Nombre de las salas	Sin Nombre		
	Permanentes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )				
2.8 ¿Cuál es la sala más visitada?	Solo hay una sala		2.9 ¿Cuál es el artefacto estrella? Los espejos y el papel tapiz aterciopelado			
3. DEMANDA REAL DEL MUSEO						
3. 1 El museo tiene una demanda aproximada de:	Visitantes de lunes a viernes ( 20-25 )	Visitantes fines de semana ( )	10 Visitantes los días feriados ( 10 )	Eventos Programados ( 30-40 )		
3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo	Permanente(todo el año) ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( )		Inexistente ( <input type="checkbox"/> )	
3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo	Internacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Regional ( <input type="checkbox"/> )	Nacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Local ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
Fuente:	No hay libro de registro para el Museo. La Fuente directa fue la Señorita Ingeniera Julia González del departamento de recepción.					
4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO						
4.1 Régimen de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( <input type="checkbox"/> )</li> <li>Privado ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>	4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( <input type="checkbox"/> )</li> <li>Privado ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Comuna l ( <input type="checkbox"/> )</li> </ul>	4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>NO ( <input type="checkbox"/> )</li> </ul>	¿Cuáles? Año en el que se gestionó: Hubo una gestión para el proceso de restauración para la Casa Bolívar con respecto a la cubierta, luces, puertas y paredes.

4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	NO ( )	¿Cuáles? Horarios para visitar el museo y las maneras de comportamiento a la hora del recorrido.					
4.5 Tipos de evento que se realiza dentro del museo al año	Exposiciones de obras de arte por parte de estudiantes y artistas profesionales							
4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.	<b>Indicadores de Deterioro</b>	<b>Bueno ( <input checked="" type="checkbox"/> )</b>	<b>Regular ( )</b>	<b>Malo ( )</b>				
	Grietas ( )	Quemaduras ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
	Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )
	Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( <input checked="" type="checkbox"/> )
	Dobleces ( )	Sobre pintura ( )	Pasmados ( )					
	Cuantos artefactos tiene en exhibición: ( 84 )	Iluminación en los artefactos de exhibición: SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	Tipo de iluminación: Directa ( )	Indirecta ( )	Observaciones: Tres lámparas de luz para toda la sala			
4.7 Infraestructura	Salas	¿Cuántos pisos tiene? ( El Museo ocupa el segundo piso )	Estado de las Salas	Indicadores de deterioro	( 1 Bueno) ( 2 Regular) ( 3 Malo)			
		¿Cuántas salas tiene? ( 1 )		Paredes	1	2	3	
				Ventanas	<input checked="" type="checkbox"/>			
				Puertas	<input checked="" type="checkbox"/>			
				Piso	<input checked="" type="checkbox"/>			
				Cubierta	<input checked="" type="checkbox"/>			
	<b>Seguridad</b>		Sistema de alarmas SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Sensores SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Sensores de Fuego NO ( )		Guardias privadas SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Cámaras SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	
						Guardias públicos SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
	<b>Servicios Básicos</b>		Agua potable SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	Energía eléctrica SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<b>Protocolo COVID:</b> SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	¿Cuáles?		
			Baterías Sanitarias SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	Internet ( ) SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )		Alcohol de manos		
			Telefonía fija SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			Alfombra desinfectante para pies		
<b>5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD</b>								
5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo el año ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Por temporadas ( )</li> <li>Los meses de:.....</li> </ul>	5.2 Principales vías de acceso al atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pavimentada/Asfaltada ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Adoquinada ( )</li> </ul>					
5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>NO ( )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tótems ( )</li> <li>Pictogramas ( )</li> </ul>	5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bus ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Camioneta ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Taxis ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>					
<b>6. ACILIDADES EN EL ATRACTIVO</b>								

<b>6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio de guía ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Bares ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Restaurante-café ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Miradores ( )</li> <li>Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <i>Hospedaje</i></li> </ul>	<b>6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas Guiadas ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Eventos Programados ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Compra de artesanías ( )</li> <li>Otros ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <i>Venta de productos orgánicos</i></li> </ul>	
<b>6.3 Canales de distribución</b>	<b>Criterios de valoración</b>	<b>(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)</b>		
		1	2	3
	Facebook SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Instagram SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Tik Tok SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Página Web SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Medios Impresos SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )			
	Banner Informativo SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )			
	Municipio SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	ITUR SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	OTROS ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <i>Twitter, LinkedIn</i>	<input checked="" type="checkbox"/>		

### Anexo 6. Ficha 6- Museo y Centro Cultural de Loja

FICHA N° 6 NOMBRE DEL MUSEO: **Museo y Centro Cultural de Loja**

#### 1.DATOS GENERALES DEL MUSEO

<b>1.1 Ubicación</b>	Parroquia:	El Sagrario	
	Calles:	Principal: <b>10 de Agosto</b>	Intersección: <b>entre Bolívar y Bernardo Valdivieso</b>
	Coordenadas:	Número: <b>158-17</b>	Área/ mt2: <b>930 metros cuadrados</b>
		Contactos:	
<b>1.2 A Cargo de:</b>	<b>Directora</b> <b>Lic. Patricia Peña</b>	<b>1.3 Fecha de levantamiento de información :</b>	<b>Jueves 26 de Mayo del 2022</b>

#### 2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO

<b>2.1 Horario: De Martes a Viernes de 8:00 a.m. a 17:00 pm. Fines de semana y feriado desde las 10:00 a.m. a 16:00 p.m.</b>	<b>2.2 Aforo Máximo: 200 personas</b>	<b>2.3 Cuantas personas trabajan: 11 personas</b>			
<b>2.4 Tipo de museo :</b>	Arqueológico ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Religioso ( )	Histórico ( )	Cultural ( )	Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <i>Artístico, etnográfico y Colonial</i>
<b>2.5 Temporalización de las obras:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Siglos XVIII – XIX- XX</b></li> </ul>				
<b>2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?</b>	Itinerantes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	<b>2.7 Nombre de las salas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Ecológica</b></li> <li><b>Arqueológica</b></li> <li><b>Arte Colonial</b></li> <li><b>Religiosidad</b></li> <li><b>Sala de la Cascarilla</b></li> <li><b>Independencia</b></li> <li><b>Hacienda</b></li> <li><b>Comunitaria</b></li> <li><b>Los Sueños</b></li> <li><b>Lojanidad</b></li> <li><b>Las salas itinerantes</b></li> </ul>	
	Permanentes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
<b>2.8 ¿Cuál es la sala más visitada?</b>	<b>Las Salas Itinerantes</b>		<b>2.9 ¿Cuál es el artefacto estrella?</b>	<b>La casa como bien inmueble Patrimonial</b>	

#### 3. DEMANDA REAL DEL MUSEO

<b>3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:</b>	Visitantes de lunes a viernes ( <b>1.000</b> )	Visitantes fines de semana ( <b>100</b> )	Visitantes los días feriados ( <b>200</b> )	Eventos Programados ( <b>3.000</b> )
--	--	---	---	--------------------------------------

<b>3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo</b>	Permanente(todo el año) ( <b>X</b> )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( )	Inexistente ( )
<b>3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo</b>	Internacional ( <b>X</b> )	Regional ( )	Nacional ( <b>X</b> )	Local ( <b>X</b> )
<b>Fuente:</b>	Para el registro de visitantes existe un sistema llamado IBE. La fuente directa fue la Directora Lic. Patricia Peña			

#### 4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO

<b>4.1 Régimen de propiedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( <b>X</b> )</li> <li>Privado ( )</li> </ul>	<b>4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Público ( <b>X</b> )</li> <li>Privado ( )</li> <li>Comuna 1 ( )</li> </ul>	<b>4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( <b>X</b> )</li> <li>NO ( )</li> </ul>	<b>¿Cuáles? Año en el que se gestionó:</b> Todos los años gestionan para realizar restauraciones, y mantenimiento del Museo y Centro
---------------------------------	---	--	---	---	---	---

<b>4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo</b>	SI ( <b>X</b> )	NO ( )	<b>¿Cuáles?</b> No se acepta actos políticos ni religiosos.
---	-----------------	--------	---

<b>4.5 tipo de evento que se realiza dentro del museo al año</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eventos Culturales</li> <li>Exposiciones e Inauguraciones de esculturas y pinturas</li> <li>Talleres vacacionales para niños y adultos</li> <li>Conferencias</li> <li>Eventos Institucionales.</li> </ul>
--	--

<b>4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.</b>	<b>Indicadores de Deterioro</b>		<b>Bueno ( <b>X</b> )</b>	<b>Regular ( )</b>	<b>Malo ( )</b>			
	Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
	Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )
	Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( )

Cuantos artefactos tiene en exhibición:  
Fondo bibliográfico 8.500, de arqueología 96, artístico 113, arte Colonial 50 y etnográfico 100.

**Iluminación en los artefactos de exhibición:**

SI ( **X** ) NO ( )

**Tipo de iluminación:**

Directa ( ) Indirecta ( **X** )

**Observaciones:**

<b>4.7 Infraestructura</b>	<b>Salas</b>	<b>¿Cuántos pisos tiene?</b> ( <b>2</b> )	<b>Estado de las Salas</b>	<b>Indicadores de deterioro</b>	<b>( 1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)</b>		
		<b>¿Cuántas salas tiene?</b> 10 salas 1 Auditorio 1 Cafetería 1 Biblioteca 1 Patio Central		Paredes	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
				Ventanas	<b>X</b>		
				Puertas	<b>X</b>		
				Piso	<b>X</b>		

#### Seguridad

Sistema de alarmas

SI ( **X** )

NO ( )

Sensores

SI ( **X** )

NO ( )

**Sensores de Incendios**

SI ( **X** )

NO ( )

Guardias privadas

SI ( **X** )

NO ( )

Guardias públicos

SI ( )

NO ( )

( )

Cámaras

SI ( **X** )

NO ( )

#### Servicios Básicos

Agua potable SI ( **X** ) NO ( )

Energía eléctrica SI ( **X** ) NO ( )

Baterías Sanitarias SI ( **X** ) NO ( )

( )

**Protocolo COVID:**

SI ( **X** )

NO ( )

**¿Cuáles?**

Alfombra desinfectante para pie

Alcohol de manos

	Internet	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	NO ( )
	Telefonía fija	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )	NO ( )
<b>5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD</b>			
<b>5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el año ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Por temporadas ( )</li> <li>• Los meses de:.....</li> </ul>	<b>5.2 Principales vías de acceso al atractivo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavimentada/Asfaltada ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Adoquinada ( )</li> </ul>
<b>5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:</b>	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• NO ( )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tótems ( )</li> <li>• Pictogramas ( )</li> </ul>	<b>5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bus ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Camioneta ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Taxis ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>
<b>7. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO</b>			
<b>6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de guianza ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Bares ( )</li> <li>• Restaurante-café ( )</li> <li>• Miradores ( )</li> <li>• Otro ( )</li> </ul>	<b>6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas Guiadas ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Eventos Programados ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Compra de artesanías ( )</li> <li>• Otros ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <b>Talleres</b></li> </ul>
<b>6.3 Canales de distribución</b>	<b>Criterios de valoración</b>	(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)	
		1	2
	Facebook SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>	3
	Instagram SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tik Tok SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
	Página Web SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
	Medios Impresos SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )		
	Banner Informativo SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )		
	Municipio SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
	ITUR SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )		
	OTROS ( <input checked="" type="checkbox"/> ) YouTube, Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	

### Anexo 7. Ficha 7- Museo Madres Concepcionistas

<b>FICHA N° 7 NOMBRE DEL MUSEO: Museo Madres Concepcionistas</b>			
<b>1.DATOS GENERALES DEL MUSEO</b>			
<b>1.1 Ubicación</b>	Parroquia: El Sagrario		
	Calles:	Principal: 10 de Agosto	Intersección: Entre Bernardo Valdivieso y Olmedo
	Coordenadas: -3.9970290, -79.2009440	Número: 072561109	Área/ mt2:
<b>1.2 A Cargo de:</b>	Coordinador Abogado Pablo Castillo	<b>1.3 Fecha de levantamiento de información :</b>	27 de Mayo del 2022
<b>2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO</b>			
<b>2.1 Horario: De Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 12:00 p.m. y de 14:00 p.m. a 18:00 p.m.</b>	<b>2.2 Aforo Máximo: 30 personas</b>	<b>2.3 Cuantas personas trabajan: 2</b>	
<b>2.4 Tipo de museo :</b>	Arqueológico ( )	Religioso ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Histórico ( )
		Cultural ( )	Otro ( )
<b>2.5 Temporalización de las obras:</b>	Siglo XVIII y Siglo XIX		

2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?	Itinerantes	SI ( )	2.7 Nombre de las salas	• Sala Mariana
	Permanentes	SI ( X )		• Sala Coro Bajo

2.8. ¿Cuál es la sala más visitada?: **Todas las salas son visitadas ya que se realiza el recorrido**      2.9. ¿Cuál es el artefacto estrella? **Cuadro del Bautismo de María**

3. DEMANDA REAL DEL MUSEO				
3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:	Visitantes de lunes a viernes ( 8-10 )	Visitantes fines de semana ( no atiende )	Visitantes los días feriados ( no atiende )	Eventos Programados ( 30 )
3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo	Permanente(todo el año) ( )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( X )	Inexistente ( )
3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo	Internacional ( X )	Regional ( )	Nacional ( )	Local ( )
Fuente:	Tiene un cuaderno de registro pero la fuentes directa fue el Coordinador Abogado Pablo Castillo.			

4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO						
4.1 Régimen de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público ( )</li> <li>• Privado ( X )</li> </ul>	4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público ( )</li> <li>• Privado ( X )</li> <li>• Comuna 1 ( )</li> </ul>	4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SI ( X )</li> <li>• NO ( )</li> </ul>	¿Cuáles? Año en el que se gestionó: Si ha existido gestiones tanto con el municipio y el INPC pero todas han salido infructuosas.

4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo	SI ( X )	NO ( )	¿Cuáles? Restricciones para el ingreso como las siguientes:
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tomar fotografías</li> <li>• No tocar</li> </ul>

4.5 Tipos de evento que se realiza dentro del museo al año: **Solo eventos programados por el municipio.**

4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.	Indicadores de Deterioro		Bueno ( X )		Regular ( )		Malo ( )	
	Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
Manchas ( X )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )	
Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( )	
Dobleces ( )	Sobre pintura ( )	Pasmados ( )						
Cuantos artefactos tiene en exhibición: 500	Iluminación en los artefactos de exhibición:		Observaciones: Luz Amarilla					
	SI ( X ) NO ( )							
	Tipo de iluminación:							
	Directa ( )		Indirecta ( )					
	X )							

4.7 Infraestructura	Salas	¿Cuántos pisos tiene? ( 2 )	Estado de las Salas	Indicadores de deterioro	( 1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)		
					1	2	3
				Paredes	X		
				Ventanas	X		
				Puertas	X		
				Piso	X		
				Cubierta	X		
	Seguridad		Sistema de alarmas	Sensores			Cámaras

	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guardias privadas SI ( ) NO ( )</li> <li>Guardias públicos SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) <b>Policía Nacional</b></li> </ul>	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )
<b>Servicios Básicos</b>	Agua potable SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Energía eléctrica SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Baterías Sanitarias SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Internet SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( ) Telefonía fija SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<b>Protocolo COVID:</b> SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<b>¿Cuáles?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mascarilla</li> <li>Alcohol</li> <li>Alfombra desinfectante para pies</li> </ul>	
<b>5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD</b>				
<b>5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo el año ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Por temporadas ( )</li> <li>Los meses de:.....</li> </ul>	<b>5.2 Principales vías de acceso al atractivo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pavimentada/Asfaltada ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Adoquinada ( )</li> </ul>	
<b>5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:</b>	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>NO ( )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tótems ( )</li> <li>Pictogramas ( )</li> </ul>	<b>5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bus ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Camioneta ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Taxis ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Otro ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> </ul>	
<b>6. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO</b>				
<b>6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio de guianza ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Bares ( )</li> <li>Restaurante-café ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Miradores ( )</li> <li>Otro ( )</li> </ul>	<b>6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas Guiadas ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Eventos Programados ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>Compra de artesanías ( )</li> <li>Otros ( <input checked="" type="checkbox"/> ) <b>Venta de Productos Naturales</b></li> </ul>	
<b>6.3 Canales de distribución</b>	<b>Criterios de valoración</b>	(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)		
		1	2	3
	Facebook SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Instagram SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Tik Tok SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Página Web SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	Medios Impresos SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Banner Informativo SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Municipio SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	ITUR SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
	OTROS			

## Anexo 8. Ficha 8- Museo Matilde Hidalgo

**FICHA N° 8 NOMBRE DEL MUSEO:** Museo Matilde Hidalgo

### 1.DATOS GENERALES DEL MUSEO

**1.1 Ubicación**

Parroquia:

San Sebastián

Calles:

Principal: Bernardo  
Valdivieso

Intersección: Rocafuerte

Coordenadas: -3.9982880, -79.2007970	Número: Contactos: 2560033	Área/ mt2: 948.13 metros cuadrados
--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

1.2 A Cargo de:	Coordinadora Lic. Paulina Jaramillo	1.3 Fecha de levantamiento de información :	30 de Mayo del 2022
-----------------	--	---	---------------------

## 2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO

2.1 Horario: De Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 18:00 p.m.	2.2 Aforo Máximo: 10	2.3 Cuantas personas trabajan: 2 Administrativas y 2 Agentes de Control			
2.4 Tipo de museo :	Arqueológico ( )	Religioso ( )	Histórico ( )	Cultural ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Otro ( )
2.5 Temporalización de las obras:	No hay temporalización				
2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?	Itinerantes	SI ( )	2.7 Nombre de las salas	No hay nombre de las salas	
	Permanentes	SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )			
2.8. ¿Cuál es la sala más visitada?: Las Dos	2.9. ¿Cuál es el artefacto estrella?: Las Fotografías				

## 3. DEMANDA REAL DEL MUSEO

3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:	Visitantes de lunes a viernes ( 10 )	Visitantes fines de semana ( 0 )	Visitantes los días feriados ( 0 )	Eventos Programados ( 0 )
3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo	Permanente(todo el año) ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( )	Inexistente ( )
3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo	Internacional ( )	Regional ( )	Nacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Local ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Fuente:	No hay libro de registro. La fuente directa fue la Coordinadora Lic. Paulina Jaramillo.			

## 4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO

4.1 Régimen de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Privado ( )</li> </ul>	4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• Privado ( )</li> <li>• Comunal ( )</li> </ul>	4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SI ( <input checked="" type="checkbox"/> )</li> <li>• NO ( )</li> </ul>	¿Cuáles? Año en el que se gestionó: No ha existido respuesta a las gestiones de presupuestos, realizadas cada año.		
4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo	SI ( )	NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )	¿Cuáles?					
4.5 Tipos de evento que se realiza dentro del museo al año	Dentro del Museo no se realiza ningún tipo de Evento.							
4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.	<b>Indicadores de Deterioro</b>		<b>Bueno ( <input checked="" type="checkbox"/> )</b>		<b>Regular ( )</b>		<b>Malo ( )</b>	
	Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )	Desfases ( )	Faltantes Soporte ( )	Microorganismos ( )
	Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )	Insectos ( )	Abolsados ( )	Sales ( )
	Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )	Deformaciones ( )	Roturas ( )	Rayaduras ( )
	Dobleces ( )	Sobre pintura ( )	Pasmados ( )					
	Cuantos artefactos tiene en exhibición: No hay conocimiento previo		Iluminación en los artefactos de exhibición: SI ( <input checked="" type="checkbox"/> ) NO ( )		Observaciones: La Luz no es exactamente para museos ya que antes			



		Tipo de iluminación:		en esas salas funcionaba las oficinas de la carrera de derecho de la UNL.				
		Directa ( )	Indirecta ( X )					
4.7 Infraestructura	Salas	¿Cuántos pisos tiene? El museo ocupa dos salas del segundo piso	Estado de las Salas	Indicadores de deterioro	( 1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)			
					1	2	3	
					Paredes		X	
					Ventanas		X	
					Puertas		X	
					Piso		X	
		Cubierta		X				
		<b>Seguridad</b>	Sistema de alarmas	Sensores	Guardias privadas	Cámaras		
			SI ( ) NO ( X )	SI ( ) NO ( X )	SI ( ) NO ( X )	SI ( ) NO ( X )		
					Guardias públicos			
					SI ( X ) NO ( )			
					Policía Municipal			
		<b>Servicios Básicos</b>	Agua potable SI ( X ) NO ( )	<b>Protocolo COVID:</b>		¿Cuáles?		
			Energía eléctrica SI ( X ) NO ( )	SI ( )	NO ( X )			
			Baterías Sanitarias SI ( X ) NO ( )					
			Internet SI ( X ) NO ( )					
			Telefonía fija SI ( X ) NO ( )					
<b>5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD</b>								
5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el año ( X )</li> <li>• Por temporadas ( )</li> <li>• Los meses de:.....</li> </ul>	5.2 Principales vías de acceso al atractivo:		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavimentada/Asfaltada ( X )</li> <li>• Adoquinada ( )</li> </ul>				
5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:	<b>Vial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SI ( )</li> <li>• NO ( X )</li> </ul> <b>Turística</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tótems ( )</li> <li>• Pictogramas ( )</li> </ul>	5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bus ( X )</li> <li>• Camioneta ( X )</li> <li>• Taxis ( X )</li> <li>• Otro ( )</li> </ul>				
<b>7. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO</b>								
6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el museo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de guianza ( X )</li> <li>• Bares ( )</li> <li>• Restaurante-café ( )</li> <li>• Miradores ( )</li> <li>• Otro ( )</li> </ul>	6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas Guiadas ( X )</li> <li>• Eventos Programados ( )</li> <li>• Compra de artesanías ( )</li> <li>• Otros ( )</li> </ul>				
6.3 Canales de distribución	<b>Criterios de valoración</b>	(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)						
		1	2	3				
	Facebook SI ( ) NO ( X )							
	Instagram SI ( ) NO ( X )							
	Tik Tok SI ( ) NO ( X )							
	Página Web SI ( ) NO ( X )							
	Medios Impresos SI ( ) NO ( X )							
	Banner Informativo SI ( ) NO ( X )							
	Municipio SI ( ) NO ( X )							

ITUR SI ( ) NO ( X )

OTROS No hay un medio de difusión directo del Museo ( La promoción y difusión de este Museo depende del departamento de comunicaciones del municipio de Loja y de la Dirección de Cultura)

## Anexo 9. Ficha 9- Museo de la Música “Salvador Sarangozín Tapia”

FICHA N° 9 NOMBRE DEL MUSEO: Museo de la Música “Salvador Sarangozín Tapia”

### 1.DATOS GENERALES DEL MUSEO

1.1 Ubicación	Parroquia:	San Sebastián	
	Calles:	Principal: Bernardo Valdivieso	Intersección: Rocafuerte
	Coordenadas: -3.9982880, -792007970	Número: Contactos: 2560033	Área/ mt2: 1407.49 metros cuadrados
1.2 A Cargo de:	Coordinadora Lic. Paulina Jaramillo	1.3 Fecha de levantamiento de información :	30 de Mayo del 2022

### 2. CARACTERISTICAS DEL MUSEO

2.1 Horario: De Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 18:00 p.m.	2.2 Aforo Máximo: 15	2.3 Cuantas personas trabajan: 2 administrativas y 2 Agentes de Control			
2.4 Tipo de museo :	Arqueológico ( )	Religioso ( )	Histórico ( )	Cultural ( X )	Otro ( )
2.5 Temporalización de las obras:	<ul style="list-style-type: none"><li>Compositores de 1873 a 1920</li><li>Otros Artistas</li></ul>				
2.6 ¿Qué tipo de exposiciones tiene?	Itinerantes	SI ( X )	2.7 Nombre de las salas	Las salas no tienen nombre	
	Permanentes	SI ( X )			
2.8. ¿Cuál es la sala más visitada?: Sala de los compositores de 1873 a 1920	2.9. ¿Cuál es el artefacto estrella?: Instrumentos Musicales				

### 3. DEMANDA REAL DEL MUSEO

3.1 El museo tiene una demanda aproximada de:	Visitantes de lunes a viernes ( 60 )	Visitantes fines de semana ( 6 )	Visitantes los días feriados ( 0 )	Eventos Programados ( 100 )
3.2 Frecuencia de demanda que posee el museo	Permanente(todo el año) ( X )	Estacional (solo por temporadas) ( )	Esporádica (de vez en cuando) ( )	Inexistente ( )
3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo	Internacional ( )	Regional ( )	Nacional ( )	Local ( X )
Fuente:	No existe libro de registro. La fuente directa fue la coordinadora Licenciada Paulina Jaramillo.			

### 4. ESTADO ACTUAL DEL MUSEO

4.1 Régimen de propiedad	<ul style="list-style-type: none"><li>Público ( X )</li><li>Privado ( )</li></ul>	4.2 Tenencia de la tierra donde se asienta el Museo	<ul style="list-style-type: none"><li>Público ( X )</li><li>Privado ( )</li><li>Comuna 1 ( )</li></ul>	4.3 Se ha realizado gestiones para su conservación	<ul style="list-style-type: none"><li>SI ( X )</li><li>NO ( )</li></ul>	¿Cuáles? Año en el que se gestionó: No ha existido respuesta a las gestiones de presupuestos, realizadas cada año.
4.4 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del Museo	SI ( )		NO ( X )	¿Cuáles?		

4.5 Tipos de evento que se realiza dentro del museo al año

- Exposiciones Artísticas

4.6 Estado de conservación de las muestras, objetos, artefactos, mobiliarios en exhibición.

Indicadores de Deterioro		Bueno ( X )	Regular ( )	Malo ( )
Grietas ( )	Quemaduras ( )	Falta de Adhesión ( )	Oxidación ( )	Rasgaduras ( )
Manchas ( )	Destensados ( )	Desgastes ( )	Exfoliaciones ( )	Marcas ( )
Fracturas ( )	Craquelados ( )	Lagunas ( )	Golpes ( )	Descosidos ( )
Dobleces ( )	Sobre pintura ( )	Pasmados ( )		

Cuantos artefactos tiene en exhibición: **Iluminación en los artefactos de exhibición:** Observaciones: Luz Amarilla  
 No hay conocimiento SI ( X ) NO ( )

Tipo de iluminación:  
 Directa ( ) Indirecta ( X )

4.7 Infraestructura

Salas	¿Cuántos pisos tiene? ( 1 )	Estado de las Salas	Indicadores de deterioro	( 1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)
				1 2 3
			Paredes	X
			Ventanas	X
			Puertas	X
			Piso	X
			Cubierta	X

Seguridad

Sistema de alarmas  
 SI ( )  
 NO ( X )

Sensores  
 SI ( X )  
 Sensores de Luz  
 NO ( )

- Guardias privadas  
 SI ( ) NO ( X )
- Guardias públicos  
 SI ( X )  
 NO ( )  
 Policía Municipal

Cámaras  
 SI ( X )  
 NO ( )

Servicios Básicos

Agua potable SI ( X ) NO ( )  
 Energía eléctrica SI ( X ) NO ( )  
 Baterías Sanitarias SI ( X ) NO ( )  
 Internet SI ( X ) NO ( )  
 Telefonía fija SI ( X ) NO ( )

Protocolo COVID:  
 SI ( ) NO ( X )

¿Cuáles?

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

- Todo el año ( X )
- Por temporadas ( )
- Los meses de:.....

5.2 Principales vías de acceso al atractivo:

- Pavimentada/Asfaltada ( X )
- Adoquinada ( )

5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:

- Vial
- SI ( )
  - NO ( X )
- Turística
- Tótems ( )
  - Pictogramas ( )

5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte

- Bus ( X )
- Camioneta ( X )
- Taxis ( X )
- Otro ( X )

8. FACILIDADES EN EL ATRACTIVO

6.1 Servicios turísticos que existen

- Servicio de guianza ( X )
- Bares ( )
- Restaurante-café ( )

6.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el Museo.

- Visitas Guiadas ( X )
- Eventos Programados ( )
- Compra de artesanías ( )

actualmente en el museo

- Miradores ( )
- Otro ( )
- Otros ( **X** ) Exposiciones

6.3 Canales de distribución	Criterios de valoración	(1 Bueno) (2 Regular) (3 Malo)		
		1	2	3
	Facebook SI ( ) NO ( <b>X</b> )			
	Instagram SI ( ) NO ( <b>X</b> )			
	Tik Tok SI ( ) NO ( <b>X</b> )			
	Página Web SI ( ) NO ( <b>X</b> )			
	Medios Impresos SI ( <b>X</b> ) NO ( )		<b>X</b>	
	Banner Informativo SI ( ) NO ( <b>X</b> )			
	Municipio SI ( <b>X</b> ) NO ( )		<b>X</b>	
	ITUR SI ( ) NO ( <b>X</b> )			
	OTROS ( La promoción y difusión de este Museo depende del departamento de comunicaciones del municipio de Loja y de la Dirección de Cultura)			

## 11.2. Matriz Mapeo de Actores

Anexo 10. Matriz de Mapeo de Actores

NO.	NOMBRE DEL ACTOR	TIPOLOGIA	ROL DEL ACTOR	RELACION PREDOMINANTE (Relaciones activas con respecto al turismo)	NIVEL DE INFLUENCIA	NIVEL DE INTERES	CALIFICACION POR TIPO DE ACTOR
<b>Criterios de Medición</b>							
				(1) Relaciones Apáticas o de baja credibilidad (2) Relaciones Indiferentes (3) Relaciones Armónicas	(1) Influencia baja o nula (2) Influencia moderada (3) Alta capacidad de influir	(1) Poco o Ningún Interés (2) Interés Moderado (3) Alto Interés	(0) Actor Clave (1) Actor Primario (2) Actor Secundario
1	Museo San Juan Del Valle	Privado	Difundir la riqueza y el arte religioso que posee el museo.	2	1	2	2
2	Museo De Lojanidad Y Arqueología de la UTPL	Privado	Exhibir, conservar, restaurar e investigar cada una de las piezas de la colección de arqueología con las que cuenta el museo, además de concienciar y resaltar el proceso de “Lojanidad” así como también promover y gestionar las muestras itinerantes de arte; todo esto contenido en una marcada función educadora y de reconocimiento de la propia identidad.	3	2	2	1


3	Museo Puerta De La Ciudad	Publico	<p>Fomentar las artes y proporcionar al artista plástico el espacio físico adecuado y moderno que permita fomentar las diversas manifestaciones culturales de artes plásticas, a través de exposiciones itinerantes de gran calidad.</p> <p>Ofrecer a los visitantes el disfrute y entretenimiento cultural con la infraestructura física y eventos durante todo el año.</p>	3	2	2	1
4	Museo Casa Bolívar	Privado	Resguardar y conservar la Casa Patrimonial “Casa Bolívar”, la cual es un vestigio de la ciudad de Loja en donde se maneja una exposición fija e itinerante.	3	2	2	1
5	Museo Y Centro Cultural De Loja	Publico	Difundir, precautelar y custodiar los fondos culturales, la casa como bien inmueble, y los bienes muebles en exhibición.	3	2	2	1
6	Museo Madres Concepcionistas	Privado	Difundir la riqueza y el arte religioso que posee el museo. Cultivar, fomentar y proteger las Bienes Religiosos considerados dentro del patrimonio cultural.	2	2	2	2
7	Museos Matilde Hidalgo De Procel	Publico	Está dedicado a contar la vida, obra y trayectoria de la Doctora Matilde Hidalgo, una insigne mujer lojana, la primera mujer en ejercer el derecho al voto, la primera en matricularse y obtener el título de bachiller en el Colegio Bernardo Valdivieso, primer médico del país, cualidades que sirvieron como ejemplo para las mujeres de todo el Ecuador.	2	2	2	2
8	Museo De La Música Salvador Sarangozín Tapia	Publico	Dedicado a Resguardar y exponer Biografía documentada, partituras originales incluidas en el inventario Nacional de Patrimonio, partichelas, instrumentos y artículos personales de los compositores y músicos de vanguardia de la música	2	2	2	2

lojana nacidos entre 1873  
hasta 1920.

<b>9</b>	Ñaño Casa Museo	Privado	Aportar a la sensibilización de las personas para que vean al arte, el reciclaje, y las plantas como una alternativa...	3	2	2	0
<b>10</b>	Dirección de Cultura	Publico	Investigar, conservar y difundir la cultura en beneficio de la comunidad, promoviendo acciones tendientes a desarrollar bienes y servicios culturales de calidad.	2	2	2	1
<b>11</b>	Unidad Municipal de Turismo	Publico	Está estructurada con cuatro departamentos y seis Unidades. Su misión es consolidar la imagen del destino Loja en el mercado turístico interno y externo.	3	2	3	0

### 11.3. Entrevistas

#### Anexo 11. Ficha 1 de Entrevista Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.

<b>Nombre del Museo:</b>	<b>Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.</b>
	
<b>Nombre del entrevistado:</b>	Lic. Iliana Elizabeth Herrera Herrera
<b>Cargo que Desempeña:</b>	Coordinadora
<b>¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?</b>	Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual
<b>¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué</b>	Sí, porque la guía Turística Virtual nos ayuda a dar a conocer a la gente las actividades que se realizan dentro del museo y también ayuda a tener más cobertura de visitantes.
<b>Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir? Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:</b>	El tipo de Museo es esencial porque los grupos de gente quieren saber qué tipo de museo es para poder visitar según sus preferencias.
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Tipo de Museo ( 1 )</li> <li>✚ Ubicación ( 2 )</li> <li>✚ Horarios ( 3 )</li> <li>✚ Mobiliario ( 8 )</li> <li>✚ Salas ( 7 )</li> <li>✚ Exposiciones temporales ( 5 )</li> <li>✚ Otras Actividades ( 9 )</li> <li>✚ Contactos ( 6 )</li> <li>✚ Costos de ingreso ( 4 )</li> </ul>	
<b>¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?</b>	Como Museo nos manejamos con la página web de la UTPL. Las redes sociales son lo de ahora en tendencia.
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Radio por qué? ( 5 )</li> <li>¿Televisión por qué? ( 6 )</li> <li>¿Facebook por qué? ( 2 )</li> <li>¿Instagram por qué? ( 3 )</li> <li>¿Tik tok por qué? ( 4 )</li> <li>¿Páginas web? ( 1 )</li> <li>¿Programas a escuelas y colegios? ( 7 )</li> </ul>	



**¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?** Muy Buena, porque estamos en una nueva era de tecnología, por ende es importante adaptarse y usarla para promocionar el museo.

**Anexo 12. Ficha 2 de Entrevista Museo Puerta de la Ciudad**

**Nombre del Museo:** Museo Puerta de la Ciudad



**Nombre del entrevistado:** Ing. Enith Aguirre

**Cargo que Desempeña:** Coordinadora

**¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?** Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual

**¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué** Sí, Porque de esta manera se puede llegar al público o visitante local, nacional o internacional para que tengan conocimiento de las actividades que se realiza.

**Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir? Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:** El tipo de museo es importante, así como el mobiliario y la ubicación, pero también es importante destacar y hacer conocer que el museo cuenta con la seguridad necesaria para poder ingresar a él.

- ✚ Tipo de Museo ( 1 )
- ✚ Ubicación ( 3 )
- ✚ Horarios ( 4 )
- ✚ Mobiliario ( 2 )
- ✚ Salas ( 5 )
- ✚ Exposiciones temporales( 6 )
- ✚ Otras Actividades ( 7 )
- ✚ Contactos ( 8 )
- ✚ Costos de ingreso ( 9 )

**¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?** Hay que tomar en cuenta el tipo de público al que se quiere llegar.

- ¿Radio por qué? ( 5 )
- ¿Televisión por qué? ( 2 )
- ¿Facebook por qué? ( 3 )
- ¿Instagram por qué? ( 4 )
- ¿Tik tok por qué? ( )
- ¿Páginas web? ( )
- ¿Programas a escuelas y colegios? ( 1 )

**¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?** Muy Buena, Excelente si se puede poner en marcha, ya que nos apoyarían en gran manera.

**Anexo 13. Ficha 3 de Entrevista Ñaño Casa Museo**

**Nombre del Museo:** Ñaño Casa Museo



**Nombre del entrevistado:** Sr. Boris Salinas

**Cargo que Desempeña:** Coordinador

**¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?** Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual porque he visto algunas guías de otros Museos.

**¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué** Sí, porque nos ayudaría a difundir este espacio además de hacer conocer nuestro pensamiento e ideología de este nuevo museo.

**Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir?**

**Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:**

- ✚ Tipo de Museo ( 1 )
- ✚ Ubicación ( 4 )
- ✚ Horarios ( 5 )
- ✚ Mobiliario ( 2 )
- ✚ Salas ( 3 )
- ✚ Exposiciones temporales ( 7 )
- ✚ Otras Actividades ( 9 )
- ✚ Contactos ( 8 )
- ✚ Costos de ingreso ( 6 )

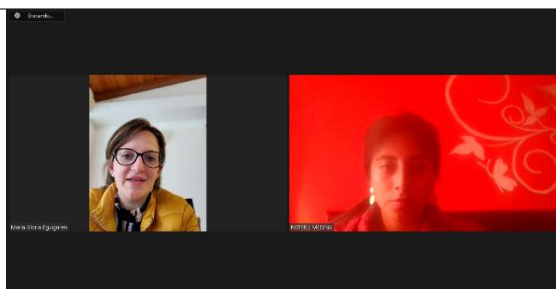
**¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?** Redes Sociales es la tendencia, además nos manejamos con Facebook, Instagram y WhatsApp.

- ¿Radio por qué? ( 4 )
- ¿Televisión por qué? ( 3 )
- ¿Facebook por qué? ( 1 )
- ¿Instagram por qué? ( 2 )
- ¿Tik tok por qué? ( )
- ¿Páginas web? ( )
- ¿Programas a escuelas y colegios? ( 5 )

**¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?** Excelente, aportativa, innovadora, útil, necesaria, urgente.

**Anexo 14. Ficha 4 de Entrevista Museo Casa Bolívar**

**Nombre del Museo:** Museo Casa Bolívar



**Nombre del entrevistado:** Ing. María Gloria Eguiguren

**Cargo que Desempeña:** Administradora del Hotel- Museo Casa Bolivar

**¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?** Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual

**¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué** Sí, porque la guía Turística Virtual ayudara a brindar una mejor información y suplementara el servicio de guianza que hace falta dentro del museo por falta de personal.

**Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir?**

**Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:**

- ✚ Tipo de Museo ( 1 )
- ✚ Ubicación ( 3 )
- ✚ Horarios ( 2 )
- ✚ Mobiliario ( 6 )
- ✚ Salas ( 4 )
- ✚ Exposiciones temporales ( 7 )
- ✚ Otras Actividades ( 9 )
- ✚ Contactos ( 8 )
- ✚ Costos de ingreso ( 5 )

<b>¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?</b>	Recomendaría Instagram para un público de 35 a 450 años.
<b>¿Radio por qué? ( )</b>	Facebook para un público de 60 años
<b>¿Televisión por qué? ( )</b>	También es importante los programas de escuelas y colegios.
<b>¿Facebook por qué? ( )</b>	Seguido sería la plataforma de Tik Tok
<b>¿Instagram por qué? ( )</b>	LinkedIn también es una buena opción
<b>¿Tik tok por qué? ( )</b>	Twitter.
<b>¿Páginas web? ( )</b>	
<b>¿Programas a escuelas y colegios? ( )</b>	

<b>¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?</b>	Excelente, porque falta bastante trabajo en conjunto como museos.
--	---

**Anexo 15. Ficha 5 de Entrevista**

<b>Nombre del Museo:</b>	<b>Museo y Centro Cultural de Loja.</b>
--------------------------	---











<b>Nombre del entrevistado:</b>	Lic. Patricia Peña
---------------------------------	--------------------

<b>Cargo que Desempeña:</b>	Directora
-----------------------------	-----------

<b>¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?</b>	Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual
---	--

<b>¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué</b>	Sí, porque a través de una Guía Turística Virtual se da posibilidad a las personas quienes no puedan asistir presencialmente puedan conocer e informarse de manera virtual desde su casa o de cualquier lugar del mundo donde se encuentren.
--	--

<b>Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir? Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:</b>	El Museo Cuenta con salas Itinerantes las cuales son más visitadas y por eso creo que es primordial incluirlo en la guía, seguido sería dar a conocer el tipo de exposiciones temporales que tenemos.
---	---

-  Tipo de Museo ( 3 )
-  Ubicación ( 4 )
-  Horarios ( 5 )
-  Mobiliario ( 6 )
-  Salas ( 1 )
-  Exposiciones temporales ( 2 )
-  Otras Actividades ( 6 )
-  Contactos ( 7 )

**¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?**

¿Radio por qué? ( )  
 ¿Televisión por qué? ( )  
 ¿Facebook por qué? ( )  
 ¿Instagram por qué? ( )  
 ¿Tik tok por qué? ( )  
 ¿Páginas web? ( )  
 ¿Programas a escuelas y colegios? ( )

En la actualidad la mejor manera para difundir es a través de las Redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube. Facilitan la difusión de información, de invitaciones y entre otras actividades.

**¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?**

Excelente, porque va ayudar a difundir los bienes muebles con los que cuenta el museo, las salas, y las actividades que cumple el museo y Centro Cultural

**Anexo 16. Ficha 6 de Entrevista**

**Nombre del Museo: Museo Madres Concepcionistas**



**Nombre del entrevistado:** Mgs. Pablo Castillo

**Cargo que Desempeña:** Coordinador

**¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?** Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual

**¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué**

Sí, porque hoy por hoy las situaciones virtuales son importante para no poder perder el contacto con las personas, por ende el tener una guía Turística Virtual va a ser fundamental para no perder la esencia del museo y para que se pueda dar un recorrido de forma virtual.

**Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir? Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:**

- ✚ Tipo de Museo (3)
- ✚ Ubicación (4)

- ✚ Horarios ( 6 )
- ✚ Mobiliario ( 1 )
- ✚ Salas ( 2 )
- ✚ Exposiciones temporales ( 5 )
- ✚ Otras Actividades ( 7 )
- ✚ Contactos ( 8 )
- ✚ Costos de ingreso ( 9 )

**¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?**

- ¿Radio por qué? ( )
- ¿Televisión por qué? ( )
- ¿Facebook por qué? ( )
- ¿Instagram por qué? ( )
- ¿Tik tok por qué? ( )
- ¿Páginas web? ( )
- ¿Programas a escuelas y colegios? ( )

Las Nuevas Tendencias nos llevan a la comunicación por medio de redes sociales que son fundamentales cada una de ellas con una importancia y también dependiendo del público que yo me quiero dirigir o captar, como Facebook e Instagram, pero también se importante los trípticos, folletos, y para complementar radio y televisión.

**¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?**

Me parece correcta, porque es un medio apropiado para hacer conocer al museo, pero con la guía virtual se lo puede hacer de manera local, nacional e internacional y de tal manera posicionarlo al museo el cual tiene mucha riqueza.

#### Anexo 17. Ficha 7 de Entrevista Museo Matilde Hidalgo

**Nombre del Museo:**

**Museo Matilde Hidalgo**



**Nombre del entrevistado:**

Lic. Paulina Jaramillo

**Cargo que Desempeña:**

Coordinadora de Centro Cultural y Museos

**¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?**

Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual

**¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué**

Sí, porque la guía Turística Virtual permite que los que quieran visitar este lugar puedan desde su destino organizar y conocer un poquito sobre lo que tiene u organiza el Museo.

---

Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir?

Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:

- ✚ Tipo de Museo ( 2 )
- ✚ Ubicación ( 3 )
- ✚ Horarios ( 4 )
- ✚ Mobiliario ( 5 )
- ✚ Salas ( 1 )
- ✚ Exposiciones temporales ( 6 )
- ✚ Otras Actividades ( 7 )
- ✚ Contactos ( 8 )
- ✚ Costos de ingreso ( 9 )

---

¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?

- ¿Radio por qué? ( 4 )
- ¿Televisión por qué? ( 6 )
- ¿Facebook por qué? ( 2 )
- ¿Instagram por qué? ( 3 )
- ¿Tik tok por qué? ( 7 )
- ¿Páginas web? ( 1 )
- ¿Programas a escuelas y colegios? ( 5 )

---

¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?

Me parece muy acertada porque mediante ellos la información de la riqueza cultural de la ciudad de Loja puede salir a otras ciudades o países incluso hacer encuentros con otros museos e ir aprendiendo interculturalmente.

---

#### Anexo 18. Ficha 8 de Entrevista Museo de la Música

---

Nombre del Museo:

Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”



---

Nombre del entrevistado:

Lic. Paulina Jaramillo

---

Cargo que Desempeña:

Coordinadora de Centro Cultural y Museos

---

<p><b>¿Tiene conocimiento de lo que es una guía virtual turística?</b></p>	<p>Sí, Tengo conocimiento de lo que es una Guía Virtual</p>
<p><b>¿Cree que la guía virtual turística es importante para el museo que Usted dirige? Por qué</b></p>	<p>Sí, porque la guía Turística Virtual permite que los que quieran visitar este lugar puedan desde su destino organizar y conocer un poquito sobre lo que tiene u organiza el Museo.</p>
<p><b>Según su criterio ¿En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir? Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Tipo de Museo ( 2 )</li> <li>✚ Ubicación ( 3 )</li> <li>✚ Horarios ( 4 )</li> <li>✚ Mobiliario ( 5 )</li> <li>✚ Salas ( 1 )</li> <li>✚ Exposiciones temporales ( 6 )</li> <li>✚ Otras Actividades ( 7 )</li> <li>✚ Contactos ( 8 )</li> <li>✚ Costos de ingreso ( 9 )</li> </ul>	
<p><b>¿Qué medios comunicacionales considera Usted que sean los más adecuados para la promoción y difusión de la Guía Turística Virtual?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Radio por qué? ( 4 )</li> <li>¿Televisión por qué? ( 6 )</li> <li>¿Facebook por qué? ( 2 )</li> <li>¿Instagram por qué? ( 3 )</li> <li>¿Tik tok por qué? ( 7 )</li> <li>¿Páginas web? ( 1 )</li> <li>¿Programas a escuelas y colegios? ( 5 )</li> </ul>	
<p><b>¿Qué le parece la propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja?</b></p>	<p>Me parece muy acertada porque mediante ellos la información de la riqueza cultural de la ciudad de Loja puede salir a otras ciudades o países incluso hacer encuentros con otros museos e ir aprendiendo interculturalmente.</p>



## 11.4. Encuesta

### Anexo 19. Modelo de la Encuesta.

ASPECTOS SOCIOLÓGICOS	
<b>Edad</b>	<b>Nivel educativo</b>
<input type="checkbox"/> 15-24 ( )	<input type="checkbox"/> Sin Estudios ( )
<input type="checkbox"/> 25- 44 ( )	<input type="checkbox"/> Primaria ( )
<input type="checkbox"/> 45- 64 ( )	<input type="checkbox"/> Secundaria ( )
<input type="checkbox"/> 65 y más años ( )	<input type="checkbox"/> Superior ( )
	<input type="checkbox"/> Posgrado ( )
	<input type="checkbox"/> Otro.....
<b>Sexo:</b>	<b>Nacionalidad:</b> .....
<input type="checkbox"/> M ( )	<b>Residencia:</b> .....
<input type="checkbox"/> F ( )	
ASPECTOS ECONÓMICOS	
<b>Activos</b>	<b>Inactivos</b>
<input type="checkbox"/> Empleo-( )	<input type="checkbox"/> Estudiante ( )
<input type="checkbox"/> Desempleo ( )	<input type="checkbox"/> Sus Labores ( )
	<input type="checkbox"/> Jubilado o retirado ( )
	<input type="checkbox"/> Voluntario ( )
	<input type="checkbox"/> Incapacitado ( )
	<input type="checkbox"/> Otras ( ).....indique.....
<b>Ocupación</b>	<b>Nivel de Gastos</b>
<input type="checkbox"/> Técnicos y profesionales ( )	<input type="checkbox"/> Menos de 425 dólares ( )
<input type="checkbox"/> Empleados administrativo ( )	<input type="checkbox"/> De 425 dólares a 650 dólares ( )
<input type="checkbox"/> Trabajadores de servicios ( )	<input type="checkbox"/> De 800 dólares a 1.000 dólares ( )
<input type="checkbox"/> Artesanos ( )	<input type="checkbox"/> Más de 1.000 dólares ( )
<input type="checkbox"/> Trabajadores no cualificados ( )	
<input type="checkbox"/> Otros-especifique ( )	
<b>Nivel de Ingresos</b>	<b>Motivo de la Visita</b>
<input type="checkbox"/> Menos de 425 dólares ( )	<input type="checkbox"/> Ocio, recreo y vacaciones ( )
<input type="checkbox"/> De 425 dólares a 650 dólares ( )	<input type="checkbox"/> Visita de parientes y amigos ( )
<input type="checkbox"/> De 800 dólares a 1.000 dólares ( )	<input type="checkbox"/> Negocios y motivos profesionales ( )
<input type="checkbox"/> Más de 1.000 dólares ( )	<input type="checkbox"/> Tratamientos de Salud ( )
	<input type="checkbox"/> Religión y peregrinaciones ( )
	<input type="checkbox"/> Otros Motivos ( )
<b>Medio de transporte</b>	<b>Duración de la estancia</b>
<input type="checkbox"/> Avión ( )	<input type="checkbox"/> 0 noches ( )
<input type="checkbox"/> Autobús ( )	<input type="checkbox"/> 1 a 3 noches ( )
<input type="checkbox"/> Vehículo Propio ( )	<input type="checkbox"/> 1 semana ( )
<input type="checkbox"/> Otro ( )	<input type="checkbox"/> 1 mes ( )
	<input type="checkbox"/> Más de un mes ( )
PREGUNTAS	
<b>1. Cuál de los siguientes museos Usted conoce</b>	<b>2. Por qué medio usted se ha informado acerca de los Museos de la Ciudad de Loja (Marque solo el principal)</b>
<input type="checkbox"/> Museo San Juan del Valle ( )	<input type="checkbox"/> Televisión ( )
<input type="checkbox"/> Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL ( )	<input type="checkbox"/> Oficinas de información ( )
<input type="checkbox"/> Museo Puerta de la Ciudad ( )	<input type="checkbox"/> Folletos, trípticos ( )
<input type="checkbox"/> Ñaño Casa Museo ( )	<input type="checkbox"/> Agencia de Viajes ( )
<input type="checkbox"/> Museo Casa Bolívar ( )	<input type="checkbox"/> Familiares / amigos ( )
<input type="checkbox"/> Museo y Centro Cultural de Loja ( )	

- Museo Madres Concepcionistas ( )
- Museo de Matilde Hidalgo de Procel ( )
- Museo de la Música Salvador Sarangozín Tapia ( )

- Revistas ( )
- Internet ( )
- Videos ( )
- Otro.....

3. De la información que recibió, ¿Considera que fue adecuada y suficiente?

SI ( ) NO ( )

¿Por qué? .....

.....

.....

4. ¿Tiene conocimiento de lo que es una Guía Turística Virtual?

SI ( ) NO ( )

5. ¿Conoce alguna Guía Virtual que promocioe a los Museos?

SI ( ) NO ( )

¿Cuáles? .....

.....

.....

6. En el caso de una guía turística Virtual para Museos ¿Qué información cree que es indispensable incluir?

Enumere en orden de jerarquía, siendo 1 el más importante:

- Tipo de Museo ( )
- Ubicación ( )
- Horarios ( )
- Mobiliario-Bien Mueble ( )
- Salas ( )
- Exposiciones temporales ( )
- Otras Actividades ( )
- Contactos ( )
- Costos de ingreso ( )

7. ¿En cuáles de los siguientes formatos se le facilitaría a usted el acceso a la información de una guía turística?

- PDF ( )
- Página web ( )
- Aplicación de celular ( )
- Videos ( )
- Instagram ( )
- WhatsApp ( )
- Tik Tok ( )
- Correo Electrónico
- Otro (Indique).....

8. ¿Cuáles de los siguientes medios usa con más frecuencia para obtener información turística

- Facebook ( )
- Instagram ( )
- WhatsApp ( )
- Tik Tok ( )
- Correo Electrónico ( )
- Página web ( )
- Medios de Comunicación Masiva (Televisión, radio, periódico) ( )
- Otro (Indique).....

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

## 11.5.Guiones

### Anexo 20. Guion Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.

#### Guion 1- Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL.

##### ✚ Primera toma

**Saludo:** Bienvenidos al Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL, el cual abrió sus puertas al público el 9 noviembre del 2004, se encuentra ubicado en las calles Marcelino Champagnat y Paris en el interior de la Universidad Técnica Particular de Loja, sus horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 12:30 p.m. y desde las 3:00 p.m. hasta las 18:00 p.m. Su ingreso no tiene costo.



##### ✚ Segunda toma

**Introducción:** El Museo de Arqueología y Lojanidad nació como entidad cultural a partir del vivo interés de la Universidad Técnica Particular de Loja por apoyar a la cultura y preservar el valioso patrimonio heredado del pasado.



##### ✚ Tercera toma

**Salas:** Disfruta del recorrido visualizando y contemplando las hermosas exposiciones en la sala itinerante, como escultura, cerámica, diseño de objetos, entre otros, que cambian cada cierto tiempo, para que luego pases a recorrer la sala de arqueología, en donde, podrás conocer de manera organizada diversas piezas arqueológicas correspondientes a las Culturas Prehispánicas del Ecuador como, morteros de piedra de la cultura Valdivia, rucuyayas de la cultura Nariño; collar de concha de la cultura Machalilla; asas de recipientes de arcilla, así como también objetos de la cultura Incaica, vasijas de arcilla, vasijas policromadas, entre otras.



##### ✚ Despedida

No pienses más y visita el Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL, en donde puedes disfrutar de visitas guiadas y Actividades educativas interactivas.



## Anexo 21. Museo Puerta de la Ciudad

### Guion 2 - Museo Puerta de la Ciudad

#### ✚ Primera toma

**Saludo e Introducción:** Bienvenidos al Museo de la Puerta de la Ciudad, construido en el año de 1999 pero inicia su funcionamiento en el año 2001.

Se encuentra ubicado en las calles Av. Universitaria y 18 de noviembre. Sus horarios de atención son de lunes a domingo desde las 8:00 a.m. hasta las 21: 00 p.m. Su entrada no tiene costo.



#### ✚ Segunda toma

**Salas de exhibición temporal:** Dentro del Museo puedes empezar tu recorrido desde las salas de exhibición temporal, que por ahora mantienen la exposición llamada “Enraizados en la vida”; estas exposiciones duran alrededor de un mes, así que tienes doce meses para disfrutar y visualizar diversas obras artísticas aquí en el Museo de la puerta de la ciudad.

**Miradores:** Increíble vista verdad, pues te comento que puedes continuar con tu recorrido hacia este hermoso mirador ubicado en la parte superior del museo en el que puedes disfrutar de sus espacios y sacar tus mejores fotos.

**Restaurante-Café:** Pero eso no es todo, no te quedes sin degustar una rica gastronomía ofrecida en el café-restaurante Rincón de Borgoña que de la misma forma se encuentra en la parte superior del museo.

**Sala de Arqueología:** Continúa tu recorrido con la sala de Arqueología en donde encontraras una galería didáctica de 600 piezas que hablan de las Culturas del Ecuador donde principalmente se destacan herramientas y armas elaboradas en materiales como piedra y metal pertenecientes a las culturas prehispánicas, además de elementos de cerámica con temática incaica.

**Sala de exhibición temporal:** De esta manera finaliza tu recorrido con la última sala de exhibición temporal que en esta ocasión se encuentra en exposición los bellos nacimientos hechos a partir de material reciclable como botellas de vidrio, plástico, cartón, papel, yute, cascara de huevo, cubetas de huevo, telas entre otras.



---

### ✚ Despedida

Asique no te quedes en casa ven y disfruta de lo que ofrece el Museo Puerta de la Ciudad.



---

## Anexo 22. Ñaño Casa Museo

---

### Guion 3- Ñaño Casa Museo

---

#### ✚ Primera toma

Saludo e introducción: Bienvenidos a Ñaño Casa Museo que singular nombre verdad, quieres saber el significado del mismo acompáñenme en este recorrido.

Ñaño casa museo representa la hermandad y a la familia, es una casa que ha tenido recreaciones artísticas e intervenciones para armonizar un ambiente familiar sin pensar que se convertiría en un espacio mágico para todo público.

El mismo se encuentra ubicado en el barrio Miraflores Bajo en las calles Inés Jiménez y Rumiñahui, sus horarios de atención son de Lunes a Sábado desde las 10:00 a.m. hasta las 18: 00 p.m. con previa reservación.

El costo es de 3\$ para adultos y 2\$ los niños.



---

#### ✚ Segunda toma

Galerías: Es una casa llena de magia e historia en cada rincón pero empezaremos nuestro recorrido en la primera Galería llamada Zandra aquí se puede apreciar dibujo, pintura, escultura realista y cerámica utilitaria.

Hermoso verdad, pero hay más

Aquí nos encontramos en la Segunda Galería María Luisa en la que se aprecia pintura, dibujo y diseño, pero sobre todo esta galería abraza a niños, jóvenes y adultos con los diversos talleres de dibujo, diseño, fotografía y entre otras actividades que ayudan al esparcimiento.



---

#### ✚ Tercera toma

Corredores y patios: Pero esto no es todo, continua el recorrido de la casa, bajo la sombra del corredor de hermosas especies herbarias como los cactus, Ceibos, suculenta, la guaba entre otras

En estos majestuosos patios puedes disfrutar de eventos programados, venta de plantas, obras artísticas, talleres de arte entre otros.



---

✚ **Despedida**

Así es cambia tu rutina, ven a visitar Ñaño Casa Museo y déjate envolver por su magia.



---

**Anexo 23. Museo Casa Bolívar**

---

**Guion 4- Museo Casa Bolívar**

---

✚ **Primera toma**

**Saludo:** Bienvenidos a Casa Bolívar, propiedad que ha tratado de rescatar parte de la cultura de la ciudad de Loja. Se encuentra ubicado en las calles Bolívar y Colon, sus horarios de atención son de lunes a domingos desde las 10:00 a.m. hasta las 12: 00 p.m. y desde las 15:00 p.m. hasta las 18:00 p.m., su entrada no tiene costo.



---

✚ **Segunda toma**

**Introducción:** Casa Bolívar es la primera casa Colonial construida en épocas cerca de los años 1770-1780 la cual ha sido restaurada íntegramente, de tal modo que ha llegado a convertirse en el Primer Hotel Museo de la Ciudad de Loja. En esta casa durmieron personajes ilustres como el Libertador Simón Bolívar, León Febres Cordero, Sixto Duran Ballén.

En la casa hay una hermosa capilla de tradición familiar, el famoso pozo de agua, y el Museo al cual nos vamos a dirigir en este momento.



---

✚ **Tercera toma**

**Museo:**

Aquí podemos apreciar pinturas con temática religiosa colonial, hechas en óleo sobre lienzo con marcos de pan de oro.

De la misma manera se puede visualizar los candelabros de metal en zinc ya que era mejor que utilizar mecheros de queroseno los cuales eran tóxicos.

Esta es la majestuosa Capa del obispo del siglo XX, Esta capa le perteneció al Monseñor José Antonio Eguiguren, la misma que fue bordada con hilo de oro y plata, posee pedrería preciosa y la tela es de tipo terciopelo.

Estas sorprendido...pues hay más aquí puedes apreciar los hermosos muebles de mimbre, el reloj de pared, los bellos espejos, la pintura del Monseñor José Antonio Eguiguren, y mucho más.



---

✚ **Despedida**

No dejes que te siga contando, ven y compruébalo tú mismo. Visita el Museo Casa Bolívar.



## Anexo 24. Museo y Centro Cultural de Loja

### Guion 5- Museo y Centro Cultural de Loja

#### ✦ Primera toma

**Saludo:** Bienvenidos, La visita que ustedes inician, a este Museo y Centro Cultural de Loja, es un breve viaje a la Loja profunda, a su contexto geográfico, a su espíritu, a sus ancestros, a sus costumbres, fiestas, tradiciones y al arte que produjeron sus creadores. Es también un acercamiento a la personalidad de sus hombres y mujeres más relevantes, que puede ser complementado con lecturas e imágenes en el área documental.



#### ✦ Segunda toma

**Introducción:** El Museo cuenta con los servicios de Auditorio, el cual ofrece un amplio espacio para diversos actos relacionados con las artes y el quehacer cultural de Loja, también cuenta con una Biblioteca, la cual ofrece a la comunidad, los servicios de documentación que reposan en su fondo bibliográfico, con miles de volúmenes orientados a temas lojanos y ecuatorianos, guarda también títulos y ejemplares de revistas especializadas e internet en sus salas de lectura.



#### ✦ Tercera toma

**Salas:** empezaremos el recorrido por la

**Sala itinerante uno:** Eduardo Kingman que tuvo una producción artística extensa y es reconocido como uno de los grandes maestros de la pintura ecuatoriana.

Seguido la Sala dos: destinada a la difusión de las artes plásticas para exaltar nuestros valores, dar a conocer a artistas nacionales y extranjeros dentro de la plástica pictórica, escultórica o de cualquiera de las tendencias actuales.

**Sala Ecológica:** misma que se encuentra de manera didáctica, a través de maquetas, gigantografías y videos, el “Hogar” de los lojanos, territorio único gracias a sus características geográficas, climáticas y es una zona muy rica en biodiversidad.

**Sala de Arqueología 1:** En esta sala tenemos la presencia de personajes ilustres que han dedicado su vida al estudio e investigación de la historia y la cultura de Loja, como Pio Jaramillo Alvarado, Alfonso Anda Aguirre, Hernan Gallardo Moscoso, Galo Ramón; los franceses Jean Guffoy, Anne Marie Hocquenghen; la alemana Matilde Temme y el ecuatoriano Francisco Valdez.

**Sala Arqueológica 2:** Se exhibe la producción de los pueblos que habitaron la región de los Andes Bajos y la enorme diversidad de sus formas a través de: vasijas de cerámica, perforadas líticos, cuencos zoomorfos de piedra, botellas de cerámica, airbalos, vasijas antropomorfas, hachas, etc.

**Sala de Arte Colonial:** Se narra el encuentro y desencuentro de dos mundos, el impacto de la invasión colonial; se exhiben pinturas y esculturas de la escuela quiteña, dos tomos de la recopilación de leyes de los Reinos de las Indias y objetos de minería de la época colonial.

**Sala de la Religiosidad:** En esta sala se representan diversos objetos de dos cosmovisiones religiosas, la primera denominada Pisaca, diosa ancestral de la lluvia y la fertilidad de los Paltas, y la segunda la Virgen de El Cisne, a la que la mayoría de los lojanos tienen como un símbolo de identidad religiosa.



**Sala de La Cascarilla:** Uno de los elementos importantes de la economía colonial fue el auge de la cascarilla, en esta sala se manifiesta la importancia de esta planta medicinal mediante: ilustraciones, frascos antiguos de botica, mapas y de más objetos.

**Sala de la Independencia y el Federalismo:** Loja se adhirió a la independencia en 1820, en esta sala se exhibe una copia del Acta de Independencia de Loja; también se encuentra entre otros objetos un retrato de Manuel Carrión Pinzano, líder en 1859 del proceso llamado federalismo.

**Sala de la Hacienda:** Se exhibe elementos propios de La Hacienda, una de las grandes instituciones de la época colonial (fotografías antiguas, monturas, ruedas de carretas, y un libro de registros de los trabajadores de una hacienda local)

**Sala Comunidad:** Sala etnográfica dedicada a los pueblos, comunidades indígenas y sus culturas. Se expone la vestimenta típica de los saraguros y de los chazos lojanos.

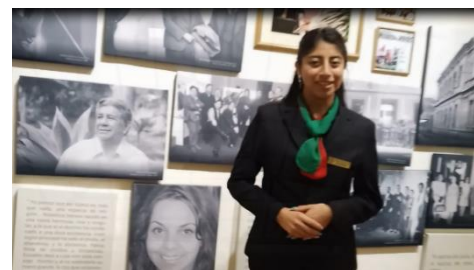
**Sala Loja Cultural:** En esta sala se rinde homenaje a través de fotografías, objetos personales y obras de arte, a personajes que han influido en nuestra urbe y que a lo largo de la historia la honraron desde diferentes campos derivados de la inteligencia y el arte.

**Y hemos llegado a la última sala denominada Sala Sueños:** En donde se muestran fotografías de los sectores más representativos de la provincia de Loja, y se plantean cuáles son los sueños y desafíos de acuerdo a las potencialidades de cada zona.



#### ✚ Despedida

Por estas razones visita el Museo y Centro Cultural de Loja, en los horarios de martes a viernes, desde las 8:00 a.m. hasta las 17:00 p.m. y los fines de semana de 10:00 a.m. hasta las 16:00 p.m., ven y disfruta de la historia que nos da identidad como Lojanos.





## Anexo 25. Museo Madres Concepcionistas de Loja

### Guion 6- Museo Madres Concepcionistas de Loja

#### ✚ Primera toma

**Saludo:** Bienvenidos al Museo de arte religioso de las Madres Concepcionistas de la ciudad de Loja, lleno de encantos, tradiciones y cultura religiosa, construido entre los siglos XVI y XVII.

Se encuentra ubicado en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Olmedo, sus horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 12:00 p.m. y desde las 14:00 p.m. hasta las 18:00 p.m., su entrada tiene un costo de 1\$.



#### ✚ Segunda toma

**Introducción:** El Museo de arte religioso de las Madres Conceptas es parte del Monasterio de Nuestra Señora de las Nieves, fundado el 25 de marzo de 1597 por el Obispo Luis López de Solís y el Gobernador Juan de Aldereta.

En su interior podemos observar hermosas y valiosas obras de grandes artistas como: Miguel de Santiago, Nicolas Goriba, Bernardo Rodríguez, Pampite, Sangurima, como también de las escuelas Cusqueña y Quiteña.



#### ✚ Tercera toma

Iniciamos nuestro recorrido por el antiguo presbiterio de la iglesia inaugurada en 1700, que conserva su piso y retablo originales. Aquí podemos observar las imágenes de los arcángeles en policromados de la escuela quiteña, además las imágenes de Santa Ana y San Joaquín, en el centro la imagen de la Virgen de las Nieves Patrona del Monasterio y el lugar donde se exponía el santísimo sacramento. En esta capilla reposan los restos de Juan de Alderete fundador del monasterio, y en sus paredes exhibe pinturas de la Virgen María.

Seguido podemos observar los retablos tallados y dorados del siglo 16.

Mas adelante se encuentra la sala mariana 3, misma que consta de imágenes de la Virgen en las advocaciones de la Merced y la del Carmen.

Continuando nuestro recorrido observaremos una imagen de la virgen cuyo tallado es de la escuela quiteña, tambien un tallado dorado que contiene algunos frutos propios de América como: el banano, la piña, la uva, la granadina; y en el centro de este retablo se encuentra una imagen policromada de San Agustín.

En la siguiente se muestra la recreación de la cocina que por siglos se conserva aún en el monasterio, en donde observaremos objetos de uso diario.

Seguidamente ingresaremos a la recreación de un comedor de las religiosas, en donde podrás visualizar un armario tallado por manos criollas que contienen formas de cuerpos de indígenas, también podrás contemplar un sillón de cuero tallado de la época colonial.

Pero aquí no termina todo porque puedes ingresar a la planta alta para observar los amplios corredores con pisos antiguos que datan del siglo 17.

De la misma forma podrás ingresar a la sala mariana cuyos cuadros son de dimensiones heroicas como la virgen del Carmen, la virgen del Rosario, y una gigantesca pintura del bautismo de María.

Además, puedes seguir tu recorrido con la sala de la pasión de Cristo misma que contiene pinturas como la oración en el



huerto, la negación de Pedro, la velación de Pedro, la soledad de Cristo, la flagelación, muerte de Cristo.

Así mismo puedes ingresar a la siguiente sala misma que guarda imágenes varias como San Francisco Javier, San Agustín, San Bernardo, San Miguel Arcángel, San Francisco de Paulo, Santa Jertrudes, Santa Mariana de Jesús, San José, Santa Rosa de Lima, San Lorenzo.

Continúa recorriendo la siguiente sala en donde podrás conocer las mariolas, hornacinas, la escultura de un ángel de la escuela quiteña, y así seguir hacia la sala de ornamentos litúrgicos en donde se exhibe capas de coro, casullas, y dalmáticas mismas que tienen detalles como un pelicano bordado con hilo de plata, el espíritu santo bordado con hilo de oro y plata y un cordero bordado con hilo de plata y oro, y de la misma forma tienen brocados franceses del siglo 17. Sigue recorriendo sus pasillos y conocerás las sillas corales que eran utilizadas para la oración de las religiosas, además encontraras baúles y barreños junto con la colección de llaves del monasterio.

De esta manera finalizamos nuestro recorrido por el museo de arte religioso de las madres Conceptas de la ciudad de Loja observando un hermoso tallado con columnas salomónicas, con ornamentación de mariolas y espejos con pintura del siglo 17, y junto a ello la hermosísima colección de pesebres en miniatura.



#### Despedida

No te quedes con la intriga, visita el Museo de arte religioso de las Madres Concepcionistas de la ciudad de Loja, y te sorprenderás de la historia colonial y republicana que se guarda en este museo.



## Anexo 26. Museo Matilde Hidalgo

### Guion 7- Museo Matilde Hidalgo

#### ✚ Primera toma

**Saludo:** Bienvenidos al Museo Matilde Hidalgo de Procel, dedicado a contar la vida, obra y trayectoria de una mujer total. Se encuentra ubicado en las calles Bernardo Valdivieso y Rocafuerte, sus horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. y los fines de semana desde las 10:00 a.m. hasta las 16:00 p.m., su entrada no tiene costo.

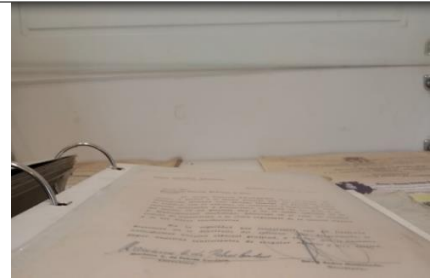


#### ✚ Segunda toma

Matilde Hidalgo ocupa un lugar privilegiado en la Historia nacional y latinoamericana.

**Sala 1:** Su espíritu de lucha incansable la llevo a ser quien termine con los prejuicios de una época, convirtiéndose en la primera mujer que obtuvo el título de bachiller, posteriormente continuó sus estudios hasta graduarse como Licenciada en Medicina.

**Sala 2:** En Latinoamérica fue la primera mujer que ejerció el derecho al voto dando un giro a la historia de la humanidad, por lo cual ahora Ecuador conmemora el 9 de junio el primer Día Nacional del Voto Femenino.



#### ✚ Despedida

Así es no te quedes sin conocer la brillante trayectoria de la ilustre pionera Matilde Hidalgo de Procel.



## Anexo 27. Museo de la Música Salvador Sarangocín Tapia

### Guion 8- Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”

#### ✚ Primera toma

**Saludo:** Bienvenidos al Museo de la Música “Salvador Sarangocín Tapia”, ocupa las instalaciones patrimoniales del antiguo colegio Bernardo Valdivieso, se encuentra ubicado en las calles Bernardo Valdivieso y Rocafuerte, sus horarios de atención son de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. y los fines de semana desde las 10:00 a.m. hasta las 16:00 p.m. Su entrada no tiene costo.



#### ✚ Segunda toma

El Museo de la Música tiene como propósito dar a conocer el Patrimonio Cultural Musical de la ciudad de Loja, destinándolos al servicio de toda la comunidad lojana.

**Sala 1:** Aquí podrás visualizar la cronología de la vida y obra de hombres ilustres en la música lojana nacidos entre 1873 que fue Antonio de Jesús Hidalgo hasta el año 1920 que fue David Pacheco Ochoa, así, en el transcurso de este recorrido te encontraras con grandes maestros como Salvador Bustamante Celi, Segundo Cueva Celi, Francisco Rodas Bustamante, Segundo Puertas Moreno, entre otros maestros de la música Lojana.

**Sala 2:** Esta sala fue dedicada para el maestro Salvador Sarangocín Tapia a quien se le debe el nombre del Museo, ya que además de un gran maestro de la Música fue el investigador quien estudio la biografía e investigación académica de todos los compositores y maestros exhibidos en este Museo, el distinguido maestro también fue conocido como promotor Cultural, fue director de la Orquesta Universitaria de Instrumentos Típicos Latinoamericanos, y dirigió algunas grabaciones musicales.

En esta sala también se encuentran cuatro distinguidas damas Carlota Ortega, Elvia María Paladines, Ulbia Garcés y María Elena Castillo quienes también son conocidas por su distinguida participación en el arte de la música.



#### ✚ Despedida

Así que ven y disfruta del recorrido en el Museo de la Música y déjate envolver por la historia y notas musicales que te conducirán a tiempos de antaño.



**Anexo 28. Certificación del Abstract**

Loja, 20 de abril de 2023

**CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN**

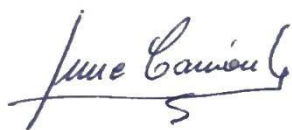
Yo, *Noralma Jeannine Carrión González*, con cédula 1102536826 y con título de Licenciada en Ciencias de la Educación, Mención Inglés, registrado en el SENESCYT con número 1031-07732032.

**CERTIFICO:**

Que la traducción es correcta y completa según las normas internacionales de traducción de textos, del Resumen del Trabajo de Titulación denominado: **“Propuesta de una guía turística virtual para los museos de la ciudad de Loja”**

Trabajo de Titulación que se encuentra bajo la dirección de la Arq. Alexandra Elizabeth Aguilera Maldonado Mg. Sc., de la autoría de la señorita estudiante **Rotseli Nicol Medina Torres** cédula de identidad número **1105606204**, egresada de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que est e creyera conveniente.



*Lcda. Noralma J. Carrión G.*

C.I.: 1102536826

**Registro del SENESCYT:** 1031-07-732032