



Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE TURISMO

Estudio del perfil de los visitantes, en los museos del centro histórico de Loja

Trabajo de Integración
Curricular previo a la obtención
del título de Licenciada en
Turismo.

AUTORA:

Ximena Paola Rosales Torres

DIRECTOR:

Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2024

Certificado del director



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Coronel Curimilma Luis Raul**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **"ESTUDIO DEL PERFIL DE LOS VISITANTES, EN LOS MUSEOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LOJA."**, perteneciente al estudiante **XIMENA PAOLA ROSALES TORRES**, con cédula de identidad N° **1104139801**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 27 de Febrero de 2024



Escanea esta imagen con tu celular
LUIS RAUL CORONEL
CURIMILMA

F)
**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000328

1/1
Educamos para Transformar

Autoría del trabajo de integración curricular

Yo, **Ximena Paola Rosales Torres**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cedula de identidad: 1104139801

Fecha: 27 de febrero de 2024

Correo electrónico: ximena.rosales@unl.edu.ec

Celular: 0994045872

Carta de autorización del estudiante

Carta de autorización por parte del autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Ximena Paola Rosales Torres** declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Estudio del perfil de los visitantes en los museos del centro histórico de la ciudad de Loja**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Turismo**, 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 Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 27 días del mes de febrero del dos mil veinte y cuatro.

Firma:

Autor: Ximena Paola Rosales Torres

Cédula: 1104139801

Dirección: San cayetano bajo

Correo electrónico: ximena.rosales@unl.edu.ec

Celular: 0994045872

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma Mg.Sc

Director del Trabajo de Integración Curricular

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser mi inspiración para continuar en este proceso y cumplir una meta más en mi vida. A mis padres Juan Rosales y Marcela Torres quienes han sido mi apoyo moral, económico y psicológico en el transcurso de toda mi carrera universitaria. A mis hermanos por estar presentes en todo momento, por brindarme su amor, paciencia y confianza quienes con su apoyo incondicional me motivaron día tras día a seguir mis sueños y por demostrarme ante todo que cada logro que se obtiene en la vida es el resultado de un esfuerzo constante. También dedico a todas las personas que estuvieron pendientes de mí, dándome apoyo y consejos incondicionalmente.

Ximena Paola Rosales Torres

Agradecimiento

Al concluir una etapa maravillosa de mi vida quiero extender un profundo agradecimiento, a quienes hicieron posible este sueño, aquellos que junto a mi caminaron y confiaron en todo momento y siempre fueron una fuente de inspiración, apoyo y fortaleza. Esta mención en especial a Dios, mis padres, hermanos y sobrinos. Muchas gracias a ustedes por demostrarme que “El verdadero amor no es otra cosa que el deseo inevitable de ayudar al otro para que se supere, pese a cualquier obstáculo que se presente en el trayecto de nuestra vida, salir adelante como muestra de superación.”

Mi agradecimiento sincero al asesor de tesis, Ing. Luis Coronel y la Ing. Alexandra Suarez gracias por brindarnos su apoyo, sus enseñanzas constituyen la base de mi vida profesional.

Mi gratitud a mis amigas quienes, a base de esfuerzo y dedicación, risas y locuras logramos una meta más, gracias por esos consejos y ánimos que nos damos y más que todo gracias por su amistad verdadera e incondicional.

Ximena Paola Rosales Torres

Índice de contenido

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenido	vii
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras	xii
Índice de anexos	xiii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
Abstract 3	
3. Introducción	4
4. Marco Teórico.....	6
4.1. Marco conceptual	6
4.1.1. Turismo.....	6
4.1.2. Tipos de Turismo	6
4.1.3. Turista	7
4.1.4. Tipologías de Turistas.....	7
4.1.5. Clasificación	8
4.1.6. Diagnostico turísticos	8
4.1.7. Sistema turístico	9
4.1.8. Producto turístico.....	9
4.1.9. Museos.....	9
4.1.9.1. Características de los museos	10

4.1.9.2.	Clasificación	10
4.1.10.	Demanda Turística.....	13
4.1.11.	Perfil del turista	13
4.1.12.	Visitante	13
4.1.13	Segmento de visitante.....	13
4.2.	Marco referencial.....	14
4.3.	Marco legal	15
4.3.1.	Constitución de la República del Ecuador.....	15
4.3.2.	Ley Orgánica de Cultura.....	16
4.3.3.	Ley de Patrimonio Cultural	16
4.3.4.	Ley de Turismo	17
5.	Metodología.....	18
5.1.	Área de Estudio	18
5.2.	Métodos	18
5.2.1.	Enfoque de la investigación.....	19
5.2.2.	Diseño de la investigación.....	19
5.2.3.	Técnicas de investigación.....	19
5.3.	Metodología por objetivos.....	20
5.3.1.	Metodología para el Primer Objetivo: Determinar la Oferta de los Museos del Centro Histórico de Loja	20
5.3.2.	Metodología para el segundo objetivo: establecer los segmentos de visitantes en los museos del Centro Histórico de Loja.....	20
5.3.3.	Tamaño de la Muestra.....	21
6.	Resultados.....	22
6.1.	Oferta de los museos del Centro Histórico de Loja.....	22
6.1.1.	Situación actual de los museos	22
6.1.2.	Museo de arte religioso Madres Concepcionistas de Loja	22
6.1.2.1.	Datos generales de la institución.	22

6.1.2.2.	Historia de la creación del museo.....	22
6.1.2.3.	Infraestructura.....	23
6.1.2.4.	Recursos tecnológicos.	24
6.1.2.5.	Redes de apoyo.....	24
6.1.3.	Museo y Centro Cultural de Loja.	25
6.1.3.1.	Datos generales de la institución.	25
6.1.3.2.	Historia de creación del museo.....	25
6.1.3.3.	Infraestructura.....	26
6.1.3.4.	Recursos tecnológicos.	26
6.1.4.	Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia.....	26
6.1.4.1.	Datos generales de la institución.	26
6.2.	Resultados de Entrevista.....	28
6.2.1.	Detalle de los entrevistados	28
6.2.2.	Resultados de la entrevista a los actores principales de los museos.....	29
6.2.3.	Segmentos de los visitantes en los museos del Centro Histórico de Loja	30
6.2.3.1.	Resultados de la encuesta	30
6.2.3.2.	Preferencias de los visitantes de los museos	30
6.2.4.	Aspectos turísticos.....	33
6.2.4.1.	Portafolio de segmentos de visitantes para los museos del Centro Histórico de Loja.....	33
6.2.4.2.	Museo de arte religioso Madres Concepcionistas de Loja.	33
6.2.4.3.	Museo y Centro Cultural de Loja.	34
6.2.4.4.	Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia.....	35
7.	Discusión	37
8.	Conclusiones.....	38
9.	Recomendaciones	39
10.	Bibliografía	40

11. Anexos 42

Índice de tablas

Tabla 1. Ficha resumen del museo de arte religioso Madres Concepcionistas de Loja.	24
Tabla 2. Ficha resumen del Museo y Centro Cultural de Loja	26
Tabla 3. Ficha resumen del Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia.	28
Tabla 4. Entrevistados	28
Tabla 5. Resultados de las entrevistas	29
Tabla 6. Perfil del visitante en los museos del centro histórico de Loja	30
Tabla 7. Entrada a los museos	30
Tabla 8. Transporte a Loja	30
Tabla 9. Transporte a los museos.....	31
Tabla 10. Con quien visita los museos	31
Tabla 11. Veces que visita los museos	31
Tabla 12. Orden de preferencia	32
Tabla 13. Razón por la que visita	32
Tabla 14. Importancia al bien e inmuebles	32
Tabla 15. Importancia de bien e muebles	32
Tabla 16. Servicio que le gustaría.....	33
Tabla 17. Expectativas.....	33
Tabla 18. Segmento 1 y 2 genero, edad.....	33
Tabla 19. Segmento 1 y 2 genero, edad.....	34
Tabla 20. Segmento 1 y 2 genero, edad.....	35

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de ubicación de los museos	18
Figura 2: Área verde del museo religioso	22
Figura 3. Ornamentos religiosos	23
Figura 4. Imágenes	23
Figura 5. Pasillo de la segunda planta	23
Figura 6. Área verde.....	23
Figura 7. Productos	24
Figura 8. Hall de entrada.....	25
Figura 9. Periodo colonial.....	25
Figura 10. Decoración.....	25
Figura 11. Hall del museo	27

Índice de anexos

Anexo 1. Certificación de ejecución de tema de tesis.....	42
Anexo 2. Certificado de pertinencia	43
Anexo 3. Decreto de asignación de director de tesis	44
Anexo 4. Certificación de la traducción de resumen	45
Anexo 5. Ficha resumen.....	46
Anexo 6. Modelo de la entrevista	47
Anexo 7. Modelo de la encuesta	48

1. Título

Estudio del perfil de los visitantes, en los museos del centro histórico de Loja

2. Resumen

El perfil turístico indica la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos, por ejemplo, los museos de la Ciudad de Loja. Es así que esta investigación plantea como objetivo general, establecer el perfil del turista que visita los museos del centro histórico de Loja, y como objetivos específicos: determinar la oferta de los museos del centro histórico de Loja y establecer los segmentos de los visitantes en los museos del centro histórico de Loja. De esta manera se ejecutó una investigación mixta y se utilizó la metodología del CESTUR, con un enfoque cuantitativo, se utilizó el método descriptivo, que se basó en obtener, interpretar y presentar datos recopilados en las encuestas realizadas por medio de GEOVIT.

Primero se observó que el museo Salvador Zaragocín Tapia es visitado por personas de la tercera edad y a su vez por personas que les gusta la antigüedad de la música y sobre todo que estudian la música, sin embargo, el museo Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja, es su mayor parte es visitado por jóvenes de 25 a 33 años de edad, los cuales optan por conocer una historia pintoresca que cuenta cada arte impregnado dentro de este museo. Por otra parte, el museo de la Cultura Lojana, donde se encuentra la historia de nuestra ciudad se visualiza que la mayoría de visitantes son estudiantes de diferentes instituciones educativas, los cual les permite conocer el trayecto y la evolución de la ciudad de Loja.

Como conclusión se establece que los museos: arte religioso, madres concepcionistas de Loja y museo de la música Salvador Zaragocí, tienen una variedad de visitantes locales, nacionales y extranjeros, mismos que son atraídos por las historias impregnadas en cada uno de estos museos con relación a la historia de nuestra ciudad.

Palabras clave: Demanda turística, perfil del visitante, oferta turística, segmentos

Abstract

The tourist profile of a place serves to characterize a tourist destination, such characterization is often grounded in the visitors socioeconomic and demographic variables. This profile elucidates the tastes, preferences, expectations and needs of tourists thereby, thus enhancing the management of tourism enterprises and destinations such as the museums located in the City of Loja. Consequently, the main objective of this paper is to delineate the profile of tourists frequenting the museums in the historic downtown of Loja. The specific objectives include: to assess the offerings of these museums, and to identify the various visitor segments within them. To achieve this, a mixed-methods research approach was employed, utilizing the CESTUR methodology with a quantitative scope. The descriptive method facilitated the collection, interpretation and presentation of data derived from surveys conducted with the GEOVIT tool. Initial observations reveal that the Salvador Zaragocín Tapia Museum attracts primarily elderly visitors, as well as individuals with an affinity for the antiquity of music, particularly those engaged in music studies. Conversely, the Museum of Religious Art Madres Concepcionistas de Loja predominantly draws young adults aged 25 to 33, who seek to explore the rich narratives encapsulated in the artworks displayed within the museum. Furthermore, the Museum of Cultura Lojana, which chronicles the history of our city, primarily attracts students from various educational institutions, enabling them to gain insights into the historical journey and evolution of Loja.

In conclusion, it is evident that the museums of Religious Art, the Madres Concepcionistas de Loja and the Salvador Zaragocí Music Museum, host a diverse array of local national and international visitors all of whom are captivated by the compelling stories interwoven into the historical tapestry of our city.

Key words: touristic demand, visitant's profile, touristic offer, segments

3. Introducción

En el presente trabajo de investigación se determinó llevar a cabo el siguiente tema sobre el estudio del perfil del visitante en los museos del centro histórico de Loja, ya que cada museo se caracteriza como una institución sin fines de lucro, ya que tiene como finalidad la adquisición, conservación, obtención de una amplia información y exposición al público de objetos de interés cultural donde reposa la historia de Loja, con sus diferentes salas.

Por otro lado, el museo de la cultura lojana, museo de arte religioso madres concepcionistas de Loja y museo del Salvador Zaragocín se constituyen con un instrumento de vital importancia para la ciudad de Loja ya que dentro de ellos se encuentra impregnada la historia de nuestra ciudad, donde cada pasillo de dichos museos cuenta una historia del antes de nuestra ciudad. Sin embargo, dentro de esta investigación se observa que la ciudadanía lojana carece de conocimiento sobre la historia de la ciudad, lo cual hace que los museos sean poco visitados por los turistas; también, se pudo observar que los museos no cuentan con un registro de visitantes ya sea locales, nacionales o internacionales.

Adicionalmente, el motivo que se llevó a investigar los museos es para establecer una segmentación ya sea por edad o género del visitante, lo cual tiene como beneficio conocer que tan visitados son los museos de nuestra ciudad, también, se trata de crear y ejecutar formas necesarias para que cada vez acudan más visitantes ya sea locales, nacionales o internacionales ya que sin visitantes no habría museos. (Betancourt, 2017)

En relación con otros estudios en Loja, Betancourt (2017) en su estudio para la guía turística en el Museo de las Hermanas Concepcionistas del cantón Loja dando en su diagnóstico cultural resultó que los visitantes presentan dificultades al no tener un recorrido guiado interactivo que beneficie a la población para recursos de aprendizaje motivando a una mejor experiencia durante su visita. Por otra parte, Aguilera (2023) en su propuesta turística para los museos del Centro Histórico de la ciudad de Loja, considera que los turistas desconocen la riqueza cultural que posee la ciudad, dando como resultado poca afluencia en los museos del lugar.

Es así que la presente investigación tiene como objetivo general establecer el perfil del turista que visita los museos del centro histórico de Loja, y como objetivos específicos: determinar la oferta de los museos del centro histórico de Loja y establecer los segmentos de los visitantes en los museos del centro histórico de Loja.

El alcance del proyecto se remite a la creación de líneas interactivas digitales para la participación turística y estudios futuros que identifiquen las necesidades existentes en cuanto a facilidades y servicio de calidad que pongan en valor a los museos, además de acciones que

fortalezcan a la comunidad receptora en temas de capacitación, fomento de inversiones, mejora competitiva, innovación y factibilidad, entre otros. Para que los museos se desarrollen turísticamente, así también las limitaciones sugeridas a lo largo del presente informe fue la escuela bibliografía en relación al tema de investigación.

4. Marco Teórico

4.1. Marco conceptual

4.1.1. Turismo

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT), como se citó en Sancho (2019), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.

4.1.2. Tipos de Turismo

La OMT (2019) menciona, proporciona un marco conceptual completo, conciso, operacional, aplicable y globalmente relevante sobre los siguientes tipos de turismo:

Turismo Cultural: El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Para poder diferenciar de otros tipos de turismo se recalca en la Carta de Turismo Cultural adoptada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) suscrita en Bélgica en 1976 según Zambrano et. al. (2017) afirmaron que: aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre estos en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada (p.103)

Según Caldevilla et.al. (2019) señala:

En la actualidad, el turismo cultural no se entiende como una manifestación menor o de poca repercusión, sino como una parte más de la oferta turística, con su propia gama de sub-productos. Definir lo que se considera cultura o producto cultural puede, sin embargo, ser complejo: con una mente abierta, hay contenido cultural en una amplia gama de ofertas turísticas convencionales, aunque solo sea hasta cierto grado. (p. 63)

De estas definiciones se deduce que el turismo cultural es el conjunto del patrimonio material e inmaterial que constituye la oferta turística de determinado destino, en el que la motivación principal del visitante es adquirir conocimientos y experiencias vivenciales durante su visita; mediante esta actividad turística se enseña a la comunidad y visitante la importancia de la conservación y valorización de dicho patrimonio, a la vez se genera para la localidad beneficios tanto socioculturales como económicos.

Turismo Urbano: El turismo urbano o de ciudad es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.

Turismo Educativo: El turismo educativo cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros.

Turismo Religioso: podría ser eventualmente negativo ya que para más de una persona probablemente le resulte incómodo cualquier otro enfoque sobre religión que no sea estrictamente espiritual (y dogmático si se quiere) por lo cual habrá que aclarar (de entrada) que cuando hablamos de turismo religioso no estamos hablando de ninguna religión en particular, ni siquiera de la religión misma que es (a todas luces) una decisión de estricto fuero íntimo y escogencia personal.

4.1.3. Turista

La OMT (como se citó en Entorno Turístico, 2018) define a los turistas como:

Aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar. El turista es aquella persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un periodo mínimo de una noche y no mayor de 12 meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no está relacionado con el desarrollo de actividades remuneradas o con residir en el lugar de destino. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ], 2015, p. 46)

4.1.4. Tipologías de Turistas

Turismo de reuniones. Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación,

entre otros.

Turismo cultural. Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención “aprender algo”, ya que normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio. Es común que se busquen monumentos históricos del destino visitado, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar y sucesos o leyendas que cuenten la historia del mismo.

Patrimonio cultural. El patrimonio cultural cumple un rol destacado en una nación al permitir conocer el tránsito del ser humano en el tiempo y en el espacio como resultado de la simbiosis entre la naturaleza y la cultura. Es así como el patrimonio se manifiesta en las edificaciones arquitectónicas, en los restos arqueológicos, en los bienes documentales, en las obras de arte y remite al legado cultural de los pueblos ancestrales. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural [INPC], 2014, p. 4)

4.1.5. Clasificación

Patrimonio Cultural Material. El patrimonio cultural material es la herencia tangible de los pueblos ancestrales. Pero, lastimosamente estos bienes patrimoniales son susceptibles de deterioro por las condiciones inherentes a ellos o por factores externos que afectan su integridad física. De hecho, se divide en bienes muebles (pintura y escultura, bienes documentales, textiles, numismática, bienes arqueológicos, entre otros); y bienes inmuebles (conjuntos urbanos, espacios públicos y equipamiento funerario). (INPC, 2014, pp. 5-6)

Patrimonio Cultural Inmaterial El patrimonio inmaterial o intangible, está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos de identidad y de pertenencia en la comunidad. En este sentido, está conformado por las manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidos de generación en generación, recreados constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia. (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012, p. 30)

4.1.6. Diagnóstico turísticos

El diagnóstico turístico se entiende como estudio y recopilación de información en un territorio con relación a la oferta y demanda de servicios o productos turísticos que se desarrollan en un lugar particular. Es decir, consiste en analizar los elementos básicos que conforman la estructura turística y el territorio. También se lo conoce como estado de situación actual que tiene como propósito definir la condición del destino o lugar antes de planificar una

propuesta turística o diseñar un producto turístico.

Según Ricauter (2009), el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.

Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.

Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística

4.1.7. Sistema turístico

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos externos que son la dimensión política, social, cultural, ambiental y económica; e internos como superestructura, oferta, demanda infraestructura y comunidad receptora, vinculados entre sí como una estructura sólida con bases en el desarrollo local en los diferentes factores que lo integran. (Pineda, 2019)

En el manual para el Diagnostico Turístico Local, según Ricauter (2009), afirmo:

El sistema turístico está compuesto por seis elementos a los que llamaremos subsistemas que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad. (p.16)

En dicho manual la nomenclatura y componentes al interior de cada subsistema han sido adaptados de los originales de Sergio Molina para actualizarlos con las nuevas tendencias de desarrollo de la actividad y con base en los parámetros de la Organización Mundial de Turismo, la Ley de Turismo del Ecuador y el PLANDETUR 2020.

4.1.8. Producto turístico

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (OMT, 2019, p. 19)

4.1.9. Museos

Los museos exhiben colecciones, es decir, conjuntos de objetos e información que reflejan algún aspecto de la existencia humana o su entorno. Este tipo de colecciones, casi siempre

valiosas, existen desde la Antigüedad: En los templos se guardaban objetos de culto u ofrendas que de vez en cuando se exhibían al público para que pudiera contemplarlos y admirarlos. Lo mismo ocurría con los objetos valiosos y obras de arte que coleccionaban algunas personas de la aristocracia en Grecia y en Roma; los tenían expuestos en sus casas, en sus jardines y los enseñaban con orgullo a los amigos y visitantes. Es en el Renacimiento cuando se da el nombre de "museo" tal y como lo entendemos hoy a los edificios expresamente dedicados a tales exposiciones.

Por otra parte, están las galerías de arte, donde se muestran pinturas y esculturas. Su nombre deriva de las galerías (de los palacios y castillos), que eran los espaciosos vestíbulos de forma alargada, con muchas ventanas o abiertos y sostenidos por columnas o pilares, destinados a los momentos de descanso y a la exhibición de objetos de adorno, muchas veces obras de arte.

4.1.9.1. Características de los museos

Es un establecimiento complejo que requiere múltiples cuidados.

Cuentan con un director y uno o varios conservadores, además de restauradores, personal de investigación, becarios, analistas, administradores, conserjes, personal de seguridad.

Los museos exhiben colecciones, es decir, conjuntos de objetos e información que reflejan algún aspecto de la existencia humana o su entorno

4.1.9.2. Clasificación

Museos de Arte: “una galería de arte o museo de arte es un espacio para la exhibición y promoción del arte, especialmente del arte visual, y principalmente pintura y escultura” (ICOM, 2012).

Museos Religioso: Los museos religiosos, directa o indirectamente, es ganar conversos. Por lo tanto, la arquitectura es la forma principal, ya que una catedral puede inspirar, enseñar y albergar una congregación. Las estatuas públicas también pueden inspirar, mientras que los mosaicos interiores y Vitral puede ilustrar historias divinas, no sin importancia en épocas donde el analfabetismo era la norma.

Museos de Historia Natural: Los museos de historia natural y ciencias naturales suelen exhibir los trabajos del mundo natural. El enfoque está en la naturaleza y la cultura. Las exposiciones pueden educar al público acerca de la paleontología, la historia antigua, y la antropología. La evolución biológica, las cuestiones ambientales y la biodiversidad son las principales áreas en museos de ciencias naturales (ICOM, 2012).

Museos Arqueológicos: Los museos arqueológicos son instituciones que investigan, conservan, exponen e informan acerca del patrimonio arqueológico, entendido éste como aquellos vestigios producto de la actividad humana y aquellos restos orgánicos e inorgánicos

que, mediante los métodos y técnicas propios de la arqueología y otras ciencias afines, permiten reconstruir y dar a conocer los orígenes y las trayectorias socioculturales pasadas y garantizan su conservación y restauración (ICOM, 2012).

Museos Históricos: Los Museos Históricos o de Historia son todos aquellos que cuyas colecciones han sido concebidas y presentadas dentro de una perspectiva histórica. Algunos cubren aspectos especializados como los relativos a una localidad determinada, mientras que otros son más generales. Estos museos contienen una variedad de objetos, incluidos los documentos, artefactos de todo tipo, arte, objetos arqueológicos. Los museos de antigüedades están más especializados en los hallazgos arqueológicos. Según la UNESCO (2021) "en esta categoría están comprendidos los museos, las viviendas y los monumentos históricos de los museos al aire libre que evocan o ilustran ciertos acontecimientos de la historia nacional"

Museos de las Ciencias y de las Técnicas: Los museos de ciencias y los centros tecnológicos giran en torno a los logros científicos y su historia. Algunos museos pueden tener exposiciones sobre temas tales como la informática, la aviación, museos ferroviarios, la física, la astronomía, y el reino animal.

Los Museos Virtuales: Son por lo general los sitios web pertenecientes a los museos reales y que contiene galerías de fotos de elementos encontrados en los museos reales. Esta nueva presentación es muy útil para personas que viven lejos que desean ver el contenido de estos museos (ICOM, 2012).

Museos e Innovación: Es una entidad de formación y consultoría en nueva museología y museografía, que asesora en la creación de nuevos proyectos museológicos y museográficos con un gran componente de innovación, o en la renovación total de museos y exposiciones existentes. Diseñamos y producimos proyectos museológicos y museísticos, diseños de experiencias, narrativas, programas didácticos para museos presenciales y virtuales además de exposiciones de todo tipo de temática. EVE Museos e Innovación redacta y ayuda a implantar planes estratégicos para todo tipo de museos y entidades culturales. (EVE, 2020)

Museos Temáticos: El proceso de enseñanza y aprendizaje es la indagación realizada que permite examinar la importancia de estas instituciones como recurso didáctico para el aprendizaje significativo de esta ciencia; así como su rol en la difusión del patrimonio cultural e histórico tangible e intangible. A pesar de las limitaciones observadas, se deben estrechar los vínculos entre los profesionales de estos centros culturales, representan una rica fuente generadora de aprendizajes, esto se debe a la variedad de recursos didácticos con que cuentan estos establecimientos y a las diversas actividades con fines educativos

que pueden llevarse a cabo dentro de los mismos, dando paso a un encuentro cercano entre los estudiantes y el material de estudio presentado. (EVE, 2020)

Museos Musicales: Están ubicados en las principales y más conocidas ciudades del mundo, en ellos se puede encontrar una gran cantidad de datos muy importantes relacionados directamente con todos los elementos que tienen que ver con la música; todos los tiempos, cuándo se inventó, los cambios y géneros que han surgido hasta la actualidad. Cada país o ciudad que tiene en su suelo un museo de la música le dedica ese espacio al estilo de música más relevante para ellos, así como también pueden difundir información sobre algunos artistas de fama mundial, géneros musicales importantes que han causado furor en grandes masas y canciones que son conocidas en varios idiomas y que son icónicas mundialmente.

Museos Culturales: Son una expresión de nuestra memoria y diversidad cultural, contribuyen al ejercicio pleno de los derechos culturales y al aprendizaje colectivo, al preservar y difundir las huellas de nuestro pasado. cumplen un papel fundamental en la conservación y divulgación del patrimonio cultural y memoria social, e impulsan el aprendizaje colectivo, la preservación y difusión de la herencia de nuestros antepasados, a través del turismo local. La Red Ecuatoriana de Museos está conformada por 175 museos, distribuidos en 23 provincias del país, que conservan alrededor de 700.000 bienes culturales. Quito, capital ecuatoriana, tiene 62 museos. Estos espacios son joyas nacionales de todos los ecuatorianos, y permiten un viaje por la historia de los pueblos antiguos y sus formas de vida, cosmovisión, religiosidad y relación con la naturaleza. (EVE, 2020)

Museos Religiosos: Es considerado como uno de los mejores museos de arte religioso del Ecuador, por la calidad y el valor de las obras que posee y con especial referencia a la religión. Se incluyen los museos eclesiásticos, o aquellos que, a través de colecciones, misión o elección de narrativa, se refieren a la religión. que ha ido evolucionando desde los tiempos de la ilustración, una etapa de la Historia marcada por la ilusión de dominar y crear orden en el mundo, estrechamente vinculada, a su vez, a la secularización. No es extraño, pues, que los edificios de los museos que visitamos hoy en día nos recuerden a templos paganos. Por otro lado, la separación de los objetos de su entorno original (iglesias, tumbas, altares...) altera sus características convirtiéndolos en elementos puramente estéticos, históricos, artísticos y etnográficos, transformándose en otra cosa. Con el tiempo, esos objetos se han utilizado continuamente dentro del contexto del museo, para poner de relieve creencias, para la educación religiosa y el adoctrinamiento, para promover conductas u opiniones y para ejercer control social. (EVE, 2020)

Museos de Antropología: Son museos cuyas piezas y contenidos tratan sobre los aspectos biológicos y sociales del ser humano, poniendo de manifiesto la diversidad cultural, remontando un larguísimo periodo de restricción a parámetros demarcados por cánones exclusivos de belleza y antigüedad. Sin embargo, en general, ello no se corresponde con la misma implicación de la antropología española en uno de los ámbitos más destacados del campo patrimonial, como es el museológico: esas instituciones que investigan, conservan y presentan una selección de bienes patrimoniales, y que ayudan a comprender el sentido que cada colectivo presta a su patrimonio cultura (EVE, 2020)

4.1.10. Demanda Turística

La demanda turística se puede definir de dos formas: la primera al total de turistas que concurren en una región, país, zona o atractivo y a los ingresos que generan; y la segunda establece para cada una de las unidades espaciales anteriores, la distribución de los consumos entre toda la gama de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. En función de lo anterior, una definición más acertada de la demanda es aquella que la especifica como la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores, concretamente en cada uno de los sitios que se visitan. (Niebles, 2021)

4.1.11. Perfil del turista

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Pat, 2022)

4.1.12. Visitante

Para la OMT Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

4.1.13. Segmento de visitante

Un segmento de visitante es la división del grupo de acuerdo a características que tengan en común, esto tomando en cuenta los aspectos que hayan salido del estudio y perfil del turista o visitante. Este segmento se lo realiza teniendo en cuenta el sexo, la edad, el estado civil, la etnia, la profesión, la religión, el nivel de ingresos, la educación y la familia del turista.

4.2. Marco referencial

El primer caso de análisis es el presentado por Según Diez (2018), en su tesis “Estudio de público del Museo Nacional de Cultura peruana: elaboración del perfil de visitante para plantear acciones de difusión 2017” realizado en Perú. Mediante esta tesis se investigó el perfil del visitante del Museo Nacional de la Cultura Peruana para mejorar la gestión museológica, además; busco conocer al visitante, sus características, necesidades e intereses para difundir el museo. La investigación tuvo una metodología de nivel aplicada, además; aplicó un enfoque mixto de tipo descriptivo y diseño transversal no experimental. Mediante un muestreo aleatorio, se aplicaron encuestas (1000 visitantes) y entrevistas a dos expertas en museología, gestión cultural y marketing. Los resultados obtenidos mencionaron que el perfil obtenido permitió conocer las características de los visitantes, características de las visitas, el interés y necesidad del visitante y así mejoro la difusión del museo en su ámbito. El autor señala que es necesario la fidelización del visitante, para generar experiencias únicas.

Adicionalmente se estipula que este estudio tiene eje trasversal según Parguñña (2015), en su tesis “Las motivaciones de los turistas que visitan los Museos de la Coruña” realizado en España. Se profundizó el conocimiento de los visitantes, sus motivaciones y sirvió de retroalimentación para potenciar el turismo que permitió planificar las actividades del público para satisfacción de estas. La metodología que empleo en su trabajo fue mixta, que consto de seis preguntas cerradas con escala de valoración y dos preguntas abiertas que dependió de la variable sociodemográfica que aplicó. Considerando encuestas para la obtención de la información y el perfil sociodemográfico del visitante. Los resultados obtenidos en esta investigación reportaron que se visitó los museos para adquirir conocimientos, salir de la zona de confort y disfrutar en familia o amigos, y la información que utilizan para llegar al visitante es a través del internet, familiares y amigos.

A continuación, se analiza el trabajo elaborado de Rojas (2016), en su tesis “Perfil turístico de las personas que visitan el museo cementerio Presbítero Matías maestro, Lima 2016”, realizado en Perú. Estableció el perfil de las personas que visitaron el museo. La investigación se basó en una metodología de tipo descriptivo, encuestó a 840 visitantes. El estudio se realizó, a través; de fuentes secundarias, utilizando tesis y artículos científicos. Los datos obtenidos provinieron de encuestas, utilizando un cuestionario de 15 preguntas, fueron las características sociodemográficas de los que visitaron el museo cementerio Presbítero Matías Maestro en el año 2016, compuesto por mujeres, cuya edad promedio fue 33 años, gran parte de ellas casados con grado de instrucción secundaria. Los resultados obtenidos permitieron conocer el perfil de las personas que visitaron el museo y su motivación de conocer

el lugar, quienes adquirieron información a través de amigos y familiares, planificando su viaje en una semana.

4.3. Marco legal

Dentro del marco legal las leyes que amparan el presente trabajo de investigación son las siguientes:

4.3.1. Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2.El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3.La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y 19 televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4.El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Que, la Constitución de la República del Ecuador, en el Artículo 21, establece que dentro de los derechos del buen vivir en relación con la cultura y ciencia: “Las personas tienen 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; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.”

Al mismo tiempo, en el Artículo 23, se determina que: “Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.” Art. 83.- Son responsabilidades de las ecuatorianas y ecuatorianos: "Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos."

Art. 264.- Será competencia exclusiva de los gobiernos municipales: "Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios

públicos para estos fines."

Art. 276.- Es parte de los Objetivos del régimen de desarrollo: "Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural." Así mismo, en el Artículo 377, se señala que: "El sistema nacional de cultura tiene como finalidad 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. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales." Por último, el Artículo 380 menciona que serán responsabilidades del Estado:

7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.

4.3.2. Ley Orgánica de Cultura

Que, la Ley Orgánica de Cultura, en el Artículo 5, menciona que: "En el territorio ecuatoriano se garantiza a las personas extranjeras los mismos derechos y deberes que los ciudadanos ecuatorianos para la creación, acceso y disfrute de bienes y servicios culturales y patrimoniales. Se reconocen todas las manifestaciones culturales, siempre que sean compatibles con los derechos humanos, derechos de la naturaleza, derechos colectivos y las disposiciones constitucionales."

Art. 68.- De la accesibilidad a los bienes del patrimonio cultural nacional. Todos los titulares de cualquier derecho real, administradores, tenedores, poseedores y en general cualquier persona natural o jurídica, pública o privada que tenga bajo su cargo bienes del patrimonio cultural nacional, deberán facilitar el acceso a los bienes y a la información sobre éstos, a los servidores públicos e investigadores debidamente autorizados por la entidad competente para efectuar el registro, inventario, investigación y control del patrimonio cultural; así como, posibilitar su exhibición pública en condiciones de seguridad y beneficio mutuo acordadas con la administración.

4.3.3. Ley de Patrimonio Cultural

Art. 4.- El Instituto de Patrimonio Cultural, tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

a) Investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador; así como regular de acuerdo a la Ley todas las actividades de esta naturaleza que se realicen en el país. Art. 14.- Las municipalidades y los demás organismos del sector público no pueden ordenar ni autorizar demoliciones, restauraciones o reparaciones de los bienes inmuebles que pertenezcan al Patrimonio Cultural del Estado sin previo permiso del Instituto,

siendo responsable de la infracción el funcionario que dio la orden o extendió la autorización, quien será penado con la multa que señale la Ley.

Art. 15.- Las municipalidades de aquellas ciudades que posean Centros Históricos, conjuntos urbanos o edificios aislados cuyas características arquitectónicas sean dignas de ser preservadas deberán dictar ordenanzas o reglamentos que los protejan y que previamente hayan obtenido el visto bueno por el Instituto de Patrimonio Cultural. Si los planes reguladores aprobados por dichas municipalidades atenten contra estas características, el Instituto exigirá su reforma y recabará el cumplimiento de este artículo.

Art. 17.- Los organismos del sector público, las instituciones religiosas, las sociedades o personas particulares que posean bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado, tienen la ineludible obligación de permitir, a solicitud del Instituto, su visita en días y horas previamente señaladas, para la observación, el estudio y la reproducción fotográfica o dibujada de los objetos sujetos a esta Ley que les pertenezcan o que tengan en posesión.

Art. 40.- El Instituto de Patrimonio Cultural está facultado para imponer a los propietarios o responsables de bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado, la adopción de medidas precautelatorias para la protección de las mismas. El incumplimiento de tales disposiciones será sancionado con las penas establecidas en la Ley. El Instituto podrá además expropiar o decomisar tales bienes culturales con el pago de hasta el 25% del valor estimado en el caso de expropiaciones.

Art. 41.- El Instituto de Patrimonio Cultural podrá delegar las atribuciones de control del cumplimiento de esta Ley en una zona determinada, a las entidades y autoridades públicas que estime conveniente.

4.3.4. Ley de Turismo

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico. Cabe señalar que la Ley Orgánica de Turismo está en modificaciones y correcciones del segundo borrador.

5. Metodología

5.1. Área de Estudio



Figura 1. Mapa de ubicación de los museos

El presente trabajo de integración curricular se llevó a cabo en los museos del centro histórico de la ciudad de Loja. Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja, Museo del Cultura Lojana se encuentran ubicados en las calles 10 de agosto, entre Bernardo Valdivieso y el Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia se ubica en las calles Rocafuerte y Bernardo Valdivieso.

5.2. Métodos

Método cualitativo, sirvió para interpretar la información que será recolectada a través de la entrevista a los informantes claves del sector turístico y la respuesta a las preguntas abiertas de la encuesta, para determinar el estudio del visitante, y sus motivaciones para visitar el centro histórico.

Método cuantitativo, dicho método se centró en cuantificar la recopilación y el análisis de datos, de hecho, en la investigación, la que facilitara la interpretación de los resultados de la encuesta que podrán ser transformados en información estadística obteniendo una mejor comprensión de los datos.

Método descriptivo, se utilizó para recopilar datos sobre los visitantes en función de su comportamiento, características demográficas y preferencias y así determinar la situación actual del turismo en el centro histórico de Loja y así adaptar la experiencia del museo para satisfacer sus necesidades y expectativas. Además, se logró exponer de manera descriptiva la caracterización de la demanda y perfil del visitante.

Método sintético, el método sintético se utilizó para determinar el perfil de los visitantes

de lo cual nos ayudó a comprender y adaptar las estrategias de promoción y desarrollo del Centro Histórico de Loja para satisfacer sus necesidades y expectativas.

Método inductivo, con la aplicación de este método se estudió y se conoció las características genéricas y comunes del segmento de mercado meta con el perfil general del turista que visita el área de estudio, que se reflejan en un conjunto de realidades lo cual luego permitirá elaborar el estudio de la demanda.

Método deductivo, se lo utilizo para determinar de manera lógica y ordenada, la segmentación demográfica donde se utiliza datos demográficos generales (como la edad, el género y el nivel de ingresos) para hacer suposiciones sobre los visitantes.

5.2.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo de titulación curricular tuvo un enfoque mixto por la utilización de instrumentos del enfoque cualitativo y cuantitativo para la recolección de información. La parte cualitativa se desarrolló a través del estudio y delimitación mediante el levantamiento de información y entrevistas a los administradores, con el fin de conocer las características de los visitantes de los museos sobre el tema de estudio del perfil de los visitantes en los museos del centro histórico de Loja y obtener la mayor cantidad de información sobre la realidad objetiva. Y para la parte cuantitativa, se desarrolló a través del estudio y delimitación de los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta sobre el tema de estudio del perfil de los visitantes en los museos del centro histórico de Loja.

5.2.2. Diseño de la investigación

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación curricular se consideró, un estudio de naturaleza no experimental, esto debido a que se efectuó una observación de los hechos o sucesos que se pueden evidenciar dentro de las actividades diarias de los museos de arte religioso, sin que exista manipulación alguna de las variables, ya que este diseño de investigación no lo permiten. En otras palabras, solo se efectúa una descripción del momento u actividad que se está visualizando, ya que se tienen como propósito conocer las incidencias y elementos que afectan las variables analizadas. De igual manera, se menciona que este análisis, es de tipo transversal, ya que la información requerida se recopiló en un único momento, es decir, una sola vez durante el año.

5.2.3. Técnicas de investigación

Para la investigación se necesitó la utilización de varias técnicas como se detallan a continuación:

Observación directa: Se utilizó para el levantamiento de información donde se verifico el tipo de visitantes que llegan a los museos, esta técnica fue empleada para la ejecución del

objetivo uno.

Revisión bibliográfica: se utilizó para sustentar científica y teóricamente la información que fue parte de las variables (dependiente e independiente) dentro del marco teórico, en fuentes confiables como libros, revistas, blogs, tesis, artículos, etc.

5.3. Metodología por objetivos

5.3.1. Metodología para el primer objetivo: Determinar la oferta de los museos del Centro Histórico de Loja

Para dar cumplimiento al primer objetivo se procedió analizar la situación actual de los museos, lo cual comprende la oferta para lo cual el levantamiento de información se la realizó por intermedio de técnicas como: observación directa, registros fotográficos y fichas resumen de los museos (ver anexo 5) lo que brindo una clara visión de la situación actual. De igual manera, se empleó la técnica de la entrevista (ver anexo 6) la cual fue aplicada a los administradores de los museos del centro histórico de la ciudad de Loja. Para obtener información relacionada con la administración, gestión y servicio

5.3.2. Metodología para el segundo objetivo: establecer los segmentos de visitantes en los museos del Centro Histórico de Loja.

En primera fase se identificó el perfil del visitante en los museos del centro histórico de Loja, para así dar cumplimiento al objetivo planteado, para esto se aplicó la metodología utilizada por el centro de estudios superiores en turismo CESTUR, (2012), la cual permitió conocer aspectos como: la localidad de los visitantes de los museos, además variables demográficas donde se aplicaron encuestas con preguntas semiestructuradas (ver anexo 7) Este perfil sociodemográfico caracteriza al consumidor de los servicios turísticos mediante aspectos como: nacionalidad, lugar de residencia, género, edad, nivel de educación, entre otros. Por otro lado, la estructura de consumo que determina el conjunto de bienes y servicios turísticos consumidos en el destino, la planeación y la organización del viaje describe el propósito del mismo, actividades realizadas en el destino turístico, duración de la estancia, compañía de viaje, tipo de hospedaje, transporte utilizado para llegar al destino, visitas anteriores al destino, entre otros.

La encuesta permitió establecer el perfil del visitante de los museos del centro histórico, esta se realizó con la población turística de Loja, utilizando los datos disponibles en la página del geo portal de visitas turísticas (GEOVIT) del año 2018, y proyectadas al año 2023, como resultado se obtuvo que la población a encuestar para este proyecto es de 1.533.63 personas; por lo tanto, se considera una población infinita, para el cálculo del tamaño de la muestra. En conclusión, se han tomado los datos del GEOVIT debido a que los museos no cuentan con un

registro completo y pertinente de los visitantes. A continuación, se muestra el cálculo para determinar el número de encuestas:

5.3.3. *Tamaño de la muestra*

Formula

Dato 2023 (habitantes) = 1.533.630

Tasa de crecimiento (i) = 0,305685%

Por lo tanto, seguido de esto se procederá a calcular la muestra, mediante la siguiente fórmula para poblaciones infinitas:

$$n = \frac{Z^2 x p x q}{e^2}$$

N = tamaño de la población (1.533.630)

Z = nivel de confianza, (95%) / (Z=1,96)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,84(0,25)}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Según la formula y los datos aplicados, para el estudio de caso, y trabajo de campo para dar respuesta al objetivo uno del presente trabajo, se aplicó un total de 384 encuestas.

Y por último se crea un portafolio de segmentos de visitantes en base a las características anteriormente descritas utilizando el método descriptivo para obtener información precisa en el desarrollo de la segmentación, y el método inductivo para llegar a conclusiones con información primaria y secundaria.

6. Resultados

6.1. Oferta de los museos del Centro Histórico de Loja

6.1.1. *Situación actual de los museos*

Se presentan los resultados de la situación actual que ofertan los museos del centro histórico de la ciudad de Loja.

6.1.2. *Museo de arte religioso Madres Concepcionistas de Loja*

6.1.2.1. Datos generales de la institución. Este museo, se encuentra ubicado en el casco céntrico de la ciudad de Loja, en las calles 10 de agosto entre Bernardo Valdivieso y Olmedo con una atención al visitante de 09h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00, de lunes a viernes con un costo de 1,00 dólar; dicho museo se encuentra en el bien inmueble que data del siglo (S.) XVII, que pertenece a la época colonial. En este lugar se conservan imágenes, utensilios domésticos, y los instrumentos utilizados por las monjas de autoflagelación. También alberga una colección de obras de arte religioso colonial.

El museo de arte religioso es una institución privada, encargada de brindar una atención de calidez a los usuarios que acuden a visitarlo, existen tres áreas de trabajo: administración, área de información del guía y atención al cliente; no tienen fuentes externas de financiamiento para el funcionamiento del mismo, los ingresos existentes son través de autogestión. (Ver figura 2).



Figura 2: Área verde del museo religioso

6.1.2.2. Historia de la creación del museo. El Museo de Arte Religioso de las Madres Concepcionistas de Loja, refleja la Memoria Histórica Religiosa del pueblo lojano, no solamente por sus fieles tradiciones, sino también por encontrar en su interior obras artísticas de diferente índole y una mezcla de culturas reconocidas a nivel mundial, estilos inconfundibles como el Renacentista, Barroco, Chuguerresco, son característicos de la mayoría de retablos y urnas talladas a mano en madera; la utilización en las esculturas de técnicas que hacen apreciar estos bienes como si fueran reales, determinados óleos datan de siglos como el XVII y el XVIII,

que se unen para contar una historia de autores desconocidos por la antigüedad que tienen las pinturas. (Vintimilla, 2012)

El Museo del Monasterio de las Concepcionistas Nuestra Señora de las Nieves, abrió sus puertas a finales del año 2006, en sus 16 salas abiertas al público, conservan imágenes, pinturas, ornamentos religiosos y documentos manuscritos que datan de los siglos XVI y XVII, como se muestra en las figuras 3 y 4. Uno de los legados del museo es el contenido de estas obras de arte que fueron hechas con el propósito de evangelizar y catequizar a los indios. Las pinturas son de estilo jesuítico, también se encuentran en Quito, Lima, Cuzco y varias partes de América del Sur. Son pinturas altamente decoradas con láminas de oro que llaman la atención y son agradables a la vista al retratar personajes de las escrituras bíblicas.



Figura 3. Ornamentos religiosos



Figura 4. Imágenes

6.1.2.3. Infraestructura. El año de construcción del inmueble en el año 1534, el estado en el que se encuentra es bueno, el material de construcción predominante del museo es de tapial, ocupa un área de 4262,097 m² en su planta baja, tomando en cuenta también las áreas verdes y la primera planta de construcción y en su planta alta 2209,535 m². (ver figura 5 y 6)



Figura 5. Pasillo de la segunda planta



Figura 6. Área verde

El Museo de Arte Religioso de las Madres Concepcionistas, está distribuido de la siguiente manera: 29,93 m² en el vestíbulo, guardianía de 34,29 m² y la administración 14,00 m²; estas salas conforman la entrada del museo y en ella se exhiben también los productos que elaboran las Hermanas Conceptas para su sustento (Ver figura 7). Tanto la planta baja como la planta alta tienen un área de 831,187 m², en estas se distribuyen las 16 salas de exhibición de

bienes artísticos.



Figura 7. Productos

6.1.2.4. Recursos tecnológicos. El museo cuenta con servicio a internet para sus visitantes, para su promoción únicamente cuentan con la Red Social Facebook.

6.1.2.5. Redes de apoyo. No cuenta con redes de apoyo como: grupo o asociación de amigos, grupo u organización de voluntarios; no participa en redes regionales, nacionales e internacionales como podrían ser: la red de Museos del Centro Histórico de Quito, Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales (SIMMYCC) y la ICOM Consejo Internacional de museos. La tabla 1 muestra la ficha resumen actualizada del atractivo.

Tabla 1. Ficha resumen del museo de arte religioso Madres Concepcionistas de Loja.

Ficha del Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja.		
Nombre del atractivo:	Jerarquía:	
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja.	II	
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Manifestación Cultural	Arquitectura	Arte religioso
Provincia: Loja	Cantón. Loja	Localidad: Sagrario
Figura:	Ubicación. Se ubica en el Centro Histórico de la Ciudad de Loja, Parroquia Sagrario, en las calles 10 de agosto, en las calles Bernardo Valdivieso y Olmedo.	
	Georreferenciación:	
	Latitud: -3.997175	
	Longitud: -79.200628	
Descripción		
El Museo de las Madres Conceptas de Loja, el cual es un elemento importante de la riqueza patrimonial e histórica de la Ciudad de Loja, así también, este se constituye en la cédula de identidad cultural, colonial, religiosa y patrimonial de los lojanos; está edificación tiene más de 500 años de historia, entre sus paredes y bajo un silencio eterno, se encuentran las hermanas concepcionistas, las cuales son personas de vida consagrada entregadas al claustro desde sus inicio		
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotografías en el atractivo ✓ Observación de piezas y representación de arte religioso 	

Fuente. (Celi, 2023)

6.1.3. Museo y Centro Cultural de Loja.

6.1.3.1. Datos generales de la institución. Se encuentra situado en el Centro Histórico de la ciudad de Loja, junto a la plaza central, en las calles 10 de agosto entre Bolívar y Bernardo Valdivieso, tiene un horario de visita de martes a viernes desde las 08h00 hasta las 17h00 y sábados de 10h00 a 16h00 ininterrumpidamente; siendo así el Museo del Ministerio de Cultura y Patrimonio que contiene la historia arqueológica, histórica y colonial de la provincia y la ciudad de Loja. Contiene siete salas, cada una detalla un aspecto diferente: el hall de entrada, arqueología, naturaleza, el período colonial, el siglo 19, personajes importantes de Loja, y finalmente las artes y artesanía. (Ver figuras 8 y 9)



Figura 8. Hall de entrada



Figura 9. Período colonial

El Museo de la Cultura Lojana se encuentra en una casa patrimonial que data del siglo XVIII. Tiene un patio interior con planificación simétrica que impresiona por su cuidada madera y su exquisita decoración de plantas ornamentales (Ver figura 10). La casa en donde se encuentra el Museo perteneció a uno de los hombres más ricos de la historia de Loja, el Sr. Daniel Álvarez, quien era un terrateniente y un hombre muy rico que donó su propiedad para educación y centros comunitarios de Loja, junto al museo se encuentra la Gobernación. El Banco Central compró la casa para crear un museo de historia y cultura lojana, después de su restauración en el año de 1986, se convirtió en el Museo de la Cultura Lojana.



Figura 10. Decoración

6.1.3.2. Historia de creación del museo. La casa patrimonial donde se encuentra el Museo de la Cultura Lojana fue construida en 1730, según el historiador Eduardo Espinoza

Sigcho. En 1893, Don José Antonio Eguiguren la heredó a su hija Virginia Eguiguren Lequerica, años después, en 1984, el Banco Central del Ecuador compró el inmueble a la fundación “Daniel Álvarez Burneo” y luego de algunas adecuaciones, en 1986, lo convirtió en museo. Actualmente, es parte de la red de 16 museos que lidera el Ministerio de Cultura y Patrimonio desde que el Banco Central del Ecuador hiciera el traspaso definitivo de sus bienes culturales en 2015.

6.1.3.3. Infraestructura. La edificación, de dos plantas con patio central y un patio posterior, mostraba antiguamente varios problemas estructurales de deterioro y humedad, para solucionarlo, un equipo de técnicos trabajó en el año 1986 durante tres meses en el mantenimiento de las columnas de madera, pisos entablados, muros de adobe, gradas de madera, pisos de piedra y otros elementos de infraestructura.

6.1.3.4. Recursos tecnológicos. El museo no cuenta con servicio a internet para sus visitantes, únicamente cuentan con la Red Social Facebook.

La tabla 2 muestra la ficha resumen actualizada del atractivo.

Tabla 2. Ficha resumen del Museo y Centro Cultural de Loja

Ficha del Museo y Centro Cultural de Loja		
Nombre del atractivo:	Jerarquía:	
Museo de la Cultura Lojana	I	
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Sagrario
Figura:	Ubicación. Se encuentra ubicada en el centro histórico de la ciudad de Loja, Parroquia Sagrario, en las calles 10 de agosto entre Bernardo Valdivieso y Bolívar	
	Georreferenciación: Latitud: - 3.997235, Longitud: -79.201513	
Descripción		
El Museo del Banco Central fue abierto en Loja el 14 de noviembre de 1984 y fue destinado para la exposición de bienes culturales, muestras pictóricas y sirvió de escenario para que se desarrollen diferentes manifestaciones culturales. Esta edificación que fue donada por el filántropo Daniel Álvarez para la educación y la cultura fue restaurada por el Museo del Banco Central, para este uso exclusivo (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018).		
Actividades	Fotografías en el atractivo Observación de piezas y representaciones de arte.	

Fuente: (Celi, 2023)

6.1.4. Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia.

6.1.4.1. Datos generales de la institución. Situado en la calle Bernardo

Valdivieso y Rocafuerte, en el Centro Histórico, abrió la atención pública en el 2004; el museo alberga exposiciones sobre la historia musical de los compositores lojanos, de música del Renacimiento de vanguardia. La colección abarca casi 200 años de historia, con más de 7.000 partituras musicales y 65 instrumentos en la exhibición; este sitio tiene un horario de atención de lunes a viernes de 09h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00 para quienes desean visitar este lugar. (Ver figura 11)



Figura 11. Hall del museo

En las diferentes salas se encuentran una recopilación de lo que fue la vida y labor artística de 30 destacados compositores y músicos lojanos. Además, permite retroceder en el tiempo para conocer parte de sus pertenencias e instrumentos. El Museo de la Música lleva el nombre del maestro Salvador Zaragocín Tapia porque fue él quien investigó a los compositores cuya vida-obra están recopiladas en cada una de las galerías.

La tabla 3, muestra la ficha resumen actualizada del atractivo.

Tabla 3. Ficha resumen del Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia.

Ficha del Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia		
Nombre del atractivo:	Jerarquía:	
Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia	I	
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Sagrario
Figura:	Ubicación: Se encuentra ubicada en el centro histórico de la ciudad de Loja, Parroquia Sagrario, en las calle Bernardo Valdivieso entre Rocafuerte y Miguel Riofrio.	
	Georreferenciación:	
	Latitud: -3.998495	
	Longitud: -79.200923	

Descripción

El museo es centro histórico donde se podrá encortar historia instrumentos, partituras originales y condecoraciones de los músicos lojanos nacidos en año 1873- 1920, entre los espacios con los que cuenta el centro cultural municipal "Bernardo Valdivieso", forman parte el museo de la música, aquí funcionaba el antiguo colegio "Bernardo Valdivieso", custodiamos las obras de los grandes maestros, músicos lojanos, quienes lleguen a este lugar podrán empaparse de toda la historia de la música lojana. El museo de música dispone de los siguientes espacios físicos: Dos salas de exposición permanente, con los legados de los músicos de renombre de Loja. Un salón de conciertos o actividades culturales como: foros, conferencias y seminarios con capacidad para 150 personas. El café del museo con capacidad para 60 personas, con posibilidad de ampliar el servicio en los amplios corredores del edificio. Un hermoso jardín central que integra todos los ambientes y que aún guarda su estilo colonial. Un almacén de venta de música lojana, que permite brindar la oportunidad para que los artistas expongan sus producciones discográficas y los turistas puedan llevar un recuerdo de la buena música lojana y finalmente oficinas administrativas (Museo de La Música, 2022)

Actividades

Fotografías en el atractivo

Observación de piezas y representaciones de arte.

Fuente: (Celi, 2023)

6.2. Resultados de Entrevista**6.2.1. Detalle de los entrevistados**

La tabla 4 muestra un detalle y descripción de las personas relacionadas a la administración de los museos que fueron entrevistadas

Tabla 4. Entrevistados

Numero	Nombres y apellidos	Cargo o función
E1	Padre Nilo Espinoza	Administrador del museo de Arte religioso Madres Concepcionistas de Loja
E2	Lic. Patricia Peña	Directora del Museo y Centro de la Cultura de Loja
E3	Lic. Gabriel Villalta	Coordinador del museo de la música Salvador Zaragocin

Fuente: Trabajo de campo

6.2.2. Resultados de la entrevista a los actores principales de los museos

La tabla 5 muestra un resumen de las entrevistas aplicadas a cada administrador de los museos

Tabla 5. Resultados de las entrevistas

Pregunta	Respuesta/ Análisis
Exhibiciones y eventos	E1. En sus salas se aprecian figuras y cuadros religiosos, vestimenta, utensilios de uso domésticos y algunos elementos utilizados en los sacrificios y ofrendas de las antiguas Monjas Conceptas. Forma parte de la historia de la ciudad y muchos lo desconocen E2. E3. Tiene como finalidad una construcción dinámica ya que todos los meses se realizan diferentes actos culturales como exposiciones de pinturas, escultura, fotografía, talleres y cursos vacacionales. Todas las actividades, exposiciones que se desarrollan son de calidad, ya que tratan de atraer a los visitantes. Han tenido iniciativas digitales para involucrar a la comunidad.
Iniciativas digitales	E1. E2. E3. Se encuentran en un sistema de digitalización que son las redes sociales, ya que difunden al museo a través de estos medios de comunicación que son (YouTube, Facebook, Instagram) es una manera para que toda la población y comunidad se entere a través de cromos digitales lo que el museo está organizando y lo que está desarrollando cada mes.
Relevancia y accesibilidad	E1. Si, ya cuenta con diversas exposiciones y es accesible para todo el público. E2. E3. Mediante la aceptación del público ya que se dictan talleres capacitaciones, y a su vez se tienen muchas exposiciones, música clásica, y varias actividades para diferente diversidad de publico
Colaboración interinstitucional	E1.E2.E3. El museo ha optado ya que solo no se puede se hace convenio con instituciones públicas o privadas para promocionar la cultura y se conozca la historia de Loja
Adaptación a cambios	E1. Si porque ahora el museo cuenta con un miembro de la policía nacional quien es el encargado de brindar seguridad las 8 horas diarias, y se encarga de guiar al visitante dentro del museo en el que es monitoreado en el trayecto de su visita, E2.E3. Si, ahora se toma los datos personales del visitante para cualquier programación que se realice dentro del museo
Administración del museo	E1. Se ha implementado eventos culturales para personas que vienen de comitivas nacionales e internacionales a visitar el museo o quieran realizar un evento se les da las facilidades de acuerdo al horario que ellos se acoplen E2.E3. Seguir trabajando con actividades culturales e incentivando a los visitantes
Estrategias o enfoques innovadores	E1. Implementando más estrategias para que pueden llegar los visitantes E2.E3. Innovando y trabajando de acuerdo a las disposiciones del gobierno
Oferta del museo	E1.E2.E3. Si, porque contamos con variedad de exposiciones y culturas, figuras y cuadros para implementar la oferta en los museos
Complementar la actividad	E1.E2. E3. Por supuesto se trabaja con hoteles ya que difunde las actividades que se desarrolla en la ciudad para de esa manera promocionar al museo
Ubicación del museo	E1. E2.E3. Si, estamos ubicados en un lugar estratégico que nos permite que la gente observe las disposiciones que ofrecemos ya que estamos en el centro histórico de Loja

Fuente: Salida de campo

6.2.3. Segmentos de los visitantes en los museos del Centro Histórico de Loja

6.2.3.1. Resultados de la encuesta

Perfil del visitante. De las encuestas aplicadas a cada una de las personas que visitan los museos se logró determinar el perfil del visitante que llega hasta los museos, para conocer sus características e información general básica, intereses, preferencias y motivos de visita. A continuación, se detalla el perfil del visitante que acuden a los museos del Centro Histórico de Loja.

Tabla 6. Perfil del visitante en los museos del centro histórico de Loja

Perfil del visitante			
Datos	Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	Museo y Centro Cultural de Loja	Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia
Genero	Masculino	Masculino	Masculino
Edad	25 años – 33 años	17 años – 24 años	65 años y mas
Nacionalidad	Ecuatoriano	Ecuatoriano	Ecuatoriano
Grado de instrucción	Educación universitaria	Educación universitaria	Educación universitaria
Ocupación	Estudiante	Estudiante	Publico
Estado civil	Soltero	Soltero	Casado
Salario mensual	Menor a \$425	Menor a \$425	Menor a \$425
Presupuesto	Sin costo	Sin costo	Un dólar

6.2.3.2. Preferencias de los visitantes de los museos

Tabla 7. Entrada a los museos

Museo	Entrada a los museos					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1.00	77	60%	117	91%	52	41%
1,00 a 1,50	5	4%	5	4%	10	8%
1,50 a 2,00	4	3%	2	2%	11	9%
Sin valor	42	33%	4	3%	55	43%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de visitantes, prefieren pagar un dólar en el museo de la cultura y en el museo de arte religioso y el resto de personas no prefieren pagar un valor en el museo de la música

Tabla 8. Transporte a Loja

Museo	Transporte a Loja					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo propio	48	38%	61	48%	76	59%
Cooperativa	49	38%	39	30%	21	16%
Transporte	6	5%	17	13%	5	4%
Avión	25	20%	7	5%	10	8%
Otro	0	0%	4	3%	16	13%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En los resultados estadísticos obtenidos la gran parte de visitantes llegan

a la ciudad de Loja en su vehículo propio habiendo una pequeña diferencia que también se trasladan en cooperativa de transporte.

Tabla 9. Transporte a los museos

Museo	Transporte a los museos					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Bus	23	18%	37	29%	26	20%
Taxi	54	42%	26	20%	24	19%
Auto	48	38%	61	48%	76	59%
A pie	3	2%	4	3%	2	2%
Otro	0	0%	0	0%	0	0%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En la estadística obtenida se puede observar que los visitantes llegan al museo en taxi y seguido de ello van en bus y por último llegan en auto propio

Tabla 10. Con quien visita los museos

Museo	Con quien visita los museos					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Solo	12	9%	14	11%	34	27%
Amigos	48	38%	45	35%	38	30%
Familia	45	35%	35	27%	28	22%
Pareja	23	18%	32	25%	27	21%
Compañeros de estudio	0	0%	1	1%	1	1%
Compañeros de trabajo	0	0%	1	1%	0	0%
Otro	0	0%	0	0%	0	0%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En los resultados obtenidos se puede definir que los visitantes viajan con amigos y seguido de ello visitan solo.

Tabla 11. Veces que visita los museos

Museo	Veces que visita los museos					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1 vez	98	77%	115	90%	91	71%
2 veces	29	23%	12	9%	28	22%
3 veces	1	1%	1	1%	9	7%
Mas de 4	0	0%	0	0%	0	0%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En los resultados obtenidos se puede definir que los visitantes llegan por primera vez a los museos del centro histórico de Loja

Tabla 12. Orden de preferencia

Museo	Orden de preferencia					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Museo de la Cultura Lojana	128	100%	0	0%	0	0%
Museo de Arte Religioso	0	0%	128	100%	0	0%
Museo de la Música	0	0%	0	0%	128	100%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En los resultados obtenidos se puede definir que los visitantes prefieren visitar los tres museos estudiados

Tabla 13. Razón por la que visita

Museo	Razón por la que visita					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ocio	107	84%	113	88%	108	84%
Trabajo	5	4%	4	3%	10	8%
Educación	15	12%	10	8%	9	7%
Negocios	1	1%	1	1%	0	0%
Otros	0	0%	0	0%	1	1%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En la estadística obtenida se pudo obtener que los visitantes llegan a los museos por ocio

Tabla 14. Importancia al bien e inmuebles

Museo	Importancia al bien e inmuebles					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	128	100%	128	100%	128	100%
No	0	0%	0	0%	0	0%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En los resultados estadísticos obtenidos se puede observar que el porcentaje más alto es la opción SI dando a conocer que el bien e inmuebles se le da una buena importancia

Tabla 15. Importancia de bien e muebles

Museo	Importancia de bienes muebles					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	128	100%	128	100%	128	100%
No	0	0%	0	0%	0	0%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En los resultados estadísticos obtenidos se puede observar que el porcentaje más alto es la opción SI dando a conocer que el bien mueble se le da una buena importancia

Tabla 16. Servicio que le gustaría

Museo	Servicio que le gustaría					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Guianza	40	31%	20	16%	23	18%
Talleres	20	16%	19	15%	32	25%
Un recuerdo	64	50%	74	58%	50	39%
Alimentación	4	3%	15	12%	23	18%
Otros	0	0%	0	0%	0	0%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de visitantes prefieren un recuerdo de los museos

Tabla 17. Expectativas

Museo	Expectativas					
	Cultural		Religioso		Música	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	128	100%	128	100%	128	100%
No	0	0%	0	0%	0	0%
Total	128	100%	128	100%	128	100%
TOTAL	384					

Interpretación: En los resultados estadísticos obtenidos se puede observar que el porcentaje más alto es la opción SI dando a conocer que los museos si llenó sus expectativas.

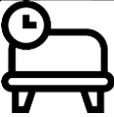
6.2.4. Aspectos turísticos

6.2.4.1. Portafolio de segmentos de visitantes para los museos del Centro Histórico de Loja. De acuerdo a los resultados obtenidos en este objetivo, segmentando a los turistas por edades se obtuvo que el perfil del visitante comprende las edades de (25 a 33 años, 17 a 24 años, 65 años y más). Se establecieron los segmentos de mercado tomando en cuenta dos aspectos principales que corresponden a edad y género, los cuales se describen en las siguientes tablas.

6.2.4.2. Museo de arte religioso Madres Concepcionistas de Loja.

Tabla 18. Segmento 1 y 2 genero, edad

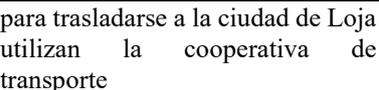
Género (La mayor parte de visitantes son de género masculino)					
	la mayoría de visitantes son de nacionalidad ecuatoriana		Comprenden la edad de 25 a 33 años		su principal ocupación es universitaria
	Su nivel educativo es Educación universitaria		Los visitantes son solteros		Menos al salario básico
	Los visitantes cuando llegan al museo no tienen presupuesto		Los visitantes están dispuestos a pagar un dólar		los visitantes llegan a la ciudad en vehículo propio
	se trasladan al museo en vehículo propio		prefieren visitar el museo con amigos		solo van una vez al museo

	Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja.		más llegan por ocio al museo		los visitantes prefieren un recuerdo del Lugar
El museo si lleno las expectativas del visitante					
					
EDAD 25 a 33 años					
	la mayoría de visitantes son de nacionalidad ecuatoriana		la mayor parte de los visitantes son de género masculino		su principal ocupación son estudiantes
	Su nivel educativo es Educación universitaria		Los visitantes son solteros		Menos al salario básico
	Los visitante cuando llegan al museo no tienen presupuesto		Los visitantes están dispuestos a pagar un dólar		los visitantes llegan a la ciudad en vehículo propio
	se trasladan al museo en vehículo propio		prefieren visitar el museo con amigos		solo van una vez al museo
	Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja.		más llegan por ocio al museo		los visitantes prefieren un recuerdo del Lugar
El museo si lleno las expectativas del visitante					
					

6.2.4.3. Museo y Centro Cultural de Loja.

Tabla 19. Segmento 1 y 2 genero, edad

Género (La mayor parte de visitantes son de género masculino)					
	la mayoría de visitantes son de nacionalidad ecuatoriana	Comprenden la edad de 17 a 24 años			su principal ocupación son estudiantes
	Su nivel educativo es Educación universitaria		Los visitantes son solteros		Menos al salario básico
	Los visitante cuando llegan al museo no tienen presupuesto		Los visitantes están dispuestos a pagar un dólar		para trasladarse a la ciudad de Loja utilizan la cooperativa de transporte
	Medio de trasporte que se trasladan al museo		Prefieren viajar con familia		Solo una vez van a los museo
	Museo de la cultura lojana		más llegan por ocio al museo		los visitantes prefieren un recuerdo del Lugar

 el museo si lleno las expectativas del visitante			
EDAD: 17 a 24 años			
 la mayoría de visitantes son de nacionalidad ecuatoriana	 la mayor parte de visitantes son masculinos	 su principal ocupación son estudiantes	
 Su nivel educativo es Educación universitaria	 Los visitantes son solteros	 Menos al salario básico	
 Los visitantes cuando llegan al museo no tienen presupuesto	 Los visitantes están dispuestos a pagar un dólar	 para trasladarse a la ciudad de Loja utilizan la cooperativa de transporte	
 Medio de transporte que se trasladan al museo	 Prefieren viajar con familia	 Solo una vez van a los museo	
 Museo de la cultura lojana	 más llegan por ocio al museo	 los visitantes prefieren un recuerdo del Lugar	
 El museo si lleno las expectativas del visitante			

6.2.4.4. Museo de la Música Salvador Zaragocín Tapia

Tabla 20. Segmento 1 y 2 genero, edad

Género (La mayor parte de visitantes son de género masculino)			
 la mayoría de visitantes son de nacionalidad ecuatoriana	Comprenden la edad de 65 años y mas	 su principal ocupación son empleados públicos	
 Su nivel educativo es Educación universitaria	 Los visitantes son casados	 Menos al salario básico	
 Los visitantes cuando llegan al museo no tienen presupuesto	 Los visitantes están dispuestos a pagar un dólar	 los visitantes llegan a la ciudad en vehículo propio	
 se trasladan al museo en vehículo propio	 prefieren visitar el museo con amigos	 van una vez al museo	
 Museo de la Música Salvador Zaragocin.	 más llegan por ocio al museo	 los visitantes prefieren un recuerdo del Lugar	
 El museo si lleno las expectativas del visitante			
EDAD: 65 y más			
 la mayoría de visitantes son de nacionalidad ecuatoriana	 la mayor parte de los visitantes son de género masculino	 su principal ocupación son empleados públicos	
 Su nivel educativo es Educación universitaria	 Los visitantes son casados	 Menos al salario básico	

	Los visitantes cuando llegan al museo no tienen presupuesto		Los visitantes están dispuestos a pagar un dólar		los visitantes llegan a la ciudad en vehículo propio
	se trasladan al museo en vehículo propio		prefieren visitar el museo con amigos		solo van una vez al museo
	Museo de la Música Salvador Zaragocin.		más llegan por ocio al museo		los visitantes prefieren un recuerdo del Lugar
	El museo si lleno las expectativas del visitante				

7. Discusión

Para determinar el universo de estudio y el tamaño de muestra se realizó un trabajo de campo donde se pudo observar que los museos no cuentan con un registro y se tuvo que tomar el GEOVIT, determinando que en los museos no disponen con registros digitales, lo cual no les permite obtener un conteo verídico. Se logró recopilar información actualizada mediante entrevistas y encuestas físicas y así poder facilitar la segmentación, dando a conocer la situación efectiva de los museos del centro histórico de Loja, en cuanto a que la información a integrar un sistema orientado a inteligencia de mercados deberá ser sistematizada y actualizada periódicamente para asegurar decisiones asertivas respecto de cambio y adaptaciones del destino, debido a que los museos cuentan con un registro físico ni de ninguna otra forma acerca de los turistas que visitan los museos.

Así mismo, se pudo determinar el perfil del turista obteniendo datos generales como: perfil sociodemográfico, nacionalidad, actividades que se realiza, transporte entre otros. Es que la caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. De la misma manera de acuerdo a los datos y análisis obtenidos de los dos perfiles del turista se determina cuál es su principal motivación, su necesidad durante su estadía, cuáles son sus preferencias y que actividades le gustaría realizar, su gasto turístico, lo que se comprueba con la teoría de la OMT (2008), el consumo turístico se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para satisfacer sus necesidades durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino.

Como parte complementaria de este trabajo de investigación se realizó una segmentación determinando los dos perfiles turísticos obtenidos, en los cuales pueden ser aprovechados para el desarrollo de distintas actividades que los turistas tengan como preferencia realizar durante su estadía, información y servicios que puedan obtener los turistas, y degustación de gastronomía de la localidad aprovechando una convivencia homogénea y disfrutar de la naturaleza corroborando con Rivas (2018), por consiguiente el comportamiento de los consumidores como grupo que se desplaza a lo largo y ancho del destino varía notablemente en cada segmento, los cuales se pueden tipificar por edades, sexo, intereses, niveles socioeconómicos, estilo de vida, entre otros. Así también se puede comprobar con Bento et al (2020) quien resalta que la promoción de equidad social, eficiencia económica y la conservación ambiental sirven para un desenvolvimiento sustentable para la práctica del turismo en los segmentos de mercado.

8. Conclusiones

La información recolectada nos permitió definir que en los museos del centro histórico de Loja es más visitada por turistas nacionales, con diferentes preferencias principalmente género, y un interés en volver a visitar estos museos.

La mayoría de los turistas encuestados expresaron un alto nivel de satisfacción con su experiencia en los museos del centro histórico de Loja, este hallazgo positivo ha logrado promocionar experiencias que cumplen con las expectativas de los visitantes, lo que atribuye a la reputación positiva del lugar para traer turistas

En cuanto a los resultados, se cumplió con el estudio de la determinación del perfil del turista nacional, logrando manejar análisis cualitativo y análisis cuantitativo lo que permitió dar a conocer varias expectativas de los turistas para que pueda incrementar el turismo en la zona, a través de una mejor organización y charlas para manejo de programas de registros digitales en los diferentes tipos museos.

El estudio del perfil del turista suministra una amplia información útil para los administradores de los museos, e incluso con respecto a mejorar los servicios turísticos y, de esta forma, impactar positivamente en la experiencia de los visitantes.

9. Recomendaciones

A los administradores de los museos el presente trabajo de investigación ya que contribuirá directamente a conocer el perfil del turista en los museos. Además de ello crear políticas y dárselas a conocer a los visitantes para que no existan problemas en el trayecto de su visita y la creación de páginas web con el fin de que permita a las instituciones crecer y dar a conocer su oferta a nivel local, nacional y extranjero.

Se recomienda a los administradores de los museos, revisar el estudio del perfil del visitante, para el mejoramiento de la institución ya que hay una baja demanda de turista extranjeros, e incrementar un estudio para determinar el perfil extranjero para los museos.

Para comprender mejor las implicaciones de estos resultados, los estudios futuros podrían identificar las necesidades existentes en cuanto a facilidades y servicio de calidad que pongan en valor a los museos, además de acciones que fortalezcan a la comunidad receptora en temas de capacitación, fomento de inversiones, mejora competitiva, innovación y factibilidad, entre otros. Para que los museos se desarrollen turísticamente.

Al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural se recomienda patrocinar talleres de capacitación referentes a atención al cliente, técnicas de guianza y patrimonio cultural dirigidos al personal que labora en los museos con la finalidad de garantizar la satisfacción del visitante de los museos del centro histórico de Loja.

10. Bibliografía

- Alcaldía, L. T. (2014). Loja MAPA TURISTICO. Loja, Loja, Ecuador. Datos de Loja. (16 de abril de 2015). Obtenido de <http://www.lojanos.com>
- Caldevilla, García, Barrietos. (2019). La importancia del turismo cultural como medio de dignificación del turista y de la industria. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/65117>
- Definición de turismo. (23 de 04 de 2015). Obtenido de [http://es.wikipedia.org/organizacion mundial del turismo](http://es.wikipedia.org/organizacion_mundial_del_turismo).
- Carvache, W., Torres, M., y Carvache, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. Cuadernos de Turismo, (39), 113–129. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290461>
- Centro de Estudios Superiores en Turismo [CESTUR]. (2012). Metodología del Estudio de Perfil y Satisfacción del Turista. Secretaría de Turismo. <https://fdocuments.ec/reader/full/metodologia-del-estudio-de-perfil-y-satisfaccion-delturista>
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist?: A conceptual clarification [¿Quién es un turista?: Una aclaración conceptual]. The sociological review, 22 (4), 527-555. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1974.tb00507>.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PromPerú]. (2015). Perfil del Turista Extranjero 2015. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1184122/5._Perfil_del_Turista_Extranjero_2015.pdf
- Constitución de la República del Ecuador 2008. (2008, 20 de octubre). Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008. Registro Oficial 449. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Falco, P. (30 de noviembre de 2020). Tipología de turismo. Obtenido de Entorno Turístico : <https://www.entornoturistico.com/clasificacion-y-tipos-de-turismo/>
- Moreno. (06 de 10 de 2020). Análisis estadístico del perfil turista en España a nivel provincial. Obtenido de <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/194540>
- OMT. (2019). Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20la,de%20inter%C3%A9s%20que%20representa%20la>

- Pineda, S. C. (12 de Diciembre de 2019). Sistema Turistico . Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2019000200162&lng=en&nrm=iso&tlng=es&ORIGINALLANG=es
- Ricauter, C. (2009). Manual para el diagnostico turistico. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>
- Sancho, A. (2019). Introduccion al Turismo. Obtenido de OMT Organizacion Mundial del Turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Zambrano, Garcia, Rodriguez, Lombana, Menchero. (2017). Cinco miradas 2017. EAN. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/CincoMiradas2017.pdf>

11. Anexos

Anexo 1. Certificación de ejecución de tema de tesis



FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
TURISMO

Ingeniero Rubén Darío Román Aguirre, MAE., **DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO DE LA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

INFORMA:

Que, luego de haber realizado la revisión en los archivos digitales existentes hasta la presente fecha, respecto a temas de Proyectos de Tesis, aprobados y graduados de la Carrera de Administración Turística - Turismo, al efecto se evidencia y constata que EL TEMA : “ **ESTUDIO DEL PERFIL DE LOS VISITANTES, EN LOS MUSEOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LOJA**”, presentado por el/la señor/ita: **XIMENA PAOLA ROSALES TORRES** estudiante del Séptimo Ciclo período académico Abril – Septiembre 2023, previo a optar por el grado de **Licenciada/o en Turismo, NO SE ENCUENTRA EJECUTADO NI EN EJECUCIÓN.**

Lo que informo en honor a la verdad.-

Loja, 14 de julio del 2023

Atentamente,

RUBEN DARIO
ROMAN
AGUIRRE

Firmado digitalmente
por RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE
Fecha: 2023.07.16
20:49:29 -05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Elaborado: Soledad Medina G.

Anexo 2. Certificado de pertinencia



unl | Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
**CARRERA
TURISMO**

Memorando Nro. UNL-FJSA-CTUR- 2023- 024
Loja, 05 de septiembre de 2023.

PARA: Rubén Darío Román A. MAE
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

ASUNTO: Informe de pertinencia de Proyecto de Integración Curricular

Por medio de la presente, y en atención a la designación realizada por Usted en el que solicita se emita informe de PERTINENCIA, me permito comunicarle respetuosamente que el proyecto de Investigación de Integración Curricular denominado **“ESTUDIO DEL PERFIL DE LOS VISITANTES, EN LOS MUSEOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LOJA.”** presentado por la Srta. **Ximena Paola Rosales Torres**, estudiante de la carrera de Turismo, previo a optar por el título de **LICENCIADA EN TURISMO**, que luego de las correcciones realizadas por la estudiante en el proyecto en su mayor parte cuestiones de forma con fecha 05 de septiembre de 2023, me permito informar que el mismo **ES PERTINENTE**.

Particular que hago de su conocimiento para los fines que usted considere pertinentes.

Atentamente,



Firma digitalizada por:
**LUIS RAÚL CORONEL
CURIMILMA**

Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma Mg. Sc.
DOCENTE DE LA CARRERA DE TURISMO

CC: Archivo/Srta. Ximena Paola Rosales Torres

Anexo 3. Decreto de asignación de director de tesis



unl Universidad
Nacional
de Loja

**FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
TURISMO**

Presentada el día de hoy, 05 de septiembre del 2023, a las 17h40. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

**ENA REGINA
PELAEZ
SORIA** Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2023.09.06
09:10:13 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
**SECRETARIA ABOGADA DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 05 de septiembre del 2023, a las 17h45. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa al **Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: "**ESTUDIO DEL PERFIL DE LOS VISITANTES, EN LOS MUSEOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LOJA**", de autoría del Sr./Srta. **Ximena Paola Rosales Torres**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación "*será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación*". **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

**RUBEN DARIO
ROMAN
AGUIRRE** Firmado digitalmente por RUBEN
DARIO ROMAN AGUIRRE
Fecha: 2023.09.05 17:52:41
-05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Loja, 05 de septiembre del 2023, a las 15h50. Notifiqué con el decreto que antecede al Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc., para constancia suscriben:

Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.
DIRECTOR/A DEL PROYECTO

**ENA
REGINA
PELAEZ
SORIA** Firmado
digitalmente por
ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2023.09.06
09:10:25 -05'00'
Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
SECRETARIA ABOGADA



Firmado digitalmente por
**SOLEDAD ELIZABETH
MEDINA GORDILLO**

Elaborado por Soledad Medina G.

Anexo 4. Certificación de la traducción de resumen



Juan Pablo Ordóñez Salazar
CELTA-Certified English Teacher,
traductor e intérprete.

Certificación de traducción al idioma inglés.

JUAN PABLO ORDÓÑEZ SALAZAR.
CELTA-certified English teacher, traductor e intérprete.

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés, del resumen de tesis titulado: **“Estudio del perfil de los visitantes, en los museos del centro histórico de Loja”**, de autoría de la estudiante **Ximena Paola Rosales Torres**, con número de cédula **1104139801**, egresada de la Carrera de turismo de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la universidad nacional de Loja.

Lo certifico en honor a la verdad, y autorizo a la interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Loja, 18 de septiembre del 2024

1103601090
JUAN PABLO
ORDÓÑEZ
SALAZAR

Firmado digitalmente por
1103601090 JUAN PABLO
ORDÓÑEZ SALAZAR
Fecha: 2024.09.18
19:08:27 -05'00'

Juan Pablo Ordóñez Salazar

DNI: 110360109-0

Código de Perito de la Judicatura: 12298374

Celular: +593 994290147

CELTA – CERTIFIED ENGLISH TEACHER, TRADUCTOR E INTÉRPRETE

Anexo 5. Ficha resumen

Ficha del Museo		
Nombre del atractivo:	Jerarquía:	
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Provincia:	Cantón.	Localidad:
Figura:	Ubicación.	
Descripción		
Actividades		
Recomendaciones:		

Anexo 6. Modelo de la entrevista



Señor (a). Como estudiante de la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne concederme la siguiente entrevista, misma que servirá para obtener información con fines académicos para el desarrollo de mi trabajo de tesis titulado: “Estudio del perfil de los visitantes, en los museos del centro histórico de Loja”.

1. ¿Cuáles son las exhibiciones y eventos que programa el museo para atraer a diferentes segmentos de la población?
2. ¿Se han implementado iniciativas digitales para mejorar la oferta de los museos y que iniciativas a tenido el museo para involucrar a la comunidad en las actividades que oferta el museo
3. ¿Cómo se asegura el museo de que su programación sea relevante y accesible para diversos grupos demográficos?
4. ¿Cómo busca el museo colaborar con otras instituciones o socios para ampliar su alcance?
5. ¿Han tenido que ajustar su enfoque para adaptarse a cambios en el comportamiento del visitante?
6. ¿Cuáles serían la gestión administrativa del museo para mantenece en el mercado
7. ¿Se están considerando nuevas estrategias o enfoques innovadores para atraer y retener a visitantes?
8. Cree que la oferta del museo es suficiente para mantener las visitas
9. La oferta del museo ayudo a complementar la actividad turística del destino Loja
10. La ubicación de los museos influye en la visitas del museo

Anexo 7. Modelo de la encuesta



Universidad Nacional de Loja

Agradezco su tiempo para contestar las siguientes preguntas Reciba un cordial saludo de Ximena Rosales estudiante de la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja, la presente encuesta forma parte de mi trabajo de titulación, donde la información que proporcione tiene fines académicos. El objetivo principal es “Estudio del perfil del visitante en los museos del centro histórico de Loja”

Datos generales: Estudio del perfil sociodemográfico	
1. Sexo	2. Datos generales
() Masculino () Femenino	() 8 a 15 () 18 a 24 años () 25 a 31 () 37 a 44 años () 45 a 64 años () 65 y más años gente retirada con una gran disposición de tiempo de ocio
3. Nacionalidad	4. Estado civil
() Ecuatoriano () Extranjero Lugar de procedencia.....	Soltero/a () Casado/a () Unión de hechos () Divorciado/a () Viudo/a ()
5. Nivel de estudios (marque el rango más alto alcanzado)	6. Ocupación actual
Sin estudios () Educación primaria () Educación secundaria () Educación universitaria () Estudios de cuarto nivel ()	Estudiante Empleado público () Empleado privado () Empresario () Ama de casa () Jubilado/Pensionado () Otro () especifique.....
7. Nivel de ingresos que percibe	8. Cuál es su presupuesto cuando visita los museos
a. Menos de \$450 (Salario básico unificado al 2023) () b. Entre \$451 a \$600 () c. Entre \$601 a \$800 () d. Entre \$801 a \$1.000 () e. Entre \$1001a \$1.400 () f. Mas \$1.401 ()	a. Sin costo () b. 0.50 () c. 1.00 () d. Mas 2.00 ()
Preferencias:	

<p>9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar la entrada hacia los museos?</p>	<p>10. Si no reside en Loja señale el medio de transporte con el que llega a la ciudad.</p>
<p>a. 1 dólar () b. De 1 a 1.50 dólares () c. De 1.50 a 2.00 dólares () d. sin valor de entrada ()</p>	<p>a. Vehículo propio () b. Cooperativa de transporte () c. Transporte turístico () d. Avión () e. Otro () Especifique</p>
<p>11. Medio de transporte que utiliza para llegar a los museos del centro histórico de Loja</p>	<p>12. Con quien visita los museos del centro histórico de loja</p>
<p>a. Transporte público - bus () b. Taxi () c. Auto propio () d. A pie () e. Otro () Especifique</p>	<p>a. Solo () b. Amigos () c. Familia () d. Pareja () e. Compañeros de estudio () f. Compañeros de trabajo () g. Otro () Especifique</p>
<p>13. Cuantas veces visita usted los museos del centro histórico de Loja durante su estadía</p>	<p>14. De los siguientes museos señale en orden de preferencia (elija una opción)</p>
<p>a. 1 vez () b. 2 veces () c. 3 veces () d. Mas de 4 ()</p>	<p>a) Museo de la Cultura Lojana () b) Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja () c) Museo de la Música ()</p>
<p>15. Indique cuál es la razón por la que visita el museo del centro histórico de Loja (elija una opción)</p>	<p>16. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria al bien e inmuebles del museo del centro histórico de Loja?</p>
<p>a)Ocio () b)Trabajo () c)Educación () d)Negocios () f) otros () especifique.....</p>	<p>Si () No() Por qué</p>
<p>17. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria al bien e muebles del museo del centro histórico de Loja?</p>	<p>18. ¿Señale que servicio le gustaría que se implemente en el museo (elija una opción)</p>
<p>Si () No() Por qué</p>	<p>a. Guianza () b. talleres práctico () c. Un recuerdos del lugar visitado() d. Alimentación () e. Otros Especifique:</p>
<p>19. El museo ha llenado sus expectativas</p>	
<p>Si () No ()</p>	