

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

### CARRERA DE TURISMO

**Tema: “La gestión turística en los museos de la provincia de Imbabura y su aporte en el desarrollo del turismo cultural”**

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

AUTORA: Valverde Pérez Alison Madelaine

TUTOR: Ing. Lucero Lima Gustavo A, MSc

Tulcán, 2023.

## CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Valverde Pérez Alison Madelaine con el número de cédula 0450073242 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "La gestión turística en los museos de la provincia de Imbabura y su aporte en el desarrollo del turismo cultural"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

---

Ing. Lucero Lima Gustavo Armando, MSc

**TUTOR**

Tulcán, julio de 2023

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Valverde Pérez Alison Madelaine con cédula de identidad número 0450073242 respectivamente declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

Valverde Pérez Alison Madelaine

**AUTORA**

Tulcán, julio de 2023

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Valverde Pérez Alison Madelaine. declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "La gestión turística en los museos de la provincia de Imbabura y su aporte en el desarrollo del turismo cultural" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Valverde Pérez Alison Madelaine

**AUTORA**

Tulcán, julio de 2023

## **AGRADECIMIENTO**

Los resultados de este trabajo, merece una profunda gratitud y agradecimiento aquellas personas que me dieron guía y fuerza para poder culminar esta etapa en mi vida. A mis padres quienes a pesar de las situaciones que se han enfrentado siempre me brindaron apoyo incondicional, gracias por su amor infinito, gracias por que su esfuerzo no ha sido en vano y se refleja en ayudarme a cumplir esta gran meta de mi vida. De igual manera agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por impartir sus conocimientos por medio de mis maestros.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicada a mi familia y principalmente a mis padres por su constancia, dedicación, guía, porque siempre han velado por mi bienestar y apoyo en todo momento. Por depositar su confianza en mí en cada reto que se ha presentado es por ellos que he podido ir avanzando y lograr mis metas.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	18
<b>ABSTRACT</b> .....	19
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	20
<b>I. EL PROBLEMA</b> .....	21
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	21
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	22
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	22
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	23
1.4.1. Objetivo General.....	23
1.4.2. Objetivos Específicos .....	23
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	23
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	24
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	24
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	25
2.2.1 Patrimonio cultural .....	26
2.2.2 Diferencia entre las diferentes instituciones culturales .....	28
2.2.3 Tipos de museos.....	28
2.2.4 Funciones del museo .....	29
2.2.5 Principales museos de la provincia de Imbabura .....	31
2.2.6 Gestión Turística .....	31
2.2.7 Gestión Museal .....	34
2.2.8 Indicadores para evaluar la gestión turística en los museos.....	36
2.2.9 La Gestión y Desarrollo de los museos .....	42

2.2.10 Desarrollo .....	42
2.2.11 Desarrollo turístico .....	43
2.2.12 Desarrollo cultural y Desarrollo del turismo cultural .....	44
2.2.13 Factores para identificar el desarrollo del turismo cultural .....	46
2.2.14 El equilibrio económico .....	46
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>47</b>
<b>3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....</b>	<b>47</b>
3.1.1. Enfoque Cualitativo.....	47
3.1.2. Tipo de Investigación .....	48
<b>3.2. IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>48</b>
<b>3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....</b>	<b>49</b>
<b>3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....</b>	<b>53</b>
<b>3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....</b>	<b>54</b>
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>58</b>
<b>4.1. RESULTADOS .....</b>	<b>58</b>
4.1.1 Resultados de las entrevistas para los encargados de los museos. ....	58
4.1.2. Resultados de las fichas de observación para los museos.....	87
<b>4.2. DISCUSIÓN .....</b>	<b>192</b>
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>197</b>
<b>5.1. CONCLUSIONES .....</b>	<b>197</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>198</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>199</b>
<b>VII. ANEXOS .....</b>	<b>206</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Puntos importantes del patrimonio cultural para museos .....	27
Tabla 2. Diferencia entre las diferentes instituciones culturales.....	28
Tabla 3. Tipos de Museos.....	29
Tabla 4. Funciones del Museo.....	30
Tabla 5. Museos de la Provincia de Imbabura. ....	31
Tabla 6. Funciones de la Administración.....	33
Tabla 7. Operacionalización de las variables: La gestión turística en museos. ....	49
Tabla 8. Operacionalización de las variables: Desarrollo del turismo cultural.....	51
Tabla 9. Registro de visitantes de los museos de la provincia de Imbabura. ....	55
Tabla 10. Matriz de interpretación de entrevistas .....	59
Tabla 11. Leyenda ficha de observación .....	88
Tabla 12. Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	89
Tabla 13. Leyenda nombres de los museos para la interpretación de la ficha .....	89
Tabla 14. Matriz Para Interpretación De Fichas De Observa .....	90
Tabla 15. Señalética dentro y fuera del museo.....	93
Tabla 16. Modernas y adecuadas instalaciones.....	94
Tabla 17. Actividades culturales de entretenimiento .....	95
Tabla 18. Servicios en general .....	96
Tabla 19. Información antes de adquirir el servicio.....	97
Tabla 20. Alianzas con otras instituciones.....	98
Tabla 21. Percepción de los productos o servicios brindados.....	99
Tabla 22. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	100
Tabla 23. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	101
Tabla 24. Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural .....	102
Tabla 25. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	103
Tabla 26. Modernas y adecuadas instalaciones.....	104
Tabla 27. Actividades culturales de entretenimiento .....	105
Tabla 28. Servicios en General.....	105
Tabla 29. Información antes de adquirir el servicio.....	106
Tabla 30. Alianzas con otras instituciones.....	107
Tabla 31. Percepción de los productos o servicios brindados.....	108

Tabla 32. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	109
Tabla 33. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	110
Tabla 34. Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural.....	111
Tabla 35. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	113
Tabla 36. Modernas y adecuadas instalaciones .....	114
Tabla 37. Actividades culturales de entretenimiento .....	115
Tabla 38. Servicios en General.....	115
Tabla 39. Información antes de adquirir el servicio .....	116
Tabla 40. Alianzas con otras instituciones .....	117
Tabla 41. Percepción de los productos o servicios brindados .....	118
Tabla 42. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	119
Tabla 43. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	120
Tabla 44. Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural.....	121
Tabla 45. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	123
Tabla 46. Modernas y adecuadas instalaciones .....	124
Tabla 47. Actividades culturales de entretenimiento .....	124
Tabla 48. Servicios en General.....	125
Tabla 49. Información antes de adquirir el servicio .....	126
Tabla 50. Alianzas con otras instituciones .....	127
Tabla 51. Percepción de los productos o servicios brindados.....	128
Tabla 52. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	129
Tabla 53. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	130
Tabla 54. Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural.....	131
Tabla 55. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	133
Tabla 56. Modernas y adecuadas instalaciones .....	134
Tabla 57. Actividades culturales de entretenimiento .....	135
Tabla 58. Servicios en General.....	136
Tabla 59. Información antes de adquirir el servicio .....	136
Tabla 60. Alianzas con otras instituciones .....	137
Tabla 61. Percepción de los productos o servicios brindados.....	138
Tabla 62. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	139
Tabla 63. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	140
Tabla 64. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	141

Tabla 65. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	143
Tabla 66. Modernas y adecuadas instalaciones.....	144
Tabla 67. Actividades culturales de entretenimiento .....	145
Tabla 68. Servicios en General.....	146
Tabla 69. Información antes de adquirir el servicio.....	147
Tabla 70. Alianzas con otras instituciones.....	148
Tabla 71. Percepción de los productos o servicios brindados.....	148
Tabla 72. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	149
Tabla 73. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	150
Tabla 74. Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural .....	151
Tabla 75. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	153
Tabla 76. Modernas y adecuadas instalaciones.....	154
Tabla 77. Actividades culturales de entretenimiento .....	154
Tabla 78. Servicios en General.....	155
Tabla 79. Información antes de adquirir el servicio.....	156
Tabla 80. Alianzas con otras instituciones.....	157
Tabla 81. Percepción de los productos o servicios brindados.....	158
Tabla 82. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	159
Tabla 83. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	160
Tabla 84. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	161
Tabla 85. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	163
Tabla 86. Modernas y adecuadas instalaciones.....	164
Tabla 87. Actividades culturales de entretenimiento .....	164
Tabla 88. Servicios en General.....	165
Tabla 89. Información antes de adquirir el servicio.....	166
Tabla 90. Alianzas con otras instituciones.....	167
Tabla 91. Percepción de los productos o servicios brindados.....	168
Tabla 92. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	169
Tabla 93. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	170
Tabla 94. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	171
Tabla 95. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	173
Tabla 96. Modernas y adecuadas instalaciones.....	174
Tabla 97. Actividades culturales de entretenimiento .....	175

Tabla 98. Servicios en General .....	176
Tabla 99. Información antes de adquirir el servicio .....	177
Tabla 100. Alianzas con otras instituciones .....	178
Tabla 101. Percepción de los productos o servicios brindados.....	178
Tabla 102. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	179
Tabla 103. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades.....	180
Tabla 104. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	181
Tabla 105. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	183
Tabla 106. Modernas y adecuadas instalaciones .....	184
Tabla 107. Actividades culturales de entretenimiento .....	184
Tabla 108. Servicios en General.....	185
Tabla 109. Información antes de adquirir el servicio .....	186
Tabla 110. Alianzas con otras instituciones .....	187
Tabla 111. Percepción de los productos o servicios brindados.....	188
Tabla 112. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	189
Tabla 113. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades.....	190
Tabla 114. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	191

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Funciones de la Administración .....	32
Figura 2. Ejes de la Accesibilidad .....	38
Figura 3. Modelo de Fundibeq .....	39
Figura 4. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	93
Figura 5. Modernas y adecuadas instalaciones.....	94
Figura 6. Actividades culturales de entretenimiento .....	95
Figura 7. Servicios en general .....	96
Figura 8. Información antes de adquirir el servicio.....	97
Figura 9. Alianzas con otras instituciones.....	98
Figura 10. Percepción de los productos o servicios brindados.....	99
Figura 11. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	100
Figura 12. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	101
Figura 13. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	102
Figura 14. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	103
Figura 15. Modernas y adecuadas instalaciones.....	104
Figura 16. Actividades culturales de entretenimiento .....	105
Figura 17. Servicios en General.....	106
Figura 18. Información antes de adquirir el servicio.....	107
Figura 19. Alianzas con otras instituciones.....	108
Figura 20. Percepción de los productos o servicios brindados.....	109
Figura 21. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	110
Figura 22. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	111
Figura 23. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	112
Figura 24. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	113
Figura 25. Modernas y adecuadas instalaciones.....	114
Figura 26. Actividades culturales de entretenimiento .....	115
Figura 27. Servicios en General.....	116
Figura 28. Información antes de adquirir el servicio.....	117
Figura 29. Alianzas con otras instituciones.....	118
Figura 30. Percepción de los productos o servicios brindados.....	119
Figura 31. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	120

Figura 32. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades.....	121
Figura 33. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	122
Figura 34. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	123
Figura 35. Modernas y adecuadas instalaciones.....	124
Figura 36. Actividades culturales de entretenimiento .....	125
Figura 37. Servicios en General.....	126
Figura 38. Información antes de adquirir el servicio.....	127
Figura 39. Alianzas con otras instituciones.....	128
Figura 40. Percepción de los productos o servicios brindados.....	129
Figura 41. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	130
Figura 42. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades.....	131
Figura 43. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	132
Figura 44. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	133
Figura 45. Modernas y adecuadas instalaciones.....	134
Figura 46. Actividades culturales de entretenimiento .....	135
Figura 47. Servicios en General.....	136
Figura 48. Información antes de adquirir el servicio.....	137
Figura 49. Alianzas con otras instituciones.....	138
Figura 50. Percepción de los productos o servicios brindados.....	139
Figura 51. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	140
Figura 52. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades.....	141
Figura 53. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	142
Figura 54. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	143
Figura 55. Modernas y adecuadas instalaciones.....	144
Figura 56. Actividades culturales de entretenimiento .....	145
Figura 57. Servicios en General.....	146
Figura 58. Información antes de adquirir el servicio.....	147
Figura 59. Alianzas con otras instituciones.....	148
Figura 60. Percepción de los productos o servicios brindados.....	149
Figura 61. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	150
Figura 62. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades.....	151
Figura 63. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	152
Figura 64. Señalética que orienta dentro y fuera del museo.....	153

Figura 65. Modernas y adecuadas instalaciones.....	154
Figura 66. Actividades culturales de entretenimiento .....	155
Figura 67. Servicios en General.....	156
Figura 68. Información antes de adquirir el servicio.....	157
Figura 69. Alianzas con otras instituciones.....	158
Figura 70. Percepción de los productos o servicios brindados.....	159
Figura 71. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	160
Figura 72. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	161
Figura 73. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	162
Figura 74. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	163
Figura 75. Modernas y adecuadas instalaciones.....	164
Figura 76. Actividades culturales de entretenimiento .....	165
Figura 77. Servicios en General.....	166
Figura 78. Información antes de adquirir el servicio.....	167
Figura 79. Alianzas con otras instituciones.....	168
Figura 80. Percepción de los productos o servicios brindados.....	169
Figura 81. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	170
Figura 82. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	171
Figura 83. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	172
Figura 84. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	173
Figura 85. Modernas y adecuadas instalaciones.....	174
Figura 86. Actividades culturales de entretenimiento .....	175
Figura 87. Servicios en General.....	176
Figura 88. Información antes de adquirir el servicio.....	177
Figura 89. Alianzas con otras instituciones.....	178
Figura 90. Percepción de los productos o servicios brindados.....	179
Figura 91. Cumple las expectativas los productos y servicios .....	180
Figura 92. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades .....	181
Figura 93. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	182
Figura 94. Señalética que orienta dentro y fuera del museo .....	183
Figura 95. Modernas y adecuadas instalaciones.....	184
Figura 96. Actividades culturales de entretenimiento .....	185
Figura 97. Servicios en General.....	186

Figura 98. Información antes de adquirir el servicio .....	187
Figura 99. Alianzas con otras instituciones .....	188
Figura 100. Percepción de los productos o servicios brindados .....	189
Figura 101. Cumple las expectativas los productos y servicios.....	190
Figura 102. Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades.....	191
Figura 103. Administración del museo y desarrollo del turismo cultural.....	192
Figura 104. Entrevista al encargado del museo del centro cultural el cuartel .....	217
Figura105. Sala del museo con piezas arqueológicas.....	217
Figura 106. Sala del museo de arte contemporáneo .....	218
Figura 107. Director del Museo Benjamín Carrión núcleo de Imbabura.....	218
Figura 108. Sala del Museo Benjamín Carrión núcleo de Imbabura .....	219
Figura109. Sala del tren Benjamín Carrión núcleo de Imbabura.....	219
Figura 110. Entrevista al encargado del museo Samay Huasi .....	220
Figura 111. Entrevista al encargado del Museo Carangue.....	220
Figura 112. Entrevista al encargado del museo Malta Huasi .....	220
Figura113. Fábrica Textil Imbabura.....	221

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC .....	206
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas .....	207
Anexo 3. Ficha de Observación.....	209
Anexo 4. Encuesta para Visitantes.....	213
Anexo 5. Entrevista para el director del museo.....	215
Anexo 6. Imágenes de las entrevistados de los museos y sus salas .....	217

## RESUMEN

El objetivo general de este trabajo fue analizar la gestión turística en museos de la provincia de Imbabura y su aporte al desarrollo del turismo cultural. La investigación se realizó con un enfoque cualitativo que permitió que sea de forma descriptiva y de campo, al ser la investigación cualitativa se aplicaron instrumentos para ver las características que se requieren, como las entrevistas dirigidas a los directores de cada museo para determinar la gestión turística que se maneja internamente. Las fichas de observación se aplicaron a los museos para determinar la gestión mediante 7 indicadores y 41 sub indicadores. Al finalizar la investigación se determinó que los museos con adecuada gestión turística aportan al turismo cultural. Cabe mencionar que los museos públicos obtuvieron porcentajes altos en la gestión turística mediante la ficha, sin embargo, mediante la entrevista dirigida a los directores se determinó que presentan un déficit de gestión interna, ya que la mayoría no presenta un plan de gestión turística y los museos privados obtuvieron los porcentajes más bajos en la ficha y de igual forma en la entrevista. Las encuestas dirigidas a los visitantes determinaron su percepción ante el museo para conocer la perspectiva del desarrollo del turismo cultural, ya que un museo es un lugar de convivencia y portador de conocimiento.

**Palabras clave:** gestión turística, gestión museal, desarrollo del turismo cultural

## ABSTRACT

The general objective of this work was to analyze tourism management in museums in the province of Imbabura and its contribution to the development of cultural tourism. The research was carried out with a qualitative approach that allowed it to be descriptive and field, being the qualitative research instruments were applied to see the characteristics that are required, such as interviews with the directors of each museum to determine the tourism management that is handled internally. The observation sheets were applied to the museums to determine the management through 7 indicators and 41 sub-indicators. At the end of the investigation, it was determined that museums with adequate tourism management contribute to cultural tourism. It is worth mentioning that public museums obtained high percentages in tourism management through the file, however, through the interview with the directors it was determined that they present a deficit of internal management, since most do not present a tourism management plan and private museums obtained the lowest percentages in the file and in the same way in the interview. The surveys addressed to the visitors determined their perception of the museum to know the perspective of the development of cultural tourism, since a museum is a place of coexistence and a carrier of knowledge.

**Keywords:** tourism management, museum management, development of cultural touri

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como principal objetivo el análisis a la gestión turística en los museos de la provincia de Imbabura y su aporte al desarrollo del turismo cultural, los museos que fueron tomados para el estudio fueron diez de los trece que de la provincia ya que los otros tres no se encontraban habilitados para recibir turistas.

Los museos de la provincia de Imbabura carecen de actividades o programas culturales, lo cual conlleva a una escasa afluencia de visitantes o poco interés de estos, por la cual requieren de ser analizados de manera directa y así lograr una recolección de información respecto a la situación presente de los museos. El estudio se basa en las características que tiene cada museo y su gestión turística con respecto a los comentarios de cada director, encuestas a los visitantes y también con la ficha de observación. Lo cual contribuye a la recolección de datos y así determinar la situación en la que se encuentra la gestión turística de cada museo de la provincia. Mediante la investigación se logra determinar en qué situación se encuentran los museos y que déficit dentro de su sistema con llevan, los parámetros que debe cumplir para tener una adecuada gestión turística y así tenga un gran aporte al desarrollo del turismo cultural. Cabe recalcar que el presente trabajo está compuesto por cinco capítulos, el primer capítulo se fundamenta en el problema, el cual se divide en el planteamiento del problema, su formulación, la justificación de la investigación y sus objetivos generales y específicos para llevar a cabo el trabajo. El segundo capítulo aborda la fundamentación teórica donde se explican los temas importantes para llevar a cabo los resultados deseados, el tercer capítulo respecta a la metodología la cual explica de qué manera se llevó a cabo la información obtenida mediante los instrumentos y técnicas aplicadas, su enfoque y tipo de investigación, además la idea a defender, definición y operacionalización de variables, el cuarto capítulo se desarrolla la obtención de resultados obtenidos, facilitado por los instrumentos aplicados y también la discusión que determina las interrogantes de la investigación y finalmente el quinto capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **I. EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el Ecuador contamos con una gran variedad de culturas, y parte de esta cultura se encuentra en museos, formando parte del patrimonio cultural histórico. El patrimonio cultural histórico comprende a las culturas que son seleccionadas por su historia o la tradición y debe ser comprendido y cuidado por la sociedad que lo hereda, lo selecciona y de la misma forma la sociedad deberá acrecentarlo y transmitirlo a las nuevas generaciones, dado que representa a una persona, a un pueblo hasta a un país.

Los museos contienen expresiones tangibles e intangibles siendo promotores de las exhibiciones, actividades y publicidad cultural. Un museo es un lugar de investigación y autoridad de protección, ya que cuida de distintos objetos históricos, siendo participe de proporcionar servicios múltiples a los visitantes y satisfacer sus expectativas, siendo así que en el Ecuador los museos exponen sus colecciones de acuerdo con su tipología sea de historia, religión, arqueología, paleontología, cultural entre otros.

Según el patrimonio Cultural (2008) menciona que "el patrimonio cultural ha adquirido una gran importancia económica para el sector del turismo en muchos países, al mismo tiempo que se generaban nuevos retos para su conservación". Además, como se menciona en la constitución de la Republica del Ecuador (2021), art. 379 "el estado debe salvaguardar las edificaciones y monumentos que contribuyan a la identidad de los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico".

Un museo aporta de forma económica a una localidad, así como menciona Navarro y Marín (2011) que "la concepción del museo como organización es la base para su inmersión en el mundo de la gestión económica y sitúa su estudio a cabo entre economía y cultura".

La gestión turística en museos puede convertir a un lugar en un destino turístico y con gran potencial económico para una localidad, tomando en cuenta que un museo bien gestionado contiene una visión, mandato, metas, objetivos y no solo eso, sino también parámetros que indican que un museo está en óptimas condiciones para recibir visitantes y ofrecer todos los servicios necesarios para satisfacer sus necesidades y expectativas.

La gestión turística en museos motiva al desplazamiento de los visitantes, dando resultados de desarrollo cultural y presentado un intercambio entre culturas de los visitantes e individuos de la localidad con programas y actividades culturales, favoreciendo en el ámbito económico en establecimiento de hospedaje, alimentación e incluso pequeños emprendimientos de los alrededores. Por lo tanto, es necesario analizar la gestión turística en los trece museos de la provincia de Imbabura ya que en la zona es necesario analizar la calidad de gestión turística que existe hasta el momento y ver su aporte en el desarrollo del turismo cultural.

En cada rincón del mundo hay una historia, una cultura; cada localidad tendrá su identidad propia, por lo tanto, un museo comparte conocimientos culturales e históricos de su localidad. Hay que aprovechar y dar vida al turismo cultural con una buena gestión turística en museos, ayudando a que estos lugares no sean un sitio de paso, sino que sea los principales lugares de visita.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿La gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura influye en el desarrollo del turismo cultural en la provincia en el año 2022-2023?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

A partir de los señalamientos que evidencian a la gestión turística en museos como una problemática en la provincia de Imbabura y su influencia en el desarrollo del turismo cultural, se concibe realizar un análisis de la gestión turística en los trece museos de la provincia, de tal forma que se amplifique la reflexión a los directores de las instituciones. En este sentido, los aportes de esta investigación arrojan algunas ideas acerca de una gestión turística de calidad en museos de tal forma que permite que cada museo desarrolle actividades innovadoras y creativas para contribuir al desarrollo del turismo cultural y de esta forma los museos contengan más afluencia

de visitantes. Así mismo se proporcionan indicadores para la reflexión sobre este análisis. Por otra parte, el análisis servirá para mejorar en cuanto a la calidad de la gestión turística en los trece museos de provincia de Imbabura y ver como se encuentra el desarrollo del turismo cultural, detectando los puntos débiles que ayudaran a la implementación de nuevas ideas de calidad en cuanto a las necesidades de demanda por parte de los visitantes. Con respecto a la viabilidad de la investigación, se contempla el uso de recursos tecnológicos e institucionales que se dispone de manera personal como son computadora, internet, libros, impresora, papel entre otros suministros, así mismo, se cuenta con el acceso a las referentes teóricas y metodológicas como a asesorías por parte del personal docente y los museos de la provincia de Imbabura.

#### **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

##### 1.4.1. Objetivo General

Analizar la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura y su aporte al desarrollo del turismo cultural.

##### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente la gestión turística de los museos y su aporte al desarrollo del turismo cultural para el proceso de la investigación.
- Evaluar la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura y su contribución al desarrollo del turismo cultural.
- Identificar el estado actual del desarrollo del turismo cultural en base a la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura.

##### 1.4.3. Preguntas de Investigación

1. ¿Cómo analizar la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura para el desarrollo del turismo cultural?
2. ¿De qué manera se puede identificar la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura para la contribución al desarrollo del turismo cultural?
3. ¿Cuál es la situación que se encuentra el desarrollo del turismo cultural en la provincia de Imbabura?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación se ha tomado en cuenta documentos que han sido de suma importancia y relevancia con investigaciones de otros países, nacionales y locales, además, se relaciona directamente con las dos variables que son la gestión turística en museos y el desarrollo del turístico cultural.

Se reviso la investigación de Campubrí (2015) quien desarrollo su investigación en el país de España en la ciudad de Girona, busco determinar los parámetros requeridos que debe de cumplir la gestión turística en museos, para esto se estudió a los cinco museos de la ciudad de Girona, se aplicó un cuestionario al director o persona responsable de cada uno d ellos museos y una guía de observaciones a los distintos museos de la ciudad de Girona, se encontró buenos resultados, el museo con mejores condiciones de señalización fue el Museo del Arte, obteniendo la puntuación más alta para la gestión turística. En cambio, el Museo Arqueológico presenta deficiencias, principalmente en señalización de las piezas o elementos importantes del museo.

En investigaciones realizadas a nivel nacional se encontró a José (2017) quien en su investigación desarrollada en la parroquia rural colonche, provincia de Santa Elena, busco "determinar cómo influye la gestión turística del patrimonio cultural de la cabecera parroquial rural de Colonche en el desarrollo del turismo cultural local mediante un análisis de campo a autoridades y pobladores", para esto se estudió a una muestra probabilística de doscientas cuarenta y siete habitantes de la parroquia rural Colonche, se aplicó un cuestionario a los pobladores que residen en el sitio y también se realizó otro cuestionario a las autoridades locales y autoridades de diferentes niveles para poder observar las dos variables de la investigación y constatar el interés sobre el desarrollo del turismo cultural de la parroquia, se concluyó que la administración local no posee conocimientos técnicos de turismo y herramientas de gestión turística, por otro lado la comunidad no se encarga del patrimonio cultural que tiene y abarca una frágil participación en actividades culturales.

De acuerdo con la autora León (2020) quien realizó su investigación en la ciudad de Riobamba, buscando determinar la influencia de la gestión museográfica en el desarrollo del turismo cultural de la ciudad, para esto se estudió a trescientos ochenta y siete habitantes de la ciudad de Riobamba, se aplicó un cuestionario estructurado a estos y se concluyó que los principales problemas expresados por los encuestados en cuanto al desarrollo del turismo cultural de la ciudad de Riobamba se relacionan directamente con la gestión museográfica, debido a que tienen escasa acogida.

Según la autora Lema (2019) en su investigación realizada en la ciudad de Riobamba, busco determinar el aporte de los museos urbanos de Riobamba al desarrollo cultural de sus habitantes, además para esta investigación se tomó en cuenta a los siguientes instrumentos: encuesta, entrevista y observación, para las encuestas se realizó a trescientos noventa y nueve habitantes en las distintas parroquias urbanas, las entrevistas se realizó a tres especialistas, así concluyendo que los museos de la ciudad de Riobamba aportan al desarrollo cultural de sus habitantes, ya que los museos son centros de exposiciones que se vinculan con la educación, aprendiendo la importancia de la historia el arte y la cultura a través del tiempo.

Los autores Carolina & Alexander (2021) quienes realizaron su investigación en la provincia del Carchi, con el objetivo de analizar la gestión turística de los museos de la provincia del Carchi para el desarrollo del turismo cultural, para llevar a cabo esta investigación se tomó en cuenta a trescientas cincuenta y cinco encuestas las que se las realizó a los visitantes de los museos, en resumen ningún museo mantiene un Plan de Gestión Turística el cual no permite mantener, conservar y crear estrategias, por otro lado tampoco se beneficia económicamente para su gestión, teniendo una difícil conservación y valoración y así mejorar su desarrollo turístico cultural.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

El presente trabajo investigativo principalmente se fundamenta en teorías de la gestión turística referente a diferentes autores, también como se divide la gestión turística, tipos de museos, desarrollo del turismo cultural entre otros puntos. La información recolectada para obtener un mejor desarrollo y comprensión en el documento investigativo.

### 2.2.1 Patrimonio cultural

Castillo (2022) menciona que “el patrimonio cultural incluye elementos culturales propios de un lugar determinado heredado desde antiguas generaciones hasta el presente y conservarlas para el futuro; es el conjunto de elementos, valores simbólicos expresados a través de rituales, aspectos festivos, conocimientos y más”.

Contreras (2022) menciona que el patrimonio cultural también hace referencia a la herencia artística y aquellas costumbres que dan identidad. Se dividen en tangibles e intangibles. El patrimonio tangible es todo aquello que se lo puede tocar y tiene dos formatos que son muebles e inmuebles. Los muebles forman parte de manuscritos, fotos, películas, obras de arte entre otros, y los inmuebles son monumentos arqueológicos, arquitectónicos e históricos como también lugares y paisajes.

El patrimonio cultural se divide en muchos puntos, pero para la mayor comprensión de esta investigación se han tomado en cuenta los siguientes:

**Tabla 1.** Puntos importantes del patrimonio cultural para museos

Puntos	Definición
Cultura	Según Mansurov (2022) menciona que “La cultura incluye todo lo que el hombre ha creado: pensamientos sociales, actividad económica, producción, consumo, literatura y arte, estilo de vida, dignidad humana”. Además, engloba las creencias, valores, costumbres y elementos aprendidos desde la antigüedad siendo heredados y manteniendo características que comparte una misma sociedad.
Identidad cultural	Según Pinedo (2022) La identidad cultural es el conjunto de valores que las personas adquieren dentro de su vida, o dentro de su entorno social. También está relacionada directamente con sus tradiciones y creencias para así desarrollarse a través del tiempo. Se ha fomentado que la práctica de valores forma parte del desarrollo de la identidad cultural. La identidad cultural está fundamentada desde los enfoques antropológicos, sociológicos, psicológicos y pedagógicos.
Museo	En general los museos son lugares que representan la identidad cultural de un lugar, persona, o experiencias artísticas que dan a conocer la historia y su aportación en la sociedad para compartir y conocer las culturas del mundo. Como lo menciona ICOM (2022) Un museo es “una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad.”
Turismo cultural	Según Mansurov (2022) en su revista de Asia Central De Innovaciones En Turismo Gestión Y Finanzas menciona que el potencial que tiene el turismo cultural es lo histórico de un país, que incluye todo el entorno sociocultural con tradiciones, costumbres, características del hogar y actividades económicas. Además, proporciona conocimientos de gran potencial para la educación, pero su desarrollo masivo requiere de cierta concentración en el patrimonio cultural entre ellos están: los monumentos arqueológicos; arquitectura religiosa y civil; monumentos de arquitectura paisajística; pequeñas y grandes ciudades históricas; asentamientos rurales; museos; teatros; salas de exposiciones, entre otros.  El turismo cultural se basa en las necesidades de las personas que están motivadas hacia lo histórico, espiritual y lo cultural del mundo, además cuando se lo comprende de forma directa se queda permanentemente en el pensamiento y sentimientos de los turistas ampliando su cosmovisión. Los elementos principales del turismo cultural se consideran a la bellas artes, música y danza, artesanías populares, historia, literatura, religión, agricultura, educación, religión, industria etc.

## 2.2.2 Diferencia entre las diferentes instituciones culturales

**Tabla 2.** Diferencia entre las diferentes instituciones culturales

Institución	Definición
Museo	Un museo es una institución cultural que permite difundir las distintas formas de vida de la humanidad, diferente pensar, arte, música, con el fin de compartir conocimientos nuevos en cada rincón del mundo así sean arqueológicos, antropológicos, entre otros. Además, un museo es una institución que permite nuevos estudios científicos y así aportar al mundo nuevos descubrimientos culturales.
Sala cultural	Una sala cultural es un aula en donde se presentan actividades culturales, exposiciones culturales sea de pintura, música, historia, lectura o diferentes obras de arte que permitan compartir conocimiento amplio a los visitantes.
Centro cultural	Un centro cultural es un espacio que promueve las manifestaciones artísticas a través de actividades, programas y también estimula la creación de nuevos proyectos científicos, literarios artísticos y de investigación. Además, un centro un centro da capacitaciones en las diferentes áreas artísticas y culturales.
Casa de la cultura	La casa de cultura o palacio de cultura genera procesos de desarrollo cultural concentrados en la comunidad. Además, se encarga de promover la preservación de culturas mediante la enseñanza y práctica de expresiones culturales, como talleres de danza, música, artes plásticas, teatro entre otras.
Complejo cultural	Es un espacio que permite la difusión cultural mediante la enseñanza de distintas expresiones artísticas, filosóficas o educativas.

## 2.2.3 Tipos de museos

En el mundo hay una variedad de museos, pero en esta investigación se tomará en cuenta a los siguientes tipos de museos ya que son los que se encuentran en la provincia de Imbabura.

Según SIIC (2019) existen un total de ciento setenta y cinco museos a nivel nacional los cuales se dividen entre museos de arqueología, historia, arte, etnografía, ciencias e historia natural, antropología, ciencias y tecnología, y arte aplicación y diseño.

**Tabla 3.** Tipos de Museos.

Tipología	Definición
Museo arqueológico.	Los museos arqueológicos en su mayoría se dedican a la exposición de cosas que fueron extraídas o halladas gracias a las excavaciones además como menciona Meunier (2017) "el museo de sitio arqueológico contextualiza los objetivos y desempeña un papel esencial en su salvaguardia y conservación garantizando la integridad de los bienes culturales, tangibles, e intangibles".
Museo histórico	Los museos históricos tienen la función de plasmar y demostrar la historia de un acontecimiento dade en un lugar y también como objetivo es compartir con las personas sus vivencias y vida de la antigüedad. Así como Chavarria (2007) menciona que los museos históricos "se definen por la expresión del material, ideológico, narrativo y discursivo de los hechos y cambios sociales que han afectado a la historia de las civilizaciones"
Museo de arte	Según Andrade (2014) El museo de arte consta de las siguientes funciones: participar en la historia del arte, promover el acto artístico, procurar el imaginario social y motivar la imaginación individual. El museo de arte activa las relaciones de la obra y el público cumpliendo con el acto imaginativo. Ya la motivación de los visitantes proviene de la imaginación que proporcione el museo.
Museo etnográfico	Según Herrero (2013) Los museos etnográficos exhiben obras ambiguas relacionadas con la antropología, representantes de la diversidad histórica, con piezas admirables e irrepetibles.
Museo de ciencias e historia natural	Según Morales (2010) El museo de ciencias e historia natural, son aquellos que exhiben la ciencia mediante paneles y colección de objetos históricos, también exponen los principios del universo. El museo también tiene como objetivo la conservación y preservación del patrimonio.
Museo de antropología	Según Roigé (2007) El museo de antropología debe comunicar y difundir los conocimientos y culturas ancestrales; como sus técnicas de elaboración económica, expresiones, tradiciones estéticas y su religión. Además, consta de investigaciones de campo ya que se debe documentar los objetos y estudiar su forma asociándolo con las creencias, la organización social, economía y política.
Museo de ciencias y tecnología	Como menciona Ruiz (2020) El museo de ciencias y tecnología es el que conserva y difunde la historia de la ciencia y tecnología tales como astronomía. Matemáticas. Física. Química. Ciencias médicas entre otras.
Museo de arte aplicación y diseño	Natalí Collado (2013) menciona que son aquellos que exhiben artes plásticas o también muestran numerosas exposiciones con colecciones de cuadros artísticos.

#### 2.2.4 Funciones del museo

según el consejo internacional de museos ICOM (2022) nos permite analizar y comprender las principales funciones de un museo, algunas de ellas permiten ver la importancia de un museo y lo necesario que es cumplir con ellas. A continuación, se explicará algunas de estas funciones:

**Tabla 4.** Funciones del Museo.

<b>Función</b>	<b>Definición</b>
Conservar	<p>La conservación es una parte importante para los museos, esta permite que los objetos que se encuentren dentro del lugar se mantengan en buen estado, de hecho, un patrimonio contiene el objetivo de salvaguardar los objetos y así poder transmitir su importancia a generaciones futuras.</p> <p>El termino conservación no siempre tiene el mismo significado o la misma interpretación por los especialistas de museos, el termino habitualmente utilizado es la preservación haciendo referencia a las condiciones ambientales como la temperatura, humedad, iluminación entre otras, en cambio el termino conservación está más enfocado en la protección y seguridad de los objetos contra robos e incendios. Pero estos dos aspectos son de suma importancia para un museo.</p>
Investigar	<p>La investigación es una de las funciones más esencial para los museos de hoy en día o los museos modernos, esta es importante ya que no solamente ayuda a cumplir con tareas tradicionales de identificación de objetos sino también para que el museo sea considerado un centro de investigación y protección sociocultural.</p> <p>Investigar es una función indispensable ya que para llevarla a cabo se deben emplear instrumentos, técnicas, lugares específicos, laboratorios, bibliotecas e informática.</p>
Coleccionar	<p>Esta función es la primera ya que gracias al origen de las colecciones pudo nacer esta institución, además el ampliar las colecciones dentro de un museo es de suma importancia, pero estas colecciones deben tener la misma tipología del museo o que sea proveniente de investigaciones que den relevancia a la cultura de este. Además, la formación de las colecciones de un museo contiene tres aspectos: que coleccionar, que no coleccionar y como coleccionar.</p>
Interpretar	<p>La interpretación beneficia a que los visitantes tengan buenas experiencias al transmitirles mensajes relevantes y especialmente claros, además debe despertar el interés de las personas y no solo consiste en entregar información si no que debe revelar una verdad, un significado profundo y que provoque a la gente un impacto positivo ampliando sus conocimientos. También la interpretación tiene enfoques diferentes como para niños, adolescentes y adultos.</p> <p>Los textos interpretativos deben transmitir aquello que los visitantes desearían conocer con conocimientos relevantes, humildad y responsabilidad. Estos deben estar en una posición efectiva para que capte la atención del visitante.</p>
Exhibir	<p>La exhibición es un tema muy particular ya que en un museo las exhibiciones dependen de la tipología del museo y de las características de este. Además, el objetivo de tener una buena exhibición es comunicar emoción estética, información y vivencias, es decir que el visitante reciba conocimientos, sentimientos y actitudes quedando impregnados en ellos.</p> <p>Finalmente, las funciones del museo dan lugar a que la información y conocimientos brindados sean captados de una forma positiva, que los acontecimientos, vivencias, actividades y aprendizajes transmitidos se queden en el visitante proporcionando placer o satisfacción al recibir estos conocimientos.</p>

Los museos son importantes en el turismo ya que también motivan al desplazamiento de los visitantes y hay en ocasiones que aportan no solo en ese ámbito si no también con hospedaje y alimentación por esta razón es que los museos aportan mucho en el turismo ayudando al desarrollo del turismo de una provincia.

### 2.2.5 Principales museos de la provincia de Imbabura

Según la Guía de turismo rural y urbana (2019-2013) menciona que los siguientes museos se encuentran en la ciudad de Ibarra, Además se recurrió a los seis GADs cantonales de la provincia de Imbabura para saber con cuantos museos cuenta la provincia dando un total de trece museos los cuales s ellos mostrara a continuación:

**Tabla 5.** Museos de la Provincia de Imbabura.

<b>Cantón</b>	<b>Museos</b>
Ibarra	1. Museo Malta Huasi 2. Museo Samay Huasi 3. Museo de Sal Barrio Caliente 4. Museo Carangue 5. Museo del Centro cultural el cuartel 6. Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio 7. Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura
Cantón Antonio Ante.	8. Museo Fábrica textil Imbabura
Cotacachi.	9. Museo de las culturas
Otavalo	10. Museo viviente Otavalango 11. Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome 12. Museo Víctor Alejandro Jaramillo
Pimampiro.	Ninguno
San Miguel de Urucuquí	13. Museo de la universidad Yachay

En los museos indicados anteriormente se les evaluara su gestión turística y para esto es necesario saber que es la gestión turística en museos o gestión museal. A continuación, se detallará cada uno de estos temas.

### 2.2.6 Gestión Turística

La gestión turística es la actividad que establece objetivos, características, estrategias para desarrollar actividades turísticas como servicios, además la gestión turística mejora los factores económicos, sociales, políticos y de investigación. Cabe mencionar que hoy en día los países del mundo han desarrollado gran actividad turística lo cual obliga a realizar diversidad de gestiones que ayuden al desarrollo de dichas actividades.

Es por esto que el turismo exige una gestión ya que enriquece la planificación, organización, control, dirección y coordinación de un lugar turísticos, además facilita

la toma de decisiones y la creación y cumplimiento de objetivos. Como Mero (2018) lo menciona que el "turismo requiere de un proceso de gestión, ya que los atractivos o recursos naturales son riqueza, de hecho, existe una planificación orientada hacia objetivos, así las empresas turísticas y los inversionistas han desplegado una amplia gestión para el desarrollo turístico."

Según Gilabert (2011) La gestión es la acción de gestionar y administrar. Administrar consiste en gobernar, ordenar, disponer y organizar. Estos cuatro puntos llevan a cabo la administración de una institución.

Cabe mencionar que la gestión turística es la administración de actividades y recopilando la teoría de Henry Fayol en Teorías Administrativas (2011) menciona que "los elementos de la función de la administración tomados en conjunto constituyen el proceso administrativo, y se encuentra en cualquier trabajo que lleve a cabo el administrar".

Los elementos se muestran en el cuadro siguiente:



**Figura 1.** Funciones de la Administración  
**Fuente:** Teorías Administrativas (2011)

**Tabla 6.** Funciones de la Administración

Dimensiones		Definición
Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los recursos de la empresa.</li> <li>• Condiciones técnicas, comerciales y financieras.</li> </ul>	La planificación turística comprende a las actividades turísticas que generan un rumbo de acción, es decir que estas nos dirigen a una toma de decisiones para mejorar dichas actividades supervisadas por la persona encargada (gerente) a corto o largo plazo.
Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formular decisiones claras y precisas.</li> <li>• Buen reclutamiento de personal.</li> <li>• Definir claramente las funciones.</li> <li>• Mantener Iniciativa y responsabilidad.</li> <li>• Observancia de la disciplina.</li> <li>• Poner especial atención a la unidad de mando.</li> <li>• Vigilar el material y social.</li> <li>• Mantener todo controlado.</li> </ul>	La organización turística son las actividades que ayudan a la estructura de las tareas y el nivel de responsabilidad en dichas actividades tomadas en el ámbito empresarial turístico.
Dirección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer a fondo su personal</li> <li>• Eliminar a los incapaces.</li> <li>• Información sobre las obligaciones del negocio y las obligaciones de sus empleados.</li> <li>• Dar buen ejemplo.</li> <li>• Realizar conferencias con el personal principal para mantener una buena dirección y la convergencia de esfuerzo.</li> <li>• Mantener Iniciativa y el empeño en el personal.</li> </ul>	Es aquella que ayuda a direccionar hacia donde quiere que lleguen las actividades o tareas.
Coordinación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integra todas las actividades o tareas.</li> <li>• Facilita el trabajo y resultados.</li> <li>• Sincroniza acciones</li> <li>• Evalúa el grado de integración de los trabajadores.</li> </ul>	Es la que ayuda a llegar a un objetivo con la ayuda de todos los colaboradores y así tener un equilibrio.
Control	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar resultados esperados.</li> <li>• Analizar datos y determinar correcciones.</li> </ul>	El control consiste en la vigilancia de las acciones que realiza el individuo, al control se aplican técnicas, normas y principios que sirven para que los trabajadores se cumplan de acuerdo con lo previsto.

### 2.2.7 Gestión Museal

La gestión museal es cuando un museo tenga una toma de decisiones que lleven al cumplimiento de la misión de este, así como el cumplimiento de su mandato y también los objetivos planteados a corto y largo plazo, comprendiendo a su vez su administración de actividades. La gestión debe dirigir, controlar, organizar y planificar todas las funciones del museo.

Mairesse (2010) menciona que "la gestión museal se define como la acción destinada a asegurar la dirección de los asuntos administrativos del museo o como el conjunto de acciones no directamente vinculadas con sus actividades específicas (preservación, investigación y comunicación".

Según el conversatorio que realizó la Escuela Superior de Museología Superior Rosario de Argentina menciona que la gestión museal es una de las gestiones más complejas ya que más que solo tener indicadores de gestión como diligenciar, tramitar, organizar, negociar, administrar, dirigir, gobernar, solucionar, despachar y tramitar hay que poner todas estas ideas y creatividad en acción, además todos estos indicadores hay que asociarlos con la gestión de las personas tanto como el personal de la institución, los distintos públicos ya que ahora en el siglo XXI hay diversidad pura.

Además, se debe dar a conocer los monumentos, bibliotecas, esculturas, colección de los cuales los ciudadanos adquieran vínculos y le sientan propia esta cultura o patrimonio, y dar uso o ser habitados estos espacios llenos de historia y vida dando como resultado el cumplimiento de funcionarios públicos los encargados de la gestión museal.

En un museo se debe gestionar los recursos reales como los recursos económicos, materiales y el patrimonio como las colecciones, edificios, también los servicios que presta como institución cultural y organización pública; la gestión de programación dentro del museo son las actividades, el vínculo con otras instituciones, estrategia de contenidos, trabajo con públicos, trabajo profesional con otras intrusiones y por último la gestión de la seguridad en un museo debe estar equilibrado para las personas o también para el museo.

Lo que les da orden a los museos y lo que le diferencia de unos museos a otros es la combinación entre las personas, colecciones y su razón de ser que viene a ser la

misión, la misión en un museo viene a ser fundamental, es el que enmarca las decisiones diarias, el cual marca las políticas de adquisiciones y contrataciones, el análisis presupuestario, diseño de una programación y toma de decisiones de proyectos.

La misión debe ser cambiada o modificada cada nuevo ciclo o cada año para poder tener nuevos proyectos o metas institucionales, la misión debe estar plasmada en el plan museológico ya que allí debe estar la definición institucional, planteamiento conceptual, análisis y diagnóstico de necesidades. También deben estar programas, proyectos y actuaciones organizadas, estas actividades se las puede llevar a cabo con una elaboración de un cronograma.

Cabe recalcar que cuando se habla de gestión museal también se habla de la planificación en donde consiste la identificación de problemas, fijar propiedades de intervención, establecer cursos de acción para solucionar problemas y generar aprendizajes institucionales, en términos generales la planificación constituye una guía para la acción que anticipa, da tranquilidad hace que las cosas fluyan y reduce la posibilidad de incertidumbre.

Planificación estrategia consiste en todas las acciones que involucran a todos los miembros de la institución, tiene que se facilite todo el consenso y que la toda la toma de decisiones permita resolver todas las dificultades que se presenten en la organización o institución, es la forma de actuar a partir de la realidad. En fin, la vida organizacional tiene un continuo aprendizaje.

Las características del proceso de planificación estratégica son tener una concentración plena con temas claros, también tener en cuenta cuales son los recursos disponibles, análisis de fortalezas y debilidades para desarrollar las actividades de la organización y por último enfocarse en lo externo e inmediato de la organización.

Los factores clave de la planificación estratégica de un museo es la misión, visión, objetivos y valores. Esto lo que permite darle sustancias o razón de ser al plan estratégico, ¿quiénes somos? ¿por qué lo hacemos? Así dando resultado a la combinación de su espíritu su historia que en lasa al pasado, presente y futuro.

La misión responde a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Como vamos a hacerlo?
- ¿Con que actores y para quienes?
- ¿Dónde?
- ¿Por qué?

Gestión interna museal contiene la restauración de organigramas (nuevos organigramas), responsabilidad por pares, reuniones semanales, abordaje por proyectos, programas de capacitación interna y la seguridad. En pocas palabras la gestión interna es un grupo de personas que se convierte en un equipo de trabajo para lograr un buen desarrollo dentro del museo.

#### 2.2.8 Indicadores para evaluar la gestión turística en los museos.

Para poder determinar a la gestión turística como un elemento de calidad, en el museo se presentan unos indicadores que ayudan a determinar o evaluar los elementos de dicho lugar. Por lo tanto, a continuación, se presentará los siguientes indicadores según autores:

- Indicadores según Campubrí (2015):

##### 1. Señalización

La señalización en un museo permite al visitante satisfacer sus necesidades y perspectivas del lugar, la señalización debe ser clara y precisa para evitar inconvenientes con los visitantes y así les permita desplazarse de forma eficiente por todo el museo.

Los indicadores de señalización según Campubrí (2015) es la "señalización de posición(interior/exterior), señalización de dirección (interior/exterior) y señalización de elementos importantes."

Según el manual de señalización turística (2020) "la señalización debe constar con la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior, debe ser un sistema determinante de conductas, no influye en la imagen del entorno y la señalización concluye en sí misma."

##### 2. Instalaciones

En los museos las instalaciones deben tener un ambiente agradable para que los visitantes se sientan a gusto, dando el resultado de una perspectiva positiva del lugar, las instalaciones según Camprubí (2015) son: "bibliotecas, áreas de estudio, salas audiovisuales, tiendas para venta de catálogos, reproducciones, cafeterías, restaurantes, baterías sanitarias, estacionamiento y acceso adecuado para personas con capacidad especiales."

### 3. Servicios

Los servicios son elementos que satisfacen principalmente a los visitantes, así como por ejemplo en un museo debe existir un espacio de descanso así sean sillas o bancos para que la persona pueda realizar su visita a su ritmo. Además, Camprubí (2015) indica que deben contar con los siguientes servicios: "audioguía, pantallas táctiles(idiomas), teléfono público y lavabos públicos."

### 4. Actividades

En el museo existen programas o actividades que motivan el desplazamiento de las personas, es necesario poseer actividades de todo tipo sean culturales o no culturales, de animación o temporales como exposiciones, seminarios y festivales. Según Camprubí (2015) las actividades en museos son: "exposiciones temporales, visitas guiadas, programas pedagógicos y educativos."

### 5. Información

Lema (2019) Es un mecanismo para que los visitantes puedan consultar cualquier inquietud sobre los servicios y productos que el museo ofrezca, además la información debe ser completa y precisa para que tenga un efecto positivo en los visitantes. Camprubí (2015) La información debe constar con: "paneles de información en la entrada, información de cada pieza aparece en las guías turísticas, página web, folletos promocionales y folletos informativos."

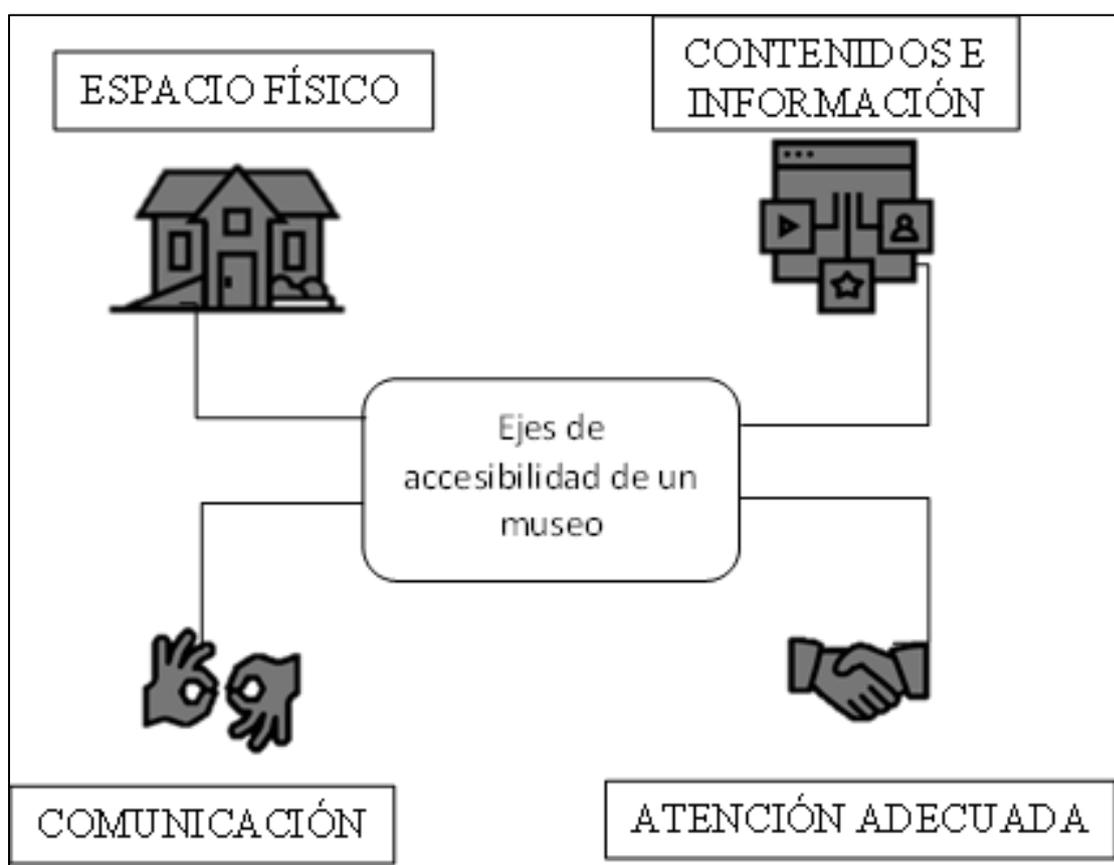
### 6. Accesibilidad

Lema (2019) la accesibilidad da comodidad al visitante para poder dirigirse o acudir al lugar sin ninguna dificultad, además un museo puede contar con ascensores, rampas para personas que tengan alguna dificultad física, lo cual también la información debería de estar en braille para personas con dificultad visual. Camprubí

(2015) la accesibilidad debe contar con: "plazas de parquin cercanas, transporte público, discapacitados, puntos de venta existentes, horarios de apertura y lingüística."

Según Robles (2019) la accesibilidad bebe contar con: "espacio físico (acceso y uso de los espacios, equipamiento, servicios e infraestructura y evacuación), Contenidos e información (muestras, piezas, textos, exhibiciones, publicaciones), Comunicación (interna, externa, señalización y localización) y Atención adecuada (interacción entre personas, herramientas a las necesidades de visitantes)."

Robles (2019) para tener una accesibilidad de calidad se debe brindar información muy detallada: "rutas de acceso, horarios de atención, tarifas, medios de pago, ofertas de actividades culturales o de entretenimiento, servicios disponibles dentro del museo e información sobre las muestras o exhibiciones, restricciones, ubicación de rampas, ascensores disponibles en interiores."



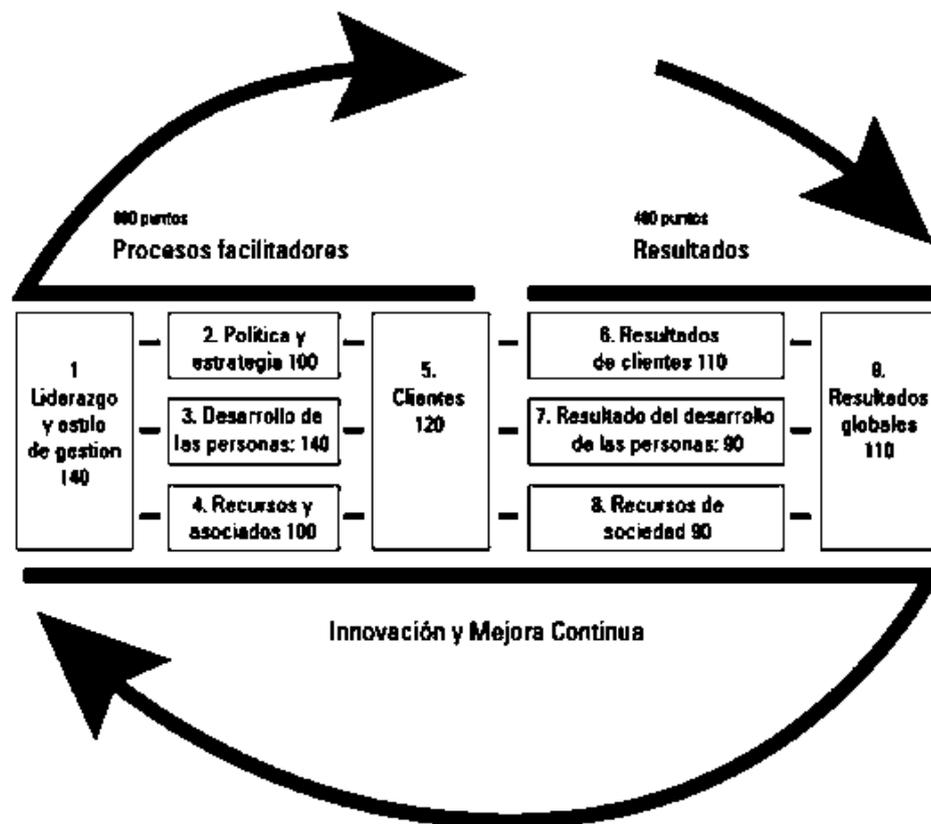
**Figura 2.** Ejes de la Accesibilidad  
**Fuente:** Robles (2019)

## 7. Relaciones

En las relaciones es necesario contar con alianzas con otras instituciones, estas relaciones están basadas en el intercambio de obras o también actuar en conjunto en actividades o programas.

- Modelo iberoamericano para la excelencia en la gestión según (Asuaga, 2014):

El modelo de Fundibeq que fue creado en marzo de 1998 para desarrollar una gestión global de calidad y lograr prosperar en la competitividad. En este modelo existen nueve indicadores cada uno con sus puntos respectivos, los indicadores se dividen en cinco procesos facilitadores y cuatro criterios de resultado. Los procesos facilitadores son la causa y los resultados son el efecto.



**Figura 3.** Modelo de Fundibeq  
**Fuente:** Carolina Asuaga (2014).

Indicadores del modelo iberoamericano:

Cinco procesos facilitadores

- Liderazgo y estilo de gestión (140 puntos).
- Política y estrategia (100 puntos).
- Desarrollo de las personas (140 puntos).
- Recursos y asociados (100 puntos).
- Clientes (120 puntos).

#### Cuatro criterios de resultados

- Resultados de clientes (110 puntos).
- Resultados de desarrollo de las personas (90 puntos).
- Resultados de sociedad (90 puntos).
- Resultados globales (110 puntos).

#### 1. Liderazgo y estilo de gestión (140 puntos).

Estudia cómo se desarrolló y como se pone en práctica la estructura de la organización y su sistema de gestión para ver su ejecución y estrategias.

#### 2. Políticas y estrategia (100 puntos)

Estudia la misión y su visión y las aplica mediante una estrategia dirigida a las personas con quien interactúa.

#### 3. Desarrollo de las personas (140 puntos).

Analiza la organización que se ha desarrollado, además hace crecer las habilidades de las personas individualmente, grupalmente o en conjunto con la organización, con la importancia dar resultados eficaces y eficientes en su gestión.

#### 4. Recursos y asociados (100 puntos)

Analiza la gestión de los recursos internos, como el financiamiento, la información, conocimiento, tecnología intelectualidad, distribuidores, alianzas y órganos regulares con el objetivo de contar con una gestión eficiente y eficaz.

#### 5. Clientes (120 puntos)

Gestiona la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes actuales y futuros.

#### 6. Resultados de clientes (110 puntos).

Se enfoca principalmente en la relación que tiene la organización con sus clientes externos.

7. Resultados del desarrollo de las personas (90 puntos)

Son los resultados que consigue la organización con respecto al desarrollo de las personas.

8. Resultados de sociedad (90 puntos)

Analiza las necesidades satisfechas o por satisfacer y expectativas de la sociedad local, nacional e internacional.

9. Resultados globales (110 puntos)

Los resultados globales son todos los resultados que se han desempeñado durante el proyecto mediante la satisfacción de las necesidades y expectativas.

Medidas de la percepción: son todos aquellos que tienen intereses financieros como autoridades locales, proveedores, instituciones financieras accionistas etc.

Según Lama (2017) para analizar la gestión turística se puede aplicar la matriz FODA con sus factores internos y externos.

- Análisis interno

Fortalezas

Debilidades

- Análisis externo

Oportunidades

Amenazas

Tomando en cuenta a los indicadores de Camprubí también se puede hacer un análisis FODA tomando en cuenta todos los aspectos y características necesarias para cumplir con una gestión turística adecuada y de calidad.

Después de a ver analizado las metodologías de los tres autores se ha optado por la metodología de evaluación de la autora Campubrí (2015) ya que ella menciona siete indicadores de los cuales se dividen cada uno en sub indicadores los cuales ayudaran analizar a los museos de forma interna y también externa, los demás autores en parte

solo analizan la gestión turística de forma interna y lo que se busca es analizar de forma completa a un museo.

#### 2.2.9 La Gestión y Desarrollo de los museos

Según el Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura en el Art. 27.- De la gestión y desarrollo de los museos menciona que:

El ente rector de la cultura formulará la política pública para la gestión y desarrollo de los museos del Ecuador, respecto de los ámbitos de gestión institucional, de colecciones, del conocimiento, de exposiciones, de educación crítica, mediación y vínculo con la comunidad, de gestión públicos, de fomento e incentivos, de comunicación y de la información, de seguridad y de servicios complementarios, cuya implementación en los museos estará orientada en la normativa técnica correspondiente. A través del Museo Nacional, en tanto responsable de la Red de Museos, cumplirá lo siguiente: a) Implementar la política pública para asegurar la calidad del servicio y accesibilidad de los museos a nivel nacional, así como para la adquisición, desarrollo conservación, investigación, exposición y difusión de sus fondos, reservas y colecciones; b) Diseñar e implementar planes, programas y proyectos nacionales para el desarrollo y gestión de museos, y promoverá la participación del sector privado para su sostenibilidad; c) Supervisar el registro, inventario, catalogación y digitalización de los bienes culturales y patrimoniales de los fondos y reservas de los museos que conforman la Red de Museos (Reglamento General A La Ley Organica De Cultura, art.17).

Los museos protegen la cultura de una localidad, comparten esta cultura con el mundo aportando conocimientos nuevos a las personas con programas y proyectos que estos compartan. Además, la gestión de los museos aporta a la organización de la institución con respecto a sus exposiciones aportando a los vínculos de la comunidad para que la cultura sea conocida ampliamente.

#### 2.2.10 Desarrollo

El desarrollo es un proceso que ayuda a que una comunidad o países pueda crecer económicamente social, cultural o políticamente. Figueroa (2010) menciona que “el desarrollo comprende no solo el acceso de bienes y servicios, sino también la oportunidad de elegir un modo de vida colectivo que sea pleno, satisfactorio, valioso, valorado que florezca la existencia humana en todas sus formas y su integridad.”

La transformación cultural y los modos de vida viene a ser el desarrollo, además es un producto de la imaginación y acción que siempre es resultado de una historia social, cultural y material. En forma general lleva la felicidad a los demás compartiendo nuevos conocimientos sociales y con la naturaleza.

En el desarrollo y cultura están el folclor, tradiciones y mitos que se da relevancia a la historia y esta historia sea compartida a las distintas personas cumplimiento con un buen desarrollo comunicacional, que no solo la localidad conozca de esta cultura si no el país y el mundo.

El desarrollo y economía engloba al desarrollo de las comunidades, social, ambiental, institucional con iniciativas encaminadas al bien estar general del lugar. Además, Las redes de colaboración e intercambio configuran a nivel local e internacional una cultura de colaboración entre personas.

#### 2.2.11 Desarrollo turístico

El desarrollo turístico es crecimiento y la consolidación económica de un lugar, así como lo menciona Cardona (2012) que “el desarrollo turístico permite preservar actividades económicas previas a su desarrollo en un porcentaje muy importante, pero si el desarrollo es muy rápido y recurre a servicios y productos importantes estos sectores no se benefician del turismo.”

El desarrollo implica conocer los procesos de cambio social y tratar de entender hacia donde orientarlos como reducir el impacto ambiental mejorar la vida de las personas, el desarrollo es bien estar, es el futuro y también proceso para llegar a ese futuro, son aquellos aspectos de mejoramiento.

De acuerdo con Sampedro (2022) El desarrollo turístico son las mejoras de las instalaciones y servicios que complacen las necesidades de los turistas, en términos más generales el desarrollo turístico puede abarcar efectos como la creación de empleos o la generación de ingresos. Además, el desarrollo turístico puede dividirse

en dos puntos: la estructura socio productiva que hace referencia que los visitantes disfruten de los recursos que han motivado su desplazamiento y la segunda parte hace referencia al impacto económico de la actividad turística.

La unidad de análisis del desarrollo turístico es el destino. El destino es el estado geográfico determinado, con características propias como el clima, infraestructura, servicios y con cierta capacidad de administración para poder desarrollar instrumentos comunes de planificación para adquirir productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones que busca.

El destino turístico se lo puede relacionar con el producto, es decir el conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que incluye los recursos, equipamiento e infraestructura y los servicios prestados que hace posible la visita de turistas desarrollando una experiencia integral. En términos generales el destino turístico como producto es la base para la evolución turística, desarrollado por Richard Butler quien muestra el ciclo de vida de un destino en cinco etapas:

1. Exploración: bajo impacto debido al reducido número de turistas
2. Involucramiento: la comunidad comienza a prestar servicios e instalaciones dando como resultado un incremento de turistas.
3. Desarrollo: la cantidad de turistas incrementa rápidamente por el incremento de los servicios turísticos.
4. Consolidación: surgen áreas de servicios y recreación bien delimitadas, se desarrollan acciones de marketing.
5. Estancamiento: la pérdida de importancia en relación a otros destinos y rejuvenecimiento, productos de una intervención planificada.

#### 2.2.12 Desarrollo cultural y Desarrollo del turismo cultural

El desarrollo cultural ayuda a que las costumbres, tradiciones y los valores sean transmitidos a los turistas motivándolos a que viajen y conozcan diferentes culturas dejando apoyo a al desarrollo de una localidad. Así como (Insa, 2009) menciona que "la cultura y la cooperación al desarrollo tiene la posibilidad de generar sinergias y presentar una nueva y efectiva metodología de trabajo, alcanzando la consideración aceptada por todos de que la cultura es un elemento fundamental para el desarrollo humano sostenible."

La cultura es un bien intangible e intangible que abarca un modelo de gestión interna con resultados que dan vida a cualquier institución de cultura. Además, es un servicio con objetivos principales como: estimular, provocar, interesar, atraer. Esto se consigue con dificultad actualmente con la gestión cotidiana y en los mecanismos del personal no se aplican mecanismos necesarios.

Según la UNESCO plasmo que el desarrollo cultural consta de cuatro objetivos a través de su programa sobre "cultura y desarrollo" los cuales son reconocer a dimensiones culturales del desarrollo el cual hace referencia a la orientación ya que la cultura no solo es pasado, sino que también diseña la visión del futuro; afirmar y enriquecer las identidades culturales, aumentar la participación en la vida cultural y fomentar la cooperación cultural internacional.

El objetivo de relevancia de las políticas culturales asegura el desarrollo equilibrado y sostenible según la UNESCO señala directamente a cuatro razones: ser fuente de creación de empleo sea de manera indirecta o indirecta a través de la valoración del patrimonio cultural, factor determinante de inversión y mejora la imagen, motivo de promoción, integración y cohesión social y fortalecer un clima humano lleno de bienestar para la convivencia

Según Insa (2009) menciona que es necesario considerar a la cultura como: "armadura para la cohesión social y estrategia, generadora de conocimiento, potenciadora económica, principal captador de visitantes, representante de la pluralidad, referencia de identidad, espacio de diversidad, territorio de creación, ecosistema de sostenibilidad, momento para la transdisciplinariedad y catalizador urbano."

El desarrollo del turismo cultural tiene el objetivo principal de mantener en equilibrio a un lugar sea social, económica y ambientalmente, además el cuidado y disponibilidad de servicios de calidad con el fin de satisfacer a los visitantes. Jiménez (2006) comenta que "el turismo es un modelo de desarrollo económico, centrándose en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural, siendo responsable del turismo y el turista, siendo importantes para el desarrollo del turismo en un lugar con vocación turística".

El turismo cultural ofrece mucho potencial de desarrollo lo que impulsa a crear nuevas actividades turísticas que sean creativas y atraigan al público. Las actividades que sean realizadas pretenden mantener y conservar el patrimonio cultural, desarrollar nuevos recursos culturales y crear una imagen cultural.

#### 2.2.13 Factores para identificar el desarrollo del turismo cultural

El autor Luis Bonet (2012) habla sobre tres partes fundamentales para entender e identificar el desarrollo del turismo cultural:

1. Preservación del servicio cultural.

Estos servicios comprenden la inspiración estética, identidad cultural, el sentimiento de apego al terruño y la experiencia espiritual relacionada con el entorno natural.

2. La calidad de experiencia que tiene el turista o visitante según la oferta cultural.

La calidad de experiencia se asocia directamente con las sensaciones y emociones interpretadas por el turista, son estímulos durante todas las fases que ofrece el producto turístico.

3. Mejora la calidad de vida de los habitantes.

Los habitantes crean nuevos negocios alrededor del producto turístico, así mejorando la vida y la economía de estos. Mejorando su equilibrio económico.

Cabe mencionar que este equilibrio económico no solo es para los habitantes sino también para la provincia. Dicho esto, su concepto general es el siguiente:

#### 2.2.14 El equilibrio económico

Eve (2017) el equilibrio económico es: "igualdad entre la necesidad de un producto o servicio en el mercado y la oferta del mismo. Es decir que un producto o servicio se consume de acuerdo a como se vaya produciendo u ofertando, sin desabastecimiento o excesos."

El equilibrio económico es un balance entre la demanda y la oferta, este balance permite que una organización sea capaz de cumplir con sus deudas y así demostrar que la gestión es eficiente. Además, el equilibrio económico es una técnica que permite que la economía se mantenga estable.

### **III. METODOLOGÍA**

Según Balestrini (2000) menciona que el marco metodológico "se especifica los instrumentos y métodos que se aplicaran en la investigación, el diseño de investigación; su universo y población, la muestra las técnicas, análisis y presentación de datos" (p.126). en otras palabras, es la parte más importante de la investigación por la recolección de datos, ordenamiento y análisis de los datos permitiendo la interpretación de los resultados.

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque Cualitativo**

El presente trabajo se diseñó con el enfoque cualitativo, el cual se adapta a las características de la investigación. Según Gómez (2015) El enfoque cualitativo busca señalar las características del objeto que se estudia, pero pretender comprender la realidad que se busca. Además, no se prueba hipótesis, si no que se va construyendo a lo que se va observando o descubriendo todo lo que es el contexto de la población de estudio. También examina realidades subjetivas lo que siente o lo que piensa. Y el investigador debe involucrarse con el objeto de estudio para poder captar o entender con todas las dimensiones que tiene que ver con el mundo cultural, símbolos que están dentro de la población.

Utiliza técnicas de recolección de datos no estandarizadas, las preguntas tienden a ser abiertas, a través de técnicas que pueden ser entrevistas, encuesta y las personas puedan expresar lo deseen, por lo tanto, la interpretación de resultados se los realizara por medio del análisis del discurso.

Del enfoque cualitativo se tomará la técnica de observación, entrevista y encuesta para evaluar la gestión turística en los museos de la provincia de Imbabura e identificar si el desarrollo del turismo cultural. Por parte de los directores de los museos, así como la opinión de los clientes en cuento a la calidad del servicio que han recibido.

### 3.1.2. Tipo de Investigación

#### 3.1.2.1 Investigación Descriptiva

Menciona Alvarez (2011) que la investigación descriptiva está relacionada a condiciones existentes, "características, propiedades perfiles de personas, comunidades, grupos, métodos, objetos, puntos de vista, actitudes o cualquier fenómeno que se someta a un estudio o análisis que se mantienen".

#### 3.1.2.2 Investigación de Campo

La investigación de campo es aquella que se la desarrolla en el lugar de investigación y tiene contacto directo con el objeto de estudio, se puede realizar observación a un barrio, encuestas a los empleados de una empresa, entrevistas, además la información obtenida o recolectada no se la manipula los datos deben ser de acuerdo a como las personas se expresan Grajales (2000). Para llevar a cabo esta investigación hay que trasladarse a las distintas instalaciones de los museos de la provincia de Imbabura y de esta forma poder obtener información específica para la investigación.

### **3.2. IDEA A DEFENDER**

La gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura influye en el desarrollo del turismo cultural

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

#### 3.3.1. Definición de las variables

#### 3.3.2. Operacionalización de las variables: La gestión turística en museos

**Tabla 7.** Operacionalización de las variables: La gestión turística en museos.

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	TECNICAS	INSTRUMENTOS
Gestión turística en museos	La gestión museal es cuando un museo tenga una toma de decisiones que lleven al cumplimiento de la misión de este, así como el cumplimiento de su mandato y también los objetivos planteados a corto y largo plazo, comprendiendo a su vez su administración de actividades. la gestión debe dirigir, controlar, organizar y planificar todas las funciones del museo.	Funciones de la administración en museos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación</li> <li>• Organización</li> <li>• Dirección</li> <li>• Coordinación</li> <li>• Control</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario
		Funciones de los museos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar</li> <li>• Investigar</li> <li>• Coleccionar</li> <li>• Interpretar</li> <li>• Exhibir</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario
		Servicios turísticos en museos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Señalización</li> <li>• Instalaciones</li> <li>• Actividades</li> <li>• Información</li> <li>• Accesibilidad</li> <li>• Relaciones</li> </ul>	Ficha de observación	Cuestionario

Tipos de museos

- Museo arqueológico.
- Museo histórico
- Museo de arte
- Museo etnográfico
- Museo de ciencias e historia natural
- Museo de antropología
- Museo de ciencias y tecnología
- Museo de arte aplicación y diseño

Ficha de observación

Cuestionario

Proceso de gestión

- La demanda y calidad
- La relación con el cliente

Encuesta

Cuestionario

Técnicas

- Calidad en el servicio
- Satisfacción del cliente

Encuesta

Cuestionario

---

### 3.3.3 Operacionalización de las variables: Desarrollo del turismo cultural

**Tabla 8.** Operacionalización de las variables: Desarrollo del turismo cultural

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	TECNICAS	INSTRUMENTOS
Desarrollo del turismo cultural	El desarrollo del turismo cultural tiene el objetivo principal de mantener en equilibrio a un lugar sea social, económica y ambientalmente, además el cuidado y disponibilidad de servicios de calidad, con el fin de satisfacer a los visitantes	Indicadores de Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armadura para la cohesión social</li> <li>• Estrategia y principal agente del cambio</li> <li>• Generadora de conocimiento</li> <li>• Potenciadora económica</li> <li>• Principal captador de visitantes</li> <li>• Representante de la pluralidad</li> <li>• Referencia de identidad</li> <li>• Espacio de diversidad</li> <li>• Territorio de creación</li> <li>• Ecosistema de sostenibilidad</li> <li>• Momento para la transdisciplinariedad</li> <li>• Catalizador urbano</li> <li>• Potenciador del capital inteligente</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario
		Desarrollo cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afirmar y enriquecer las identidades culturales</li> <li>• Aumentar la participación en la vida cultural</li> <li>• Fomentar la cooperación cultural internacional</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario

Desarrollo equilibrado y sostenible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fuente de creación de empleo sea de manera indirecta o indirecta a través de la valoración del patrimonio cultural.</li> <li>• Factor determinante de inversión y mejora la imagen.</li> <li>• Motivo de promoción.</li> <li>• Integración y cohesión social.</li> <li>• Fortalecer un clima humano lleno de bienestar para la convivencia</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario
Factores del desarrollo del turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preservación del servicio cultural. La calidad que tiene el turista o visitante según la oferta cultural.</li> <li>• Mejora la calidad de los habitantes.</li> </ul>	Encuestas	Cuestionario
Equilibrio social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mide los cambios de una situación</li> <li>• satisfacción de las necesidades de los visitantes</li> </ul>	Encuesta	Cuestionario
Conservación y valoración del patrimonio cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registros inscripciones</li> <li>• Protección salvaguardia y gestión</li> <li>• Transmisión y movilización de apoyos</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

#### 3.4.1 Métodos

##### 3.4.1.1 Método no experimental

Según León (2020) La investigación no experimental es la que recolecta datos en un tiempo único o en un solo momento. Es la que se realiza sin manipulación de las variables, es decir observar el fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Además, la presente investigación será realizada sin ningún tipo de manipulación en las variables.

#### 3.4.2 Técnicas

##### 3.4.2.1 Entrevista no estructurada

según (García, 2012) menciona que para la entrevista no estructurada "no se requiere la realización de un tipo de guion previo a la entrevista. La información que se obtiene de ella es el resultado de la construcción simultánea a partir de las respuestas del entrevistado".

Las entrevistas fueron realizadas por que los temas de gestión turística en museos y el turismo cultural son muy complejos, por esta razón se optó por esta técnica y así tener una mejor recolección de información.

##### 3.4.2.2 Observación

Según Guerrero (2016) menciona que "la observacion tiene como procedimiento un carácter selectivo y su finalidad es obtener informacion de algun tema en especifico, lo que implica que se debe tener alguna idea de lo que se va a observar".

En la investigación se obtuvo por la técnica de observación ya que se necesita recolectar información de forma directa en los museos, y así poder observar los servicios que brinda cada museo, además se verificara si cumple con los indicadores de Camprubí y obtener información precisa para la investigación.

##### 3.4.2.3 Encuesta

Según Casas Anguita (2002) La técnica de la encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos rápidos y eficaces. En la presente investigación se realizará dos encuestas, una

dirigida a los directores o encargados de los museos de la provincia de Imbabura y la segunda será realizada a los visitantes de los museos.

### **3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Para la recolección de datos se ha tomado en cuenta al registro total de visitantes que acudieron a cada museo de la provincia de Imbabura en el año 2021-2022.

Los instrumentos que se aplicaran para esta investigación son la encuesta, entrevista y ficha de observación. La entrevista permitirá analizar la gestión turística de los museos mediante la opinión de los directores o encargados de los museos, la encuesta se realizará a los visitantes de los museos para poder obtener información referente a la calidad del servicio de los museos, además se determinará el desarrollo del turismo cultural y la ficha de observación se la aplicará directamente a las instalaciones del museo con ayuda del director de cada museo.

#### 3.5.1 Población y muestra

Según Tamayo y Tamayo (2006) la muestra es "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de tener minados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p. 176).

##### 3.5.1.1. Población

**Tabla 9.** Registro de visitantes de los museos de la provincia de Imbabura, año 2022.

Nombre del Encargado	Nombre del Museo	Visitantes año 2022	Porcentaje	Distribución de encuestas
Jhon Chuquin	Museo Malta Huasi	5000	2,51	10
Fernando Colimba	Museo Samay Huasi	7000	3,51	14
	Museo de Sal Barrio Caliente	0	0	0
Armando Cháchalo	Museo Carangue	6000	3,01	12
Carlos Raúl Salazar	Museo del Centro cultural el Cuartel	8,000	4,02	15
Luis Vinuesa	Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	24000	12,05	46
Luis Fernando Revelo	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	18000	9,04	34
Fernando Jara	Museo fábrica textil Imbabura	20000	10,04	39
Petronio Gomes	Museo de las culturas	9000	45,18	17
Luzmila Zambrano	Museo viviente Otavalango	17000	8,53	33
Luisa Almeida	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	4200	2,11	8
	Víctor Alejandro Jaramillo	0	0	0
	Museo de la universidad Yachay	0	0	0
Total, de visitantes en el año 2022		118200		228
Número total de encuestas		228		

### 3.5.1.2. Muestra

Para la muestra se considera un total de 118200 visitantes en los museos de la provincia de Imbabura en el año 2022, lo cual se toma en cuenta el cálculo del tamaño de la muestra tomando en cuenta la siguiente fórmula finita.

Para obtener la muestra se realizará la siguiente fórmula:

n= Tamaño de muestra?

Z= nivel de confianza: 95%      1,96

s<sup>2</sup>= Varianza      0,25

N= Población      118200

e= Error de muestreo: 5%      0,05

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{z^2 S^2 N}{e^2 N + Z^2 S^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \times 0,25 \times 118200}{0,0025 \times 118200 + 3,8416 \times 0,25}$$
$$n = \frac{113,519.28}{498 + 0,96}$$
$$n = 228$$

### 3.5.2. Tipo de Muestreo

Según Martínez (2017) menciona que el muestreo probabilístico se refiere al estudio o análisis de un grupo de población, utiliza formas de métodos de selección aleatoria donde ofrece una de las muestras más representativas de la población, la característica principal del muestreo probabilístico es que todos los individuos tienen el derecho de ser seleccionados. Además, este tipo de muestreo es la más adecuada para llevar a cabo la investigación ya que se seleccionará una muestra por cada registro de visitantes en los museos en el año 2022.

La población total que se tomó en cuenta son los registros de visitantes que ingresaron a los museos de la provincia de Imbabura, dando un total de 118200 para la muestra

se aplicó la fórmula finita dando un resultado de 228 personas a encuestar y para la distribución de encuestas de para cada museo se realizó la siguiente fórmula:

Distribución de encuestas

$$= \frac{\text{Número de visitantes de un museo}}{\text{Total de visitantes de los museos}} * \text{Número encuestas}$$

### 3.5.2 Instrumentos de investigación

Los instrumentos que se utilizan para la recolección de datos de las variables de la investigación son:

- Entrevista
- Ficha de observación
- Encuesta

Estas herramientas son de suma importancia ya que en la gestión turística en museos (variable independiente) se aplicará la entrevista y la ficha de observación. Para la variable dependiente que es el desarrollo del turismo cultural se aplica los instrumentos de encuestas a los visitantes.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. RESULTADOS**

Los resultados obtenidos fueron gracias a la recolección de información con los instrumentos mencionados anteriormente que son la ficha de observación, entrevista y encuesta.

En el avance y realización de la investigación se logró encontrar trece museos distribuidos en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra se localizó siete museos, uno de ellos no se encuentra habilitado por el momento para visitantes y está en reconstrucción de infraestructura este museo queda Ubicado en la Parroquia rural de Salinas con el nombre de Museo de sal barrio caliente. En el cantón Antonio Ante se localizó un museo, en Cotacachi de igual forma un museo, en el cantón de Otavalo se localizó tres museos uno de ellos por el momento las personas encargadas del lugar no viven en Otavalo y el museo se encuentra cerrado está ubicado alado del municipio de Otavalo con el nombre de Museo Víctor Alejandro Jaramillo. En el cantón de Pimampiro no se encontró ningún museo solo había algunos petroglifos, pero el departamento de turismo de Pimampiro supo manifestar que no constaba como museo y en el cantón de San Miguel de Urcuquí se localizó al museo de la Universidad Yachay que de igual forma se encuentra en reconstrucción de infraestructura y por el momento no está habilitado para turistas.

#### **4.1.1 Resultados de las entrevistas para los encargados de los museos**

Las entrevistas fueron realizadas directamente a los directores o administradores de los museos de la provincia de Imbabura, además se las realizo mediante un cuestionario de diecisiete preguntas. Cabe mencionar que para poder llevar a cabo la entrevista se realizó una visita a cada museo para hacer la entrevista de forma presencial.

La entrevista tiene como objetivo recolectar información de suma importancia para continuar con el análisis de la gestión turística en los museos y su aporte al desarrollo del turismo cultural. Además, esta técnica favorece a la investigación ya que tiene

un enfoque cualitativo y con las respuestas obtenidas con cada encuesta se puede llegar a un análisis asertivo

**Tabla 10.** Matriz de interpretación de entrevistas

MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS			
Preguntas	Nombre del museo	Tipo de museo	Interpretación de respuesta
¿El museo cuenta con un plan de gestión turística para su operación? En el caso de tener ¿cuál es su tiempo de ejecución?	Museo del Centro cultural el cuartel	Publico	El museo no cuenta con un plan de gestión turística quien maneja toda esa cuestión es el municipio del GAD de Ibarra, ya que en el museo del centro cultural el cuartel no hay coordinador director nada, solo hay 3 técnicos, el que está encargado de recepción couter, atención de las salas, ya que no solo es el museo si no que hay barías salas en donde se hacen ferias inclusivas.
	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Publico	No contiene plan de gestión turística, el proyecto es abrirse al turismo siempre y cuando puedan establecer alianzas estratégicas entre la casa de la cultura, el municipio y el gobierno provincial,
	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Publico	No cuenta con un plan de gestión turística ya que de parte del municipio no hay el apoyo suficiente.
	Museo cultural	Publico	Si contiene ya que hay un convenio con la fundación de Quito y así mejorar y continuar con la apertura del museo.
	Museo fábrica textil Imbabura	Publico	Si hay un plan de gestión para poder desarrollar 2 procesos sustantivos el uno que tiene que ver con la gestión museística y el otro proceso que tiene que ver con la gestión cultural y también la gestión de las tecnologías.
	Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Publico	Se han empezado a realizar nuevos proyectos dentro del museo, son cede del museo nacional y al ser parte del este museo nacional debe constar con un plan de gestión turística, la última vez que fue modificado fue en el 2019.
	Museo Malta Huasi	Privado	No contiene plan de gestión turística, pero se está trabajando en ello.
	Museo Samay Huasi	Privado	No contiene un plan de gestión turística, proyectos realizados eh informes cuentan, pero no un pan en sí.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo Carangue	Privado	Están trabajando en el sistema operacional, antes no tenían plan de gestión turística.
Museo Otavalando	Privado	No tiene plan de gestión turística.

**Análisis**

Un plan de gestión turística es esencial para que el museo, influye de manera directa al desarrollo y la gestión de este, aporta en sus actividades, los programas sean organizados y efectuados de forma correcta para ofrecer un servicio de calidad y calidez. Sin embargo, de los diez museos de la Provincia de Imbabura ocho no contiene plan de gestión turística y tres si tiene.

Los directores de los museos solo realizan las actividades o programas con informes o de forma espontánea. Los tres museos que tienen plan de gestión turística dos desconocen ya que estos planes son realizados desde la sede nacional de museos. Solo el museo Fábrica textil Imbabura conoce su plan de gestión turística y lo realiza de acuerdo a lo que se plantea.

**¿Tiene su institución una misión y visión definida?**

Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Si hay una visión y misión del centro cultural el cuartel
--------------------------------------	---------	---

Misión: es una agente de transformación cultural que propicia la integración de la comunidad y el encuentro alrededor del arte y la cultura popular, respetando los valores interculturales. A través de prácticas educativas y el dialogo social.

Visión: el centro cultural el cuartel será un referente de la construcción de procesos culturales, educativos y de investigación, en torno a la cultura popular, tanto para la provincia como el norte del país, vinculándose con redes culturales nacionales e internacionales; promoviendo y definiendo la culpa popular de Ibarra, el Ecuador y las Américas.

Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Misión: la casa de la cultura ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura es una entidad democrática e inclusiva donde se promueven y se difunden las artes, las letras, el pensamiento, el patrimonio y otras manifestaciones culturales, mediante la gestión de bienes, productos y servicios culturales de calidad, para el disfrute, enriquecimiento y realización espiritual de la colectividad imbabureña.
--	---------	--

Visión: ser la identidad provincial referente de la creación artística, difusora de las manifestaciones pluriculturales, de la memoria social y del pensamiento crítico que con autonomía y fortalecida por el compromiso de sus miembros y los gestores culturales, promueven el ejercicio de los derechos culturales de la ciudadanía.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Si está hecha la misión y visión, pero no está aprobada ya que el gobierno de turno no ha hecho lo necesario para que esto no siga estancado.
Museo cultural	Público	Si se encuentra plasmada en el plan de gestión turística en donde demuestra hacia dónde va el museo y que quiere comunicar a las personas que acuden al museo.
Museo fábrica textil Imbabura	Público	Si existe un misión y visión ya que contiene un plan de gestión turística y están en dentro de ese proceso.
Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Si contiene visión que es generar a futuro la vinculación de todos los géneros culturales como, por ejemplo, el trabajo de la mujer, con la comunidad y no solo demostrar que el museo tiene piezas si no que el museo que trabaja con la comunidad ya que la comunidad tiene su propia historia y vida.
Museo Malta Huasi	Privado	No contiene misión y visión
Museo Samay Huasi	Privado	No contienen actualmente una misión y visión, pero tiene el objetivo de que la descendencia conozca la historia la esencia que es el territorio caranqui.
Museo Carangue	Privado	No tiene misión y visión
Museo Viviente Otavalango	Privado	No tiene misión y visión

### Análisis

La misión y visión en un museo es la parte que le da vida y un propósito ya que la misión es la razón de ser del museo y la visión es hacia donde se dirige o hacia donde quiere ir como sus metas a largo y corto plazo, sin embargo, de los diez museos siete si constan con una misión y visión.

Esta misión y visión es normalmente expuesta en sus páginas web.

**¿Se comunica al personal sobre los cambios o nuevas implementaciones? ¿de qué forma (mediante afiches, reuniones, comunicado escrito)? ¿es compartida por todos?**

Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Hay una oficina de recursos humanos junto con la dirección de cultura, ellos se encargan de ver el personal que puede variar en la institución, y a veces les comunican a veces no y cada año hay cambio administrativo comunicando mediante reuniones o avisos en general.
Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	El personal tiene estabilidad laboral y trabajan permanentemente, y se comunica por medio de reuniones.
Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	No se comunica al personal con afiches u otras cosas ya que apenas son 2 personas que trabajan en el museo y se lo hace de forma directa.

**MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS**

	Museo cultural	Público	Generalmente se realizan reuniones con el personal para informar sobre los trabajos que se están realizando y actualmente se está sacando por la reapertura del museo a través de rodantes y a través de las redes sociales informaciones la reapertura.
	Museo fábrica textil Imbabura	Público	Dentro de la cultura organizacional que ellos manejan que no todas las empresas o instituciones públicas tiene, ahí realizan reuniones semanales de trabajo, en donde se realiza la planificación correspondiente y se realiza lo que es un VEA visión, evaluación y agenda en donde verifican el cumplimiento de las metas y las actividades que ayudan a cumplir el planteamiento operativo anual, entonces las reuniones semanales ayudan a ver el seguimiento y rendimiento del personal y ver los cambios que se ha realizado.
	Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Hay diversos sistemas ya que perteneces al museo nacional se realiza muchos procesos como reuniones por zoom o presenciales, también se envían la información por correos electrónicos.
	Museo Malta Huasi	Privado	Es una familia así que se informa de forma directa a los integrantes y trabajadores del museo.
	Museo Samay Huasi	Privado	Se informa de manera directa.
	Museo Carangue	Privado	Son 5 personas que trabajan y son familia así que se comunica de forma directa los cambios que se vayan a realizar.
	Museo viviente Otavalango	Privado	Se informa de forma directa.
<b>Análisis</b>	La comunicación dentro de una institución es una de las principales características para que el personal sepa de todos los cambios que se realizan dentro de la institución y todos poder cumplir con su papel asignado, en la provincia de Imbabura seis museos comunican al personal de los cambios por medio de reuniones y cuatro museos se informan de forma directa sin reuniones o diferentes formas.		
	Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Se realizan estrategias dependiendo de la planificación, pero lo malo que no hay un proceso administrativo solido no se realizan muchas estrategias, pero se realiza lo que se puede.
<b>¿Es práctica habitual la formulación de planes estratégicos y operativos?</b>	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Si se practica formulación de estrategias Guianzas recreativas o se buscan cosas novedosas de otros países para que sea más creativo.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Si ya que así se pueden realizar actividades y programas para que los visitantes y turistas se sientan atraídos hacia el museo.
Museo cultural	Público	Todos los años se mantiene un plan estrategia el cual viene desde la dirección de quito para mejorar el museo y su calidad como museo sea cada vez mejor.
Museo fábrica textil Imbabura	Público	Por ser parte del ministerio de cultura y patrimonio están en el plan estratégico como ente rector de cultura y patrimonio.
Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Anualmente el museo nacional tiene sus planes estratégicos y a través de eso se plantean las estrategias en el museo, como seguridad, de comunicación, diálogos con la comunidad generando procesos para el mismo.
Museo Malta Huasi	Privado	No plantea estrategias o planes operativos.
Museo Samay Huasi	Privado	Cran estrategias para seguir innovando la infraestructura del museo y así el visitante tenga una mejor experiencia.
Museo Carangue	Privado	no cran planes estratégicos, solo las ideas que se les viene a la mente las plasman en proyectos y las realizan.
Museo Viviente Otavalango	Privado	Si realiza formulación de estrategias para mejorar la calidad de atención y calidez dentro del museo.

### Análisis

La formulación de planes estratégicos es un proceso que guía a la institución mediante ideas nuevas y crear estrategias para el desarrollo de la misma, se puede comunicar sobre los objetivos fijos y poder llevarlos a cabo de paso a paso. De los diez museos tres no realiza una formulación de plan estratégico.

**¿Existe organigrama? ¿El organigrama es actual? ¿en qué año se lo realizo? ¿Concuerda con la toma de decisiones dentro del museo?**

Museo del Centro cultural el cuartel Público El organigrama se lo hace el plan de ordenamiento territorial, el cual está sujeto alguna modificación, ahí está la dirección de cultura tiene deportes, recreación, área cultural, biblioteca, este organigrama se lo realizo hace dos años.

Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura Público Si contiene organigrama, y se lo va renovando según los requerimientos del ministerio cultura.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	No, dentro del proyecto presentado hay un organigrama, pero el proyecto se encuentra estancado durante 4 años, nunca ha tenido un organigrama y se esperó que esto sea mejorado y de parte del municipio tome en cuenta esta situación.
	Museo cultural	Público	Si hay un organigrama el cual está la dirección de desarrollo y cultura y el departamento cultural en donde está inmerso el museo, el cual se lo realizó en el año 2019.
	Museo fábrica textil Imbabura	Público	En el organigrama esta la parte orgánica del museo todo lo estructurado dentro del museo y se lo realiza cada cuatro años.
	Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	El organigrama es la directora general del museo nacional dando desglose a que ellos entran como responsables del museo. En el año 2019 se realizó el último organigrama.
	Museo Malta Huasi	Privado	No contiene un organigrama.
	Museo Samay Huasi	Privado	No contiene un organigrama.
	Museo Carangue	Privado	Están realizando organigrama, pero por el momento no tienen.
<b>Análisis</b>	El organigrama en una institución la hace más eficiente y competitiva y que es la infraestructura interna de la institución, representa las jerarquías del personal que contiene, además detecta errores en la estructura, como aquellas funciones que han sido descuidadas que afecte a la productividad. De los diez museos cinco cuentan con un organigrama y cinco no cuentan con un organigrama.		
	Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Si se toma las participaciones todo el personal cuando se realiza la planificación en reuniones conjuntas en donde hay aportes de cada persona.
<b>¿Hay participación de diferentes niveles jerárquicos de personal en la toma de decisiones?</b>	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Para la realización de planes y organigramas si se toma en cuenta a todo el personal.
	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Si ya que solo el personal que trabaja en el museo son solo dos personas y ahí se deciden las cosas por los dos si se cambia algo o se hace alguna actividades o programa para las instituciones educativas.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo cultural	Público	Esto se lo hace desde la alcaldía o la jefaturas, en donde se puede acercar y hacer cosas nuevas.
Museo fábrica textil Imbabura	Público	Participan todos los niveles jerárquicos eh inclusive les hacen participar a la ciudadanía ya que forman parte de los clientes externos, pero ellos tienen una visión para ver los cambios de la institución.
Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Como museo sí, pero al decidir algunas cosas la directora general del museo nacional hay que respetar las decisiones, pero en tema local si se toma en cuenta a todo el personal, el personal que hay son tres el de biblioteca, histórico y el museo.
Museo Huasi Malta	Privado	Si por que solo consta de 2 personas el museo.
Museo Huasi Samay	Privado	Como es una familia entonces todas las personas participan en la toma de decisiones.
Museo Carangue	Privado	Deben tener preparación de tercer nivel, capacitaciones, que hable inglés.
Museo Viviente Otavalango	Privado	Si se toma en cuenta los diferentes niveles jerárquicos para la toma de decisiones.

### Análisis

La toma de decisiones incluyendo los diferentes niveles jerárquicos en una institución es primordial ya que cada trabajador contiene ideas y necesidades diferentes, cada idea y cada necesidad aporta a la institución de forma positiva ayudando a crear nuevas ideas y mejorar la calidad del lugar. Los museos de la provincia de Imbabura todos toman en cuenta los niveles jerárquicos, aunque tres museos son privados y trabaja solo la familia a pesar de esto todos son tomados en cuenta, sus opiniones he ideas.

**¿Cómo se selecciona al personal? ¿qué cantidad de personal tiene? ¿Qué tareas desarrollan? ¿las tareas que desarrollan son de acuerdo a su especialidad? ¿se evalúa el trato del personal hacia el Publio que concurre al museo?**

Museo del Centro cultural el cuartel Público Existen tres personas encargadas los cuales son 3 técnicos, los cuales atienden la recepción y atiende la sala de los clásicos y salas de los ex alcaldes, la señora mirian se encarga del pario en donde se desarrollan actividades como ferias, casas abiertas en donde toca alistar la logística, y él personas que se encarga del museo militar y la sala de Atahualpa, arqueología, sala de exposiciones de pinturas esculturas de grupos emergentes y salas de atención de diferentes manifestaciones artísticas.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	<p>Al personal se lo selecciona para trabajar según la ley y los requisitos serían estar vinculados con lo cultural, artístico.</p> <p>Todos realizan varias funciones como la señora contadora debe ser tesorera, proyectista, realizar proyectos, y el personal realiza múltiples tareas por el hecho de ser muy poco personal.</p> <p>El personal está laborando tiene estabilidad laboral ellos, trabajan permanentemente siendo siete funcionarios y se los comunica mediante reuniones.</p>
Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	<p>Al personal no se lo selecciona de la mejor manera ya que ha habido cambios que no se lo vea conveniente y no de acuerdo a su especialidad, actualmente se va dar un cambio dentro del museo con una persona que da los servicios en recaudación que va atender lo que es biblioteca y museo, y a la otra persona que la van a cambiar tiene título y todo para la especialidad de museo se la va a cambiar a recaudación. Por lo tanto, no se les da la importancia a los puestos de trabajo.</p>
Museo cultural	Público	<p>La selección del personal no es muy fácil ya que hay muy poca gente preparada en los temas de museos, aunque el personal si ha hecho cursos y se ha preparado para poder continuar y hacer crecer al museo.</p> <p>Además, cada personal realiza tareas específicas de acuerdo a su puesto, como biblioteca o personas solo para el museo.</p>
Museo fábrica textil Imbabura	Público	<p>La selección del personal se lo realiza de acuerdo a la normativa tanto la ley orgánica del servidor público y la selección se la hace a través de perfiles que los mismos han determinado para trabajar en uno de los puestos que ellos tienen.</p>
Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	<p>Se siguen algunos protocolos, pero estas decisiones las toman desde quito que personal entra al museo o no, pero las principales características son que sea comunicador, historiador, conservador, investigador.</p> <p>El personal genera su especialidad, pero aparte de ello se involucra con el resto de actividades, al ser pocos en el museo ay que involucrarse y ayudarse conjuntamente y dar mejor servicio a la comunidad.</p> <p>El trabajo del personal se lo evalúa desde quito a través de un sistema para responder preguntas, como su desempeño atención al público, como se relaciona con el público, si se han generado proyectos, o vinculación en conectividad.</p>

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo Malta Huasi	Privado	Que tenga tercer nivel en un tema referente a museos, cultura, historia, turismo o guianza e inglés. Trabajan 2 personas la mama y su hijo.
Museo Samay Huasi	Privado	El personal es sumamente solo la familia por la historia.
Museo Carangue	Privado	En el personal son 3 personas que realizan las actividades de guianza y la administración del lugar.
Museo Otavalango	Viviente Privado	Que tenga tercer nivel en un tema referente a museos, cultura, historia, turismo o guianza e inglés.

### Análisis

La selección y cantidad de personal adecuado permite que la institución se desarrolló y maneje de forma eficiente y eficaz. Además, para la selección se lleva un proceso organizado, transparente y justo adquiriendo al personal o el empleado ideal. De los diez museos la selección del personal la analizan y quieren personas preparadas en temas de museos o vinculados con cultura, arte, turismo, biblioteca, guianza, historia o que sean personas con tercer nivel en turismo, sepan inglés.

La cantidad del personal en los museos no es muy amplia la cantidad máxima del personal llego a ser de siete personas que operaban dentro de un museo y la menor cantidad fue de dos.

Las tareas que desarrolla el personal de cada museo son secretaria, bibliotecaria, actividades de arte, de danza, teatro, pintura y guía.

De los diez museos tres realizan las actividades de acuerdo a su puesto de trabajo el museo cultural, museo Fábrica textil Imbabura y Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio los siete restantes el personal realiza actividades múltiples por el escaso personal en la institución.

Al personal se lo evalúa mediante un sistema de preguntas o también mediante los informes o programas y actividades realizadas a lo largo del año.

Museo del Centro cultural el cuartel Público

Se evalúa con los informes, cada persona que esta responsable de las actividades debe realizar informes los cuales se los envía a la dirección de cultura, de parte de recursos humanos hay un proceso de valuación el cual se lo hace cada dos años.

También hay un cuaderno de sugerencia y recomendaciones que les hace el público dependiendo el servicio que se oferta a los usuarios.

El perfil de los visitantes son la mayoría estudiantes de diferentes instituciones educativas, a veces hay visitas de personas de otras provincias que vienen de giras de observación o paseos, y también turistas de diferentes países como Colombia.

**¿Se han hecho encuestas a las personas que concurren? ¿Tiene puesto de buzón de sugerencias? ¿Conoce el perfil de los visitantes? ¿Qué esperan los visitantes, cuáles son sus expectativas y si sus necesidades son satisfechas?**

---

### MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

---

Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	se ha realizado encuestas por pedido de la cede nacional de cultura, el perfil de los visitantes son la mayoría estudiantes, artistas, gestores culturales y si se satisface las necesidades de los visitantes.
Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Realmente no hay buzón de sugerencias, se les pregunta a los visitantes que tal la experiencia, los lugares de sugerencias para visitantes está planteado en el proyecto que aún no les aprueban.
Museo cultural	Público	Se realiza encuestas a los visitantes y a turistas para poder definir la experiencia y la calidad de servicio que le está ofreciendo al turista, con el fin de analizar que se puede mejorar o corregir en el museo.  Los visitantes que llegaban eran extranjeros y también estudiantes.
Museo fábrica textil Imbabura	Público	Hay dos formas de evaluar una de manera directa en donde muchos de los clientes externos sean nacionales o extranjeros dejan su percepción escrita en los libros de control ahí el visitante deja sus percepciones calidez y calidad y el otro proceso de evaluación es a través de lo que ellos hacen para alimentar el sistema nacional de museos.  Y el perfil de los visitantes son nacionales y extranjeros, que viene de la América latina el caribe, estados unidos.  Usualmente viene más visitantes colombiano, venezolanos, alemanes, franceses.  La visión del visitante respecto al museo es que se le trate con calidez, que sea conservado el museo y la historia sea compartida claramente y creativamente.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Se tenía un libro de sugerencias, pero como las personas escribían cosas que no tenía que ver con el museo se lo elimino, pero ay un sistema en donde se puede poner bueno regular o malo para poder ver y evaluar al visitante.
Museo Malta Huasi	Privado	No se han realizado encuestas a los visitantes
Museo Samay Huasi	Privado	Antes había un registro y un cuaderno de sugerencias, pero actualmente no tiene, a veces se realiza preguntas sobre su satisfacción.
Museo Carangue	Privado	Si hay un libro de visitantes donde dejen las sugerencias y recomendaciones para así mejorar el servicio e implementar nuevas ideas en el museo.
Museo Viviente Otavalango	Privado	Si se han realizado encuestas a los visitantes sobre su satisfacción.

### Análisis

Las encuestas a los visitantes o personas que concurren en el museo permiten recolectar las opiniones o sugerencias de las personas respecto al servicio ofrecido y si fue satisfactoria su experiencia, además estas encuestas ayudan a crear nuevas ideas y estrategias para el museo. Sin embargo, de los diez museos dos no cuentan con encuestas o buzón de sugerencias para los visitantes, los demás tiene un libro de sugerencia, buzón de sugerencias o encuestas para poder analizar la satisfacción de sus visitantes.

Museo del Centro cultural el cuartel Público Hay cinco sales las cuales son sala de pintura troya, sala de los ex alcaldes, arqueología, historia de las guerras y militares, y sala de exposiciones grandes que tienen pintura y escultura.

Las salas permanentes son cuatro y una es para manualidades. También en el patio se realizan actividades las cuales se realizan en las fechas de abril las fiestas del retorno, 17 de septiembre y julio.

Estos eventos se los comunica mediante la radio municipal, la página web del municipio de Ibarra, Facebook y WhatsApp.

### ¿Qué diferencia al museo de otros museos?

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Los museos son únicos por ejemplo el museo de la fundación de Ibarra, que las otras entidades no tienen las otras entidades, el encuentro de Bolívar con los grandes personajes de la historia y realizaron ese museo porque Bolívar estuvo ahí 7 veces.
Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Al inicio hace 5 años se le dio forma lo que debe de ser un museo, por las culturas que se representa en el museo, sus piezas.
Museo cultural	Público	La diferencia es que el museo está construido dentro de un edificio antiguo y hace una propuesta nueva con acompañamiento de museos de Quito, además que se va realizar audioguías con otros idiomas el cual permitirá hacer más dinámico el museo.
Museo fábrica textil Imbabura	Público	<p>El museo es inclusivo, procuran siempre para los visitantes, rompa paradigmas antiguos, es un lugar donde va mucha gente, el espacio del museo representa las 5 artes, escénicas, literarias, visuales, plásticas.</p> <p>En el museo están formándose académicamente a nivel de tecnología superior en música y diseño de moda.</p> <p>Además, es el único museo textil en el Ecuador que representa la historia de 1200 obreros que laboraron entre 1924 has 1997.</p> <p>El museo tiene en su infraestructura todos los servicios para personas con discapacidad física para lo visual se lo está realizando, para instalar el braille.</p>
Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	El personal está relacionado con sus capacidades de educación, cada uno desempeña su especialidad con características correspondientes a su trabajo, se relaciona directamente con instituciones educativas y crean actividades pedagógicas.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo Malta Huasi	Privado	Representa
Museo Samay Huasi	Privado	Por la historia única y la real, los objetos que son de toda la comunidad, representan la cultura Karanki.
Museo Carangue	Privado	La diferencia es que es un museo vivencial, donde prácticamente a la gente se le hace sentir las experiencias de moler granos o hacer el bordado y ser narrado por una persona que ha vivido esa historia.
Museo Otavalango	Viviente Privado	La cultura que expone es exclusivamente de Otavalo y su fábrica de textiles.

### Análisis

Las diferencias de cada museo son notorias, pero algunos de ellos tienen exposiciones de la misma cultura que es karanki, pero cada museo representa distintas formas de vida a pesar de la misma cultura a continuación se destacara las diferencias de cada museo:

Centro cultural el cuartel: Hay cinco salas las cuales son sala de pintura troya, sala de los ex alcaldes, arqueología, historia de las guerras y militares, y sala de exposiciones grandes que tienen pintura y escultura.

Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura: tiene 3 salas de museos la fundación de Ibarra la historia del Ferrocarril y el encuentro de simón Bolívar.

Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome: las piezas que son más de 1000 piezas, y representan las culturas Karanki, cochassqui y bahía de karanki.

Museo cultural: representa la cultura de Cotacachi y el museo es construido en un edificio antiguo, además que se piensa instalar una audioguía para los visitantes.

Museo fábrica textil Imbabura: representa 5 artes, escénicas, literarias, visuales y plásticas. Además, es el único museo textil en el Ecuador que representa la historia de 1200 obreros que laboraron entre 1924 has 1997.

Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio: se relaciona con instituciones educativas y realiza programas pedagógicos, tiene salas de arte contemporánea.

Museo Malta Huasi: demuestran sus tradiciones heredadas de sus antepasados como la elaboración de vasijas sin ningún tipo de químico, y la historia del pueblo Karanki.

Museo Samay Huasi: los objetos del museo son de toda la comunidad como su vestimenta antigua, los objetos de costura, y ollas.

Museo Carangue: realizan actividades como hacer moler el maíz como antes lo hacían en piedra y el ser narrado por una persona que vivió y creció con esos saberes ancestrales.

Museo Viviente Otavalango: demuestran la historia y herencias de Otavalo en un recorrido de 3 horas.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

**¿Cuáles son los mensajes que ha logrado comunicar el museo y por qué?**

Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Logra comunicar la cultura del museo, las batallas militares y su armadura de igual forma comunica la arqueología y forma de vida antepasada de Ibarra, así dando una oferta variada que mucha gente sale satisfecha por la variedad de las salas.
Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Dar a conocer a las personas desde los textos históricos la cultura del museo y también el valor que tiene esta cultura, la vida y logros de los personajes que están plasmados dentro de los museos.
Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Cuando se les da un recorrido se les expone todas las culturas que hay en el museo, estas piezas son 1005 piezas y están en exposición 90 ya que no hay el necesario espacio y soportes y vitrinas y hacen cambios 2 veces al año.  Se exponen la cultura del negativo del Carchi y culturas caranqui Cochasqui, bahía de karanki
Museo cultural	Público	Es la historia la trayectoria que ha tenido Cotacachi desde su constitución como comunidad hasta llegar hacer un cantón y ese es el recorrido histórico que ha tenido la cultura como son los  100 años que tiene presencia histórica y que es lo que se transmite a la ciudadanía y al público que les visiten.
Museo fábrica textil Imbabura	Público	Primero a logrado comunicar el arte e historia, ahí se está fortaleciendo la memoria tanto individual como colectiva, aportando a la memoria histórica, fortaleciendo la construcción de identidad ecuatoriana.  El museo es un organismo vivo en el sentido que se nutre de las personas que lo visitan, en la diversidad de las personas que lo visitan permite contar con el ayer el hoy y proyectar al mañana.  El museo es un espacio de aprendizaje constante.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Comparte el mensaje de conservar, compartir la historia y cultura de Ibarra.
Museo Malta Huasi	Privado	La cultura e historia de la localidad además se quiere dar a conocer la elaboración de vasijas sin ningún químico.
Museo Samay Huasi	Privado	Comunicar la cultura y la historia, exponiendo la cultura caranqui.
Museo Carangue	Privado	Logra comunicar la identidad, cultura, historia, el cambio que ha sufrido la comunidad en su historia, y mediante el museo se quiere valorar la cultura.
Museo Viviente Otavalango	Privado	Logra comunicar la cultura y ancestralidades de Otavalo su forma de vestir y sus curaciones, limpias con yerbas de la misma localidad.

### Análisis

Los museos comunican distintos mensajes dependiendo del museo, cultura e historia, comunican sus batallas militares, arqueología, sus formas de vida antepasada, política, piezas y art. Pero el principal mensaje que los museos comunican son que deben conservar y proteger la cultura de cada lugar, no dejar que desaparezcan las ancestralidades, el país sepa cómo fueron sus vidas pasadas, fortalecer la identidad ecuatoriana y conocer la diversidad de culturas.

Todos los museos tienen diferente tipología de historia, pero todos comparten una misma característica que es la unión de la familia.

Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Eso se realiza algunas acciones con la oficina de turismo para receptar la calidad de servicio, el cual no le han hecho conocer, el cual ellos tienen su planificación.
--------------------------------------	---------	---

Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	A veces les ha tocado a ellos mismos atenderlos como guías para que tengan una buena impresión y buena alianza, cuando vienen de otros países como México, porque no hay guías en el museo, solo hay guías de pasantes de las universidades.
--	---------	--

**¿La gestión turística del museo aporta a la percepción del turista hacia el lugar, buena experiencia y la calidad de servicio?**

---

**MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS**

---

Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	<p>Los turistas se van agradecidos con la nueva experiencia que ha tenido con las diferentes culturas de Ecuador, además se realizan exposiciones de pinturas lo cual llama la atención del turista o visitantes, también se realizan actividades en la sala de video o audiovisuales para que puedan observar la cultura y también trabajos que se han realizado.</p> <p>Además, hay una colección de monografías de Otavalo de diferentes Autores y así también muebles antiguos que han ganado en su época en una exposición un premio reconocido por el ministerio de cultura.</p>
Museo cultural	Público	<p>Es una gestión de tema cultural que al turista le da la posibilidad de conocer del entorno y de la historia como cantón.</p>
Museo fábrica textil Imbabura	Público	<p>El museo por ser parte del geoparque Imbabura, aporta a la provincia, y por ende genera el espacio para que las personas vayan así aportando a la sociedad.</p> <p>En el museo hubo el sexto encuentro de geoparque latinoamericano y del caribe en donde asistieron representantes de los geoparques siendo un lugar de encuentro y aprendizaje y a la vez también de las presentaciones de cada geoparque.</p> <p>Adicional a eso se aporta al municipio en cuento al turismo, dando importancia al desarrollo cultural y artístico eh inclusive haciendo que se incluya el emprendimiento y turismo.</p> <p>Lo malo es que hay dispersión la cultura, por un lado, el turismo por otro, patrimonio por otro, los emprendimientos por otro y el arte también.</p> <p>Entonces no están trabajando mediante un proceso de asesoramiento para que puedan unir los enfoques mencionados y trabajar de mejor manera.</p>

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	<p>Si aporta por que se el museo tiene visitas y la una buena calidad de servicio estará bien realizada la gestión turística además el museo recibe visitas desde el sur de Colombia y el museo fue uno de los que se tomó de referencia para que se presente en los museos internacionales.</p> <p>Entonces un museo buen gestionado puede presentarse en eventos grandes y demostrar su calidad de servicio que brinda a la ciudadanía.</p>
Museo Malta Huasi	Privado	Si por que todo tiene que estar en orden y bien organizado.
Museo Samay Huasi	Privado	Debe haber un seguimiento en secuencia para que la información no se pierda y se haga las cosas en orden y las ideas y actividades se las realice con una guía.
Museo Carangue	Privado	Todo este articulado y si hay una gestión se puede dar un buen servicio de calidad, porque se puede organizar las ideas y que el turismo sea de calidez.
Museo Viviente Otavalango	Privado	Si aporta ya que sin una gestión turística la organización del lugar se iría en bajada, todo tiene que ser gestionado y realizado de la mejor manera para el bien del museo.

### **Análisis**

La gestión turística en museos es primordial ya que con esta se puede tener una guía y un orden dentro de él, sus objetivos y metas serían completadas, las actividades y programas serían realizados más habitualmente para la demanda de visitantes. En los museos de la provincia de Imbabura los directores supieron manifestar que la gestión turística sí aporta a la percepción del turista ya que si hay actividades bien elaboradas, un buen cuidado de las instalaciones y recibe una buena guía el turista tiene una buena experiencia y buena calidad del servicio, además esta gestión turística ayuda a que se realicen nuevos proyectos para que los museos adquieran nuevas tecnologías como audioguías, también por tener una buena gestión turística el museo Fábrica textil de Imbabura estuvo en el sexto encuentro del geoparque latinoamericano a diferencia del museo del centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome que no hay una buena gestión turística por parte del municipio y los mantiene abandonados a pesar de que los encargados del municipio ya han realizado y entregado un proyecto para que el museo tenga una misión, visión y las instalaciones sean mejoradas sin embargo se ha hecho lo posible para que los visitantes se vayan satisfechos con el servicio ofrecido.

---

**MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS**

---

**¿Considera que la gestión turística influye en la preservación del servicio cultural, la calidad de experiencia que tiene el turista o visitante según la oferta cultural y la calidad de vida de los habitantes?**

Museo del Centro cultural el cuartel	Público	<p>Si porque siempre se está coordinando algunas actividades para ver la calidad del servicio que experiencia tuvo el visitante.</p> <p>Si porque si hay una buena gestión hay una buena experiencia turística.</p> <p>La vida de los habitantes mejora por que los visitantes van a locales cercanos del lugar, así mejorando la economía y mejorando el entorno, los negocios mejoran su estructura con la economía.</p> <p>Lo que falta es un proceso de promoción por parte de los sistemas de comunicación</p>
Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	<p>Si influye y está de acuerdo que todos estos aspectos son de suma importancia para la gestión turística, ya que esto se refleja en las experiencias de los turistas o visitantes, sin una buena gestión turística no existiría una guía para así lograr satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas, además los habitantes con más turismo mejoran su economía en los negocios de los alrededores.</p> <p>El museo al tener turismo hay incremento de personas y así se pueden crear emprendimientos o los visitantes aportarían al sector de servicios de hospedaje, alimentación dando un incremento económico.</p>
Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	<p>Cuando los turistas llegan es bueno el comercio que se da alrededor, pero también hay que cuidar a los grupos ya que puede que se les interese solo el museo y se van, pero todo esto del turismo aumenta la economía del lugar.</p> <p>Los más beneficiados son las personas que tienen negocios en la calle principal.</p>

---

**MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS**

---

Museo cultural	Público	<p>Es bueno que gracias a la gestión turística el visitante aprenda sobre la cultura y se lleve una buena experiencia.</p> <p>Dinamiza la economía local y mejora la vida de los habitantes ya que los visitantes llegan visitan el museo y se quedan a hospedarse y también a que se alimenten y consuman los distintos servicios que brinda Cotacachi.</p>
Museo fábrica textil Imbabura	Público	<p>La gestión y la cultura están relacionadas si no que depende de los sectores turístico y el cultural, estos están separados y cada uno va por su lado, lo cual deberían estar unidos.</p> <p>Se debería aprovechar que se tiene al geoparque uniendo a la cultura el patrimonio, la cultura y los emprendimientos para un mejor desarrollo territorial y cultural.</p> <p>La gestión turística da mejor vida a los visitantes mediante la historia y el conocimiento adquirido.</p> <p>Además, las personas se convierten en un potencial de desarrollo integral de un territorio, cuando las personas empiezan a conocer, a resguardar, preservar y difundir el arte y cultura, da surgimiento al emprendimiento, dándose cuenta que todo el territorio no les pertenece a las instituciones si no que le pertenece al ciudadano ecuatoriano y ahí tiene la responsabilidad de preservar, mantener y difundir.</p>
Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	<p>Deben ir de la mano educación museos investigación y turismo, estos elementos permiten que el usuario conozca su historia y permita llevarse conocimientos amplios referente a cada cultura.</p> <p>Si hay un museo bien gestionando y amplio de conocimiento las personas quedarían satisfechas con la experiencia que ha sido brindada por parte del museo.</p> <p>Cuando se genera turismo en una ciudad genera recursos, y los recursos dan una mejor calidad de vida, pero a su vez se va exigiendo mejor calidad a todos los lugares.</p>

---

### MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

---

Museo Malta Huasi	Privado	Si influye la gestión turística ya que gracias a tener turistas se mejora la economía y también se puede implementar más emprendimientos turísticos.
Museo Samay Huasi	Privado	Conocen la historia e incrementa su conocimiento además las personas de la localidad pueden crear más emprendimientos e incrementar su economía local.
Museo Carangue	Privado	Para las personas que están inmersas en la cuestión del turismo si mejora la calidad de vida de los habitantes ya que hay nuevos conocimientos y genera ingresos económicos a la familia.
Museo Viviente Otavalango	Privado	La gestión turística aporta en la calidad de vida de las personas, pero más en la localidad ya que se crean negocios de comida o negocios de manualidades o ropa y así los visitantes compren y aporten en la economía del sector.

#### **Análisis**

La gestión turística en museos da beneficio al desarrollo del turismo cultural ya que mediante una gestión turística se pueden cumplir los tres indicadores para identificar el desarrollo del turismo cultural ya que la gestión aporta para que organización, control de nuevas ideas, proyectos y estas aporten a la inspiración estética, identidad cultural, el sentimiento de apego al territorio y valor espiritual de la cultura, dándole al visitante una experiencia de calidad relacionada con sensaciones y emociones. Además, mejora la calidad de vida de los habitantes como lo mencionaban los directores de los museos si hay una buena gestión hay más afluencia de visitantes y si hay afluencia de visitantes se pueden crear nuevos emprendimientos o los emprendimientos de alrededores se beneficiarían ayudando de forma económica a los habitantes del lugar, además se logra ampliar el conocimiento y que el país conozca de las diferentes culturas que existen en los diferentes territorios del Ecuador.

Además, la gestión turística hace que las personas formen parte del desarrollo, cuando las personas comienzan a conocer, resguardar, preservar, difundir el arte y la cultura da surgimiento a nuevos emprendimientos.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

<p><b>¿Tiene identificados cuáles son sus competidores directos e indirectos (otros que satisfacen las mismas necesidades como: ¿cine, teatro, entretenimiento) del museo?</b></p>	Museo del Centro cultural el cuartel	Público	El primer competidor sería los centros comerciales como el mall laguna la plaza el shopping porque ahí hay variedad de almacenes, especialmente los jóvenes no asisten lo que falta es la promoción hacia los adolescentes.
	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Los competidores directos serían los centros comerciales como la plazamall donde hay un cine y las personas en la mayoría los jóvenes van a este lugar dejando a un lado la cultura e historia.
	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Si como un museo privado que en la plaza cibica que más importancia le dieron a ese museo y no al museo municipal, el alcalde le da más importancia a ese museo ya que cobra entrada, hay otro también que cobran el ingreso, pero hay mucha más difusión.
	Museo cultural	Público	Si como son los bares discotecas y la gente ya no se interesa tanto, por esta razón se ha realizado programas para que los jóvenes se sientan más interesados y también se va implementar música al museo para que se más dinámico, más interesante y creativo.  Además, se busca que los jóvenes valoren la historia del cantón.
	Museo fábrica textil Imbabura	Público	La ventaja que tiene como museo que tiene es que hay un espacio multidisciplinario pueden realizar obras de teatro, obras de arte. Y adicional a eso cuenta con un auditorio para 430 personas en donde hacen presentaciones de las obras, danza, dibujo, teatro.  Unos competidores sería el cine y los centros comerciales.  Lo que se ha realizado para que los adolescentes se interesen se ha realizado la página virtual para que ellos se interesen y visiten por medio de internet.  Esta página web se puede observar un recorrido tres sesenta.  También se ha realizado el arte circense el arte que hace en las esquinas o en los semáforos, también se realizó una obra de teatro que se llamó las lunas comen donde se demostró que es la menstruación.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Los competidores es el centro comercial, el cine, pero se intenta realizar más actividades para que las personas participen y se sientan más interesadas.
Museo Malta Huasi	Privado	Los competidores son los bares y también museos que están en la misma localidad.
Museo Samay Huasi	Privado	Los museos que están en la misma comunidad son los principales competidores y para eso se ha intentado crear nuevas actividades he ideas para ser una buena competencia.
Museo Carangue	Privado	El principal competidor es un museo restaurante que ofrece servicio de alimentación, pero no ofrece la historia y cultura.
Museo Viviente Otavalango	Privado	Sus competidores son los centros comerciales.
Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Fuentes de ingreso no hay, el museo es gratuito y si se cobraría entrada no entrarían y tampoco se interesarían los únicos serían los extranjeros, pero por las personas locales no se lograría las visitas deseadas.
Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	No hay fuentes de ingreso en el museo, la entrada es gratuita; y si ellos cobraran entrada no habría la misma cantidad de visitantes.
Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	No hay fuentes de ingreso en el museo, la entrada es gratuita; y si ellos cobraran entrada no habría la misma cantidad de visitantes.

### Análisis

Los competidores identificados en la provincia de Imbabura son los centros comerciales y cines, esto hace que los jóvenes más se interesen menos por la cultura e historia de los antepasados, especialmente los bares son los más concurridos, sin embargo, se han estado creando nuevas actividades creativas y nuevas tecnologías para que los jóvenes se interesen más por los museos.

**¿Cuáles son sus fuentes de ingreso?  
¿Considera conveniente cobrar entrada? ¿Piensa que su público concurriría igual?**

---

**MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS**

---

Museo cultural	Público	<p>El municipio aporta económicamente y también se está pensando que las personas paguen un valor simbólico para la entrada al museo, para que se auto sustente el museo y pueda avanzar con las necesidades que se tiene porque a veces no solo el municipio tiene esa responsabilidad de arreglos y mantenimientos.</p> <p>Si porque la cantidad de personas que viene son turistas de otros lugares. Además, los recursos que se van a cobrar son para el museo mismo.</p>
Museo fábrica textil Imbabura	Público	<p>Las fuentes de ingreso son aquellas que les da el estado través del ministerio de cultura y patrimonio, por ser parte del ministerio no se puede cobrar entrada ya que es un lugar público y da servicio al estado.</p> <p>Lo que si se anima es que las personas que puedan practicar un valor importante que se llama la reciprocidad o el randi randi mano amano entonces a las personas se les dice que les apoyen con algo como iluminaría una llave para el museo.</p> <p>La entrada si se cobrara sería una gran oportunidad para el museo, pero nosotros venimos de una cultura que no le gusta que les cobren por un servicio.</p> <p>Entonces se debería cambiar esa idea.</p>
Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	<p>Al ser un museo del estado no hay cobro de entrada, si se cobrara entrada las personas no entrarían porque vivimos en una cultura de que no hay que pagar por ver un espectáculo. Pero a diferencia de cantantes o futbol si lo hacen y no valoran a la cultura e historia.</p>
Museo Malta Huasi	Privado	<p>La entrada cuesta 2 dólares por persona</p>
Museo Samay Huasi	Privado	<p>Cobra 2 dólares por persona para que el museo tenga sustento.</p>

**MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS**

	Museo Carangue	Privado	Las fuentes de ingreso el museo proviene de los que cobra la entrada que es de 3.50\$
	Museo Otavalango	Viviente Privado	Se cobra 5 dólares por persona y se realiza un recorrido de 3 horas por las instalaciones con guía incluido.
<b>Análisis</b>	<p>En los museos públicos reciben ingresos por parte del municipio y por ser un lugar público no se cobra entrada a diferencia de los museos privados que tiene una tarifa de entrada. De los diez museos de Imbabura cuatro son privados, el museo Malta Huasi que cobra 2 dólares por persona, el Museo Samay Huasi cobra 2 dólares por persona, museo Carangue cobre 3.50 dólares por persona y en el Museo Viviente Otavalango cobran 5 dólares por persona. Los siete museos restantes no cobran entrada son gratuitos y si se cobrara entrada a los visitantes no concurrirían de la misma forma ya que la cultura que nosotros como latinoamericanos tenemos es que si nos cobran por un servicio no lo pagamos porque nos gusta lo gratuito.</p>		
	Museo del Centro cultural el cuartel	Público	solo del municipio de Ibarra, o hay colaboración de artes plásticas o de la institución Andrés reyes.
	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	No todo se ha hecho con fondos de autorización como del municipio.
<b>¿El museo tiene apoyo del Ministerio de Cultura y patrimonio o alguna institución?</b>	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Si hay apoyo, pero las autoridades tienen que gestionar, durante este periodo no hubo avances y hubo un estancamiento, anteriormente de los 4 años si hubo apoyo.
	Museo cultural	Público	Tiene apoyo del municipio y también de la fundación de Quito que apoya a la reapertura del museo y mejorar su calidad.
	Museo fábrica textil Imbabura	Público	<p>Recibe apoyo del municipio, la SENENSCYT con sus institutos superiores, estos son aliados para articular varios procesos.</p> <p>Si en el territorio existe un patrimonio que está relacionado con los bordados de Zuleta se les da paso a los estudiantes paso para que puedan realizar una investigación para que sea parte del patrimonio.</p>
	Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Dentro de la ley hay que vincularse con otras instituciones, pero si se necesita apoyo directamente se habla con el museo nacional.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

	Museo Malta Huasi	Privado	No recibe ayuda de ninguna institución.
	Museo Samay Huasi	Privado	No recibe ayuda del ministerio por ser un lugar privado y además hay que realizar muchos permisos.
	Museo Carangue	Privado	No recibe apoyo del ministerio de cultura.
	Museo Viviente Otavalango	Privado	No recibe ayuda de ninguna institución por ser un museo privado.
<b>Análisis</b>	Los museos públicos reciben ayuda solo económica por parte de los municipios, pero para otras actividades o proyectos es muy escaso el apoyo, en algunos museos se ha adquirido ayuda de instituciones educativas como, Andrés reyes, fundaciones de Quito, colegios, solo los museos privados no tienen apoyo de alguna institución ni del municipio.		
	Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Financiamiento no hay, pero lamentablemente no hay receptado ninguna economía y de ahí se analiza las experiencias buenas de otros países y se las copia o se las toma para aplicarlas en sus actividades o programas.
<b>¿Se adquieren ideas de otros países sobre funcionamiento y como mejorar la atención al cliente?</b>	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Si con alianzas con las universidades con los proyectos que ellos realizan y aplicar en el museo, adquiriendo nuevas estrategias de mejorar la atención de los clientes.
	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Si por que viajo visito museos muy bonitos, donde se podía observar el avance de esos museos comparando con este museo y con respecto a los museos de otros países es que se creó el proyecto que aún no es aprobado.
	Museo cultural	Público	Las ideas son en cuento al funcionamiento y mejorar la calidad de museos, pero por ahora se cuenta con la ayuda del municipio y con la ayuda de la fundación de Quito.
	Museo fábrica textil Imbabura	Público	Si porque hay una permanente capacitación como china que está siendo una gran potencia, y se está realizando las BRICS como las barías potencias del mundo. Entonces se debe aprender como ellos realizan su turismo, con respecto a patrimonio, cultura, emprendimiento turismo y arte. dando oportunidad a que las personas tengan un veneficio tanto económico como integral.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

	Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Están comunicados a nivel global y los museos están dispersos a nivel del mundo, si es importante capacitarse y adquirir nuevas ideas a nivel mundial.
	Museo Malta Huasi	Privado	No ha adquirido ideas de otros países
	Museo Samay Huasi	Privado	No han implementado ideas de otros países
	Museo Carangue	Privado	No se han adquirido ideas de otros países
	Museo Viviente Otavalango	Privado	No adquirido ideas ni implementado ideas de otros países.
<b>Análisis</b>	De los diez museos cuatro no han tomado ideas de otros países los cuatro museos son privados estos han realizado ideas propias, los seis museos restantes si han optado por ideas de otros países que son más desarrollados ya que se puede adquirir nuevas estrategias de funcionamiento crear proyectos basados en otras ideas del exterior, se han tomado ideas de turismo, patrimonio, cultura, emprendimiento y arte.		
	Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Ahorita se va a instalar el museo de las artesanías de las Américas, el cual están realizando una planificación en donde se está subiendo al portal de compras públicas el cual se lo instalara el próximo año, el cual viene con nuevas ideas para captar la atención del nuevo público.
<b>¿Tiene planificado insertar nuevas tecnologías o estrategias? ¿Cuales?</b>	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Si hubiera recursos económicos si se implementaría nuevas tecnologías, como computadoras, luces en el teatro y todo lo que tiene que ver con lo informático.
	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	En el proyecto se plantea un estand donde se explicaba todo y como se explicaba el museo y luego se subía y se observaba lo detallado.
	Museo cultural	Público	Si como implementar una audioguía para que las personas puedan escuchar y también implementar equipos de mp3, pantallas.
	Museo fábrica textil Imbabura	Público	Se está implementando nuevas tecnologías por medio del internet como la página en que tiene un recorrido turístico en 3D y así las personas lo puedan visitar y ver la información desde sus casas.

## MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

	Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Por los recursos económicos no se generan muchas tecnologías, de lo que hay es internet. Se piensa implementar pantallas y audioguía.
	Museo Malta Huasi	Privado	Implementar sistemas para que sea el museo más inclusivo
	Museo Samay Huasi	Privado	Hacer exposiciones en diapositivas.
	Museo Carangue	Privado	Los tics, el internet, pantallas táctiles.
	Museo Viviente Otavalango	Privado	Por el momento no se ha pensado insertar nuevas tecnologías.
<b>Análisis</b>	En los museos de la Provincia de Imbabura se piensa insertar nuevas estrategias para la atención del público y también que la planificación sea subida a un portal, además se quiere instalar al museo en un programa para que las personas desde ese programa puedan programar su visita. Crear proyectos para que los computadores y luces de los teatros sean cambiados. Además, se piensa implementar un stand donde se explica información primordial de algunos museos también se quiere implementar sistemas de audioguías y pantallas gigantes para que sean un museo más inclusivo.		
	Museo del Centro cultural el cuartel	Público	Se han realizado actividades con Nicolás herrera, el ministerio de cultura de Ibarra, también con la casa de la cultura el cual se realiza el 10 de junio del día del museo.
	Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	Público	Se han realizado actividades con el ministerio de cultura y municipio.
<b>¿Existen relaciones con otros museos en lo que hace a exposiciones, capacitaciones del personal, uso de instalaciones y tecnologías?</b>	Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome	Público	Con otros museos no, pero con otras unidades educativas si se ha realizado actividades o exposiciones de pintura.  Se trabajaba con las brigadas estudiantiles socializando en las parroquias rurales para que las personas conozcan sobre la cultura caranquí.
	Museo Cultural	Público	Si contiene un convenio con la fundación de Quito, y de momento no se ha hecho programas y actividades con otros museos o instituciones.
	Museo fábrica textil Imbabura	Público	Mantiene relaciones con otras instituciones educativas y universidades para poder realizar eventos y programas pedagógicos.

---

**MATRIZ DE INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS**

---

Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio	Público	Hay relaciones con la fábrica textil Imbabura, con escuelas y colegios se ha trabajado en actividades pedagógicas y educativas.
Museo Malta Huasi	Privado	Mantiene relaciones con instituciones educativas del sector.
Museo Samay Huasi	Privado	Universidad UTN, unidades educativas.
Museo Carangue	Privado	Universidades de Quito y la UTN
Museo Viviente Otavalango	Privado	Mantiene relaciones con agencias de viajes.

**Análisis**

Los diez museos de la provincia de Imbabura tienen relaciones con otras instituciones educativas, universidades, y entre museos ya que se puede realizar actividades y programas pedagógicos, además se han realizado convenios con fundaciones como una fundación de Quito y la universidad UTN también algunos museos han realizado actividades conjuntamente con el ministerio de cultura y el municipio.

---

Los resultados obtenidos mediante las preguntas que se realizó a cada administrador o director de los 10 museos permiten conocer la situación que se encuentran con respecto a la gestión turística y su aporte al desarrollo del turismo cultural. Las preguntas no fueron contestadas amplia o concretamente por los directores, sus respuestas no favorecían a su administración, control, coordinación o dirección de proyectos, dando como resultado que la mayoría de los museos no obtenían un plan de gestión turística, y trataban de cumplir con sus actividades de forma espontánea y empírica, de esta forma no contribuye a los museos que tengan un crecimiento turístico y afluencia de visitantes. Sin embargo, cada museo intenta realizar sus actividades y adquirir visitantes, pero con el escaso personal y escasa gestión turística los museos no tienen avance.

Además, los museos tienen objetivos o un fin en particular de compartir, conservar y difundir la cultura de cada localidad, pero con la escasa gestión que hay en cada museo es muy poco probable que se cumplan con éxito las características.

Cabe mencionar que las preguntas tienen también un gran énfasis en los indicadores del desarrollo del turismo cultural que son la preservación del servicio cultural, la calidad de experiencia que tiene el turista o visitante según la oferta cultural y la Mejora la calidad de vida de los habitantes.

Las respuestas obtenidas no cumplen con estos indicadores ya que para que haya una buena percepción del servicio cultural el lugar debe tener cumplir con inspiración estética e identidad cultural, algunos museos si cumplían con la identidad cultural pero no a su cien por ciento. La calidad de experiencia de quiere el visitante depende mucho de la gestión turística ya que si hay personas capacitadas con respecto a la buena atención el turista obtendrá una buena experiencia y el ultimo indicador de un museo con visitantes mejora la calidad de vida de los habitantes ya que las personas de la localidad crean nuevos emprendimientos mejorando la economía de estos.

Además, no todos los museos son apoyados de la misma forma por parte de los GADS claro que reciben el presupuesto de cada museo, pero cuando se realizan proyectos para obtener mejoras en los museos los proyectos no son gestionados o aprobados rápidamente y esto atrasa las actividades y programas en los museos, a pesar de esto han intentado realizar actividades que estén a su alcance e incentivar a los turistas.

#### 4.1.2. Resultados de las fichas de observación para los museos

Los resultados obtenidos mediante las fichas de observación ayudan a obtener información sobre la gestión turística que tiene cada museo, la ficha contiene siete indicadores de los cuales se desglosan sub indicadores dando un total de cuarenta y uno.

Para poder aplicar la ficha de observación se acudió a cada uno de los museos y se realizó de forma interna y externa en el museo, de esta forma dando un resultado más amplio de forma directa ya que se puede observar que tiene y que no tiene cada museo y si cumplen con todos los indicadores establecidos según la autora que se tomó de base que es Camprubí.

**Tabla 11.** Leyenda ficha de observación

Indicadores	Siglas
<b>SEÑALIZACIÓN</b>	
1. Señalización que regula flujo de personas	SRFP
2. Señalización que determina las conductas negativas de las personas	SDCNP
3. Señalización que concluye en si misma	SCM
4. Señalización de piezas relevantes	SPR
5. Señalización de posición interior	SPI
6. Señalización de posición exterior	SPE
7. Señalización direccional interior	SDI
8. Señalización direccional exterior	SDE
<b>INSTALACIONES</b>	
1. Bibliotecas	B
2. Áreas de estudio	AE
3. Salas audiovisuales	SA
4. Cafeterías	C
5. Restaurantes	R
6. Baterías sanitarias	BS
7. Estacionamiento	E
8. Acceso adecuado para personas con discapacidades especiales	AAPDE
<b>SERVICIOS</b>	
1. Audioguía	A
2. Pantallas táctiles (idiomas)	PT
3. Teléfono público	TP
4. Lavabos públicos	LP
5. Atención adecuada	AA
<b>ACTIVIDADES</b>	
1. Exposiciones temporales	ET
2. Visitas guiadas	VG
3. Programa pedagógico y educativo	PPE
<b>INFORMACIÓN</b>	
1. Paneles informativos en la entrada	PIE
2. Información de cada pieza	ICP
3. Aparece en las guías turísticas	AGT
4. Página web	PW
5. Folletos promocionales	FP
6. Folletos informativos	FI
<b>ACCESIBILIDAD</b>	
1. Plazas de parking cercanas	PPC
2. Transporte público	TP
3. Puntos de venta existentes	PVE

4. Horarios de apertura	HA
5. Lingüística	L
6. Espacio físico	EF
7. Contenidos e información	CI
8. Rutas de acceso	RA
9. Ubicación de rampas y ascensores disponibles en interiores y exteriores del museo	UR/AD
RELACIONES	
1. Intercambian obras con otras Instituciones	IOI
2. Realiza programas con otras Instituciones	RPI

Puntos = 41

Porcentaje = 100%

**Tabla 12.** Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos

Rangos	Magnitud
100%-81%	Muy Alta
80%-61%	Alta
60%-41%	Moderada
40%-21%	Baja
20%-1%	Muy Baja

**Fuente:** Ruiz B. (2002)

**Tabla 13.** Leyenda nombres de los museos para la interpretación de la ficha

Nombre del museo	Siglas
1. Museo del centro cultural el Cuartel	MCCC
2. Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura	MCCNI
3. Museo del Centro de Cultural de Investigación Gustavo Alfredo Jácome	MCCIGAJ
4. Museo de las Culturas	MC
5. Museo Textil Fabrica Imbabura	MTFI
6. Museo y Centro Cultural Ibarra del Ministerio de Cultura y Patrimonio	MCCIMCP
7. Museo Carangue	MCR
8. Museo Samay Huasi	SH
9. Museo Malta Huasi	MH
10. Museo Viviente Otavalango	MO



La ficha de observación da a conocer indicadores de señalización, instalaciones, servicio, actividades, información, accesibilidad y relaciones que determinan la gestión turística para el servicio de los museos, en la tabla anterior se detalla que contiene y no contiene cada museo logrando dar información relevante para la investigación de forma directa.

La ficha fue aplicada a los diez museos que se encuentran habilitados en la provincia de Imbabura, si el museo logra obtener los cuarenta y uno indicadores obtendría el 100% (correspondiente a una magnitud muy alta según la Tabla 12) de la ficha y dando como resultado una buena gestión turística en el museo. Sin embargo, no todos los museos lograron obtener resultados altos en la ficha ya que no completaban con todos los indicadores.

El museo del centro cultural el Cuartel y Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura obtuvieron los mayores porcentajes que son de 88% (correspondiente a una magnitud muy alta según la tabla 12) de la ficha completando con la mayoría de los indicadores, los dos museos se cumplen con 37 indicadores de la gestión turística para el servicio de los museos. Cabe recalcar que estos museos son públicos y cumplen con esta cantidad de indicadores.

El museo del centro cultural 88% obtuvieron los mayores porcentajes que son de 88% (correspondiente a una magnitud muy alta según la tabla 12) de la ficha completando con la mayoría de los indicadores, los dos museos se cumplen con 37 indicadores de la gestión turística para el servicio de los museos.

Museo del Centro de Cultural de Investigación Gustavo Alfredo Jácome 81% obteniendo un buen porcentaje que en la tabla 12 de validación y confiabilidad da con una magnitud muy alta.

Museo de las Culturas tiene un porcentaje de 83% que, según la tabla de validación, da una magnitud muy alta determinando que el museo cumple con la mayoría de los indicadores.

Museo Textil Fabrica Imbabura obtuvo un porcentaje de 86% en la ficha de observación y según la tabla 12 se determina que tiene una magnitud muy alta y cumple con la mayoría de los indicadores

Museo y Centro Cultural Ibarra del Ministerio de Cultura y Patrimonio tiene como porcentaje 67%, reflejando una magnitud alta según la tabla 12.

Museo Carangue obtuvo un porcentaje de 45% correspondiente a una magnitud moderada según la tabla 12 determinando que no cumple con la mayoría de los indicadores de la ficha de observación.

El museo Samay Huasi y el museo Malta Huasi obtuvieron es menor porcentaje de un 45%(correspondiente a una magnitud moderada según la tabla 12) y 40%(correspondiente a una magnitud baja según la tabla 12) en la ficha de observación, sin cumplir con la mayoría de indicadores, los museos cumplen tan solo con diecisiete y diecinueve indicadores de los cuarenta y uno. Cabe mencionar que estos museos son privados.

Museo Viviente Otavalango tiene un porcentaje de 48% correspondiente a una magnitud alta según la tabla 12 de validación y confiabilidad.

#### 4.1.3. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes de los museos

##### Museo Malta Huasi

El museo Malta Huasi está ubicado en la rinconada Malta Huasi ubicada en la comunidad Angochagua en el cantón de Ibarra, es un museo privado y el dueño es Jhon Chuquin el museo es de alfarería y demuestra cómo se elaboran las vasijas sin ningún químico, solamente son elaboradas con sus saberes ancestrales.

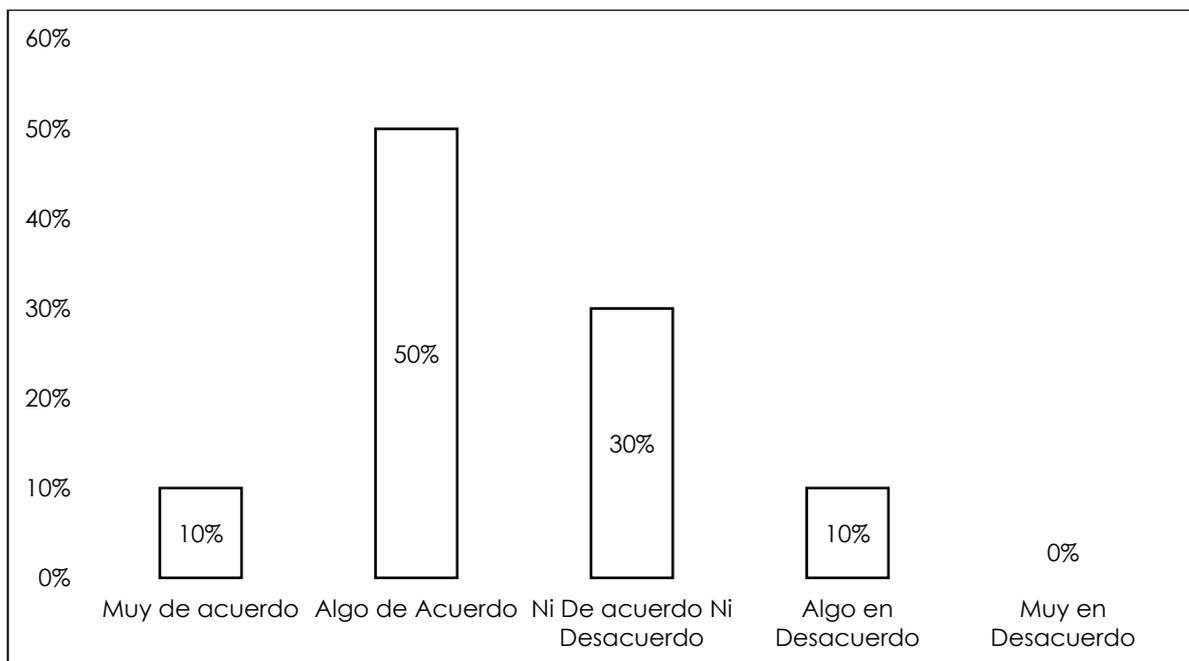
Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mitad de los visitantes fueron mujeres y la otra mitad dieron hombres dando con un porcentaje de 50% en ambos géneros, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 20 años hasta los 43 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son

pertencientes a la ciudad de Ibarra con un 40% y seguido con un 30% de la ciudad de Atuntaqui.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 15.** Señalética dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	10%
Algo de Acuerdo	5	50%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	30%
Algo en Desacuerdo	1	10%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



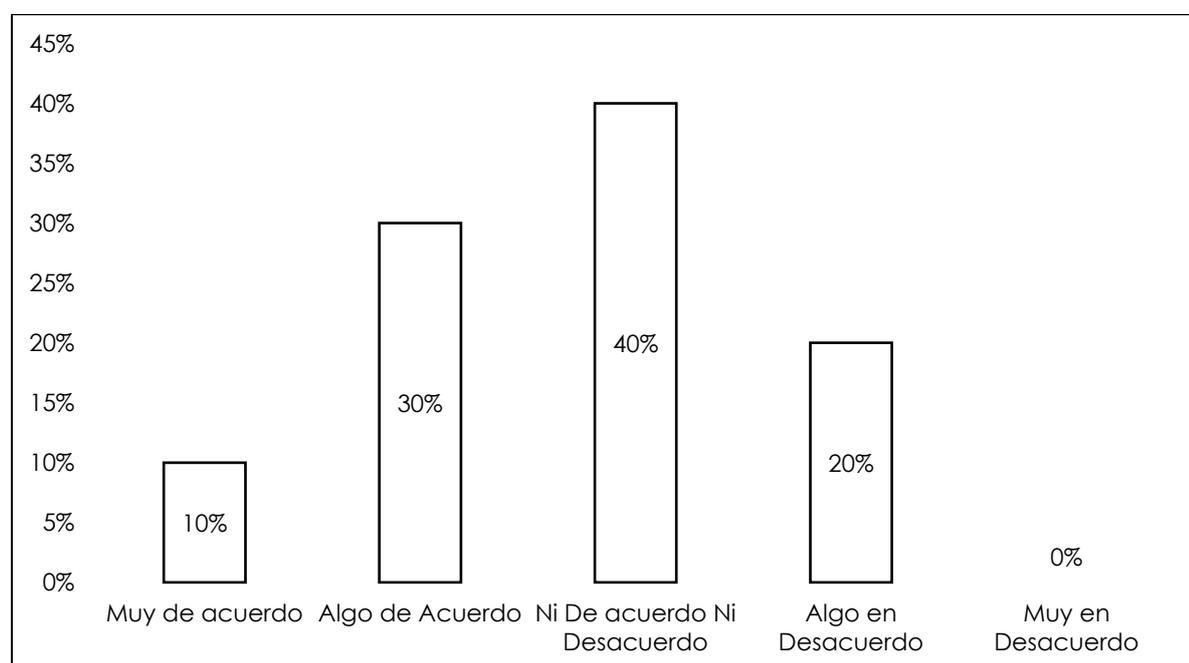
**Figura 4.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mitad de los visitantes están algo de acuerdo con que la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, la señalética es de ayuda para que el visitante pueda direccionarse correctamente sin ninguna dificultad o llegar a su objetivo sin complejidad, los resultados obtenidos dan a conocer que la señalética tiene un poco de déficit, pero si ayuda a orientarse hacia el museo.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 16.** Modernas y adecuadas instalaciones

<b>Modernas y adecuadas instalaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	1	10%
Algo de Acuerdo	3	30%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	40%
Algo en Desacuerdo	2	20%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



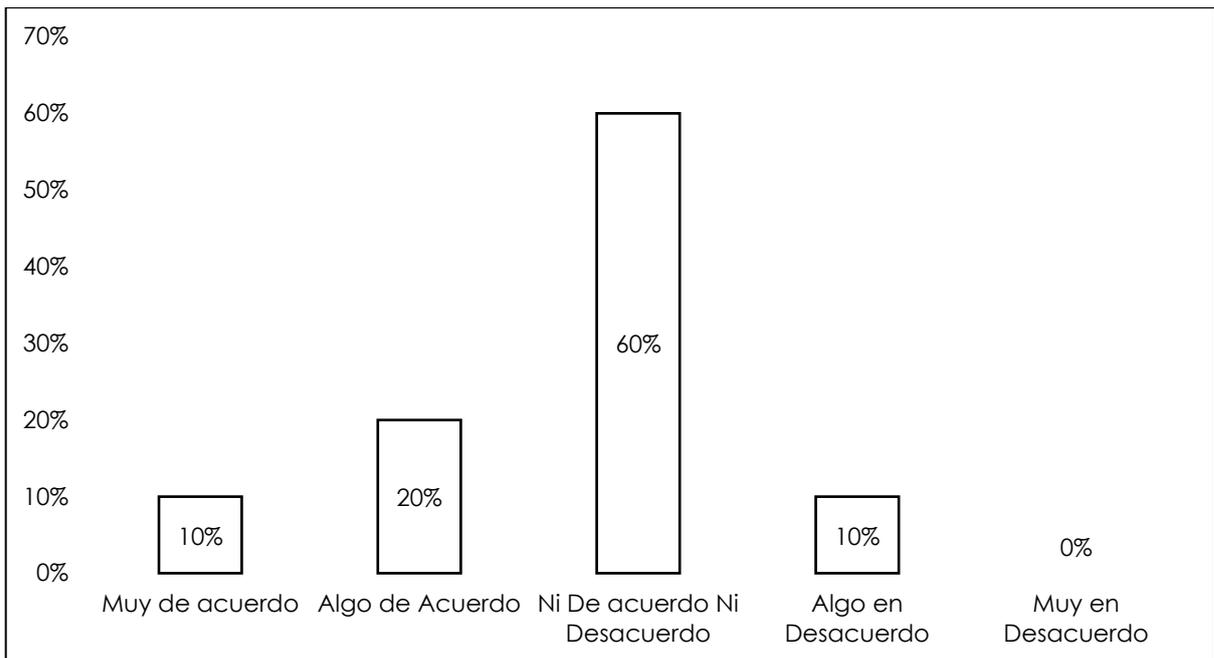
**Figura 5.** Modernas y adecuadas instalaciones

Los visitantes están ni de acuerdo ni en desacuerdo con las instalaciones del museo que permiten la percepción de los instrumentos de exhibición dando con un porcentaje del 40%, que es un poco desfavorable ya que un museo debe contar con unas instalaciones que al visitante le den satisfacción.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 17.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	10%
Algo de Acuerdo	2	20%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	60%
Algo en Desacuerdo	1	10%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



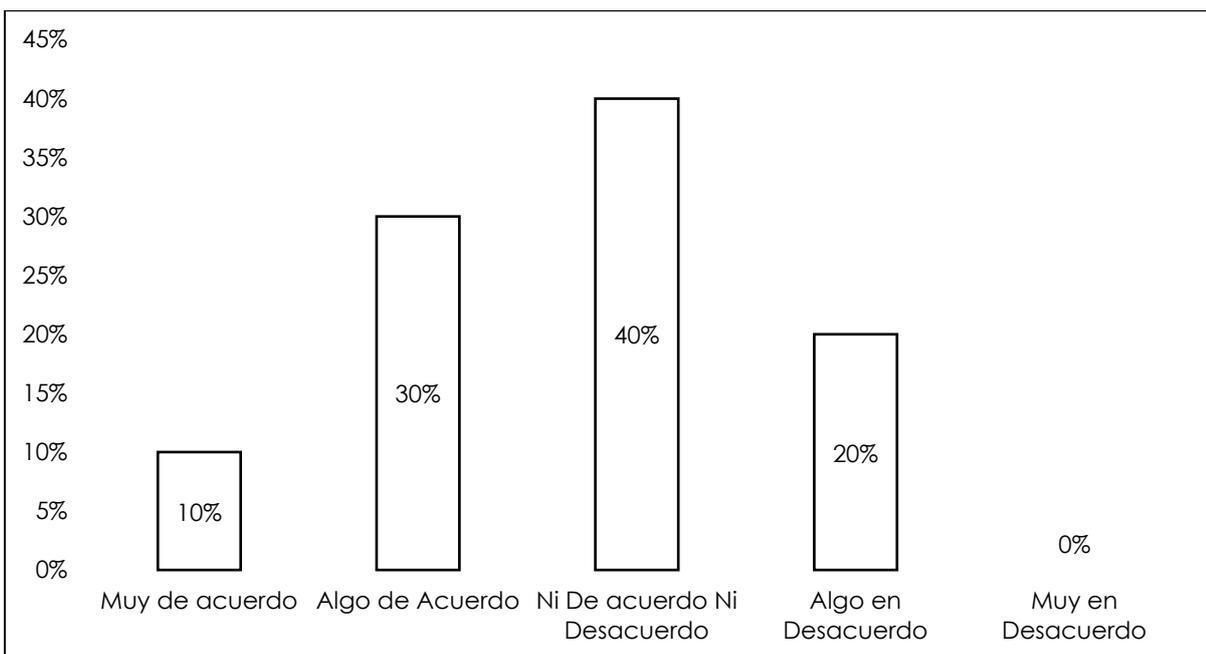
**Figura 6.** Actividades culturales de entretenimiento

Los resultados obtenidos dan a conocer que los visitantes no están ni de acuerdo ni en desacuerdo que el museo realiza actividades culturales, con un porcentaje del 60% siendo así que los encuestados tienen una respuesta indiferente que no hay ni puntos altos ni bajos con respecto a esta pregunta, aunque es de suma importancia que los museos realicen actividades para que influya en la afluencia de visitantes.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 18.** Servicios en general

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	10%
Algo de Acuerdo	3	30%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	40%
Algo en Desacuerdo	2	20%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



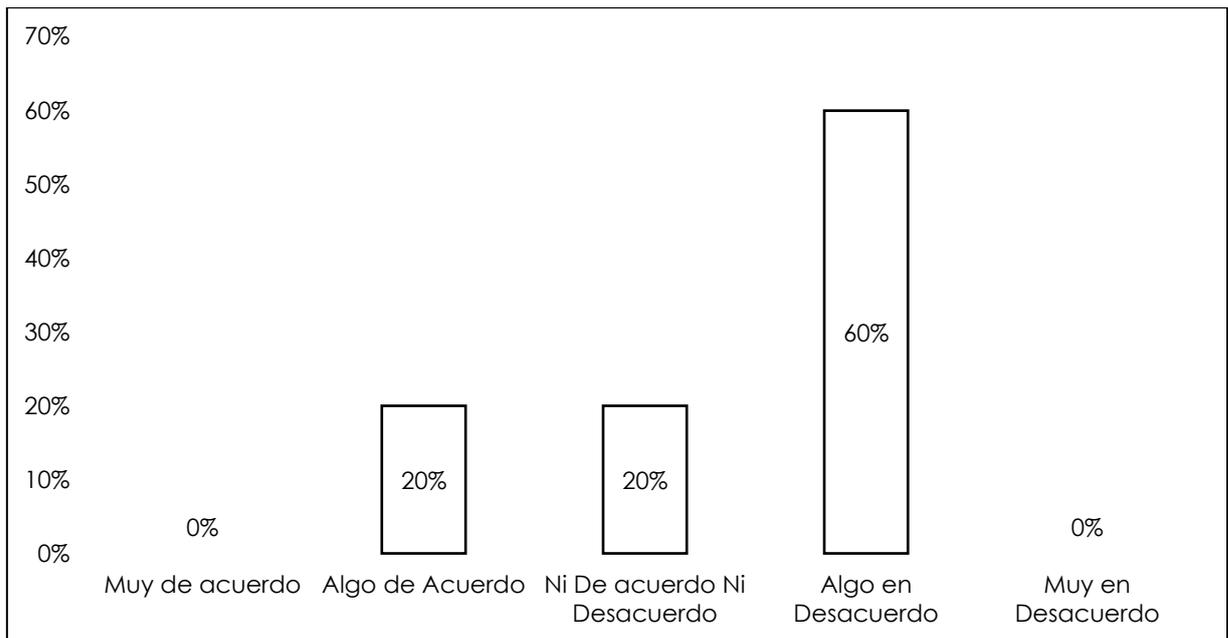
**Figura 7.** Servicios en general

Según la información recolectada los visitantes optaron por una respuesta indiferente lo que da un resultado ni negativo ni positivo, los servicios ofrecidos al público es la principal atracción de los visitantes ya que un buen servicio da buena experiencia al visitante, pero con este porcentaje da a conocer que los servicios que ofrece el museo no son ni tan buenos ni tan malos.

5. ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 19.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	2	20%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	20%
Algo en Desacuerdo	6	60%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



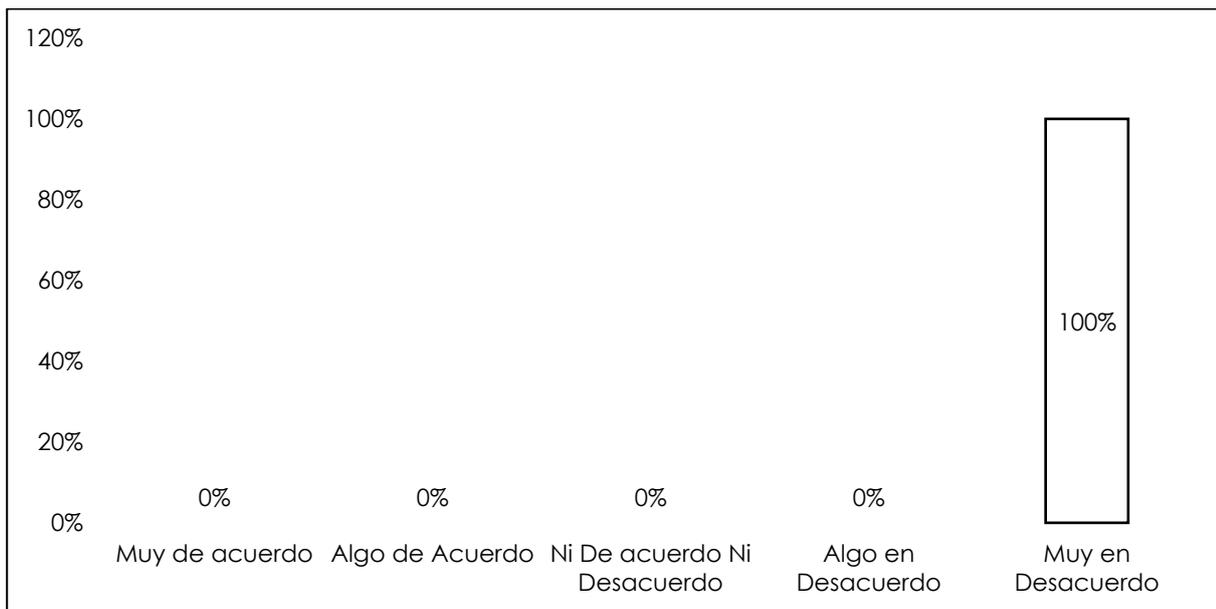
**Figura 8.** Información antes de adquirir el servicio

La información brindada antes de adquirir el servicio en el museo según la información recolectada en base a los visitantes es de algo de acuerdo con un el mayor porcentaje, dando a conocer que la información es un poco negativa ya que la información antes de consumir el servicio es escasa.

- ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 20.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	0	0%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	0	0%
Algo en Desacuerdo	0	0%
Muy en Desacuerdo	10	100%
TOTAL	10	100%



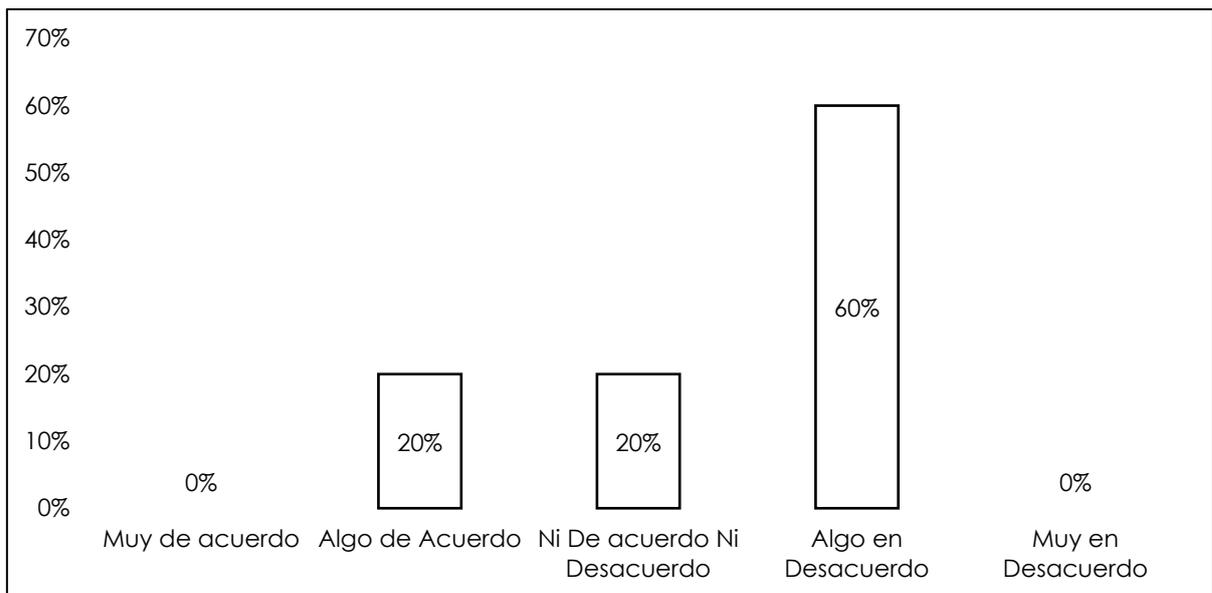
**Figura 9.** Alianzas con otras instituciones

Se determina que la mayoría de los visitantes opto por una respuesta negativa con respecto a las alianzas del museo ya que no conocen alianzas que haya realizado el museo con otras instituciones sean locales o nacionales, el mayor puntaje fue por la opción de muy en desacuerdo con el 100%.

7. ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 21.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	2	20%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	20%
Algo en Desacuerdo	6	60%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



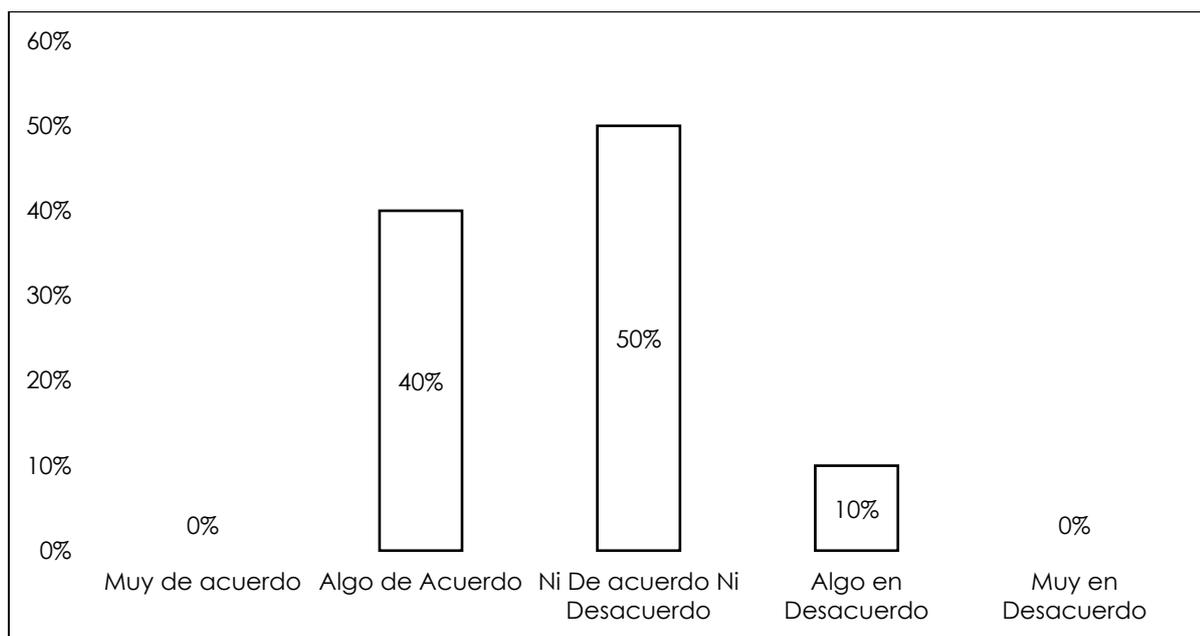
**Figura10.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados no tiene una respuesta muy positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de algo en desacuerdo, reflejando la insatisfacción que tiene los visitantes respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 22.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	2	20%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	20%
Algo en Desacuerdo	6	60%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



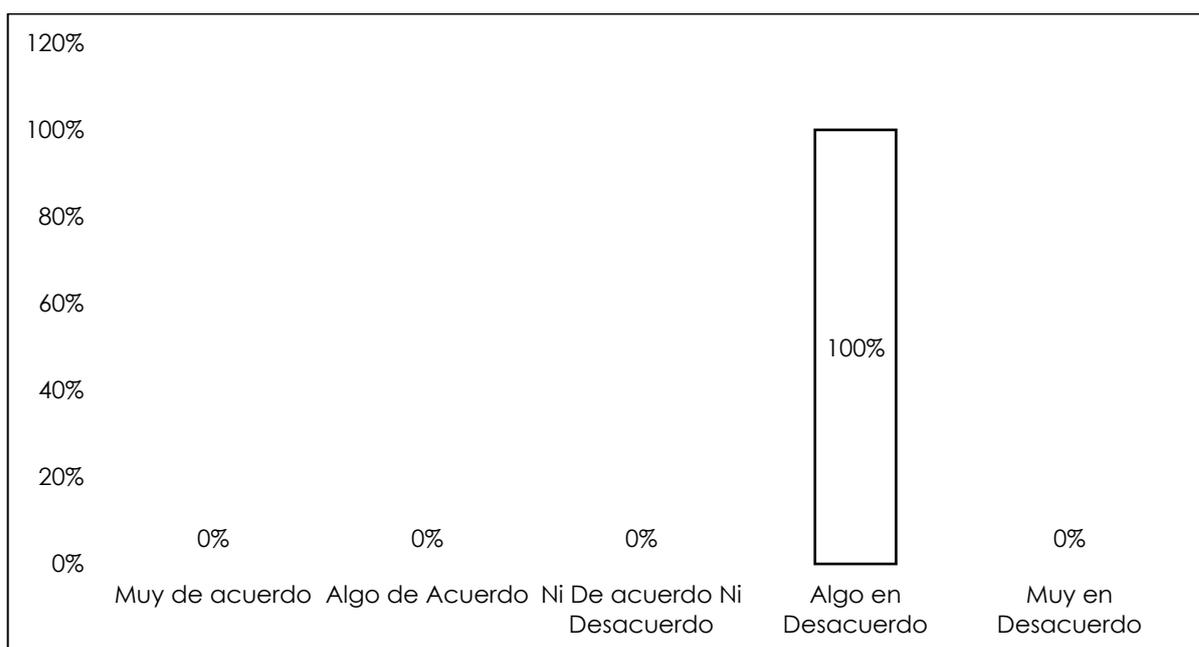
**Figura 11.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Con la información obtenida se determina que los visitantes no cumplen al cien por ciento sus expectativas al recibir los servicios y productos que ofrece el museo, dando con un resultado poco favorable, los visitantes escogieron la opción de algo en desacuerdo dando con un porcentaje del 60%.

9. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 23.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	0	0%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	0	0%
Algo en Desacuerdo	10	100%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



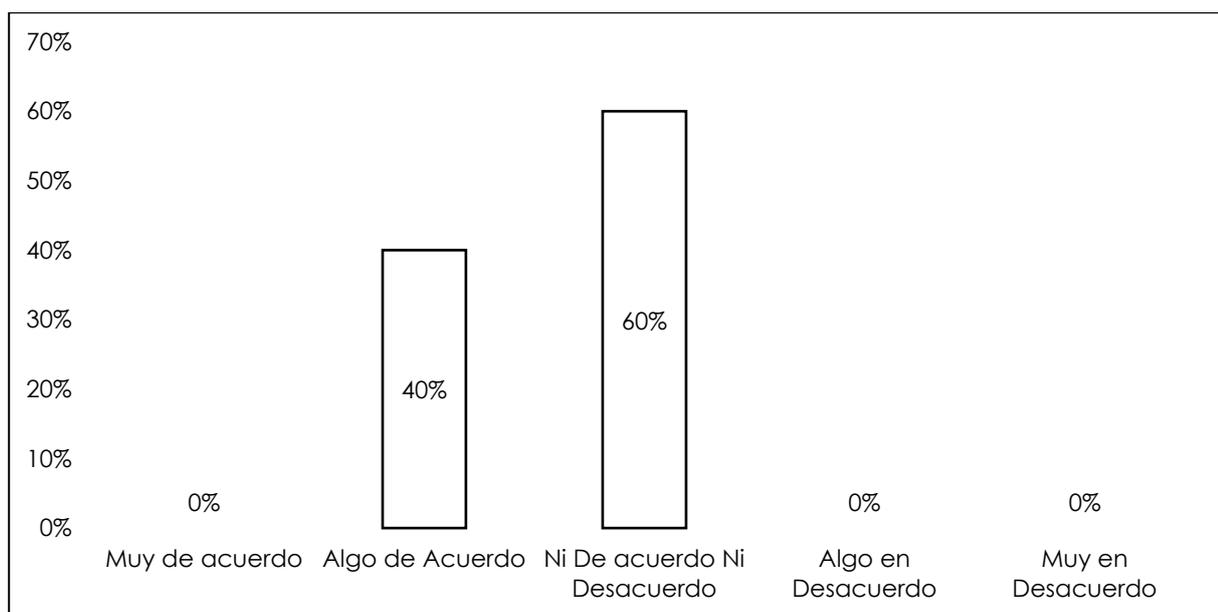
**Figura 12.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que el museo no tiene presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física ya que los visitantes optaron por una respuesta negativa con respecto a la inclusión que tiene el museo la cual no le favorece con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 24.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	10	100%
Algo de Acuerdo	0	0%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	0	60%
Algo en Desacuerdo	0	40%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	10	100%



**Figura 13.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Con la información obtenida se determina que la mayor respuesta fue neutral con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural y también están un poco de acuerdo con respecto a este aporte ya que el museo mantiene sus actividades culturales normales.

#### Museo Samay Huasi

El museo Samay Huasi está ubicado alado del estadio Angochagua en la comunidad Angochagua del cantón de Ibarra es un museo privado y el dueño es Fernando Colimba, el museo expone la cultura Karanki y sus piezas que han sido recolectadas gracias a toda la comunidad, sus vasijas como las elaboraban sin ningún químico, sus vestimentas como eran elaboradas desde cero, sus sombreros y como ellos no pertenecieron nunca a la finca de Zuleta siempre fueron independientes.

Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron hombres con un 57% y el mejor porcentaje fue de las mujeres con un 43%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 27 años hasta los 50 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son pertenecientes a la ciudad de Ibarra con un 36% y seguido con un 30% de la ciudad de Atuntaqui.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

Tabla 25. Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	7%
Algo de Acuerdo	6	43%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	29%
Algo en Desacuerdo	2	14%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%

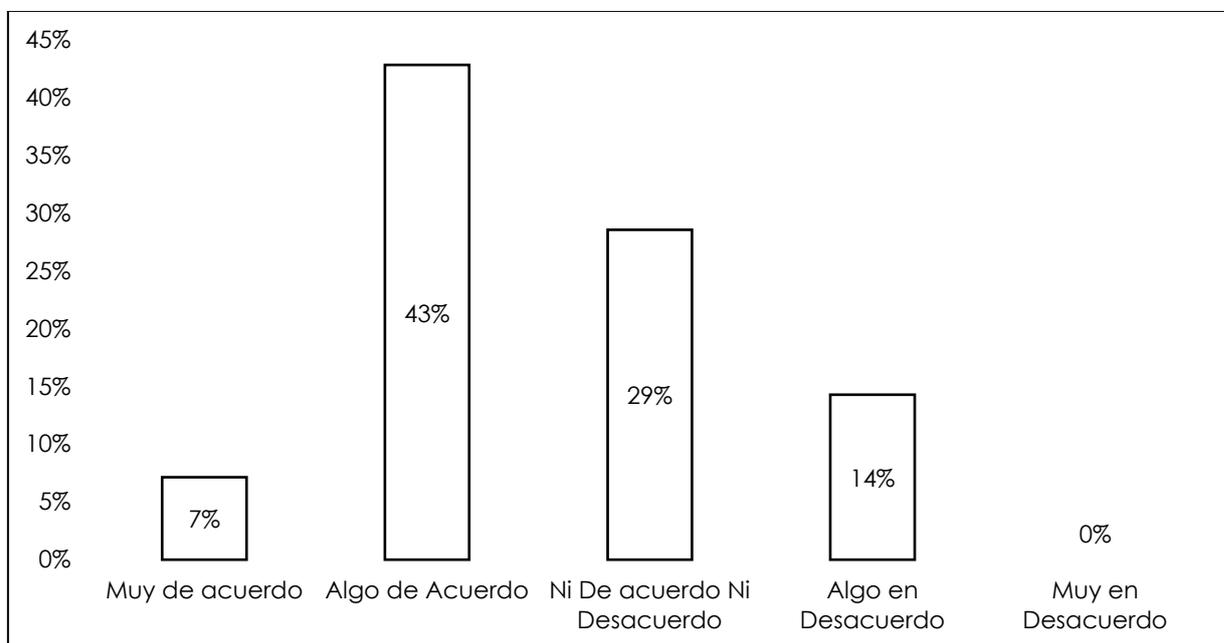


Figura 14. Señalética que orienta dentro y fuera del museo

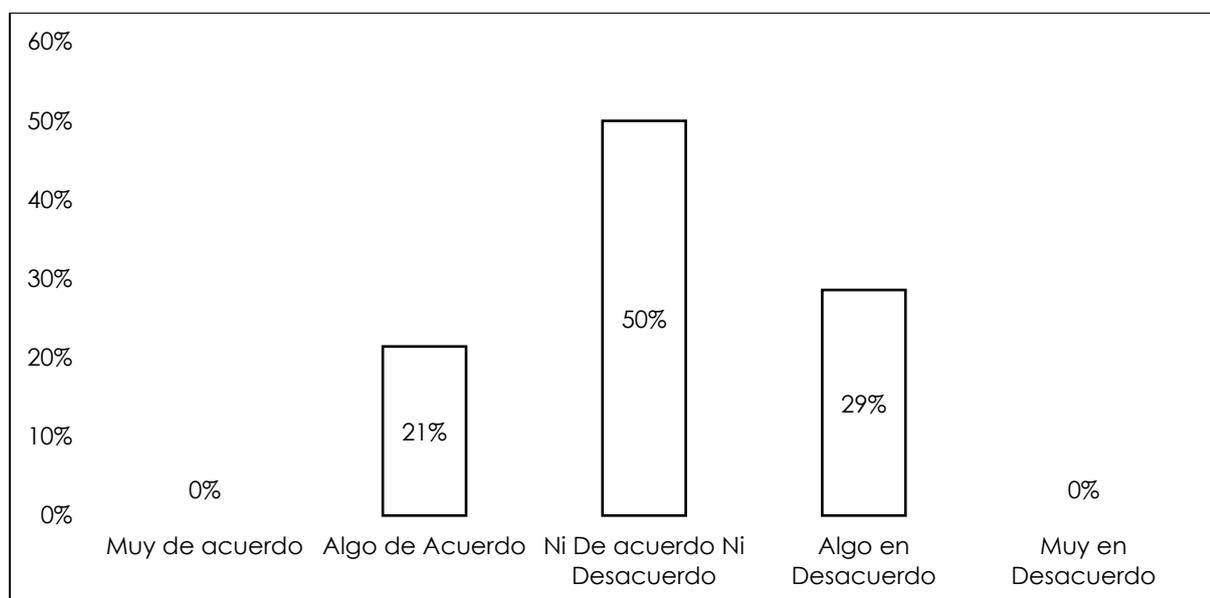
Se determina que la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta positiva con respecto a la señalética del museo, ya que la señalización del lugar ayuda a

orientarse no de forma excelente, pero si lo suficiente para poder llegar al objetivo que tenga el visitante.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 26.** Modernas y adecuadas instalaciones

<b>Modernas y adecuadas instalaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	7	50%
Algo en Desacuerdo	4	29%
Muy en Desacuerdo	0	0%
total	14	100%



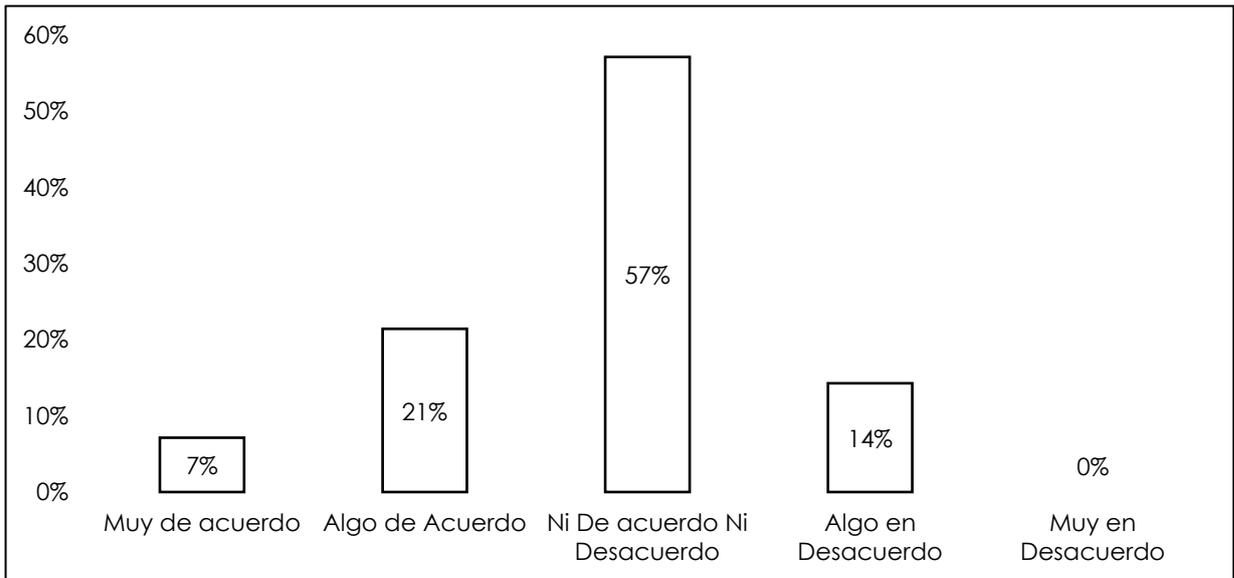
**Figura 15.** Modernas y adecuadas instalaciones

Con la información obtenida se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta neutral con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se mantenga en un nivel que no sea ni tan bajo ni tan alto de satisfacción con las instalaciones para la exhibición de sus instrumentos y objetos.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 27.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	7%
Algo de Acuerdo	3	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	57%
Algo en Desacuerdo	2	14%
Muy en Desacuerdo	0	0%
total	14	100%



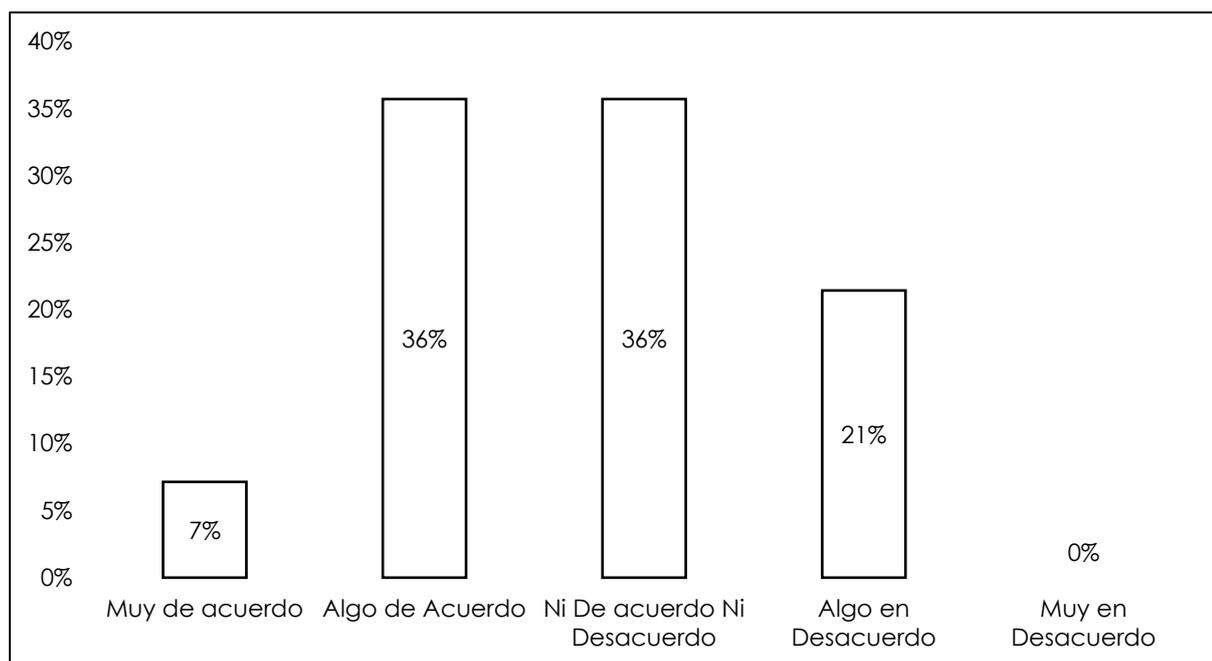
**Figura 16.** Actividades culturales de entretenimiento

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan son las necesarias con respecto al itinerario que ofrece el museo, no son excelentes, pero tampoco muy malas.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 28.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	7%
Algo de Acuerdo	5	36%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	36%
Algo en Desacuerdo	3	21%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%



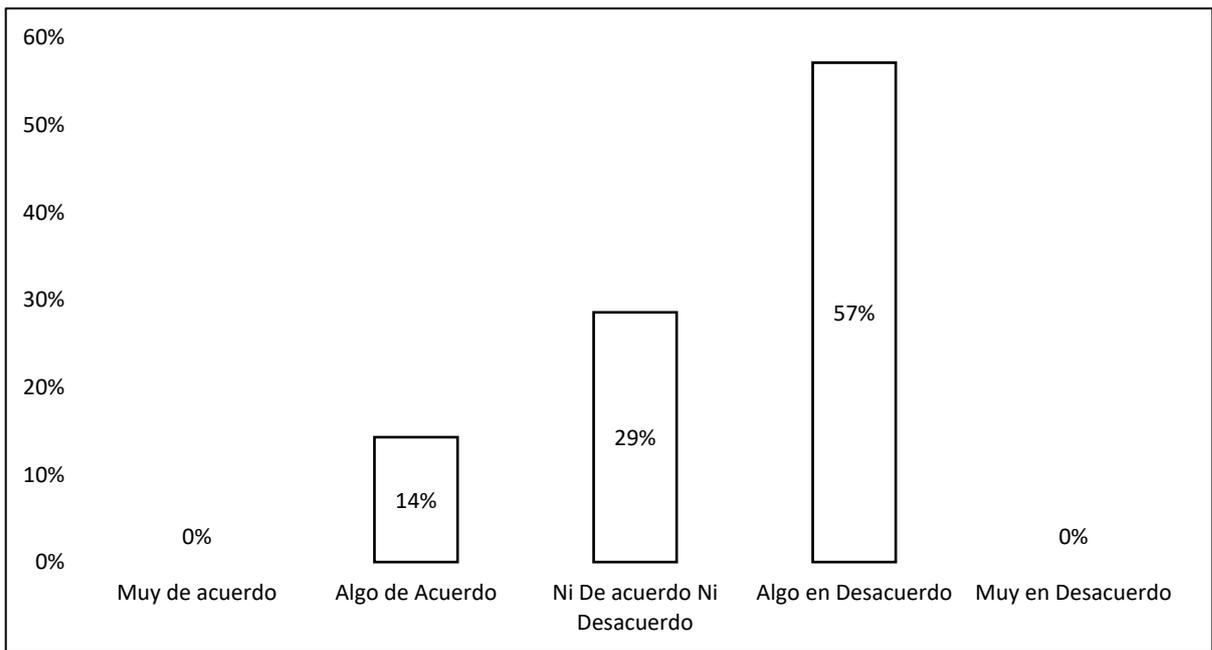
**Figura 17.** Servicios en General

Los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta neutral y también positiva ambas respuestas obtuvieron el mismo porcentaje determinando que los servicios que ofrece son normales, ni tan malos ni tan buenos, ofrecen lo suficiente para que todo tipo de visitante se sienta neutralmente satisfecho.

5. ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 29.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	2	14%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	29%
Algo en Desacuerdo	8	57%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%



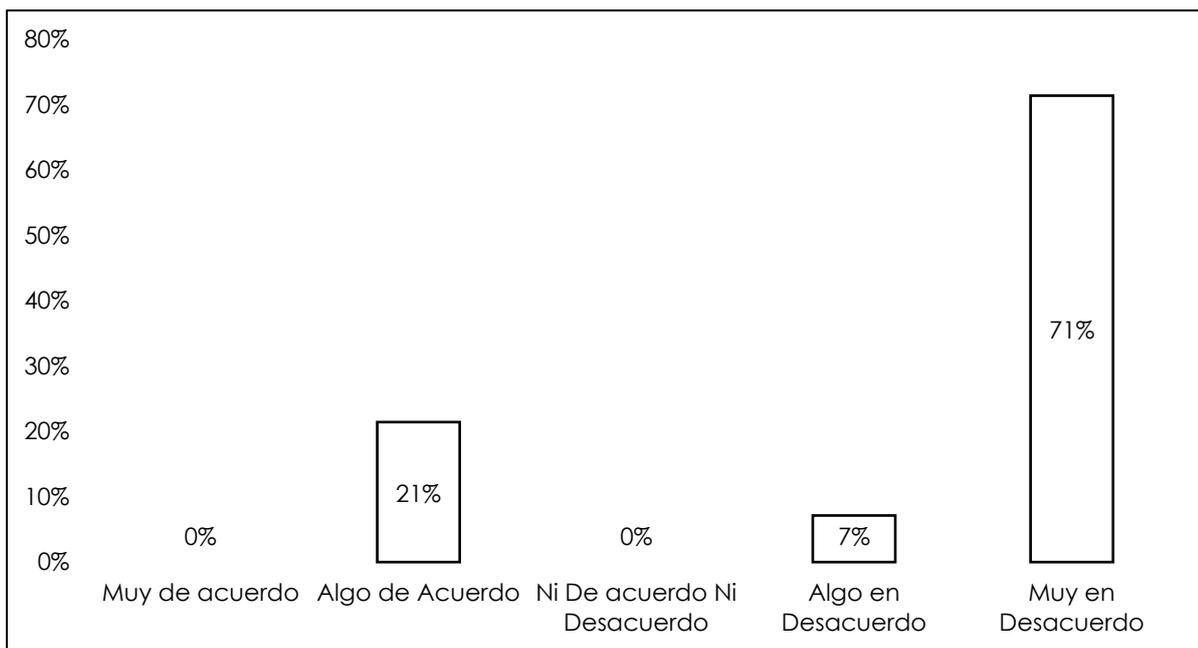
**Figura 18.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta negativa con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, dando con el mayor valor con lo poco satisfechos que se sienten con la información que brinda el museo.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 30.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	0	0%
Algo en Desacuerdo	1	7%
Muy en Desacuerdo	10	71%
TOTAL	14	100%



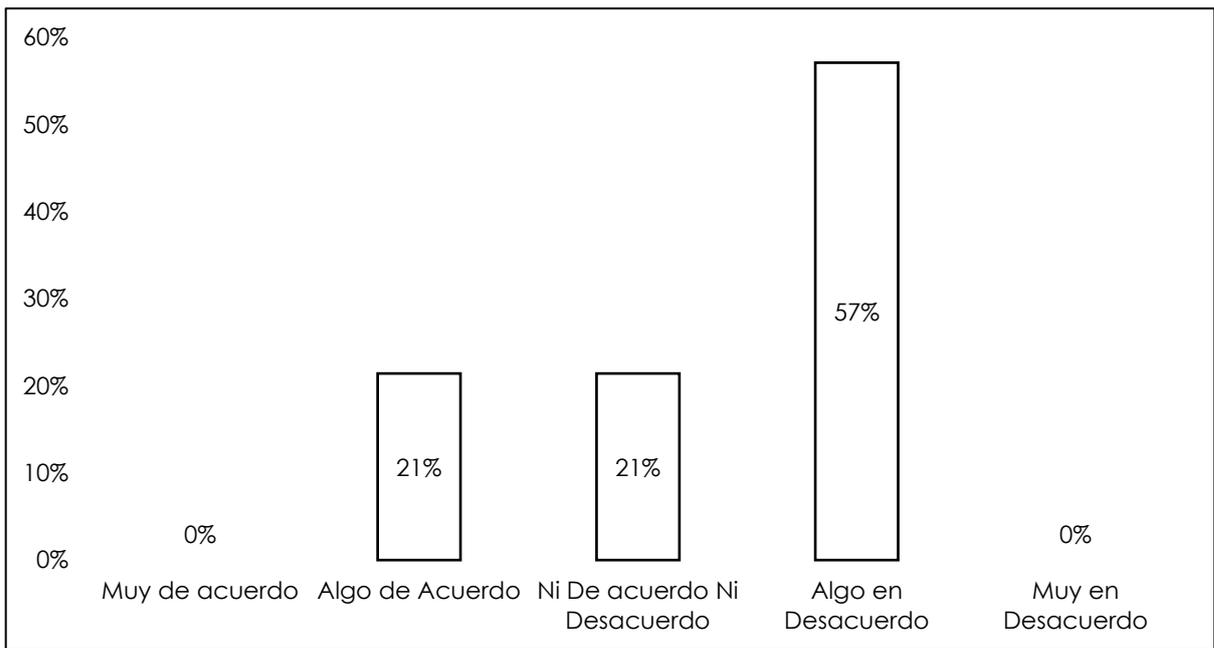
**Figura 19.** Alianzas con otras instituciones

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta negativa con respecto a si ellos conocían si el museo contaba con alianzas con otras instituciones, dado el caso que ellos no conocían alianzas o actividades que haya realizado con otras instituciones de forma conjunta.

7. ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 31.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	21%
Algo en Desacuerdo	8	57%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%



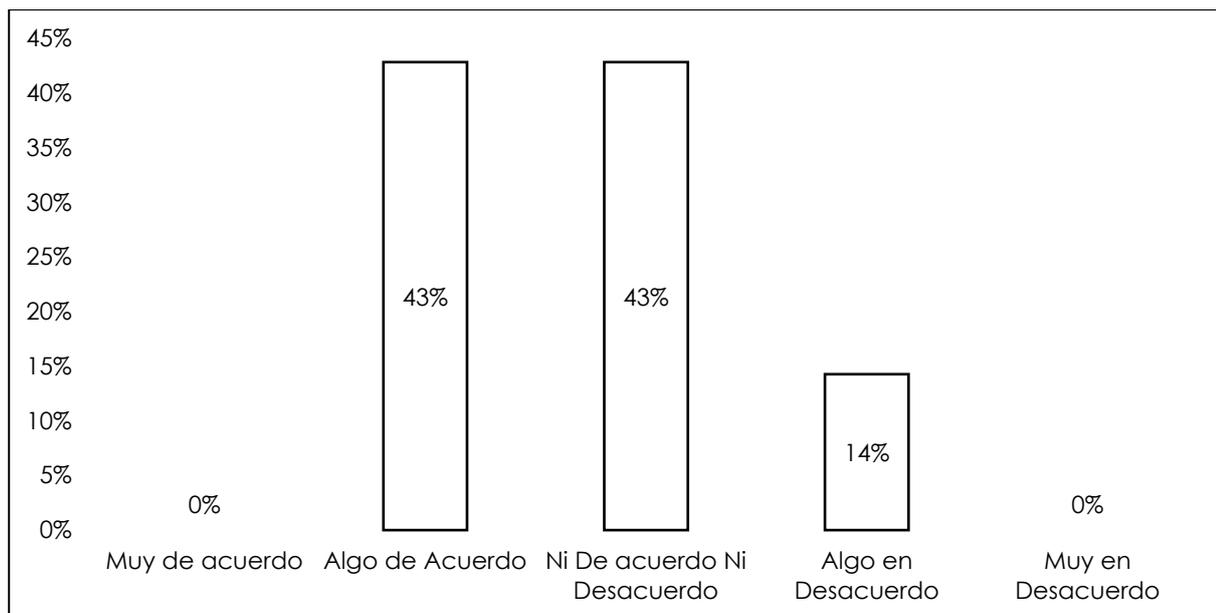
**Figura 20.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados no tiene una respuesta muy positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de algo en desacuerdo, reflejando la insatisfacción que tiene los visitantes respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 32.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	6	43%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	43%
Algo en Desacuerdo	2	14%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%



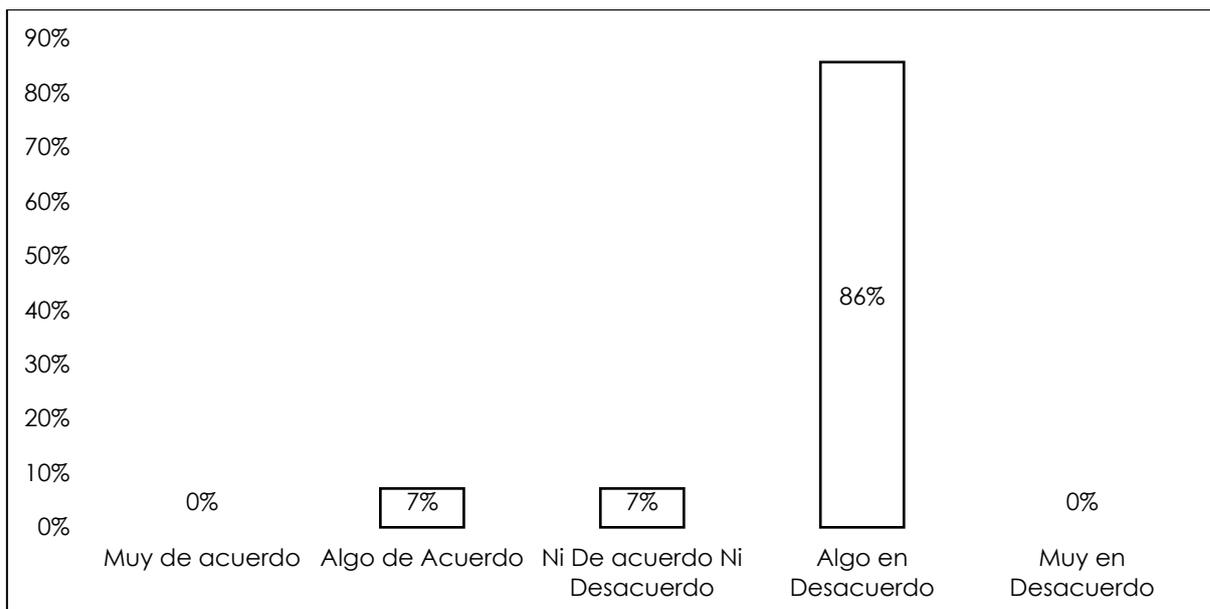
**Figura 21.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Se determina que los visitantes tuvieron respuestas positivas y neutrales con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que no cumplen al cien por ciento sus expectativas, pero las mantiene neutrales y así el visitante no se sienta totalmente insatisfecho.

- ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 33.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	1	7%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	1	7%
Algo en Desacuerdo	12	86%
Muy en Desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>



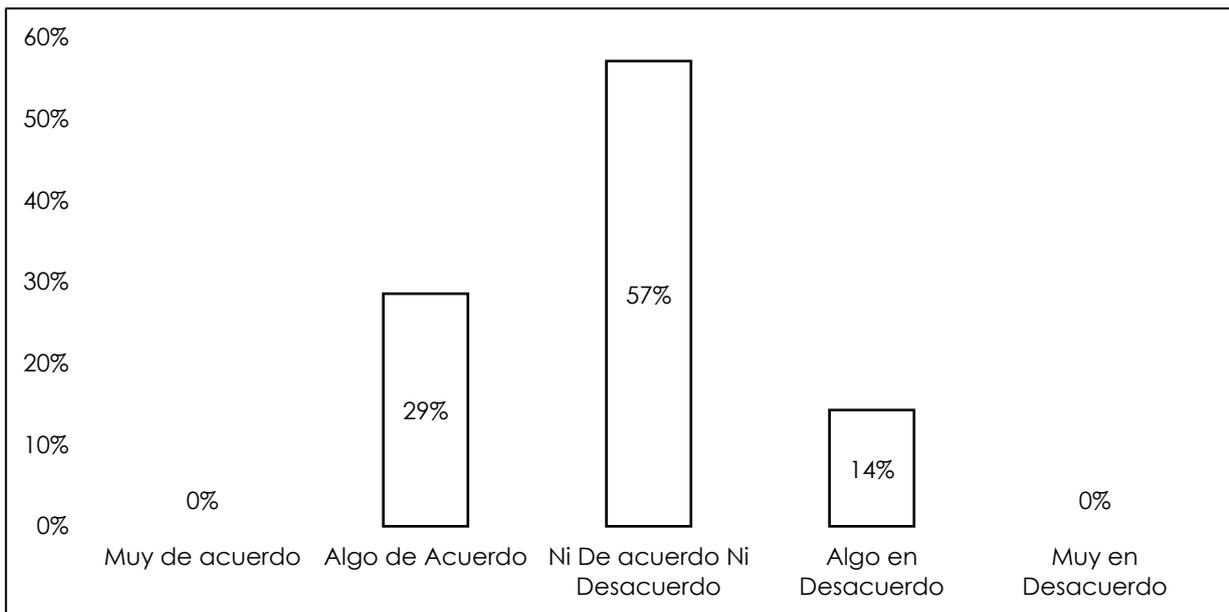
**Figura 22.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta negativa a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual no le favorece al museo con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes y sus discapacidades.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 34.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	4	29%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	57%
Algo en Desacuerdo	2	14%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%



**Figura 23.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Con la información obtenida se determina que la mayor respuesta fue neutral con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo mantiene sus actividades culturales ancestrales demostrando de forma directa sus vivencias.

#### Casa Museo Carangue

El museo Carangue se encuentra ubicado en la comunidad de Zuleta del cantón de Ibarra, en el museo interpretan su vivencia y como antes sembraban sus alimentos y sin químicos, el dueño cuenta como Vivian sus antepasados, y las piezas que tiene en el museo son heredadas y tiene más de 300 años, tiene piezas como la mama pondo donde realizaba la chicha en las fiestas o dar la bienvenida, ahora en la actualidad solo el 21 de junio se realiza la chicha en todas las casas, antes se las realizaba en las mingas para fortalecer la unión y demostrar el agradecimiento.

Las ollas de 3 patas representan a la familia el padre la madre y los hijos, también las tulpas donde toda la familia se reunía, la tulpita contiene 3 piedras al igual que las ollas ya que representan unión, si una pata o una piedra se rompe significa desequilibrio.

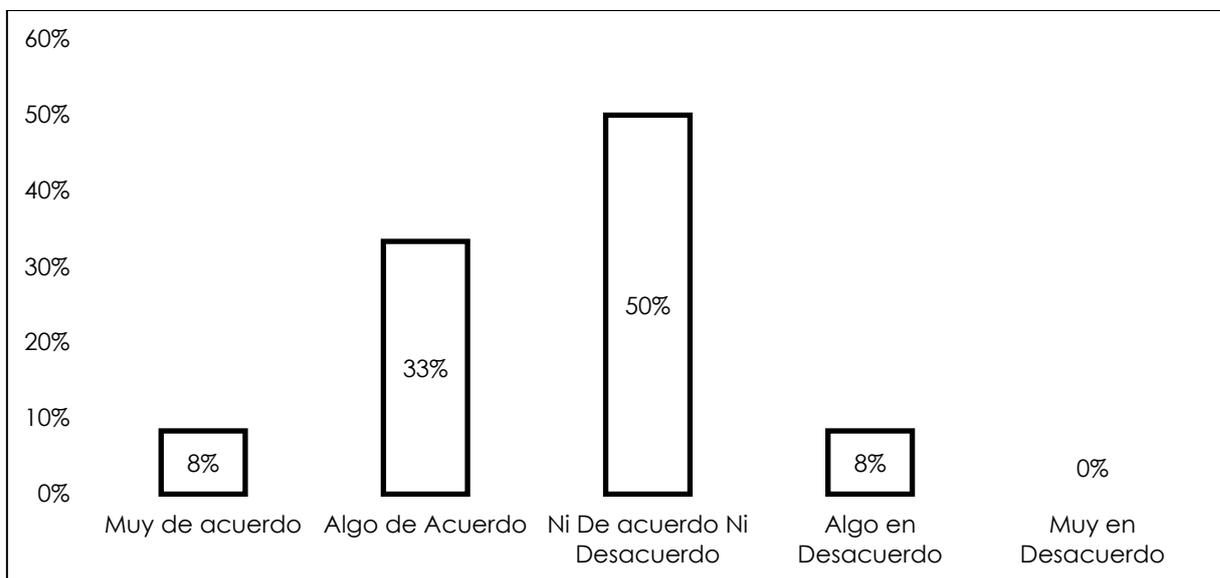
También se puede observar los instrumentos originales de la elaboración de la tela y tejido antes de la llegada de los españoles, cuando llegaron ellos ya mejoraron los instrumentos y las telas elaboradas y vestimentas elaboradas las llevaban a España.

Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mitad de los visitantes fueron mujeres y la otra mitad dieron hombres dando con un porcentaje de 50% en ambos géneros, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 30 años hasta los 52 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son pertenecientes a la ciudad de Ibarra con un 67% y seguido con un 17% de la ciudad de Cotacachi.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 35.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	8%
Algo de Acuerdo	4	33%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	50%
Algo en Desacuerdo	1	8%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	12	100%



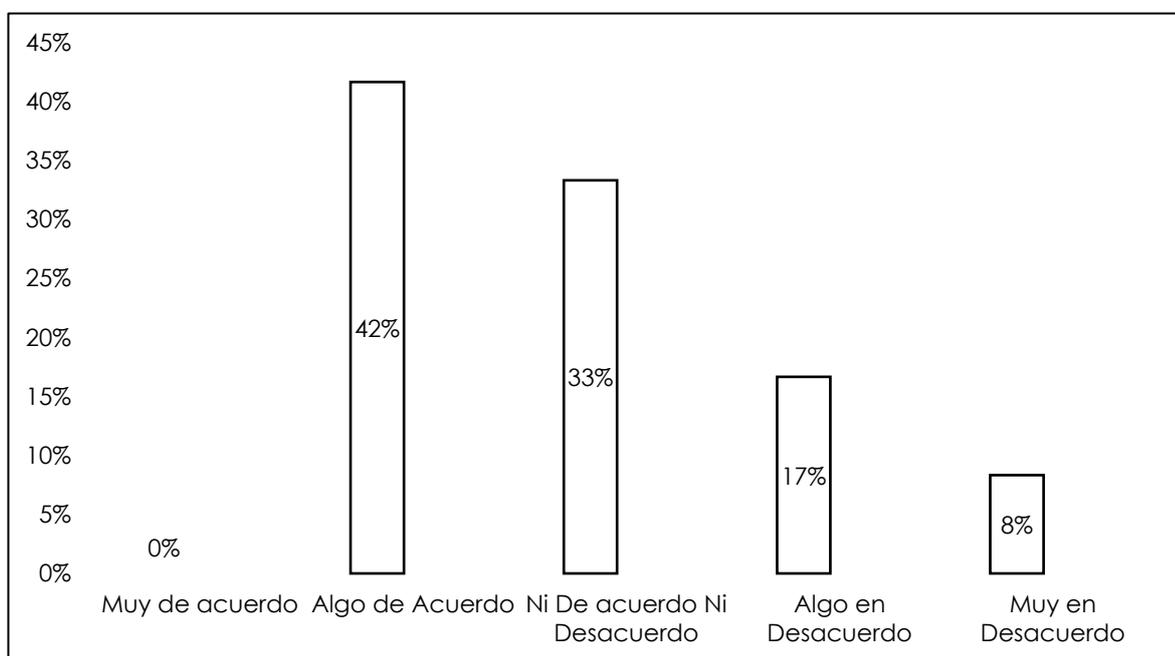
**Figura 24.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta neutral con respecto a la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, la señalética del museo ayuda a orientarse dentro y fuera sin que el visitante se pierda totalmente.

- ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 36.** Modernas y adecuadas instalaciones

Modernas y adecuadas instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	5	42%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	33%
Algo en Desacuerdo	2	17%
Muy en Desacuerdo	1	8%
TOTAL	12	100%



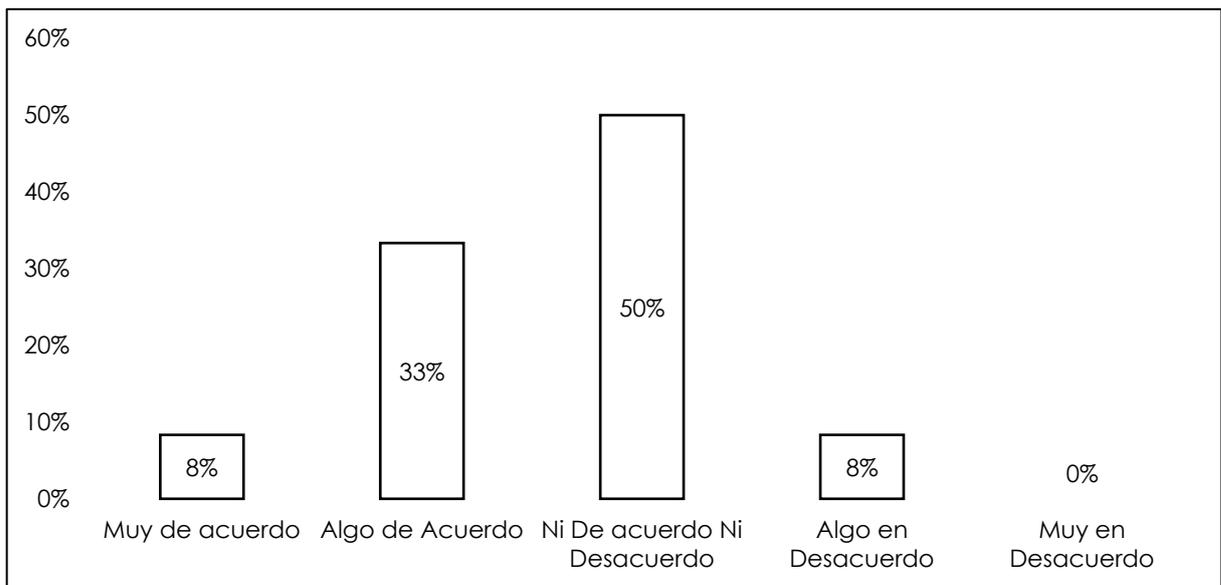
**Figura 25.** Modernas y adecuadas instalaciones

Con la información obtenida se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta algo positiva con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se sienta algo satisfecho con las instalaciones que exhiben sus instrumentos y objetos.

- ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 37.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	8%
Algo de Acuerdo	4	33%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	50%
Algo en Desacuerdo	1	8%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	12	100%



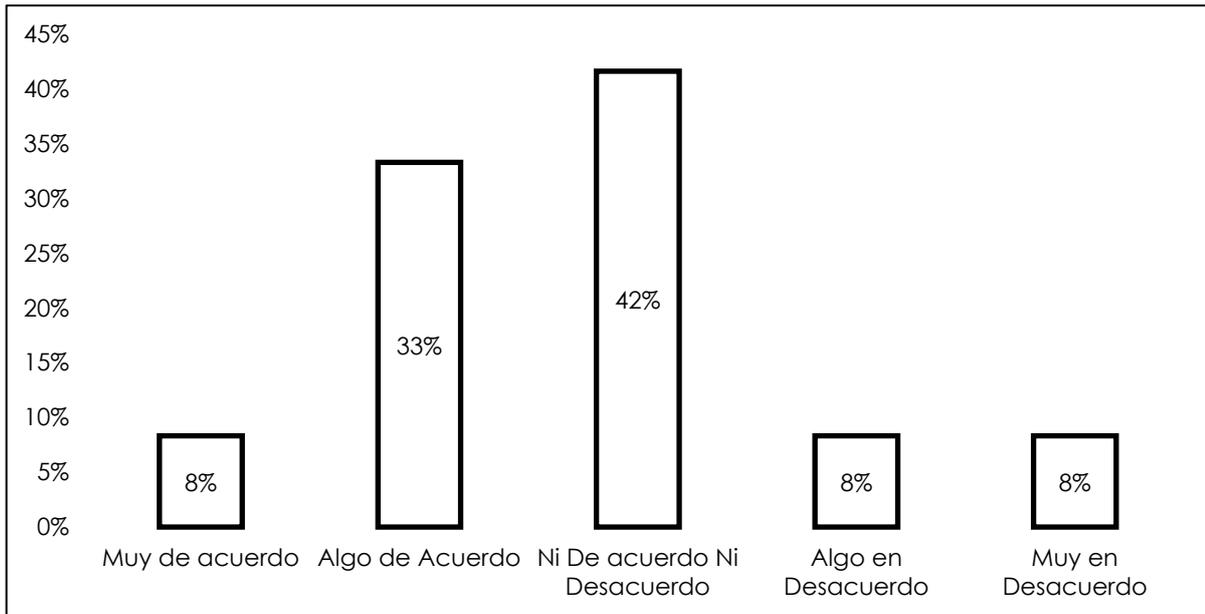
**Figura 26.** Actividades culturales de entretenimiento

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan son las necesarias con respecto al itinerario que ofrece el museo, no son excelentes, pero tampoco muy malas.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 38.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	8%
Algo de Acuerdo	4	33%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	42%
Algo en Desacuerdo	1	8%
Muy en Desacuerdo	1	8%
TOTAL	12	100%



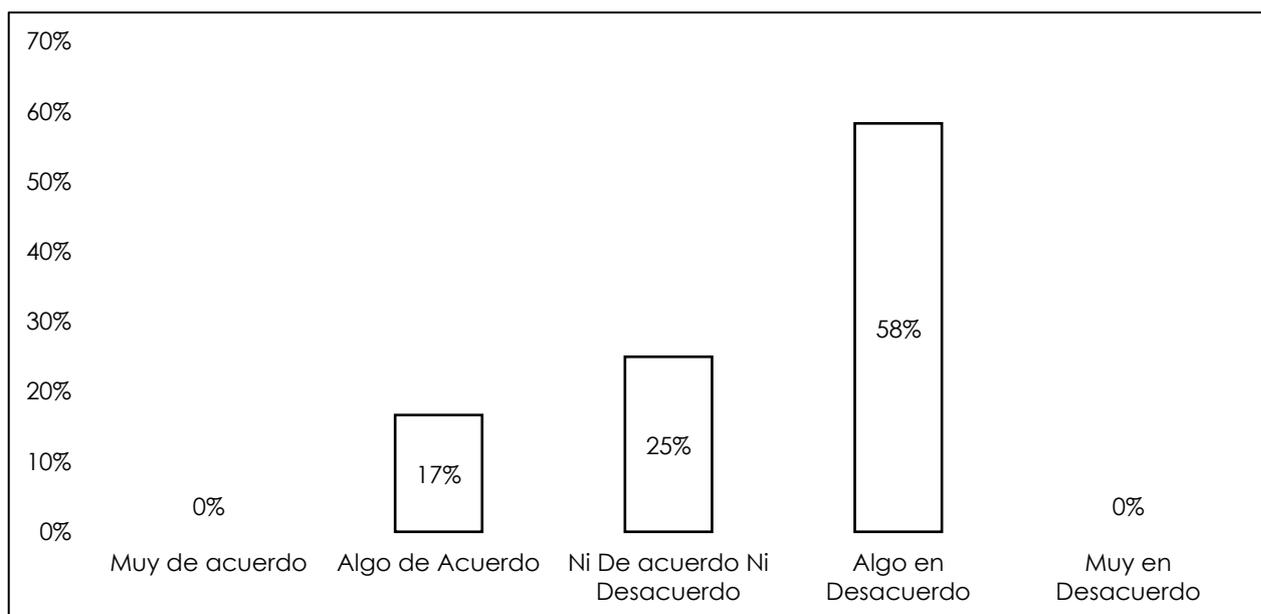
**Figura 27.** Servicios en General

Los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta neutral con un 42% y también algo positiva con un 33% ambas respuestas son favorables para el museo, así se determina que los servicios que ofrece son normales, ni tan malos ni tan buenos, ofrecen lo suficiente para que todo tipo de visitante se sienta normalmente satisfecho.

5. ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 39.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	2	17%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	25%
Algo en Desacuerdo	7	58%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	12	100%



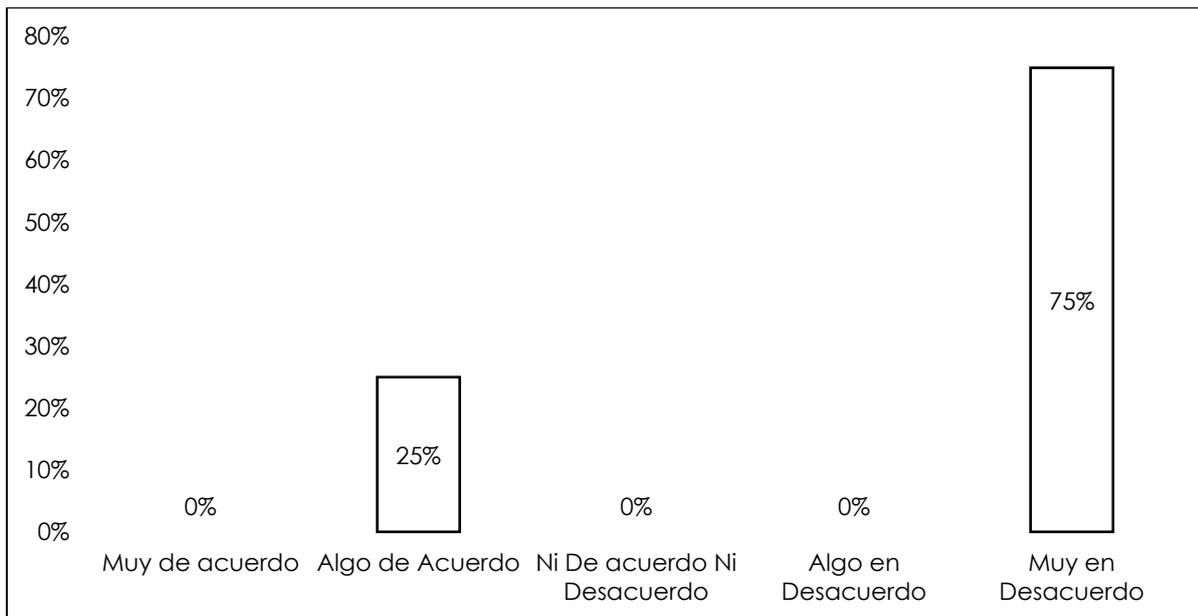
**Figura 28.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta un poco negativa de 58% con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, dando con el mayor valor con lo poco satisfechos que sienten con la información que brinda el museo.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 40.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	25%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	0	0%
Algo en Desacuerdo	0	0%
Muy en Desacuerdo	9	75%
TOTAL	12	100%



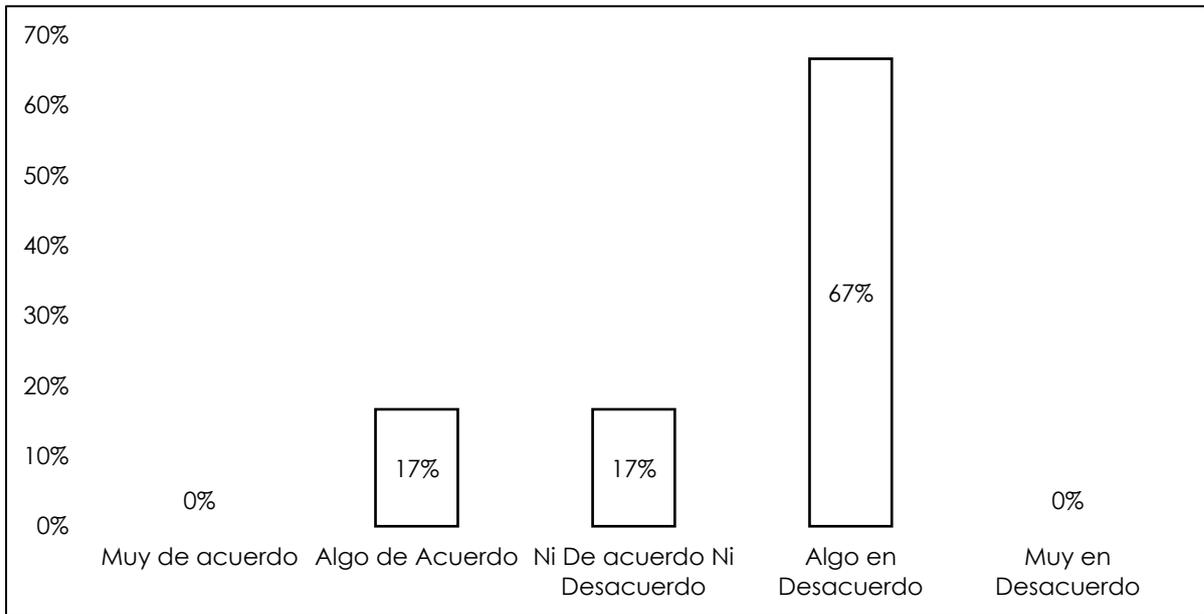
**Figura 29.** Alianzas con otras instituciones

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta negativa del 75% con respecto a las alianzas con otras instituciones para realizar actividades relacionadas con la cultura o programas que incentiven las actividades culturales.

7. ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 41.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	2	17%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	17%
Algo en Desacuerdo	8	67%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	12	100%



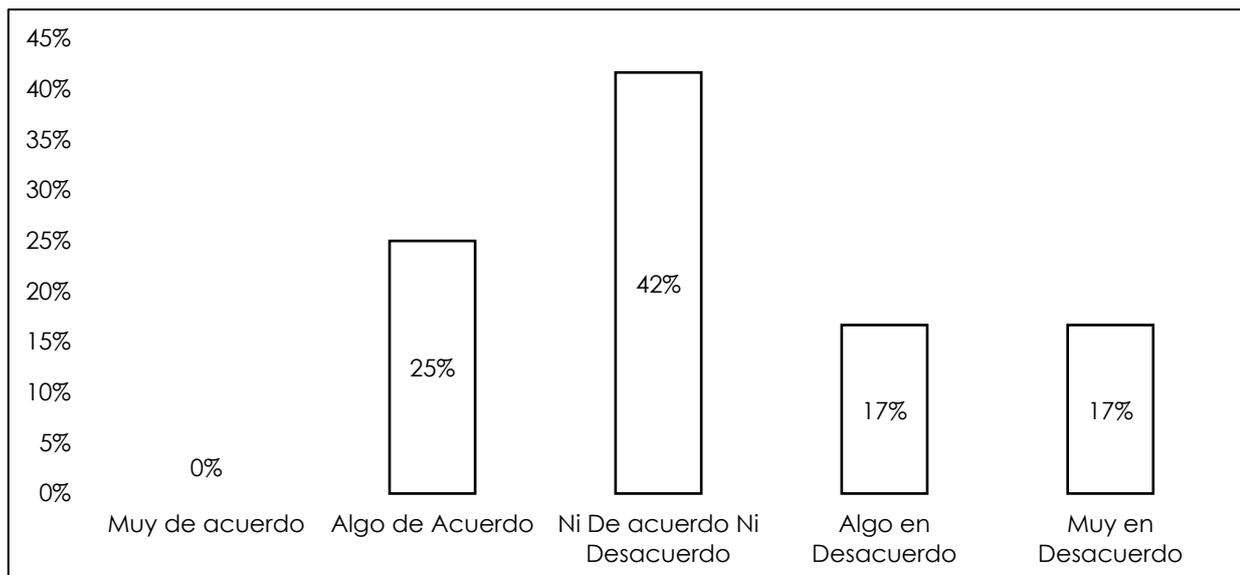
**Figura 30.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados no tiene una respuesta muy positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de algo en desacuerdo, reflejando la insatisfacción que tiene los visitantes respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 42.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	25%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	42%
Algo en Desacuerdo	2	17%
Muy en Desacuerdo	2	17%
TOTAL	12	100%



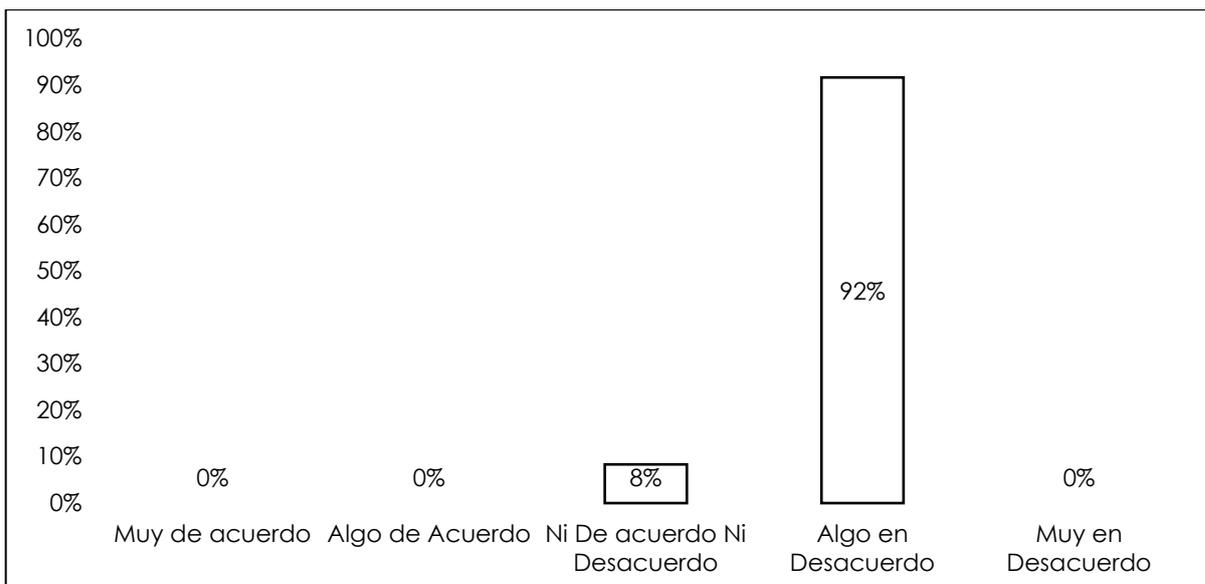
**Figura 31.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta neutral con un valor de 42% con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que no cumplen al cien por ciento sus expectativas, pero las mantiene neutrales y así el visitante no se sienta totalmente insatisfecho.

9. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 43.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	0	0%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	1	8%
Algo en Desacuerdo	11	92%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	12	100%



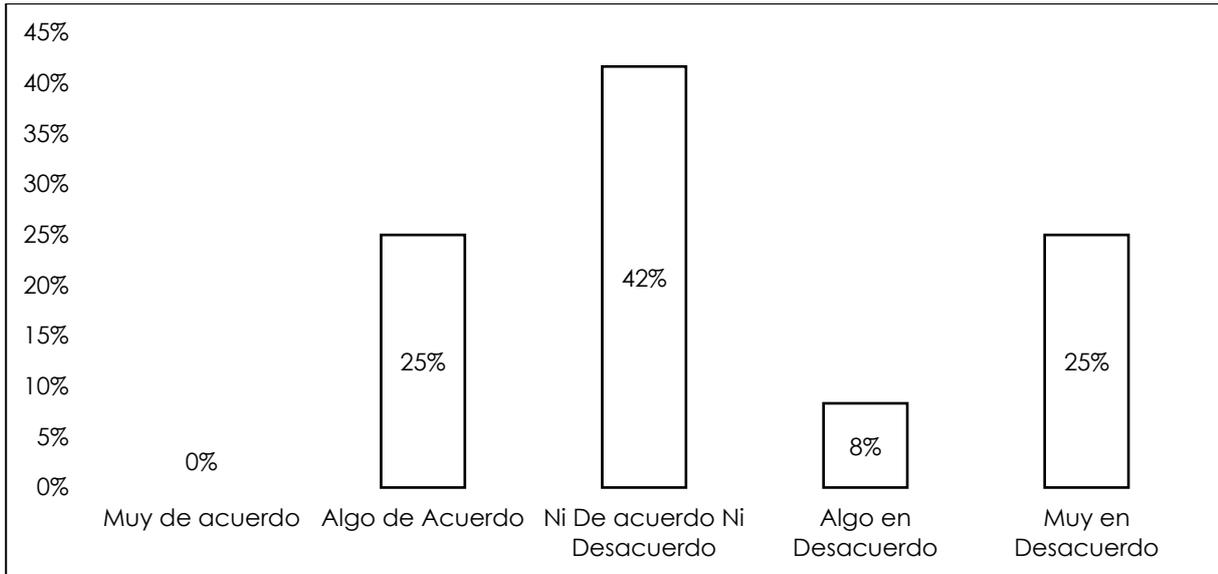
**Figura 32.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta poco negativa con un 92% a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual no le favorece al museo con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes y sus discapacidades.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 44.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	25%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	42%
Algo en Desacuerdo	1	8%
Muy en Desacuerdo	3	25%
TOTAL	12	100%



**Figura 33.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Se determina que la mayor respuesta fue neutral de 42% con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo mantiene sus actividades culturales ancestrales, y las demuestra a los visitantes de forma directa, las practica y las hace vivenciales con los turistas.

#### Museo del Centro cultural el cuartel

El museo del centro cultural el cuartel está ubicado frente al parque la merced en las calles José Joaquín olmedo, entre Juan José flore y García moreno, es un lugar abierto a toda clase de público y no tiene ningún tipo de costos.

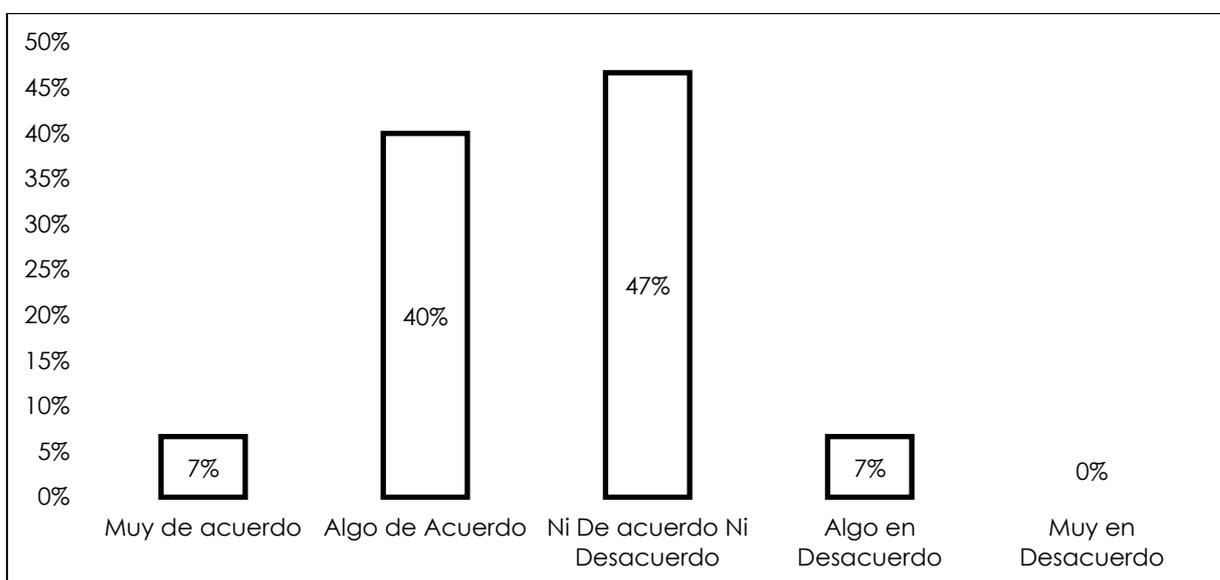
El museo presenta diferentes piezas de los Cochasqui y también piezas de la armada. Además, consta de 5 salas, la sala histórica de pintura, sala de los alcaldes, la sala histórico militar, sala Arqueología y la sala de arte contemporáneo.

Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron hombres con un 53% y el menor porcentaje fue de las mujeres con un 47%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 22 años hasta los 45 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son pertenecientes a la ciudad de Ibarra con un 50% y seguido con un 29% de la ciudad de Quito.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 45.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	7%
Algo de Acuerdo	6	40%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	7	47%
Algo en Desacuerdo	1	7%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	15	100%



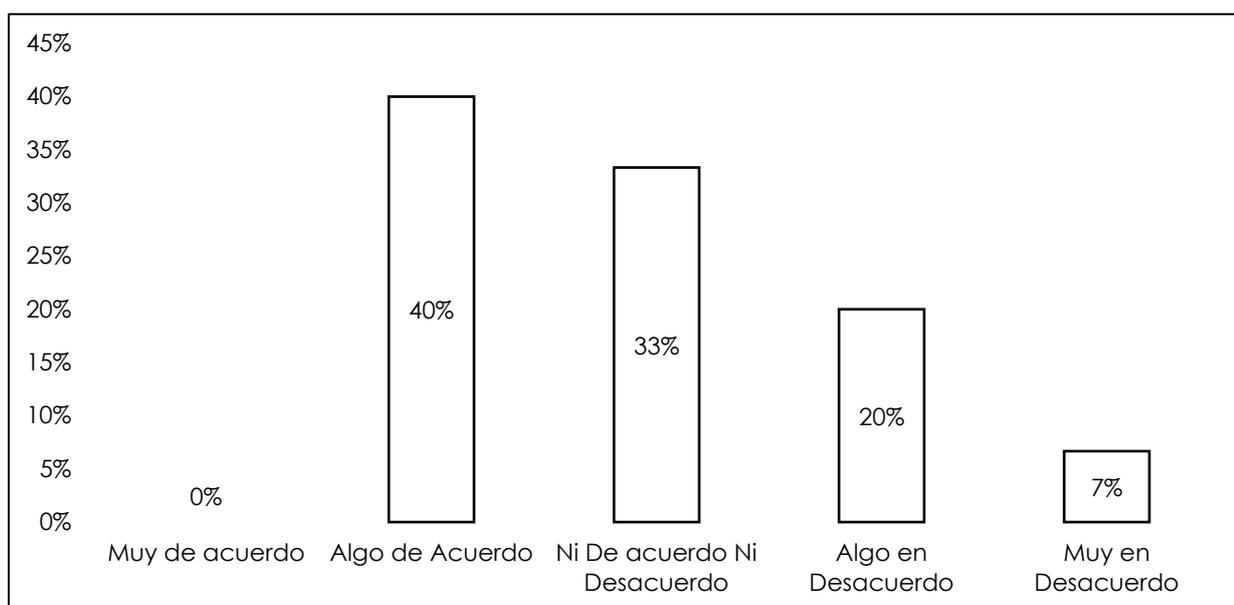
**Figura 34.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta neutral con respecto a la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, sin que el visitante se pierda totalmente, no es excelente la señalética ni tampoco mala, se mantiene en un nivel neutral para la satisfacción del visitante.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 46.** Modernas y adecuadas instalaciones

Modernas y adecuadas instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	6	40%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	33%
Algo en Desacuerdo	3	20%
Muy en Desacuerdo	1	7%
TOTAL	15	100%



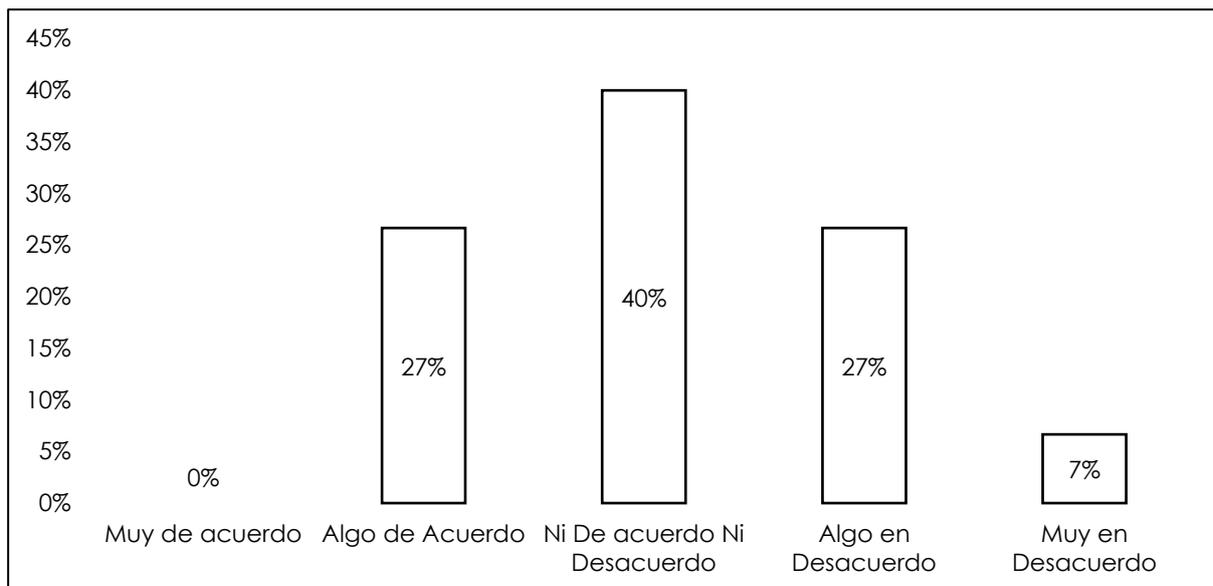
**Figura 35.** Modernas y adecuadas instalaciones

Con la información obtenida se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta algo positiva de un 40% con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se sienta algo satisfecho con las instalaciones que exhiben sus instrumentos y objetos.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 47.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	4	27%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	40%
Algo en Desacuerdo	4	27%
Muy en Desacuerdo	1	7%
TOTAL	15	100%



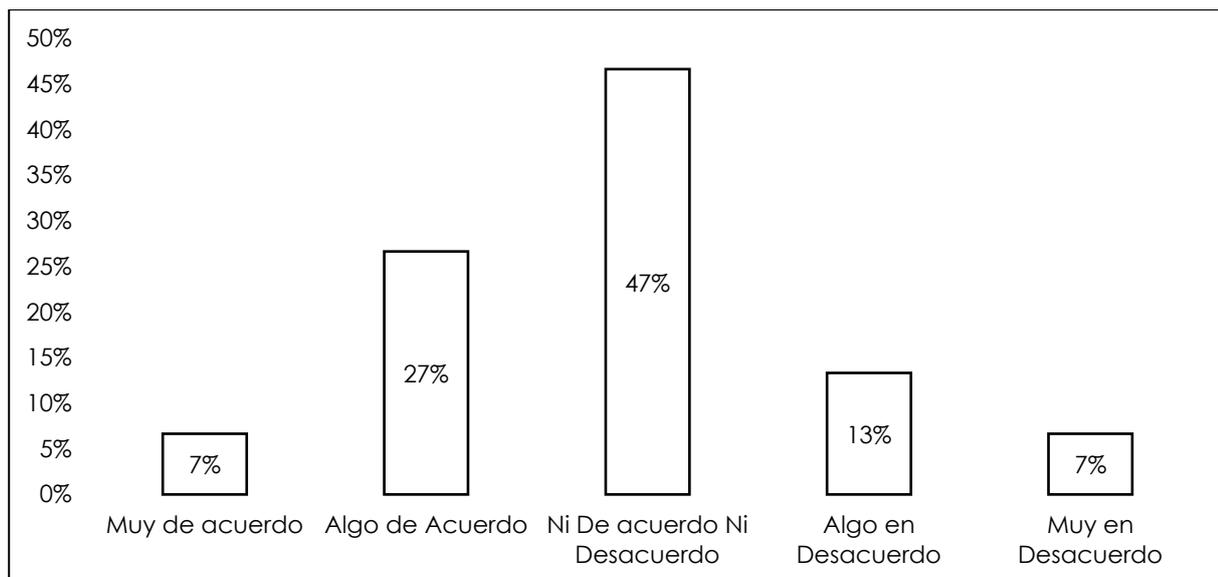
**Figura 36.** Actividades culturales de entretenimiento

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan no son excelentes, pero tampoco muy malas, llegando a un nivel neutral de satisfacción en los visitantes.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 48.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	7%
Algo de Acuerdo	4	27%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	7	47%
Algo en Desacuerdo	2	13%
Muy en Desacuerdo	1	7%
TOTAL	15	100%



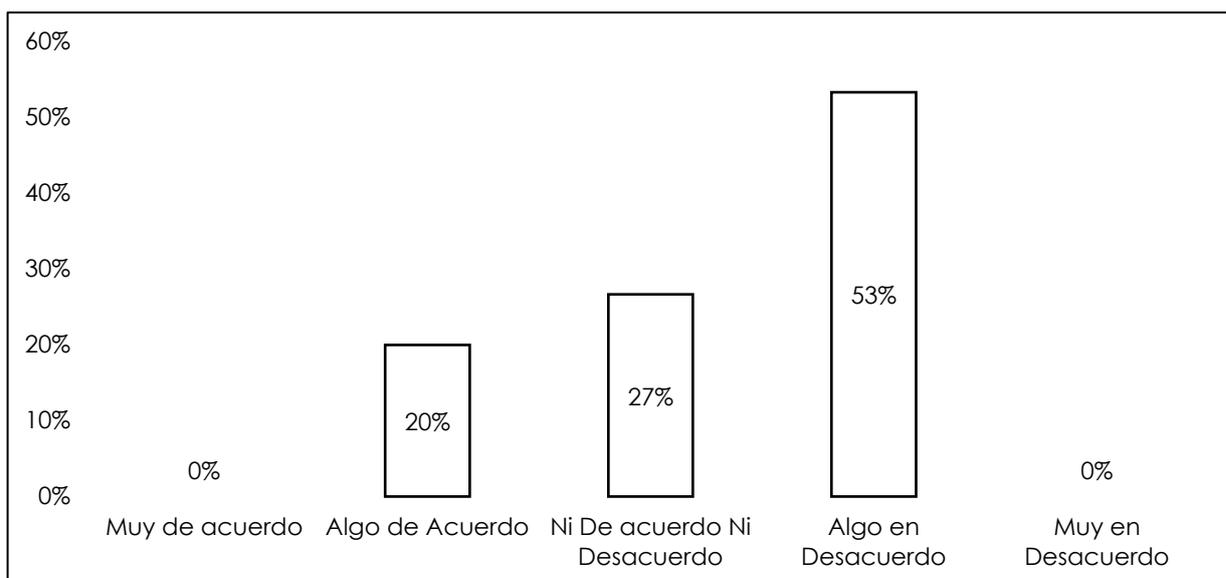
**Figura 37.** Servicios en General

Los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta neutral con un 47%, así se determina que los servicios que ofrece son normales, ni tan malos ni tan buenos, ofrecen lo suficiente para que todo tipo de visitante se sienta normalmente satisfecho.

5. ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 49.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	20%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	27%
Algo en Desacuerdo	8	53%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	15	100%



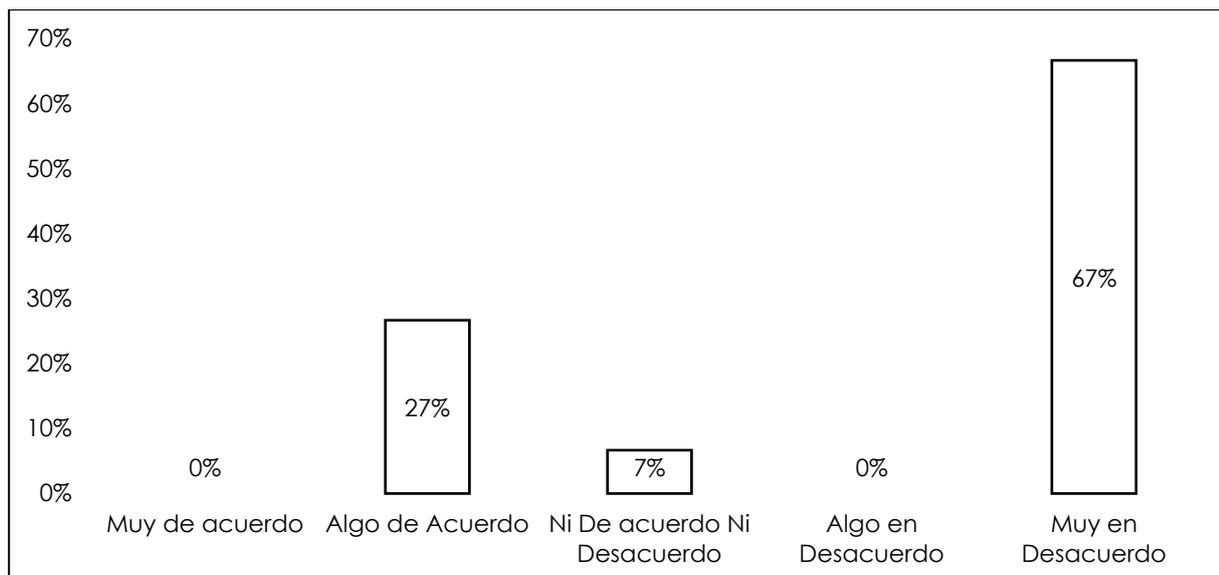
**Figura 38.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta un poco negativa de 53% con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, dando un mayor valor desfavorable con lo poco satisfechos que sienten los visitantes con la información que brinda el museo.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 50.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	4	27%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	1	7%
Algo en Desacuerdo	0	0%
Muy en Desacuerdo	10	67%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



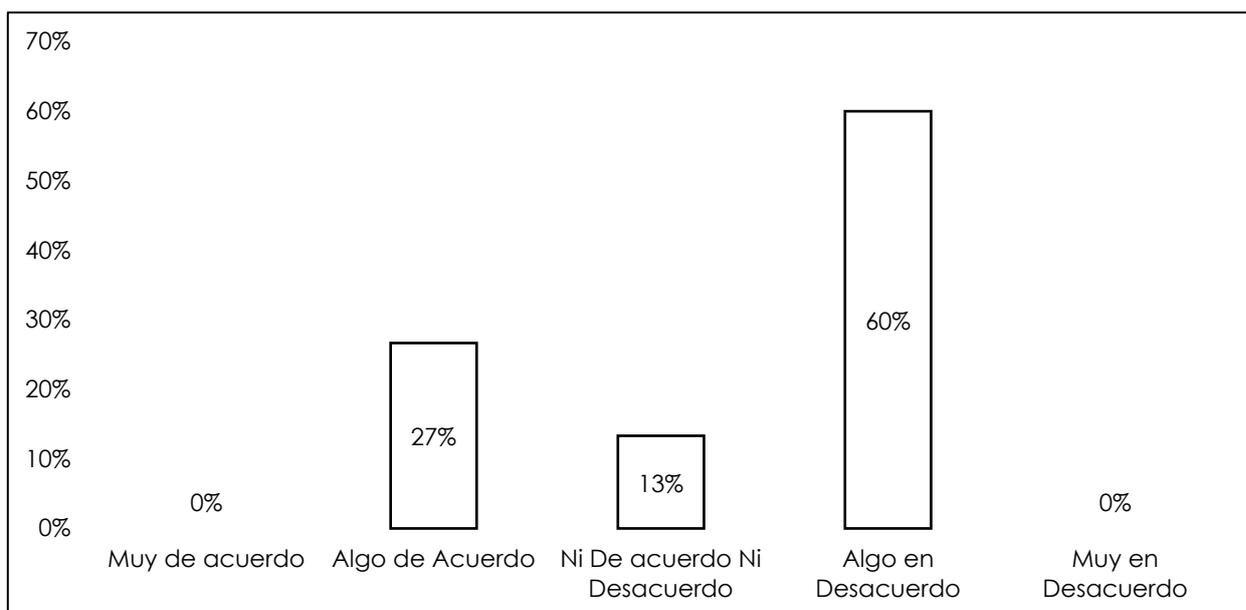
**Figura 39.** Alianzas con otras instituciones

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta negativa del 67 % con respecto a las alianzas con otras instituciones para realizar actividades relacionadas con la cultura o programas que incentiven las actividades culturales del museo.

- ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 51.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	4	27%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	13%
Algo en Desacuerdo	9	60%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	15	100%



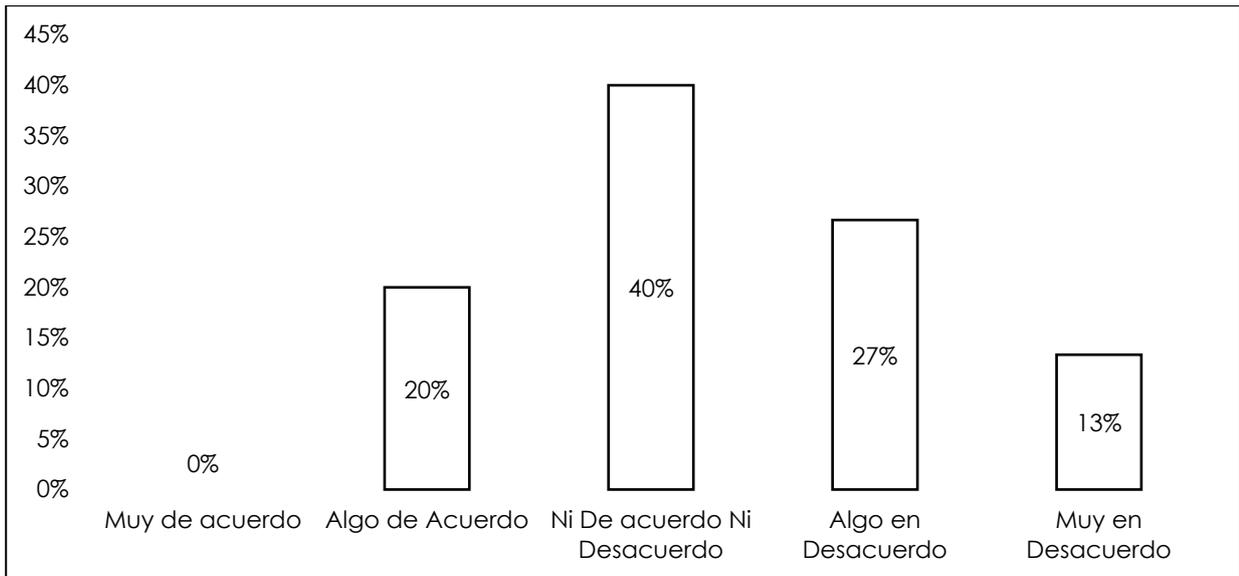
**Figura 40.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados no tiene una respuesta muy positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de algo en desacuerdo con un 60%, reflejando la insatisfacción que tiene los visitantes con respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 52.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	20%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	40%
Algo en Desacuerdo	4	27%
Muy en Desacuerdo	2	13%
TOTAL	15	100%



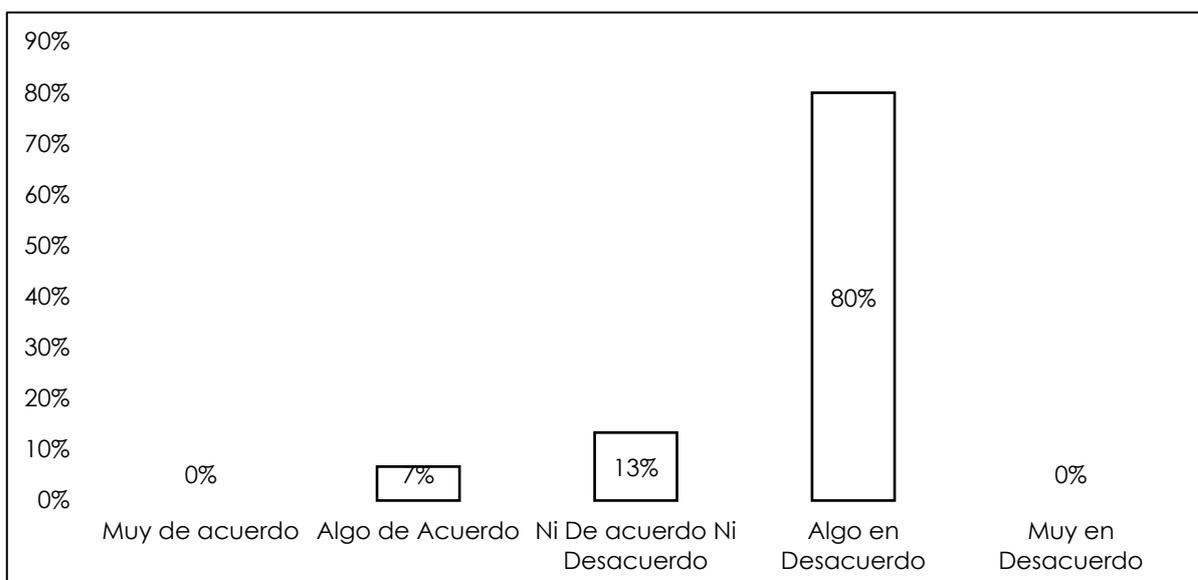
**Figura 41.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta neutral con un valor de 40% con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que no cumplen al cien por ciento sus expectativas, pero las mantiene neutrales y así el visitante no se sienta totalmente insatisfecho.

9. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 53.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	1	7%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	13%
Algo en Desacuerdo	12	80%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	15	100%



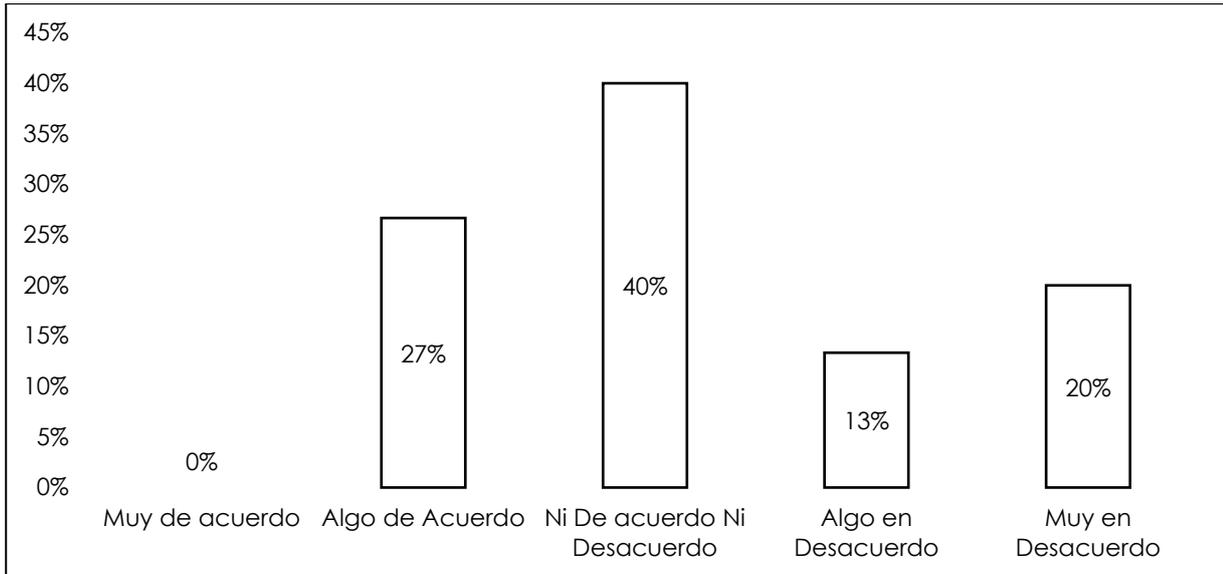
**Figura 42.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta poco negativa con un 80% a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual no le favorece al museo con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes y sus discapacidades.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 54.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	4	27%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	40%
Algo en Desacuerdo	2	13%
Muy en Desacuerdo	3	20%
TOTAL	15	100%



**Figura 43.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Se determina que la mayor respuesta fue neutral de 40% con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo mantiene sus actividades culturales, y las demuestra a los visitantes de forma directa con programas y también mediante sus salas que exhiben las piezas y las armas de la sala militar.

#### Museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio

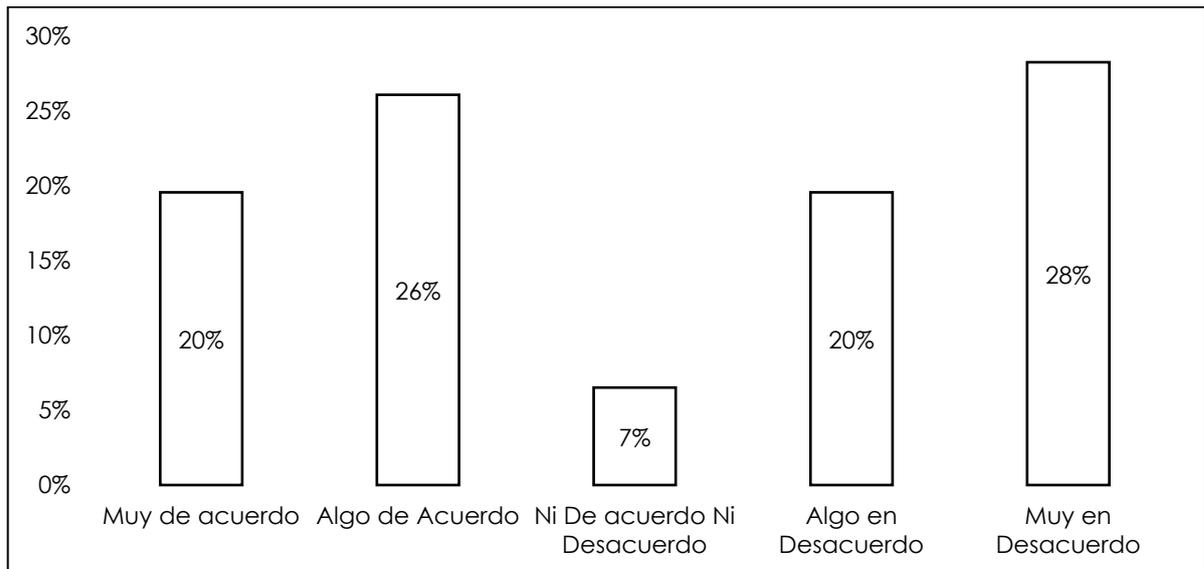
El museo y centro cultural Ibarra del ministerio de cultura y patrimonio se encuentra ubicado en las calles sucre y Oviedo esquina, el museo realiza un recorrido de máximo 45 minutos o una hora, contiene 5mil libros en la parte de la biblioteca, se realizan de 7 a 8 exposiciones al año en las salas de arqueología y arte república.

Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron mujeres con un 60% y el menor porcentaje fue de hombres con un 40%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 20 años hasta los 55 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son pertenecientes a la ciudad de Ibarra con un 75 % y seguido con un 20 % de la ciudad de Atuntaqui.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 55.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	20%
Algo de Acuerdo	12	26%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	7%
Algo en Desacuerdo	9	20%
Muy en Desacuerdo	13	28%
TOTAL	46	100%



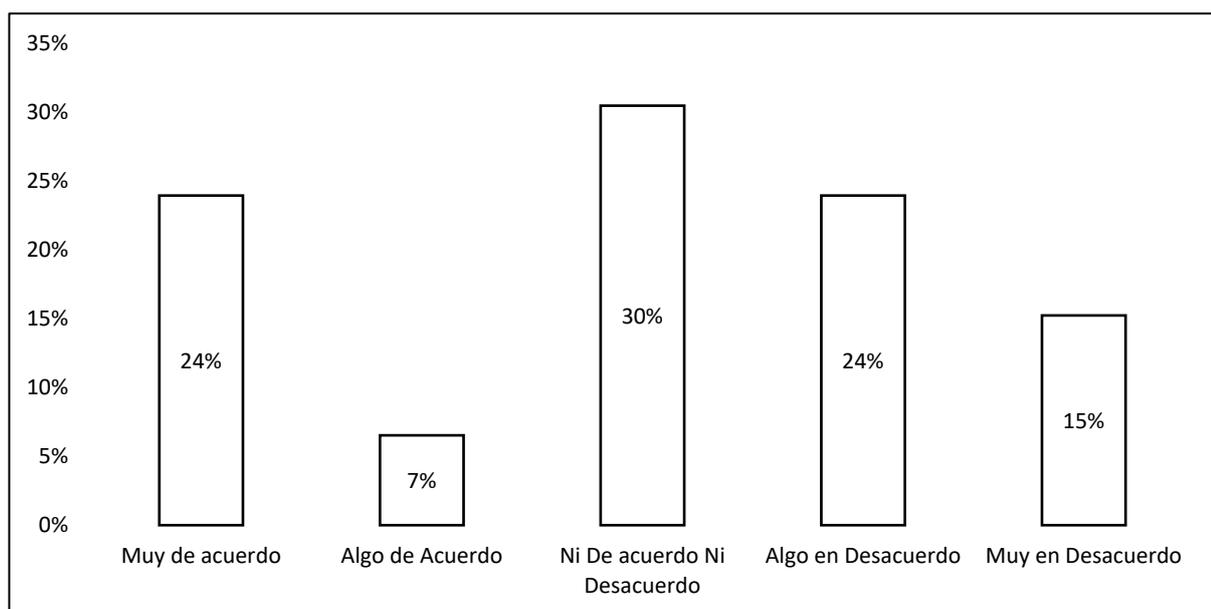
**Figura 44.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta negativa con respecto a la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, no existe una señalética que oriente externamente para llegar hacia el museo, no hay una señalética interna completa que dirija al visitante sin ayuda de un guía. El visitante no podría auto guiarse solo.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 56.** Modernas y adecuadas instalaciones

Modernas y adecuadas instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	24%
Algo de Acuerdo	3	7%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	14	30%
Algo en Desacuerdo	11	24%
Muy en Desacuerdo	7	15%
TOTAL	46	100%



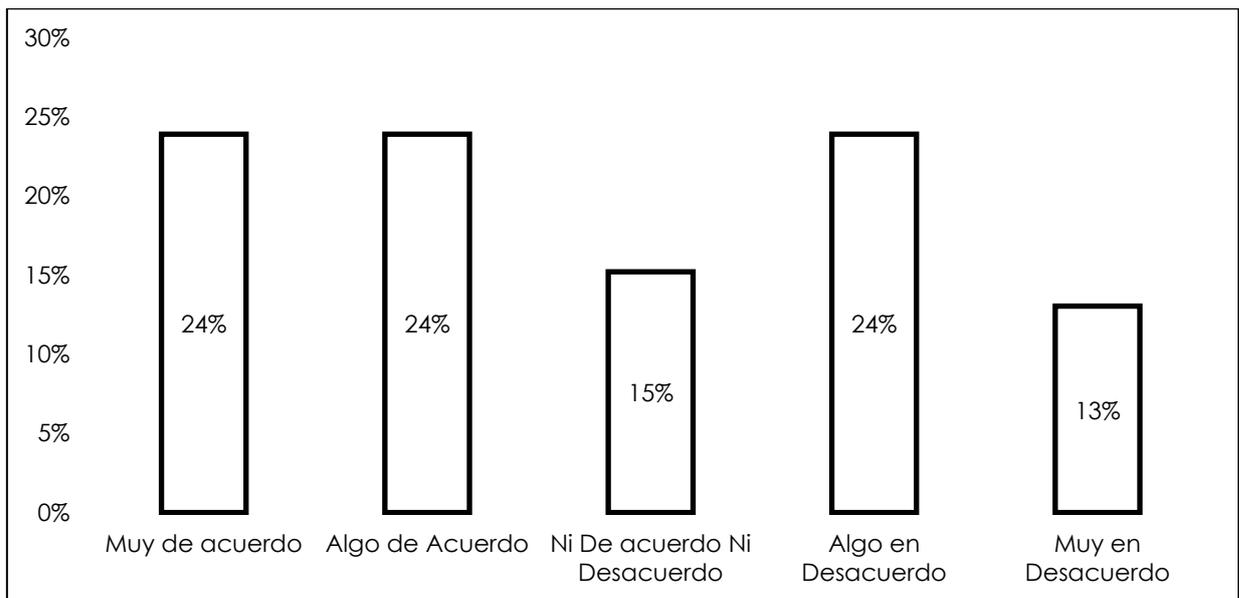
**Figura 45.** Modernas y adecuadas instalaciones

Con la información obtenida se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta neutral de un 30% con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se sienta neutralmente satisfecho con las instalaciones que exhiben sus instrumentos y objetos. Reflejando que el museo no tiene malas instalaciones ni muy excelente.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 57.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	24%
Algo de Acuerdo	11	24%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	7	15%
Algo en Desacuerdo	11	24%
Muy en Desacuerdo	6	13%
TOTAL	46	100%



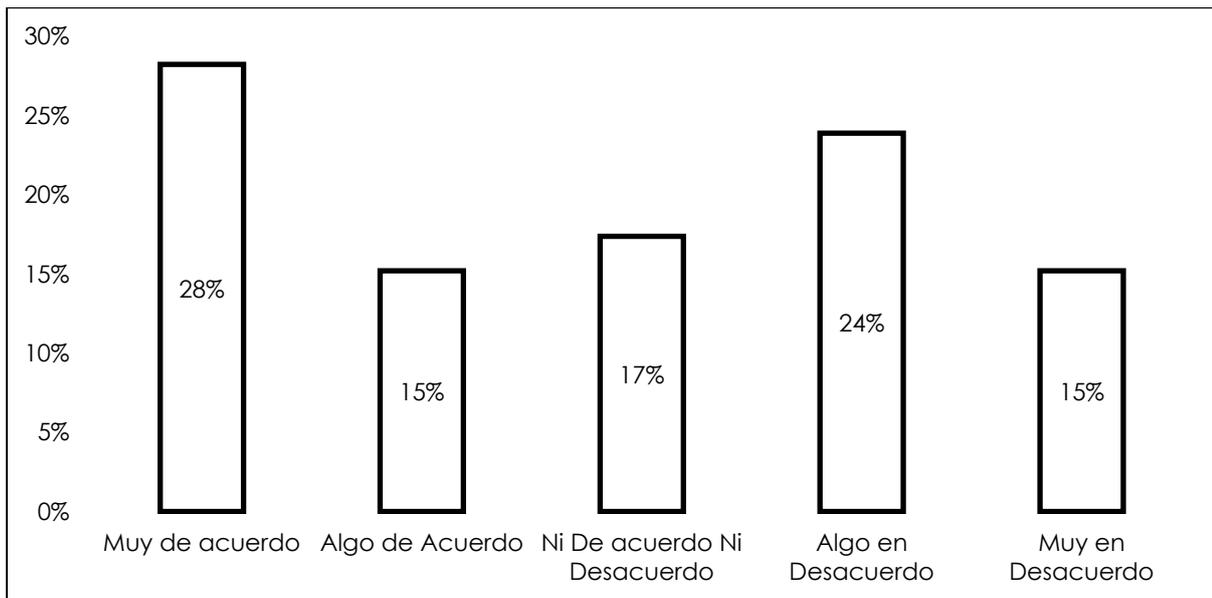
**Figura 46.** Actividades culturales de entretenimiento

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral y también positiva con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, ya que algunas conocían, otras no conocían de las actividades que realizan, además estas actividades no son excelentes, pero tampoco muy malas, llegando a un nivel neutral de satisfacción en los visitantes.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 58.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	13	28%
Algo de Acuerdo	7	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	17%
Algo en Desacuerdo	11	24%
Muy en Desacuerdo	7	15%
TOTAL	46	100%



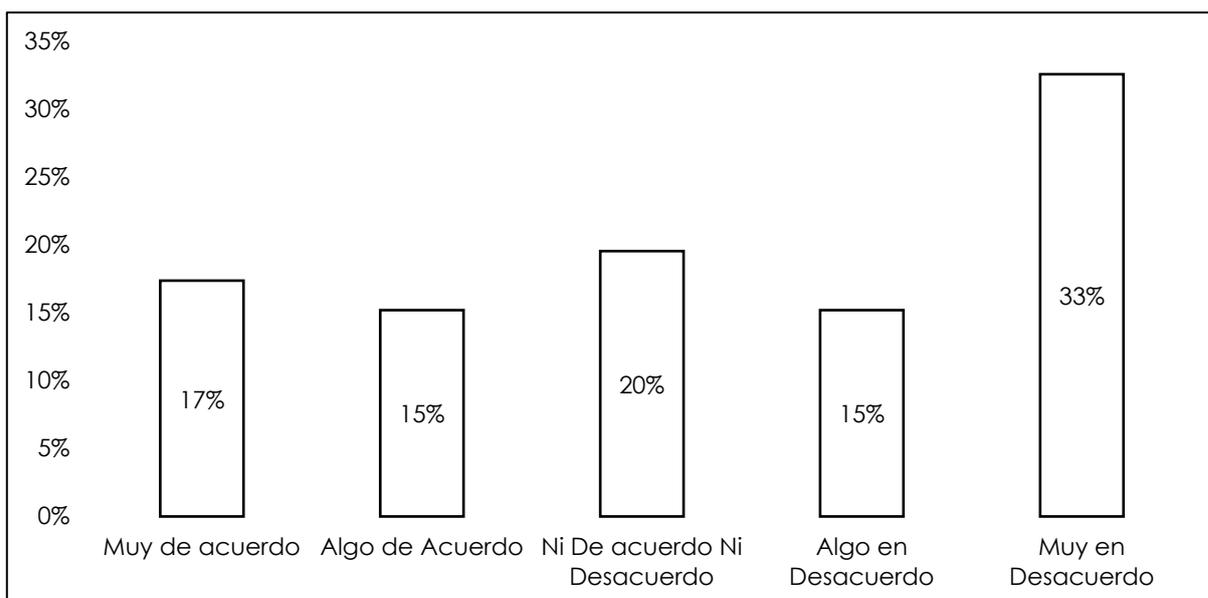
**Figura 47.** Servicios en General

Los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron en su mayoría una respuesta positiva determinando que los servicios que ofrece favorecen al museo, ya que satisfacen a los visitantes en su mayoría.

5. ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 59.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	8	17%
Algo de Acuerdo	7	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	9	20%
Algo en Desacuerdo	7	15%
Muy en Desacuerdo	15	33%
TOTAL	46	100%



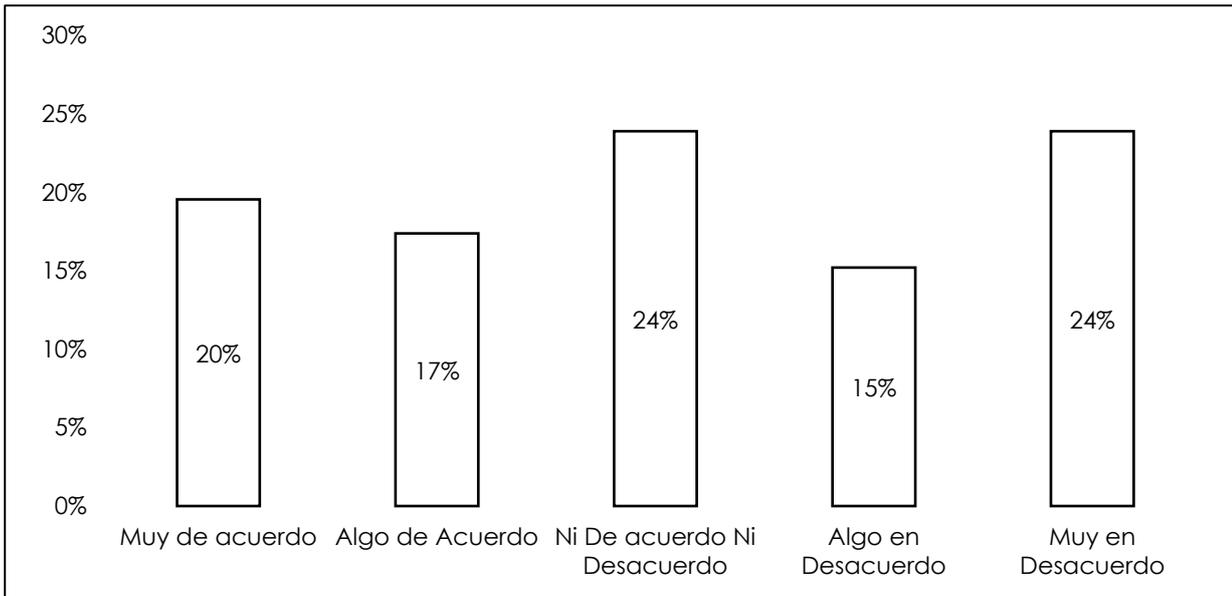
**Figura 48.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta negativa con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, dando con el mayor valor poco favorable del 33% en que las personas no se sienten satisfechos con la información que brinda el museo.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 60.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	20%
Algo de Acuerdo	8	17%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	11	24%
Algo en Desacuerdo	7	15%
Muy en Desacuerdo	11	24%
TOTAL	46	100%



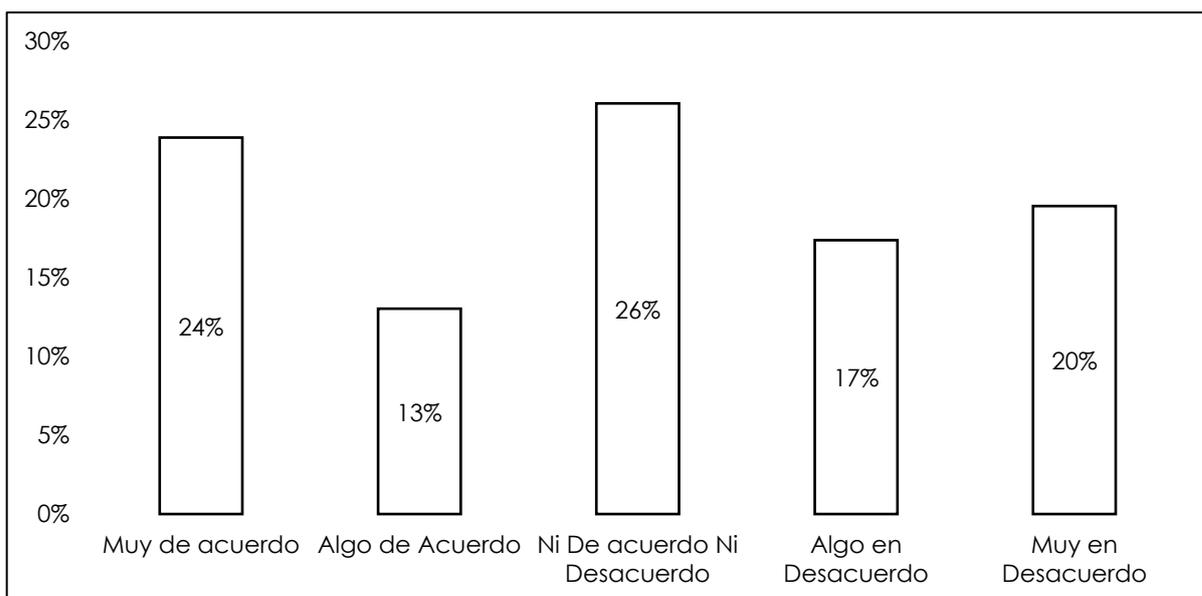
**Figura 49.** Alianzas con otras instituciones

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta negativa con respecto a si ellos conocían si el museo contaba con alianzas con otras instituciones, dado el caso que ellos no conocían alianzas o actividades que haya realizado con otras instituciones de forma conjunta. Y también tuvo una respuesta neutral si sabían de unas muy pocas actividades culturales que realiza el museo con el GADM

7. ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 61.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	24%
Algo de Acuerdo	6	13%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	12	26%
Algo en Desacuerdo	8	17%
Muy en Desacuerdo	9	20%
TOTAL	46	100%



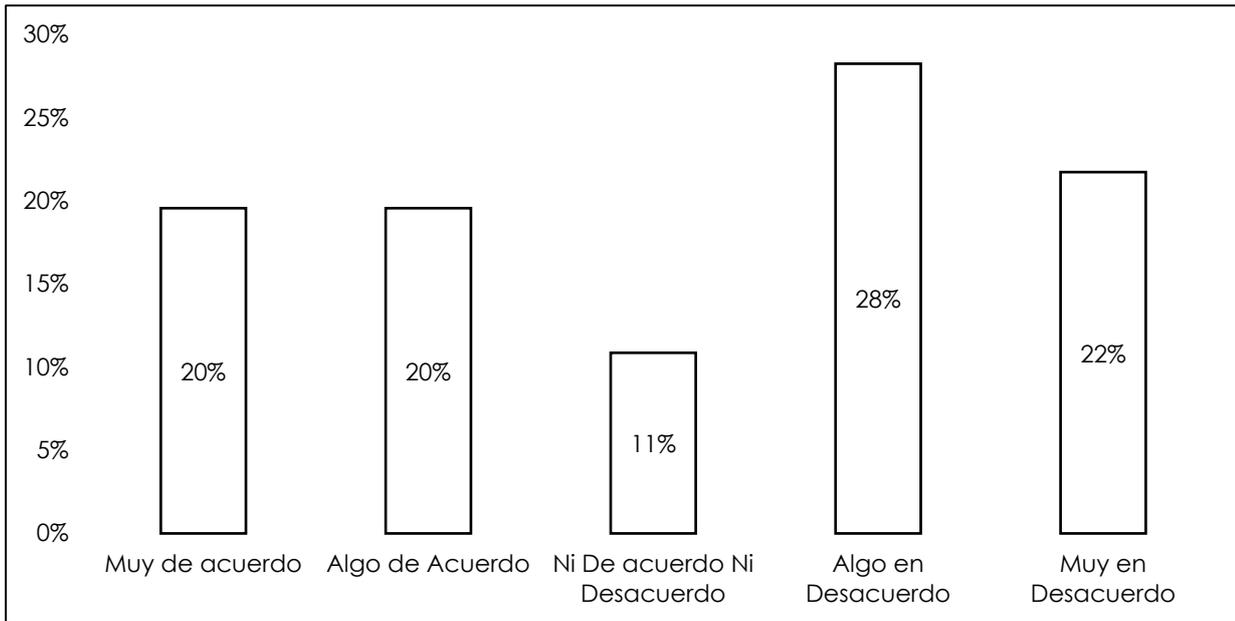
**Figura 50.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados tiene una respuesta neutra por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de ni de acuerdo ni desacuerdo, reflejando en un nivel de satisfacción neutral que tiene los visitantes respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 62.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	20%
Algo de Acuerdo	9	20%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	11%
Algo en Desacuerdo	13	28%
Muy en Desacuerdo	10	22%
TOTAL	46	100%



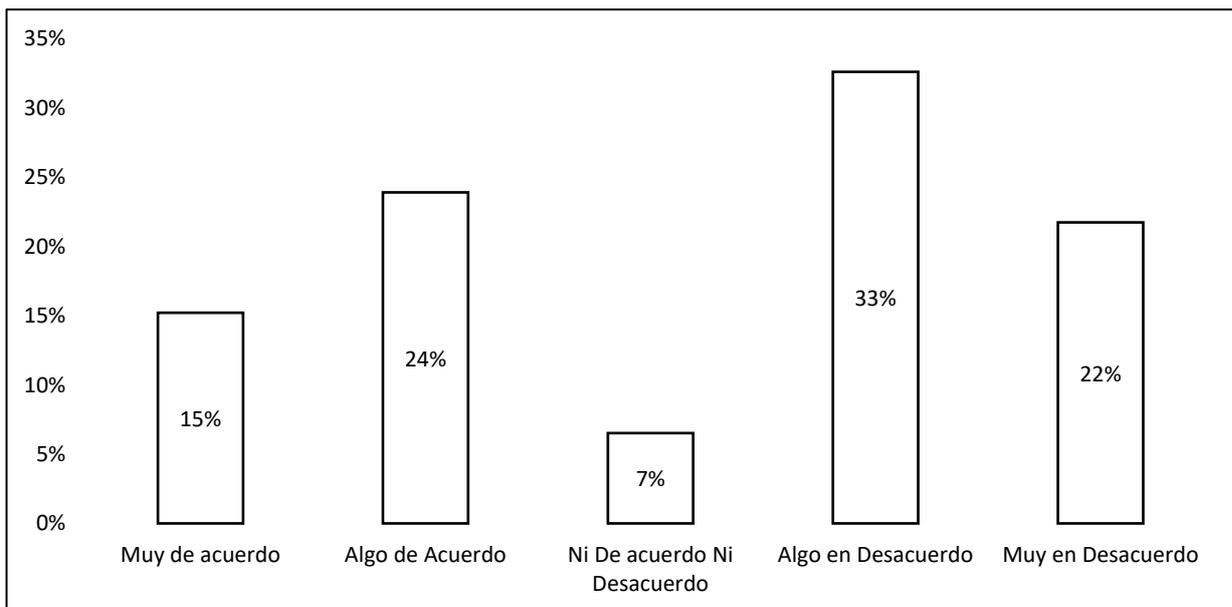
**Figura 51.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Se determina que los visitantes tuvieron respuestas negativas con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que no cumplen al cien por ciento sus expectativas, dándole un enfoque negativo al museo.

- ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 63.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	7	15%
Algo de Acuerdo	11	24%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	7%
Algo en Desacuerdo	15	33%
Muy en Desacuerdo	10	22%
TOTAL	46	100%



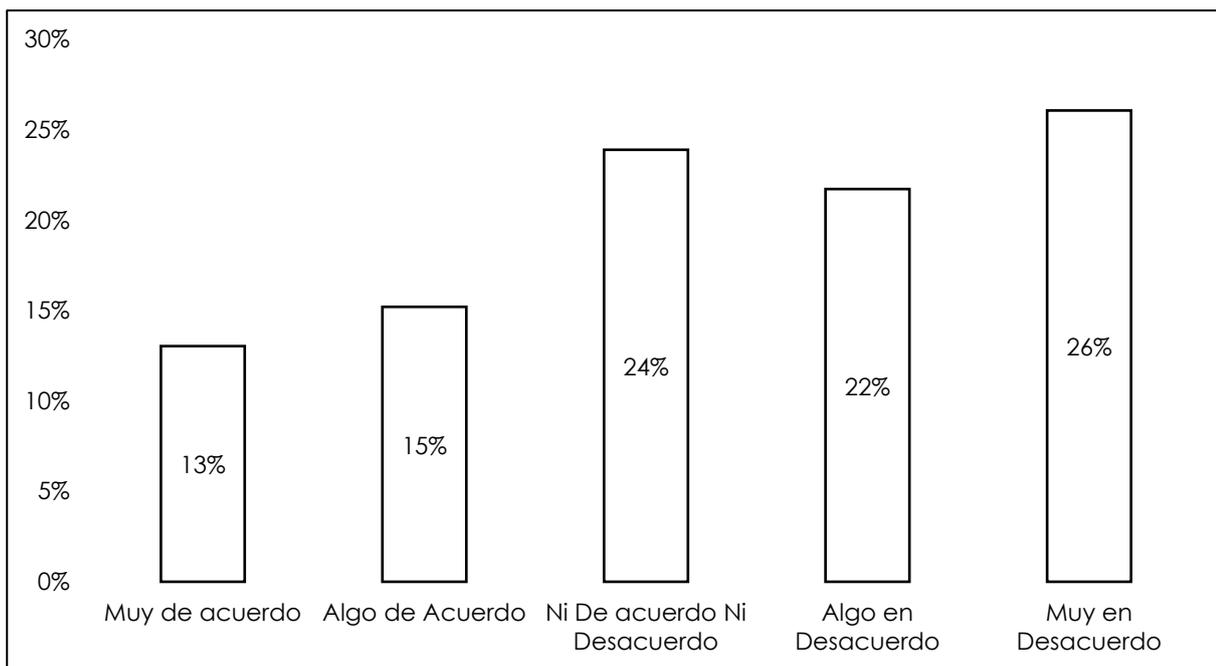
**Figura 52.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta negativa con el 33% a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual no le favorece al museo con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes y sus discapacidades.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 64.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	13%
Algo de Acuerdo	7	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	11	24%
Algo en Desacuerdo	10	22%
Muy en Desacuerdo	12	26%
TOTAL	46	100%



**Figura 53.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Se determina que la mayor respuesta fue negativa con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo no informa en totalidad sus actividades culturales reduciendo la afluencia de visitantes.

Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura

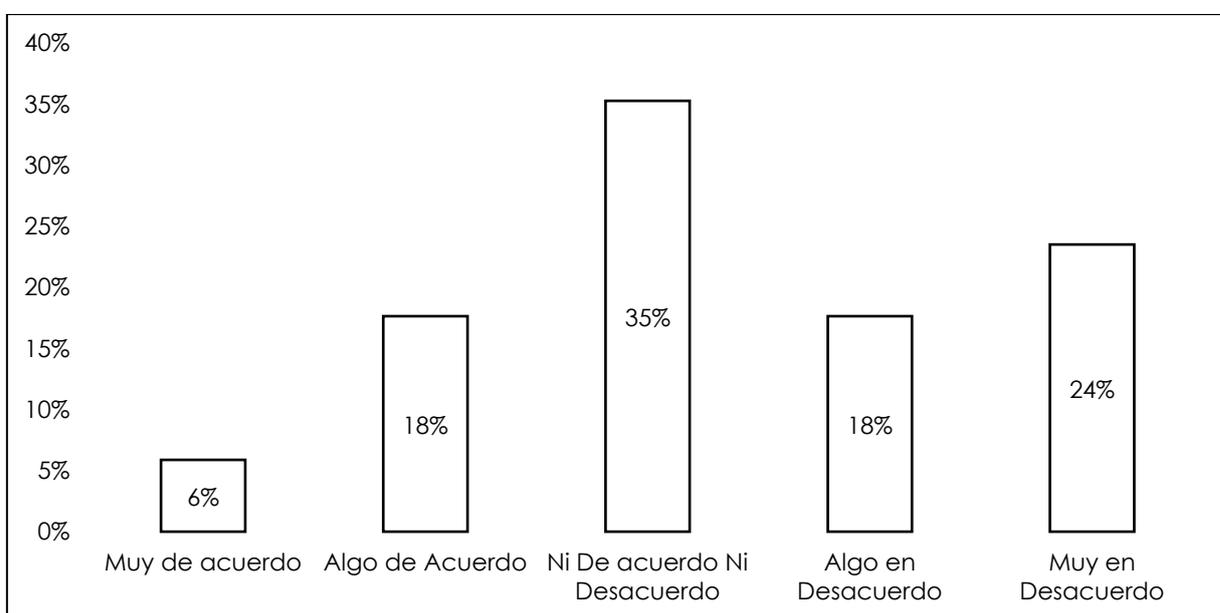
El Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura está ubicado en las calles Gabriel García Moreno, cuenta con cuatro salas la fundación de Ibarra, encuentro de Simón Bolívar con los hombres libres y llegada del ferrocarril de Ibarra. Cada uno representa la cultura y vivencias del cantón de Ibarra. El museo es un lugar público puede entrar todo tipo de persona y no tiene ningún costo su entrada.

Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron mujeres con un 58% y el menor porcentaje fue de hombres con un 52%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 23 años hasta los 48 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son pertenecientes a la ciudad de Ibarra con un 69 % y seguido con un 25 % de la ciudad de Atuntaqui.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 65.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	6%
Algo de Acuerdo	6	18%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	12	35%
Algo en Desacuerdo	6	18%
Muy en Desacuerdo	8	24%
TOTAL	34	100%



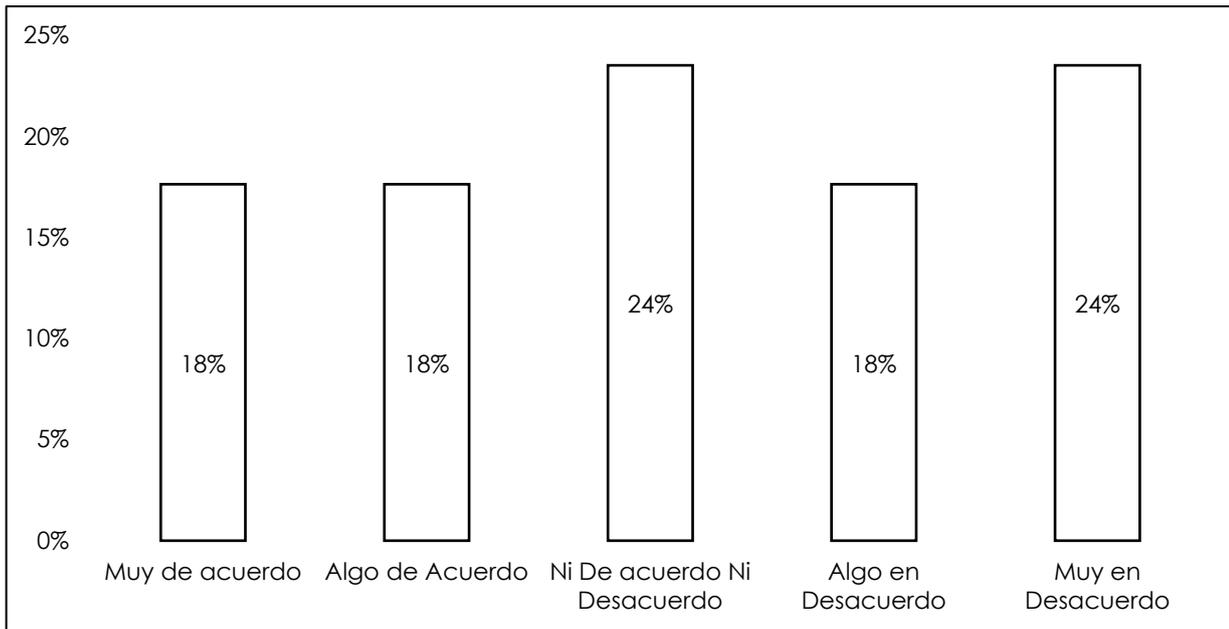
**Figura 54.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

De acuerdo a la gráfica se determina que la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta neutral con respecto a la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, sin que el visitante se pierda totalmente, no es excelente la señalética ni tampoco mala, se mantiene en un nivel neutral para la satisfacción del visitante.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 66.** Modernas y adecuadas instalaciones

Modernas y adecuadas instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	6	18%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	24%
Algo en Desacuerdo	6	18%
Muy en Desacuerdo	8	24%
TOTAL	34	100%



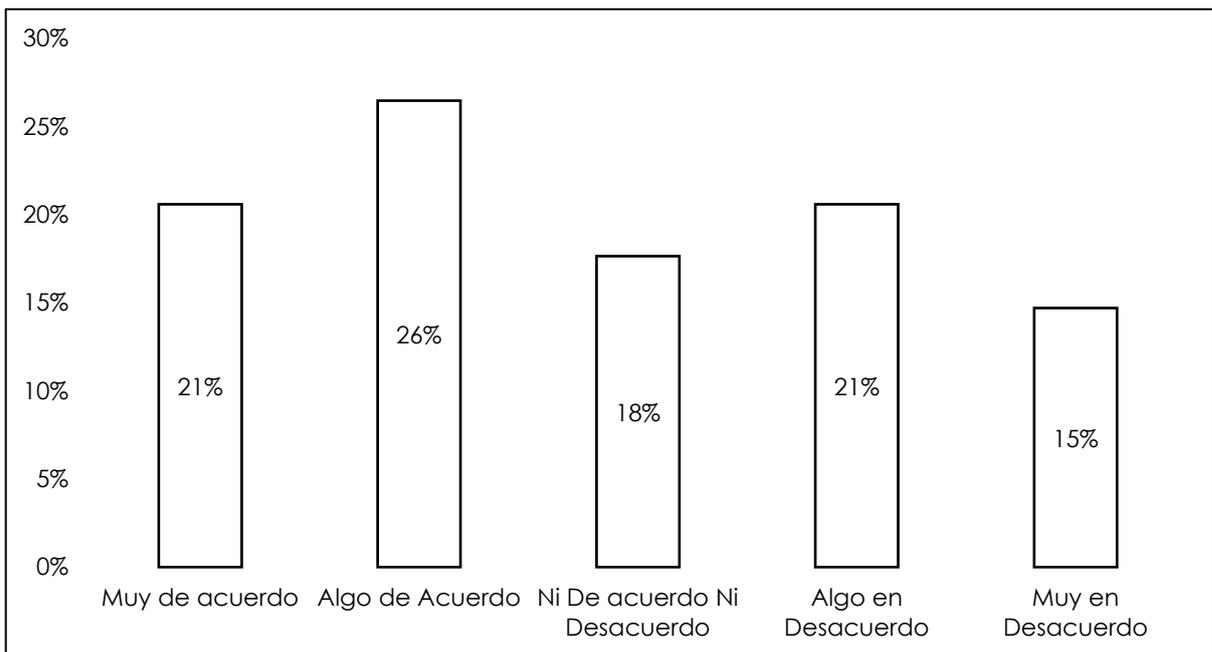
**Figura 55.** Modernas y adecuadas instalaciones

Se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta neutral de un 24% con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se sienta neutralmente satisfecho con las instalaciones que exhiben sus instrumentos y objetos.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 67.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	7	21%
Algo de Acuerdo	9	26%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	18%
Algo en Desacuerdo	7	21%
Muy en Desacuerdo	5	15%
TOTAL	34	100%



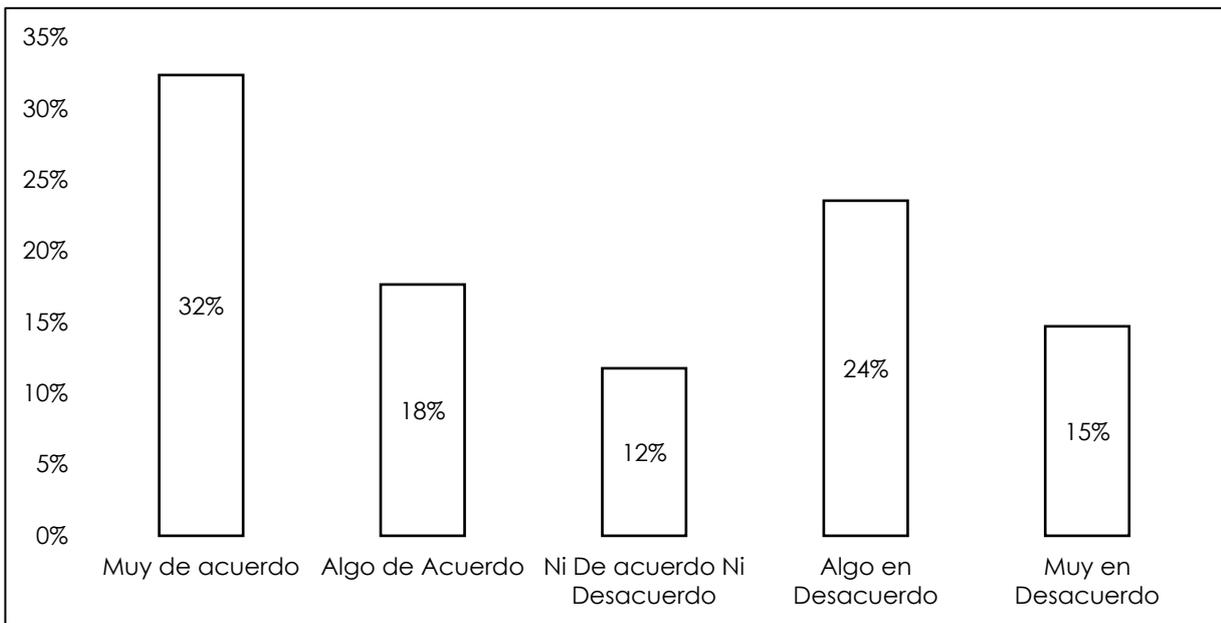
**Figura 56.** Actividades culturales de entretenimiento

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta positiva con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan buenas, pero no excelente, llegando a un resultado favorable para el museo y la satisfacción en los visitantes.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 68.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	32%
Algo de Acuerdo	6	18%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	12%
Algo en Desacuerdo	8	24%
Muy en Desacuerdo	5	15%
TOTAL	34	100%



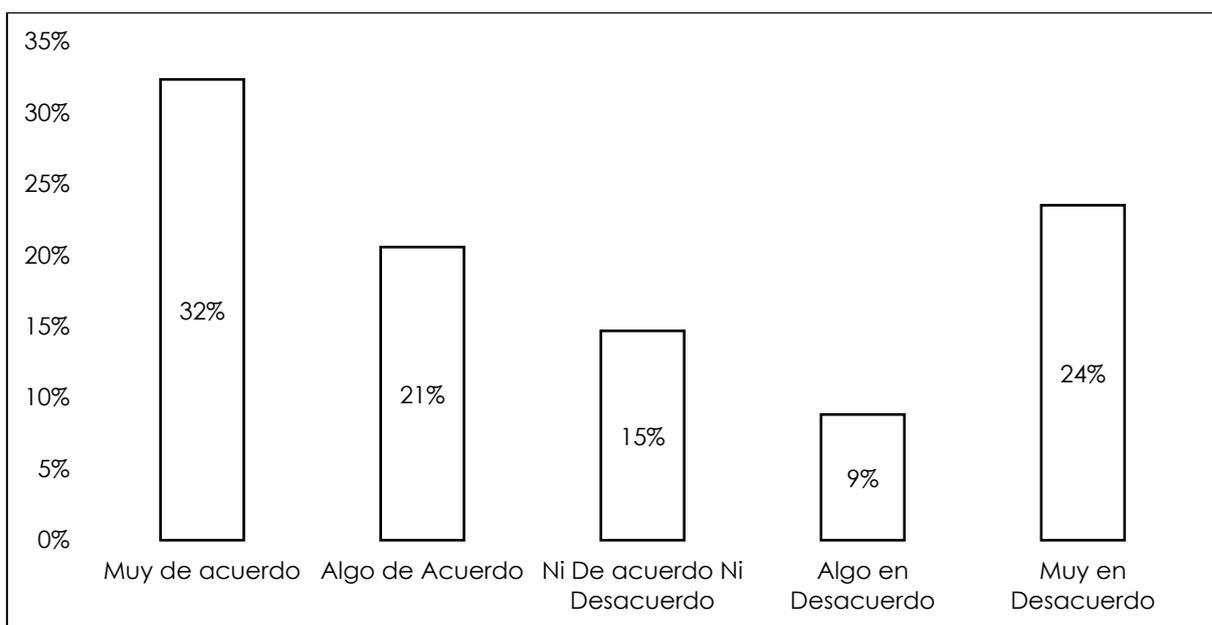
**Figura 57.** Servicios en General

Los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta positiva con un 32% siendo una respuesta favorable para el museo, así se determina que los servicios que ofrece son buenos para que el visitante se sienta normalmente satisfecho.

5. ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 69.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	32%
Algo de Acuerdo	7	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	15%
Algo en Desacuerdo	3	9%
Muy en Desacuerdo	8	24%
TOTAL	34	100%



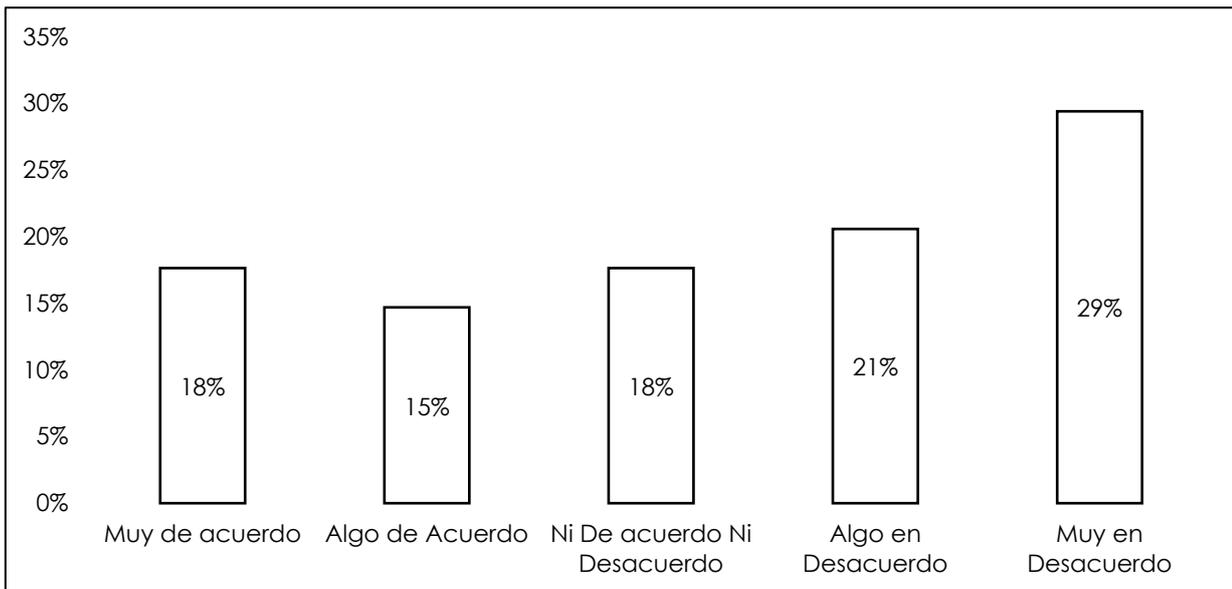
**Figura 58.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta positiva con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, dando con el mayor valor a lo satisfechos que sienten los visitantes con la información que brinda el museo antes de recibir su servicio.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 70.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	5	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	18%
Algo en Desacuerdo	7	21%
Muy en Desacuerdo	10	29%
TOTAL	34	100%

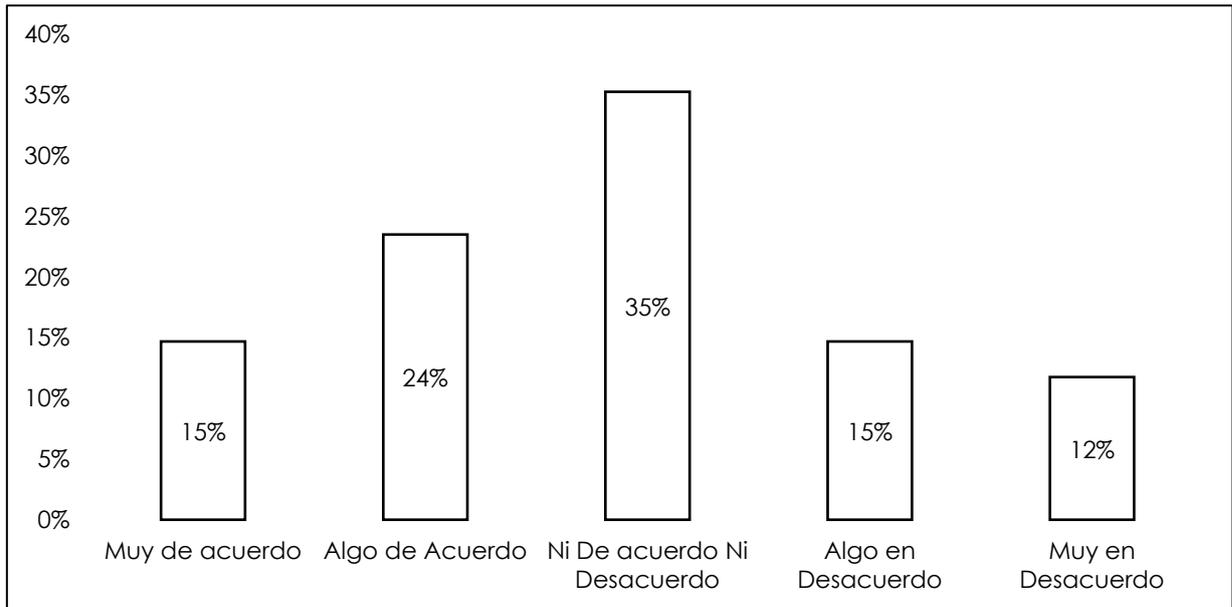


**Figura 59.** Alianzas con otras instituciones

Según la gráfica se logra determinar que los visitantes tuvieron una respuesta negativa del 29% con respecto a las alianzas con otras instituciones para realizar actividades relacionadas con la cultura o programas que incentiven las actividades culturales. ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 71.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	15%
Algo de Acuerdo	8	24%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	12	35%
Algo en Desacuerdo	5	15%
Muy en Desacuerdo	4	12%
TOTAL	34	100%



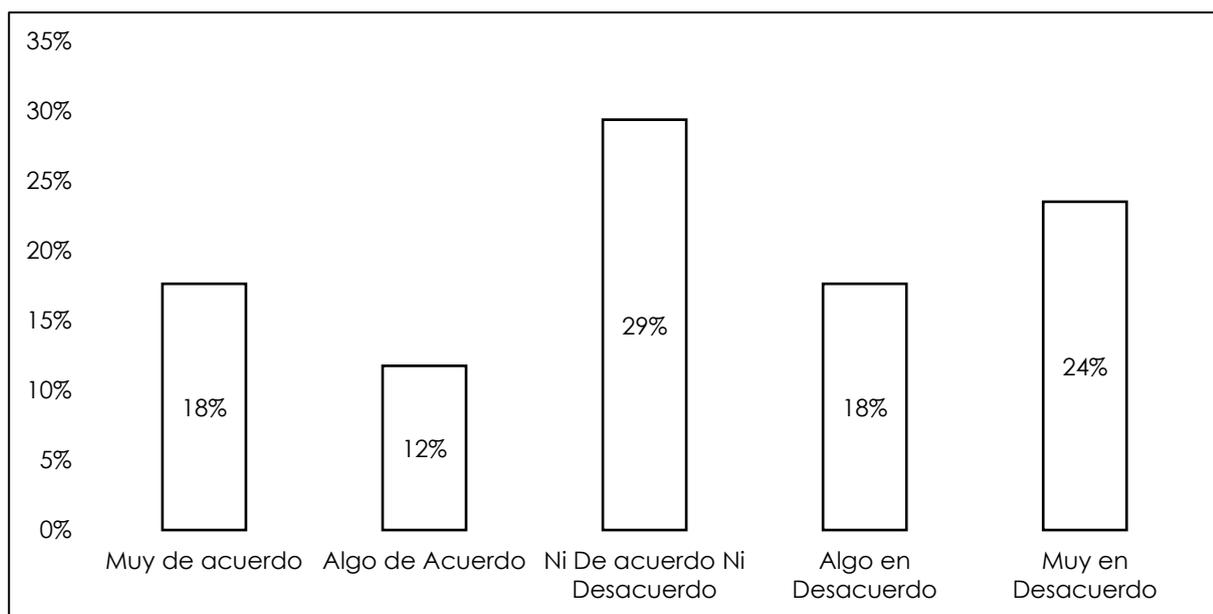
**Figura 60.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados tiene una respuesta neutral por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de ni de acuerdo ni desacuerdo, reflejando una satisfacción neutral con respecto a los servicios y productos brindados.

7. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 72.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	4	12%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	10	29%
Algo en Desacuerdo	6	18%
Muy en Desacuerdo	8	24%
TOTAL	34	100%



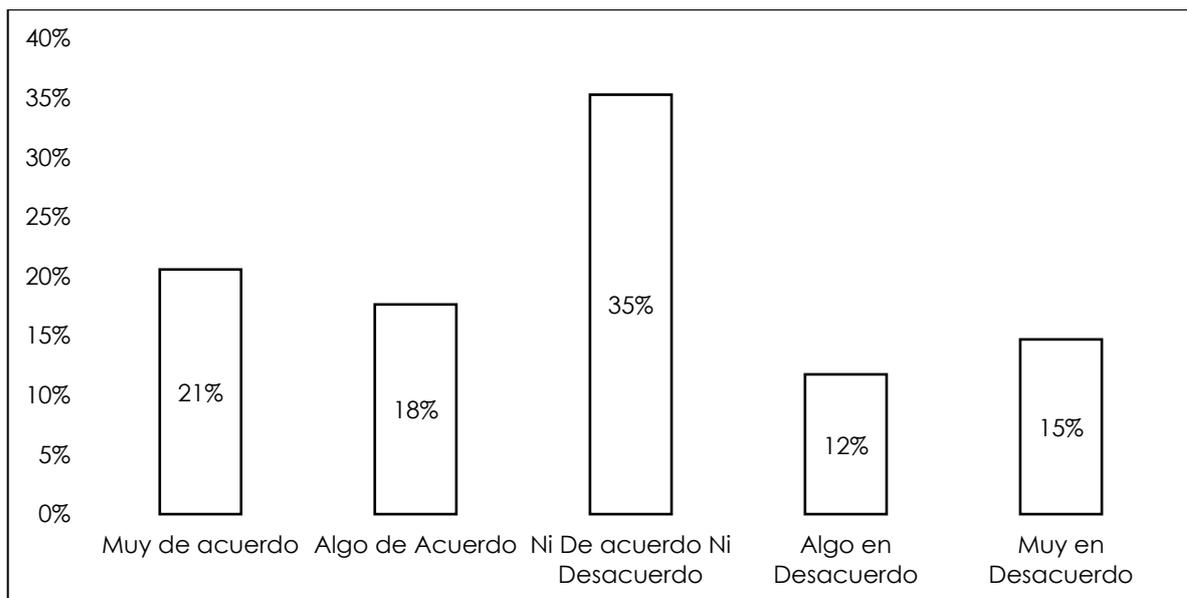
**Figura 61.** Cumple las expectativas los productos y servicios

En cuanto a las expectativas de los visitantes hacia los productos y servicios brindados Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta neutral con un valor de 29% con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que no cumplen al cien por ciento sus expectativas, pero las mantiene neutrales y así el visitante no se sienta totalmente insatisfecho.

8. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 73.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	7	21%
Algo de Acuerdo	6	18%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	12	35%
Algo en Desacuerdo	4	12%
Muy en Desacuerdo	5	15%
TOTAL	34	100%



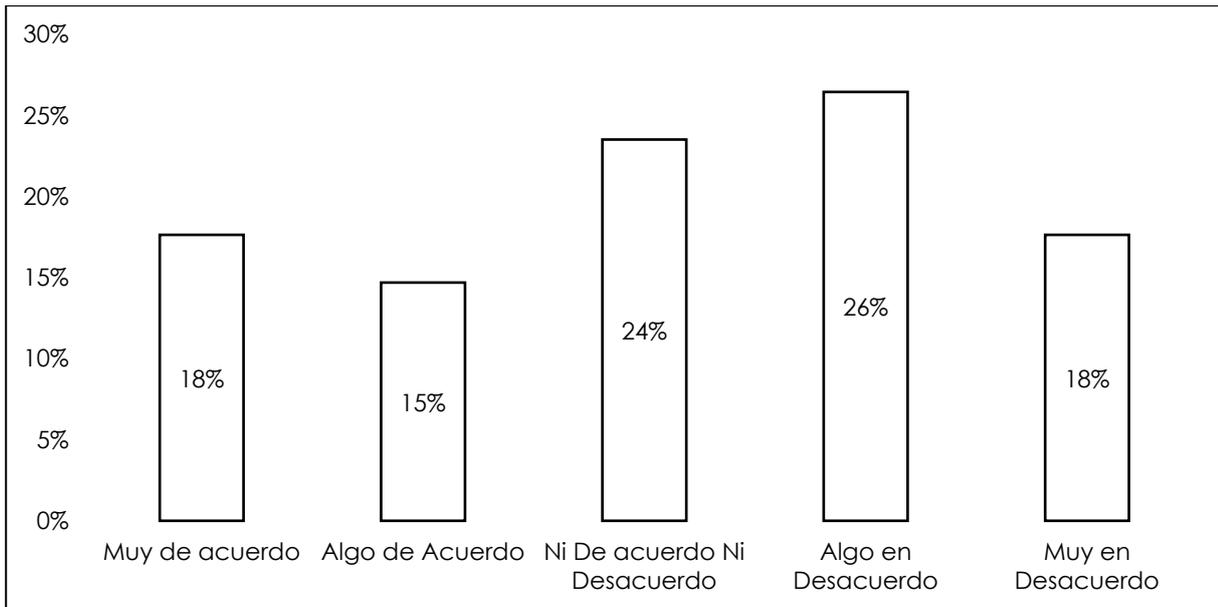
**Figura 62.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual no le favorece ni le desfavorece al museo con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes y sus discapacidades.

9. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 74.** Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	5	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	24%
Algo en Desacuerdo	9	26%
Muy en Desacuerdo	6	18%
TOTAL	34	100%



**Figura 63.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Según la gráfica se logra determina que la mayor respuesta fue algo en desacuerdo con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo no tiene bien organizadas las actividades o recorridos del museo.

#### Museo Fábrica textil Imbabura

El Museo Fábrica textil Imbabura está ubicado en la parroquia Andrade Main del cantón Antonio Ante, el museo da a conocer las máquinas de elaboración de telas, que fueron desde 1924 hasta 1997. El proceso de la fábrica inicio en la bodega para pesar y almacenar el algodón. Para llegar a un algodón uniforme primero había que quitar las pepas lo que tiene el nombre de desmotado, luego se pasaba a los batanes donde se quitaban las impurezas, obteniendo una fibra más limpia. Luego pasaba a distintas maquinas como la abridora en donde separaba el algodón en copos, luego a la carda en donde dejaba a la fibra lista, en forma de mecha para pasar a la sección de estiraje, luego pasaba a la mechera en donde se estiraba y enrollaba la cinta.

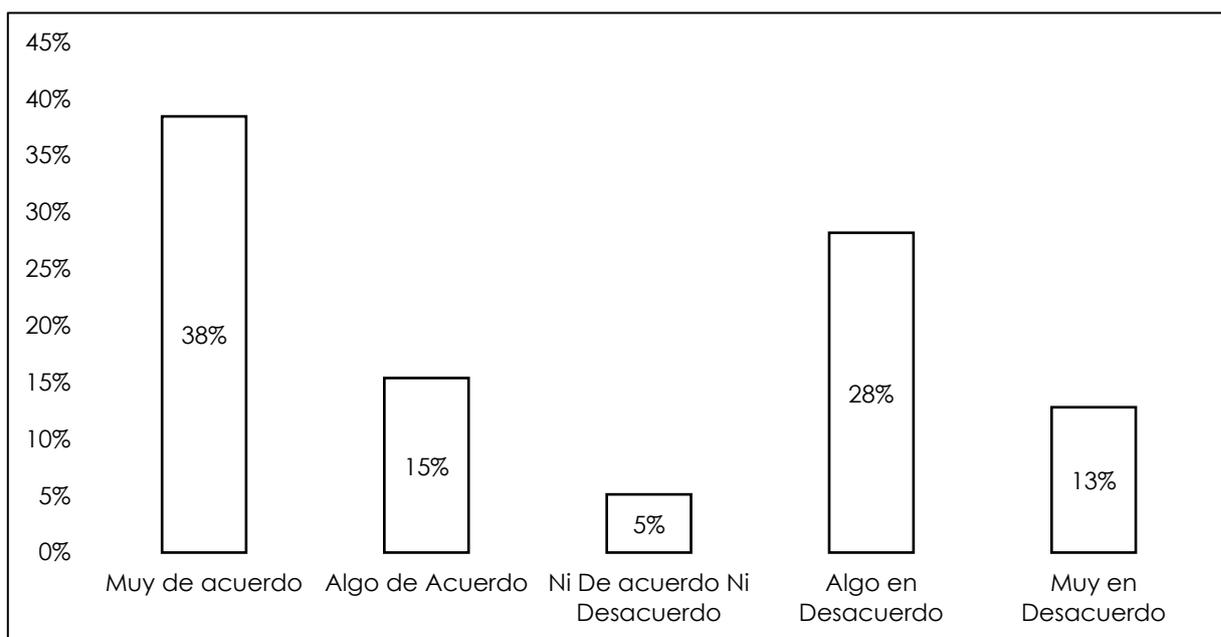
Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron mujeres con un 78% y el menor porcentaje fue de hombres con un 32%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 20 años hasta los 55 años de edad

También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son pertenecientes a la ciudad de Atuntaqui con un 79 % y seguido con un 15 % de la ciudad de Ibarra.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 75.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	38%
Algo de Acuerdo	6	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	5%
Algo en Desacuerdo	11	28%
Muy en Desacuerdo	5	13%
TOTAL	39	100%



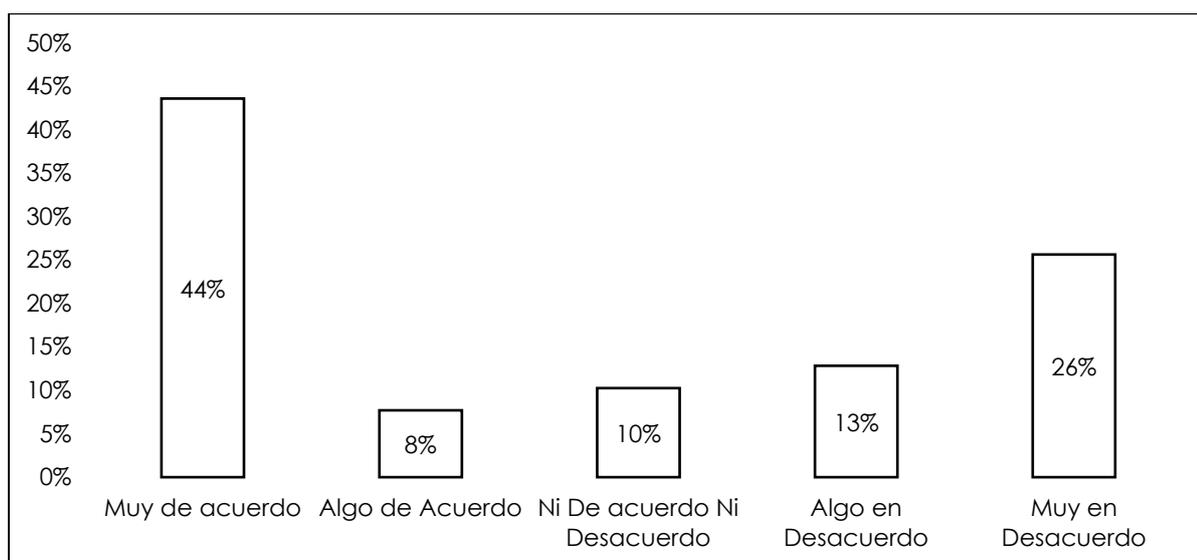
**Figura64.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta positiva con respecto a la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, sin que el visitante se pierda y hasta pueda auto guiarse por el lugar, se mantiene en un nivel alto de satisfacción en los visitantes.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 76.** Modernas y adecuadas instalaciones

Modernas y adecuadas instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	17	44%
Algo de Acuerdo	3	8%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	10%
Algo en Desacuerdo	5	13%
Muy en Desacuerdo	10	26%
TOTAL	39	100%



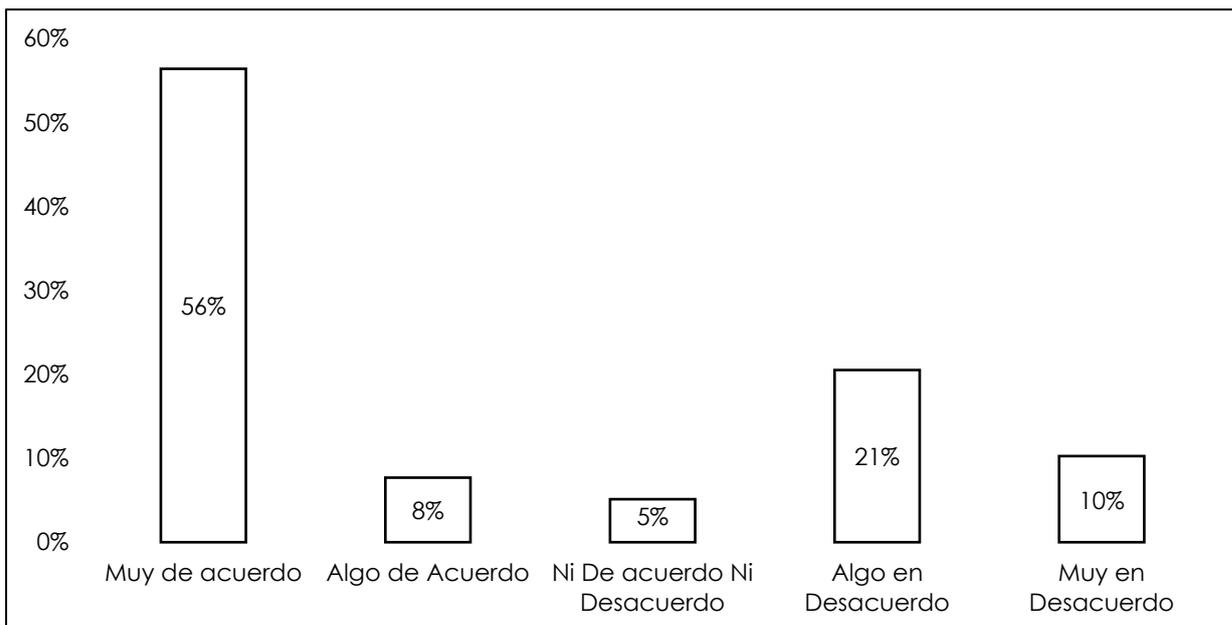
**Figura 65.** Modernas y adecuadas instalaciones

Con la información obtenida se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta positiva de un 44% con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se sienta satisfecho con las instalaciones que exhiben sus instrumentos y objetos.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 77.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	22	56%
Algo de Acuerdo	3	8%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	5%
Algo en Desacuerdo	8	21%
Muy en Desacuerdo	4	10%
TOTAL	39	100%



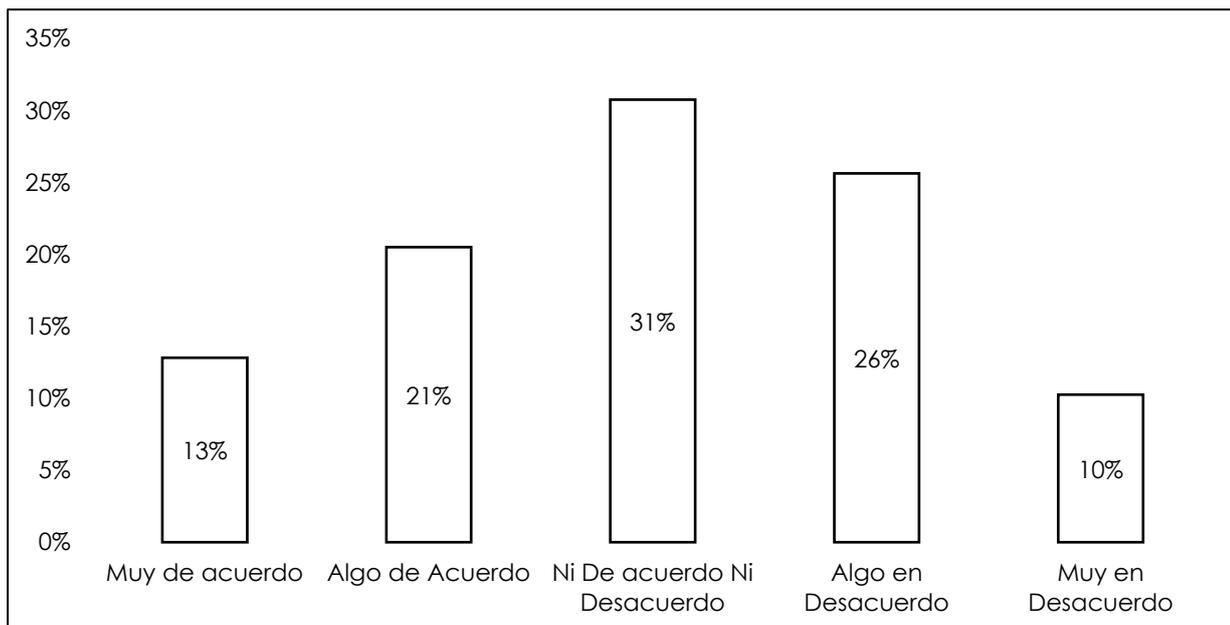
**Figura 66.** Actividades culturales de entretenimiento

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta positiva con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan satisfacen a los visitantes, siendo algo favorable para la afluencia de estos mismos.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 78.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	13%
Algo de Acuerdo	8	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	12	31%
Algo en Desacuerdo	10	26%
Muy en Desacuerdo	4	10%
TOTAL	39	100%



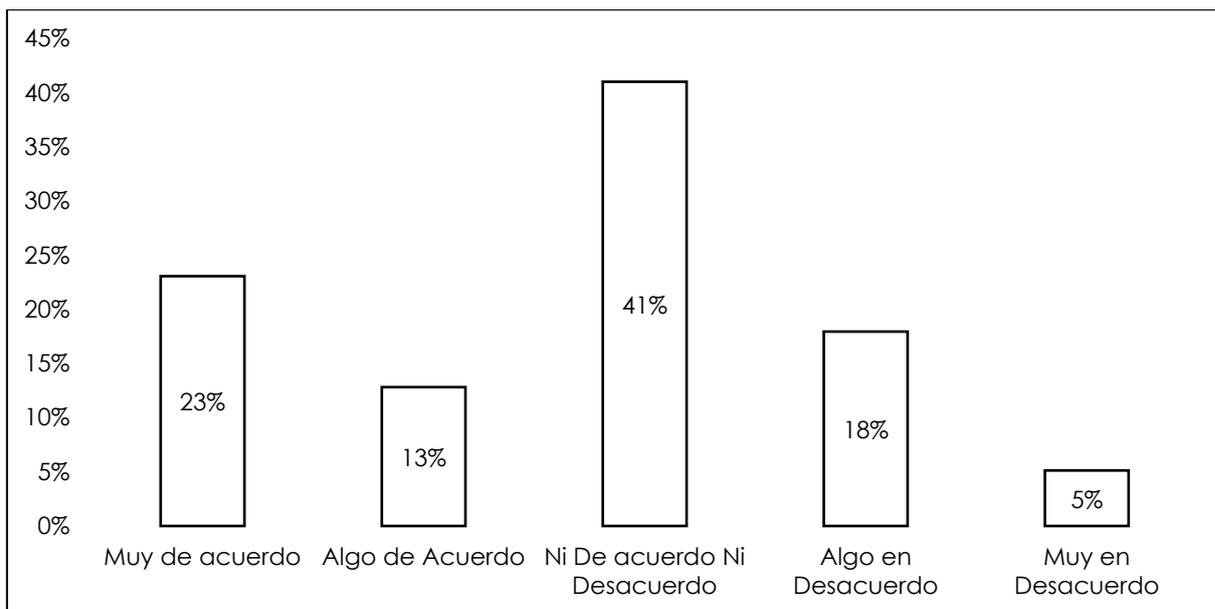
**Figura 67.** Servicios en General

Según el gráfico los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta neutral con un 31% siendo una respuesta favorable para el museo, así se determina que los servicios que ofrece son normales, ni tan malos ni tan buenos, ofrecen lo suficiente para que todo tipo de visitante se sienta satisfecho.

- ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 79.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	23%
Algo de Acuerdo	5	13%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	16	41%
Algo en Desacuerdo	7	18%
Muy en Desacuerdo	2	5%
TOTAL	39	100%



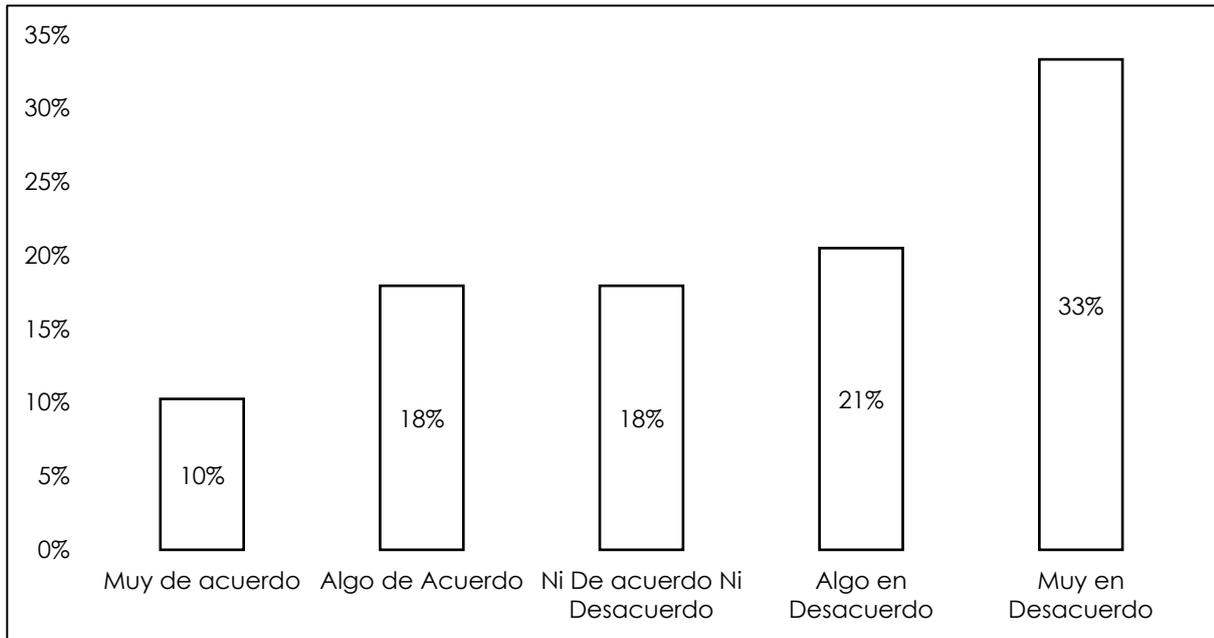
**Figura 68.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta neutral de un 41% con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, dando con el mayor valor con lo parcialmente satisfechos que sienten con la información que brinda el museo.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 80.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	10%
Algo de Acuerdo	7	18%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	7	18%
Algo en Desacuerdo	8	21%
Muy en Desacuerdo	13	33%
TOTAL	39	100%



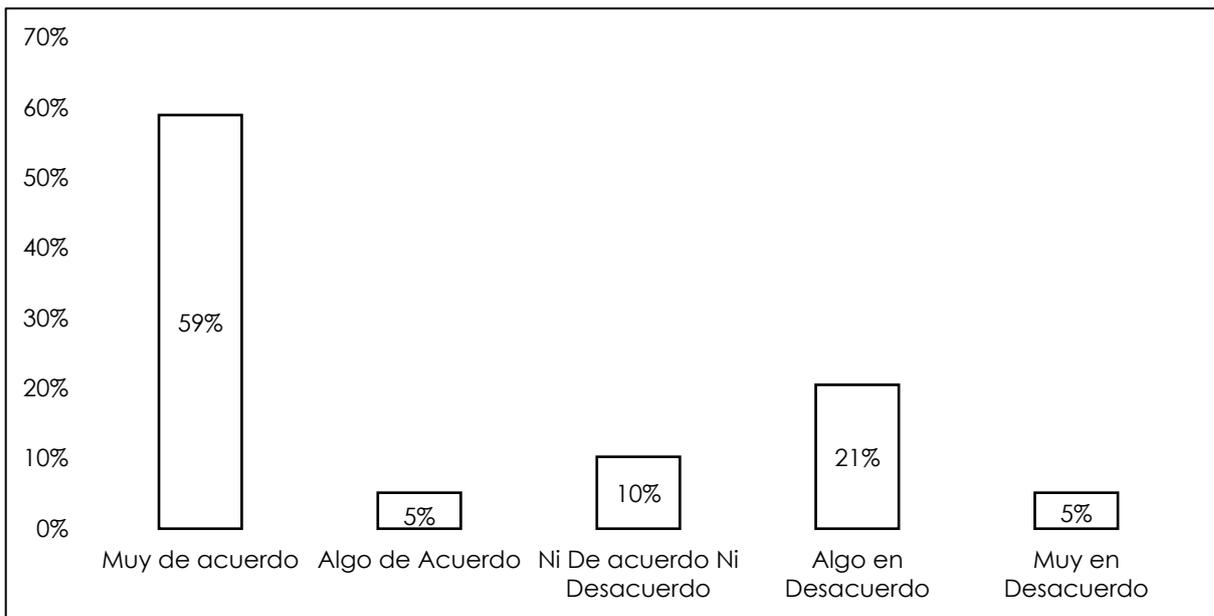
**Figura 69.** Alianzas con otras instituciones

Se muestra que la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta negativa del 33 % con respecto a las alianzas con otras instituciones para realizar actividades relacionadas con la cultura o programas que incentiven las actividades culturales. Ya que los visitantes no conocían de estas alianzas.

7. ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 81.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	23	59%
Algo de Acuerdo	2	5%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	10%
Algo en Desacuerdo	8	21%
Muy en Desacuerdo	2	5%
TOTAL	39	100%



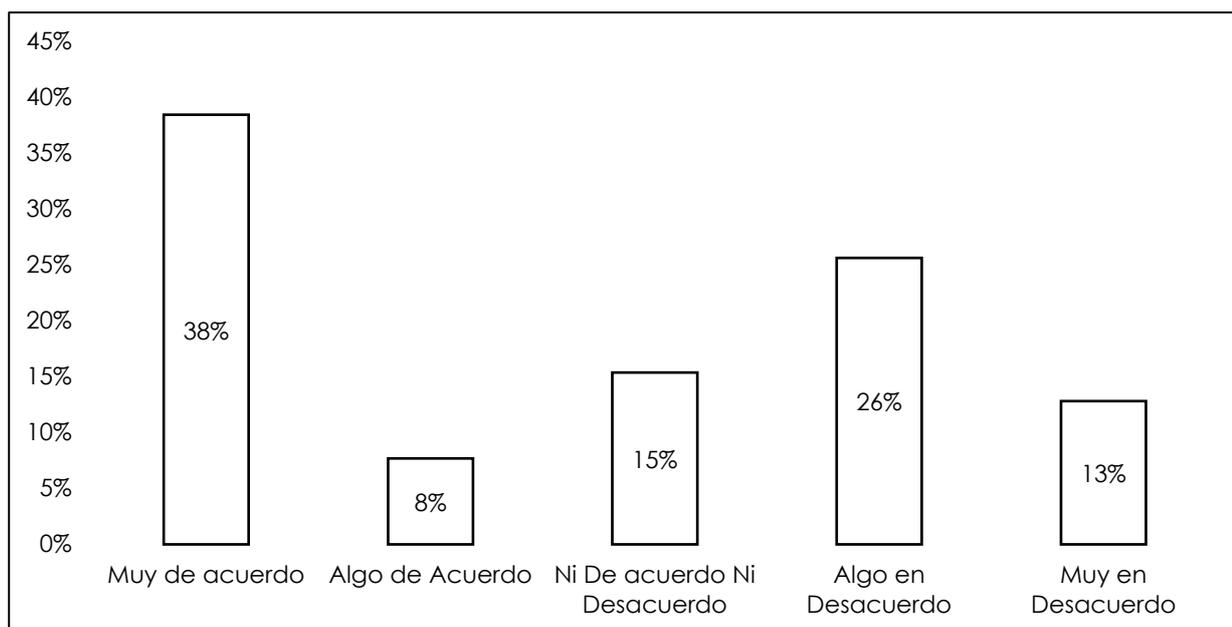
**Figura 70.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados tienen una respuesta positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción muy de acuerdo, reflejando la satisfacción que tiene los visitantes con respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 82.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	38%
Algo de Acuerdo	3	8%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	15%
Algo en Desacuerdo	10	26%
Muy en Desacuerdo	5	13%
TOTAL	39	100%



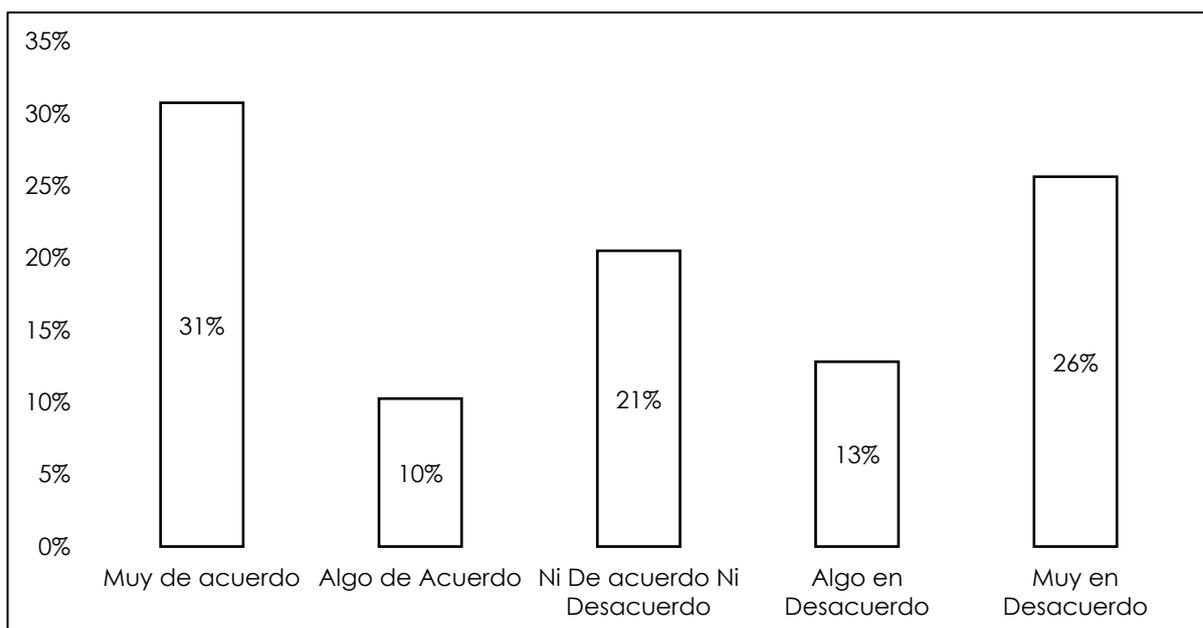
**Figura 71.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Según la gráfica se logra determinar que los visitantes tuvieron una respuesta positiva con un mayor valor de 38% con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que cumple en su mayoría las expectativas de los visitantes.

9. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 83.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	12	31%
Algo de Acuerdo	4	10%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	21%
Algo en Desacuerdo	5	13%
Muy en Desacuerdo	10	26%
TOTAL	39	100%



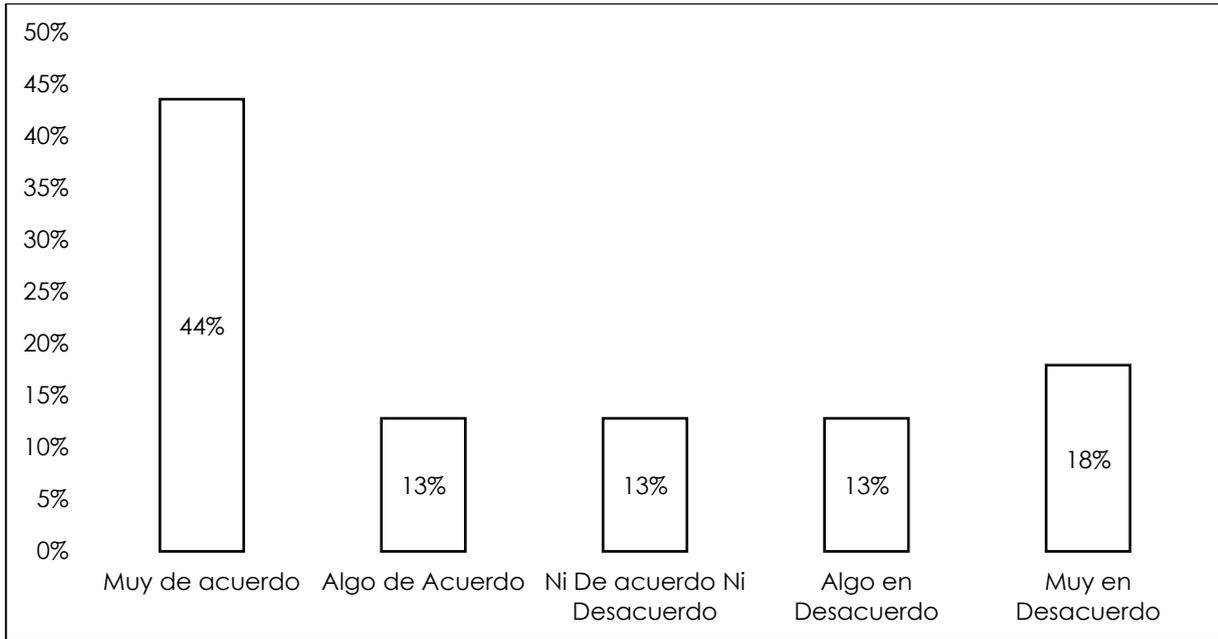
**Figura 72.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta positiva con el mayor valor de 31% a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual le favorece al museo con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes y sus discapacidades.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 84.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	17	44%
Algo de Acuerdo	5	13%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	13%
Algo en Desacuerdo	5	13%
Muy en Desacuerdo	7	18%
TOTAL	39	100%



**Figura 73.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Se determina que la mayor respuesta fue positiva de 44% con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo mantiene sus actividades, y las demuestra a los visitantes de forma directa con audio guía.

#### Museo de las culturas

El Museo de las culturas está ubicado en el cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura, el museo está abierto desde 1987, siendo un lugar de historia y etnografía de la población de Cotacachi, cabe recalcar que existen 7 grupos étnicos como las runas de Cotacachi, runas de Imantag, las runas de piñan, los yumbos, los afrointeños mestizos del valle y los campesinos inteños.

El museo estaba siendo remodelado y fue abierto a inicios de este mes de enero para que las personas puedan visitar sus nuevas mejoras y disfrutar de una nueva experiencia.

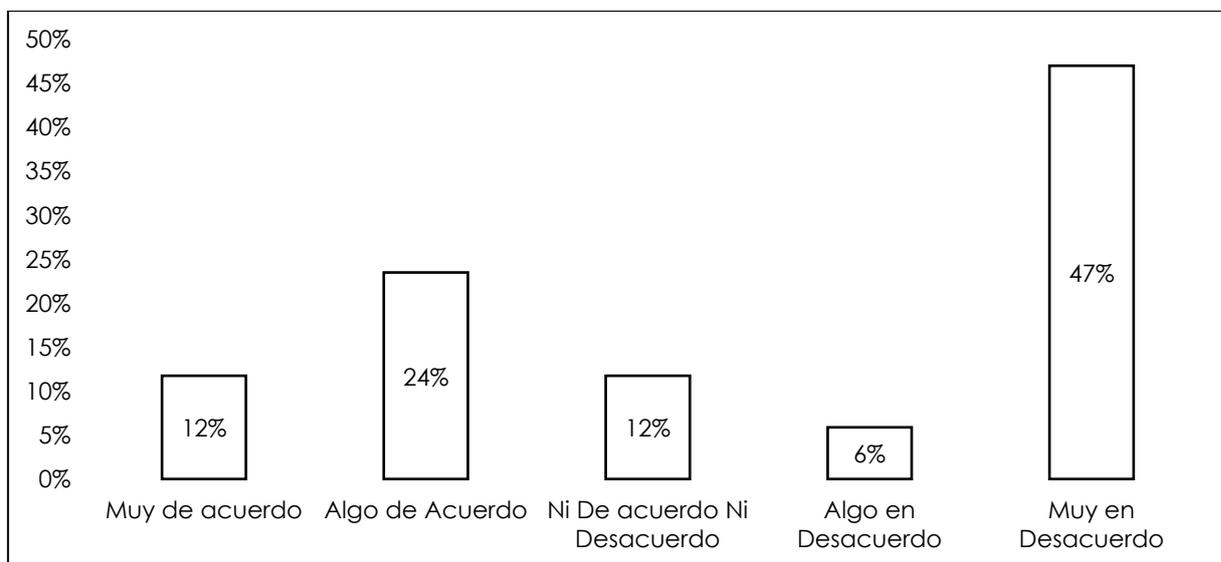
Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron hombres con un 58 % y el menor porcentaje fue de mujeres con un 52%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 20 años hasta los 55 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son

pertencientes a la ciudad de Cotacachi con un 80 % y seguido con un 10 % de la ciudad de Ibarra.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 85.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	12%
Algo de Acuerdo	4	24%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	12%
Algo en Desacuerdo	1	6%
Muy en Desacuerdo	8	47%
TOTAL	17	100%



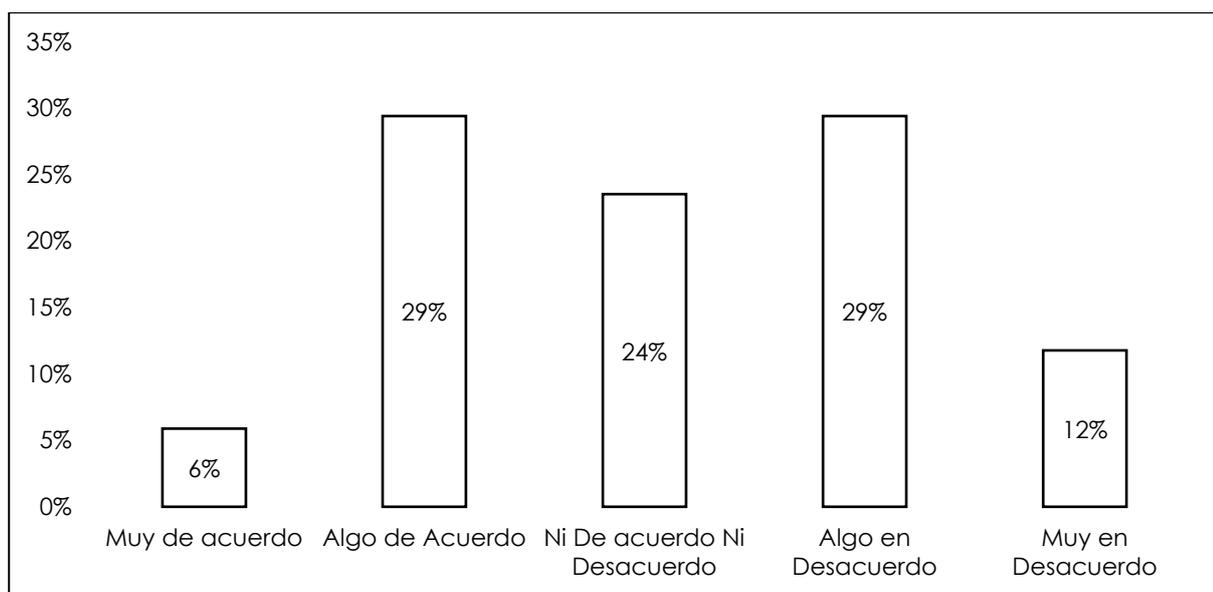
**Figura 74.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta negativa con respecto a la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, la señalética del museo no es favorable para orientarse dentro y fuera, reflejando la insatisfacción del visitante.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 86.** Modernas y adecuadas instalaciones

Modernas y adecuadas instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	6%
Algo de Acuerdo	5	29%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	24%
Algo en Desacuerdo	5	29%
Muy en Desacuerdo	2	12%
TOTAL	17	100%



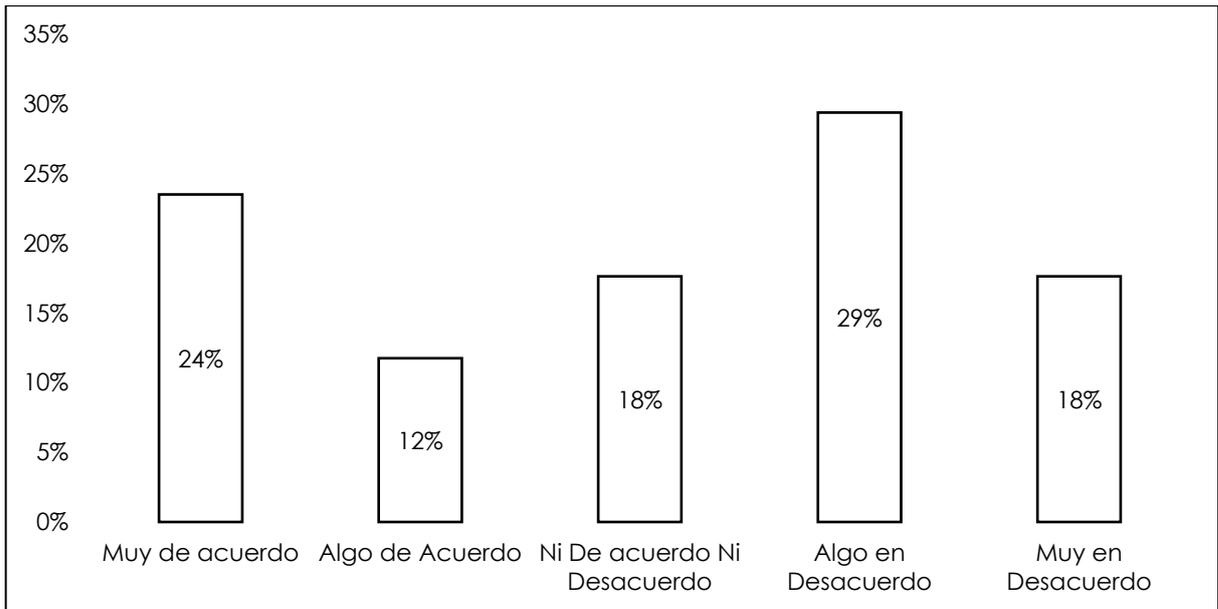
**Figura 75.** Modernas y adecuadas instalaciones

Con la información obtenida se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta algo positiva con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se sienta algo satisfecho con las instalaciones que exhiben sus instrumentos y objetos.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 87.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	24%
Algo de Acuerdo	2	12%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	18%
Algo en Desacuerdo	5	29%
Muy en Desacuerdo	3	18%
TOTAL	17	100%



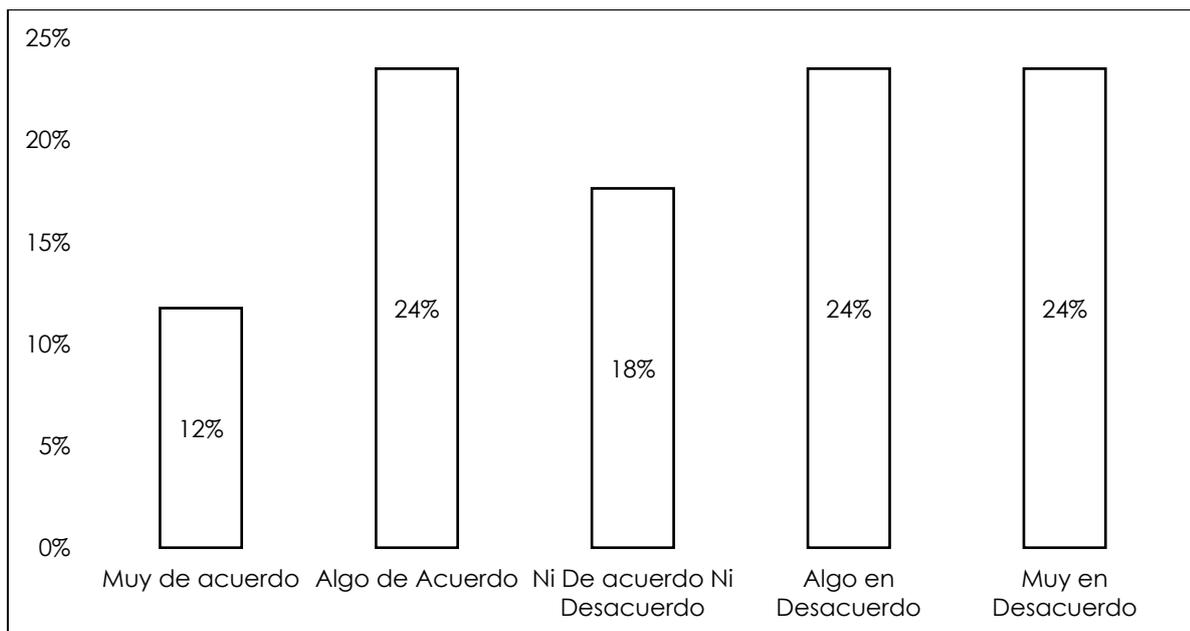
**Figura 76.** Actividades culturales de entretenimiento

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta negativa con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan en el momento son poco entretenidas para los visitantes, reflejando la insatisfacción de los visitantes.

- ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 88.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	12%
Algo de Acuerdo	4	24%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	18%
Algo en Desacuerdo	4	24%
Muy en Desacuerdo	4	24%
TOTAL	17	100%



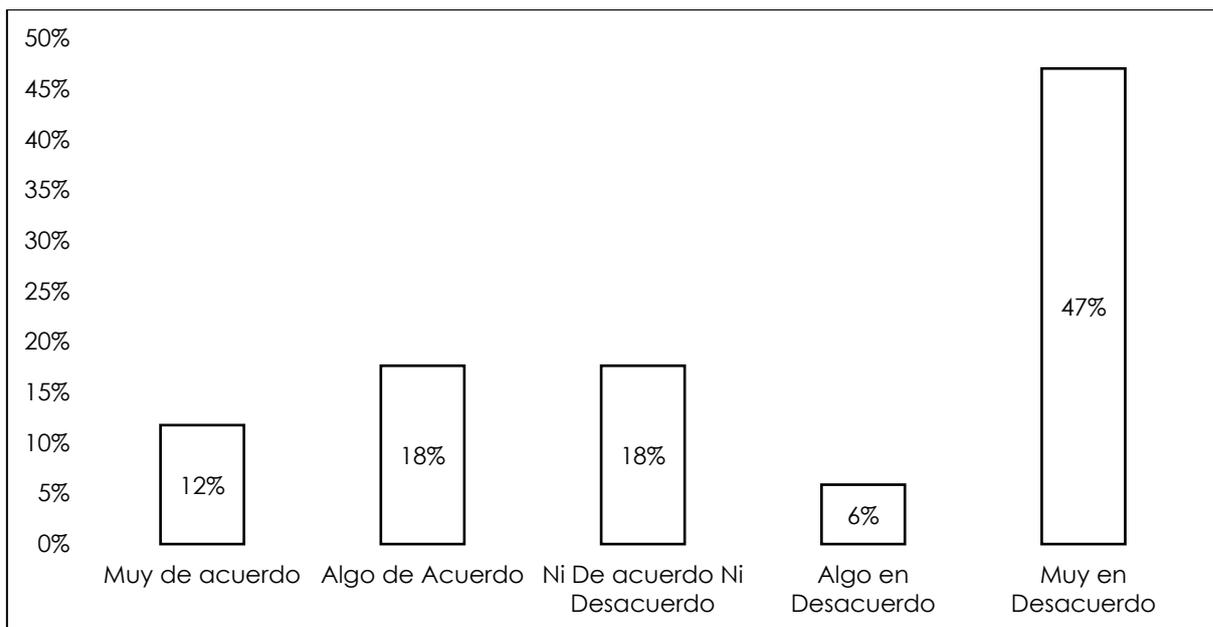
**Figura 77.** Servicios en General

Los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta negativa en su mayoría un valor de 24%, reflejando una insatisfacción en los visitantes con respecto a los servicios generales que ofrece el museo.

- ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 89.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	12%
Algo de Acuerdo	3	18%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	18%
Algo en Desacuerdo	1	6%
Muy en Desacuerdo	8	47%
TOTAL	17	100%



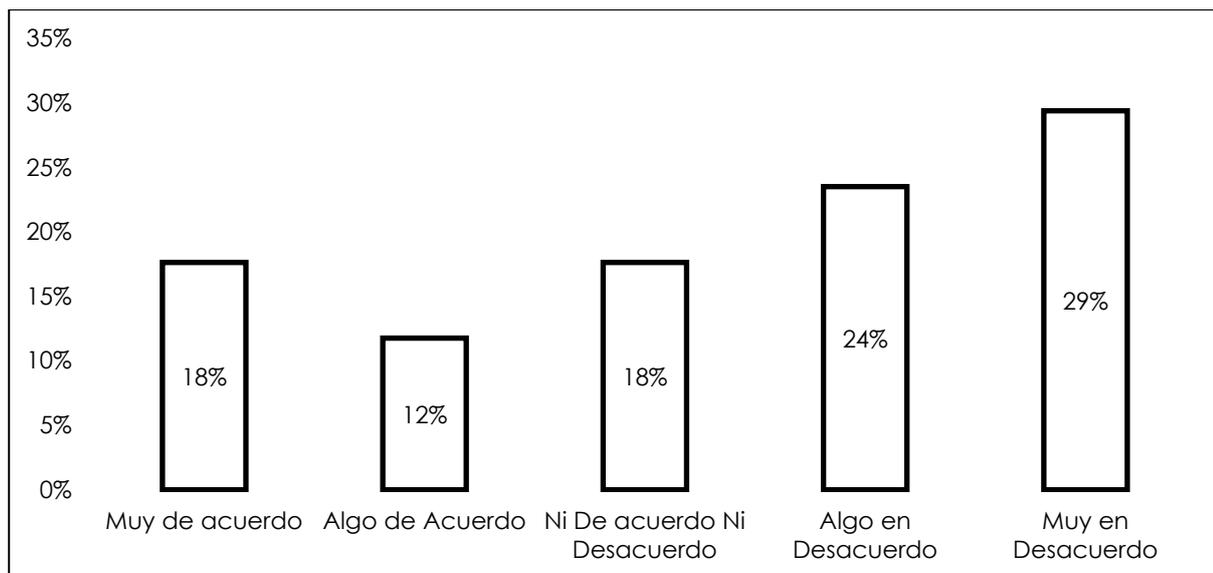
**Figura 78.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta en su mayoría negativa de 47% con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, reflejando una insatisfacción por parte de los visitantes con la información que brinda el museo.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 90.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	18%
Algo de Acuerdo	2	12%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	18%
Algo en Desacuerdo	4	24%
Muy en Desacuerdo	5	29%
TOTAL	17	100%



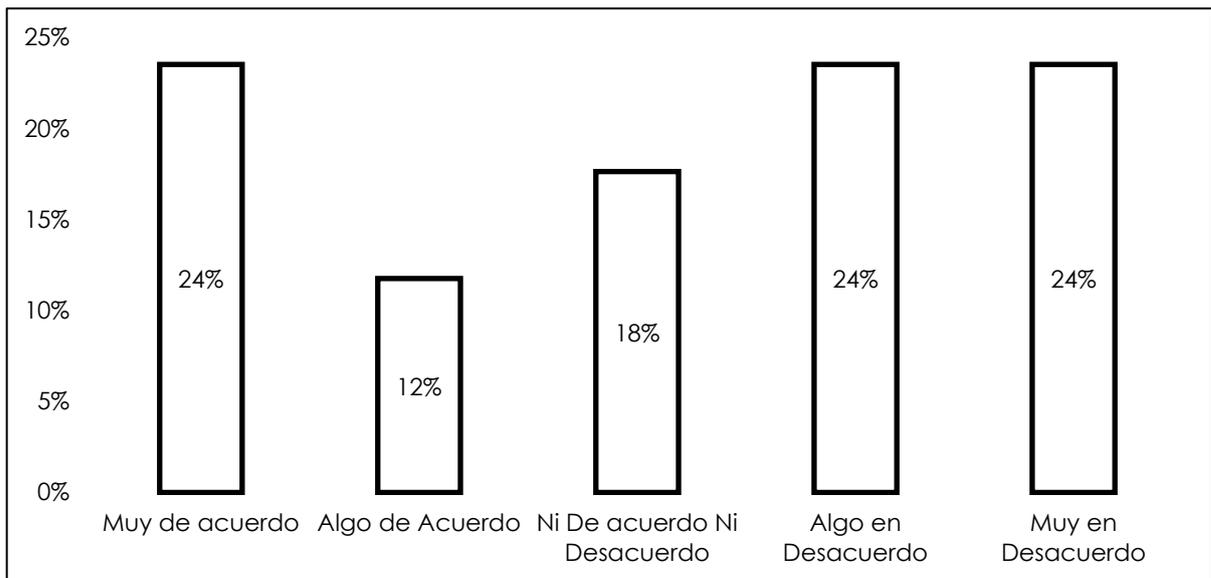
**Figura 79.** Alianzas con otras instituciones

Se determina que los visitantes tuvieron en su mayoría una respuesta negativa del 29% con respecto a las alianzas con otras instituciones para realizar actividades relacionadas con la cultura o programas que incentiven las actividades culturales.

- ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 91.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	24%
Algo de Acuerdo	2	12%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	18%
Algo en Desacuerdo	4	24%
Muy en Desacuerdo	4	24%
TOTAL	17	100%



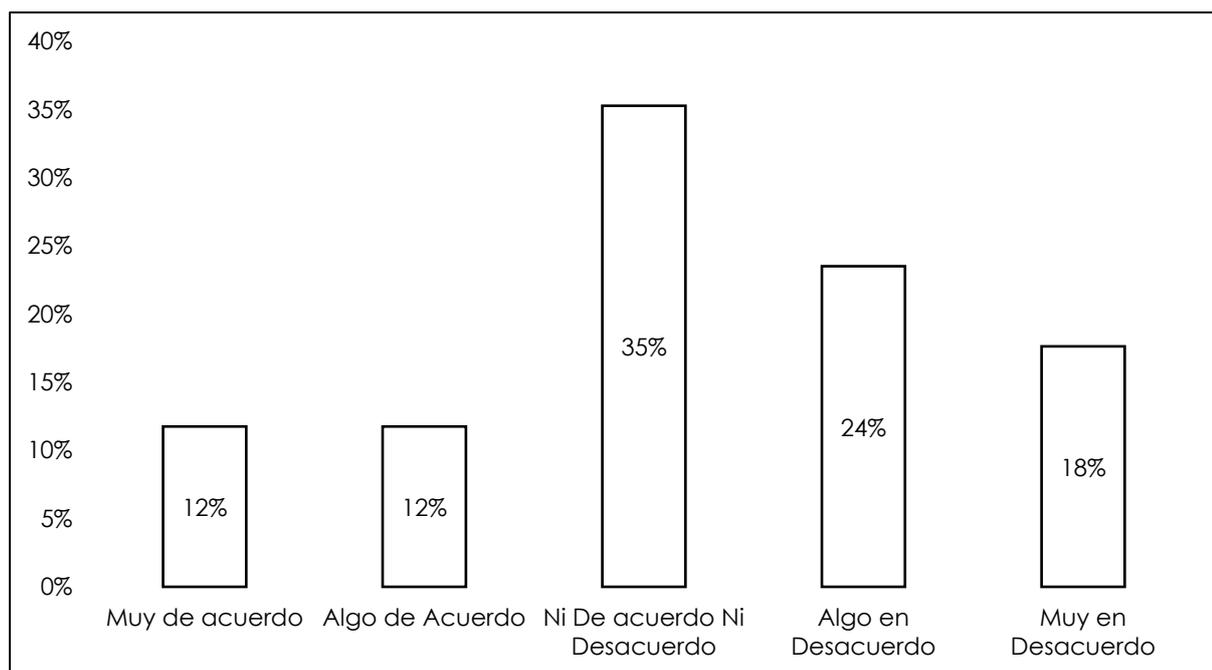
**Figura 80.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados no tiene una respuesta muy positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de algo en desacuerdo y muy en desacuerdo, reflejando la mayormente la insatisfacción que tienen los visitantes respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 92.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	12%
Algo de Acuerdo	2	12%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	35%
Algo en Desacuerdo	4	24%
Muy en Desacuerdo	3	18%
TOTAL	17	100%



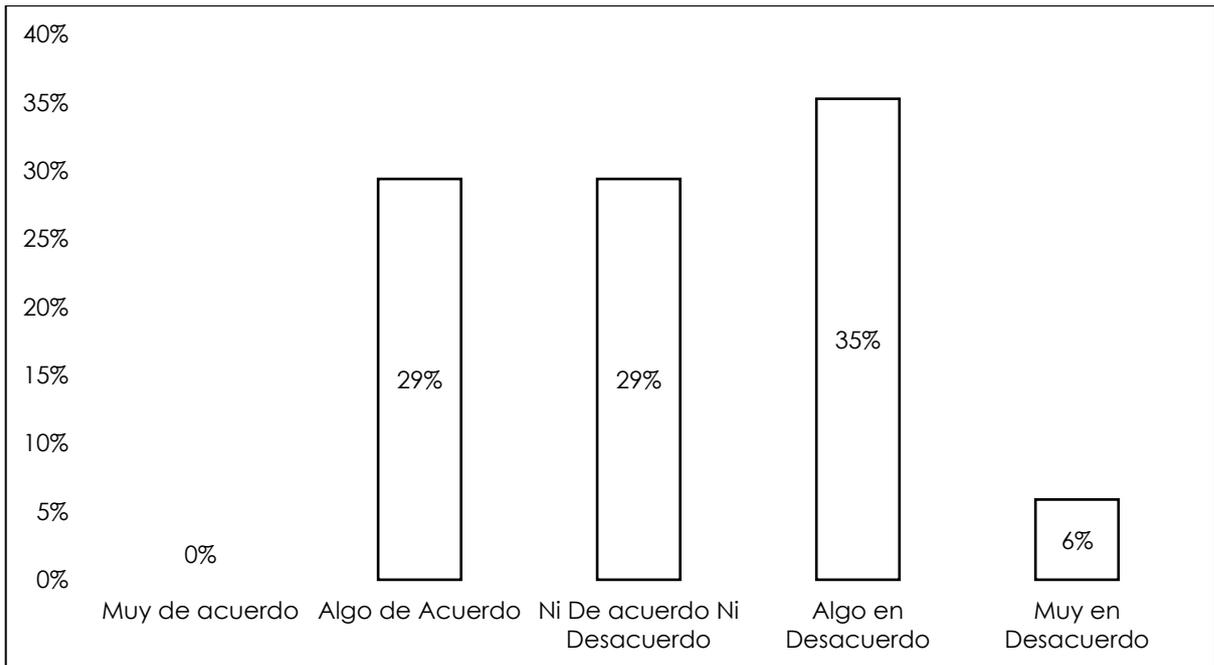
**Figura 81.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Según el gráfico se determina que los visitantes tuvieron una respuesta neutral con un mayor valor de 35% con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que no cumplen al cien por ciento sus expectativas, pero las mantiene neutrales y así el visitante no se sienta totalmente insatisfecho.

9. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 93.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	5	29%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	29%
Algo en Desacuerdo	6	35%
Muy en Desacuerdo	1	6%
TOTAL	17	100%



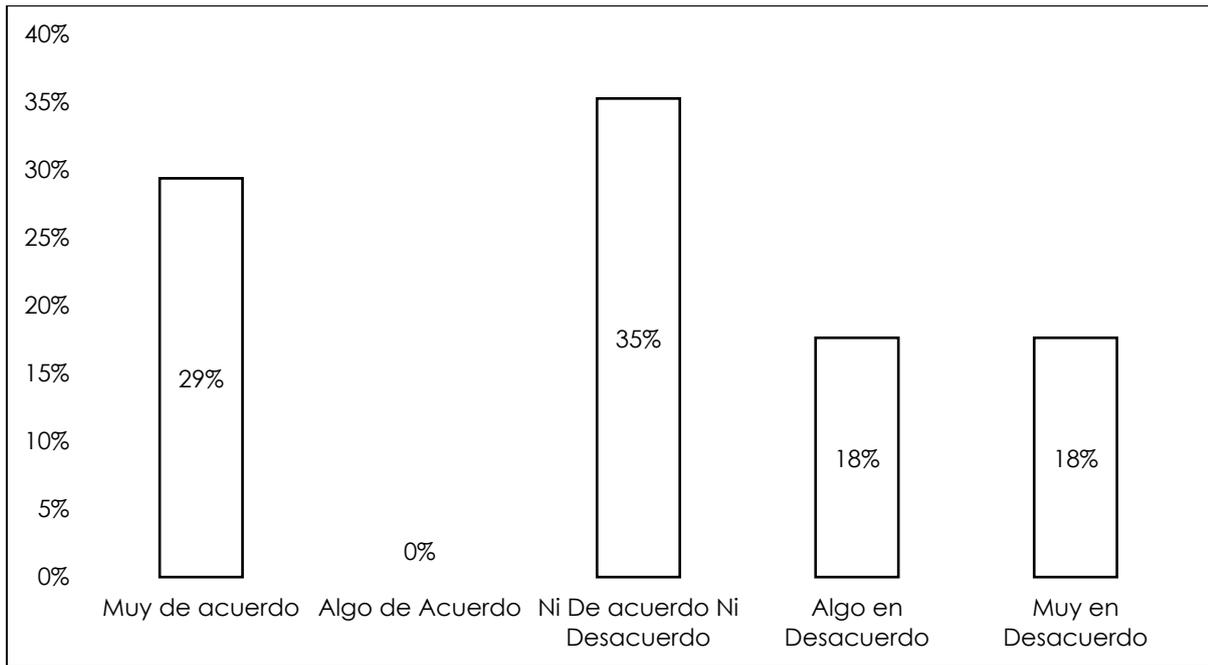
**Figura 82.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta poco negativa con un valor mayor de 35% a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual no le favorece al museo con respecto a la satisfacción de los distintos tipos de visitantes y sus discapacidades.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 94.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	29%
Algo de Acuerdo	0	0%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	35%
Algo en Desacuerdo	3	18%
Muy en Desacuerdo	3	18%
TOTAL	17	100%



**Figura 83.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Se determina que la mayor respuesta fue neutral de 35% con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo mantiene sus actividades culturales y las demuestra a los visitantes de forma directa.

#### Museo viviente Otavalango

El Museo viviente Otavalango está ubicado en el cantón Otavalo de la provincia de Imbabura está abierto al público desde 2011 para la preservación y difusión de la cultura de los indígenas otavaleños, aquí presentas las máquinas de obraje en donde muchos indígenas fueron obligados a trabajar bajo condiciones iguales a la esclavitud.

Además, se muestran las costumbres indígenas como el matrimonio indígena, las fiestas y sus saberes ancestrales, la forma de vida de sus ancestros, la cosecha de alimentos según el ciclo de la luna entre muchas cosas más.

Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron hombres con un 68 % y el menor porcentaje fue de mujeres con un 32%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 20 años hasta los 43 años de edad.

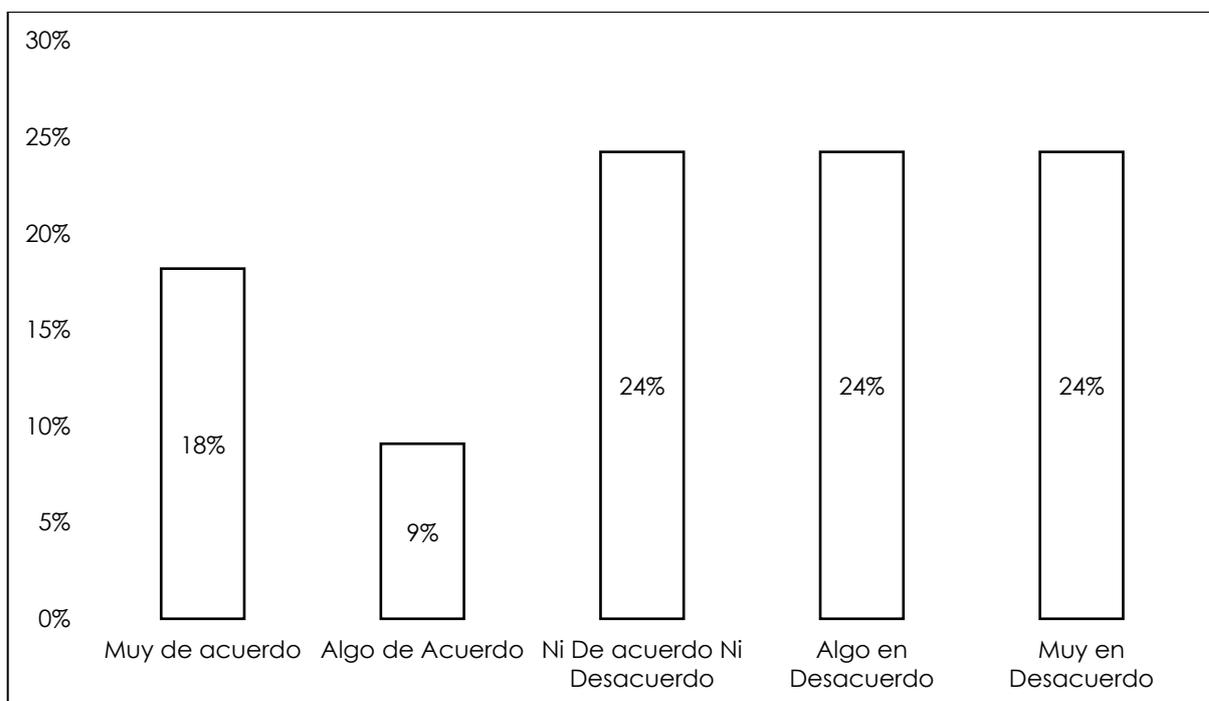
También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son

pertencientes a la ciudad de Otavalo con un 70 % y seguido con un 25 % de la ciudad de Ibarra.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 95.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	3	9%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	24%
Algo en Desacuerdo	8	24%
Muy en Desacuerdo	8	24%
TOTAL	33	100%



**Figura 84.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta neutral y también negativas con el mismo valor de 24%, la señalética les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, pero no de una forma muy satisfactoria ya que los visitantes fácilmente se pueden perder, reflejando en su mayoría una insatisfacción en los visitantes.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

Tabla 96. Modernas y adecuadas instalaciones

Modernas y adecuadas instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	8	24%
Algo de Acuerdo	5	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	15%
Algo en Desacuerdo	8	24%
Muy en Desacuerdo	7	21%
TOTAL	33	100%

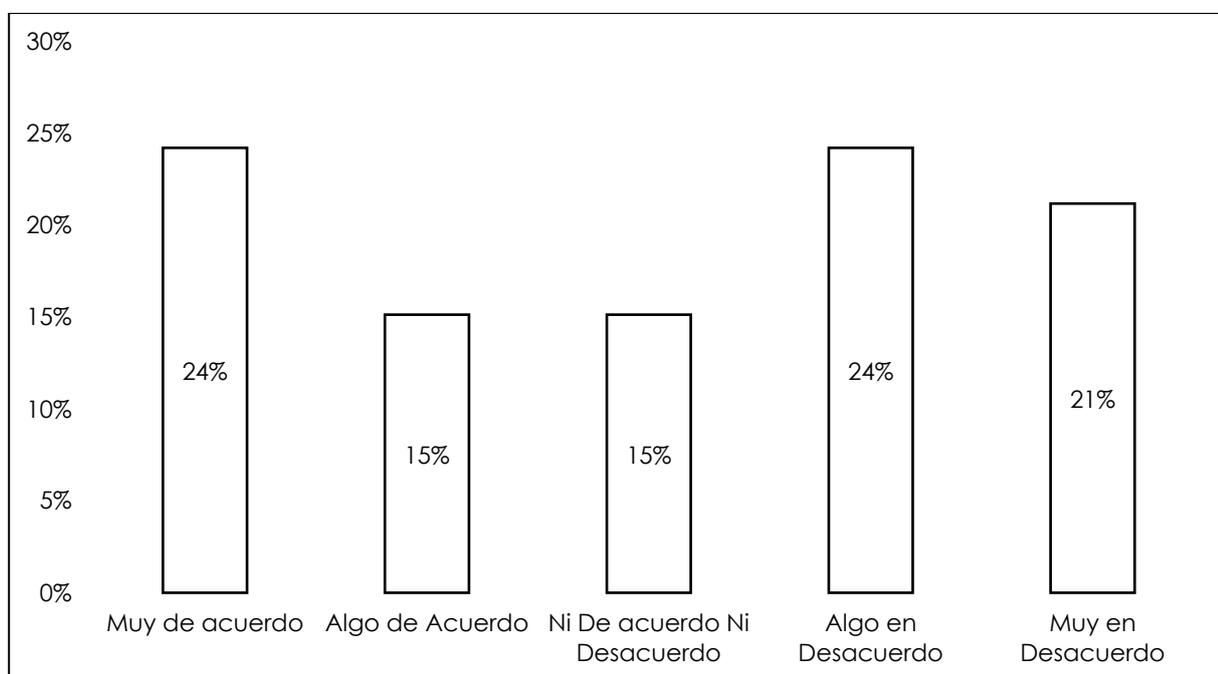


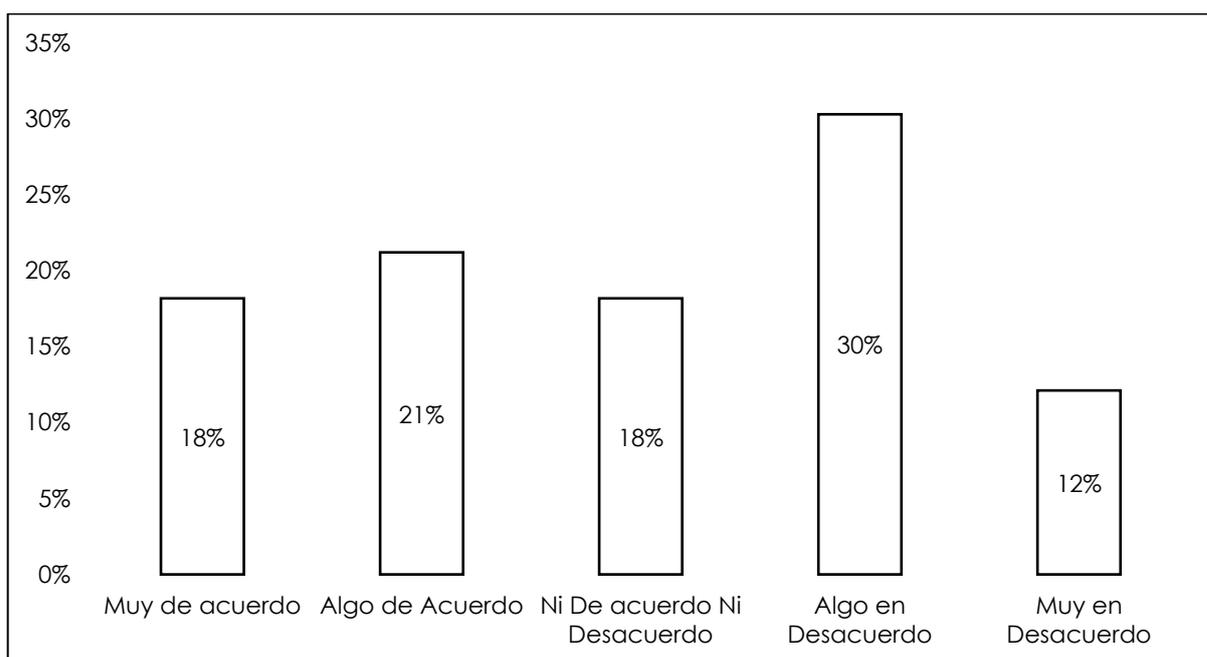
Figura 85. Modernas y adecuadas instalaciones

según la gráfica se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta algo positiva de un 24% y también algo negativa con el mismo valor, reflejando que el museo tiene y no tiene adecuadas instalaciones para la exhibición de sus instrumentos y objetos, llegando a la conclusión que algunos visitantes pueden ser satisfechos y otros no.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 97.** Actividades culturales de entretenimiento

Actividades culturales de entretenimiento	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	7	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	6	18%
Algo en Desacuerdo	10	30%
Muy en Desacuerdo	4	12%
TOTAL	33	100%



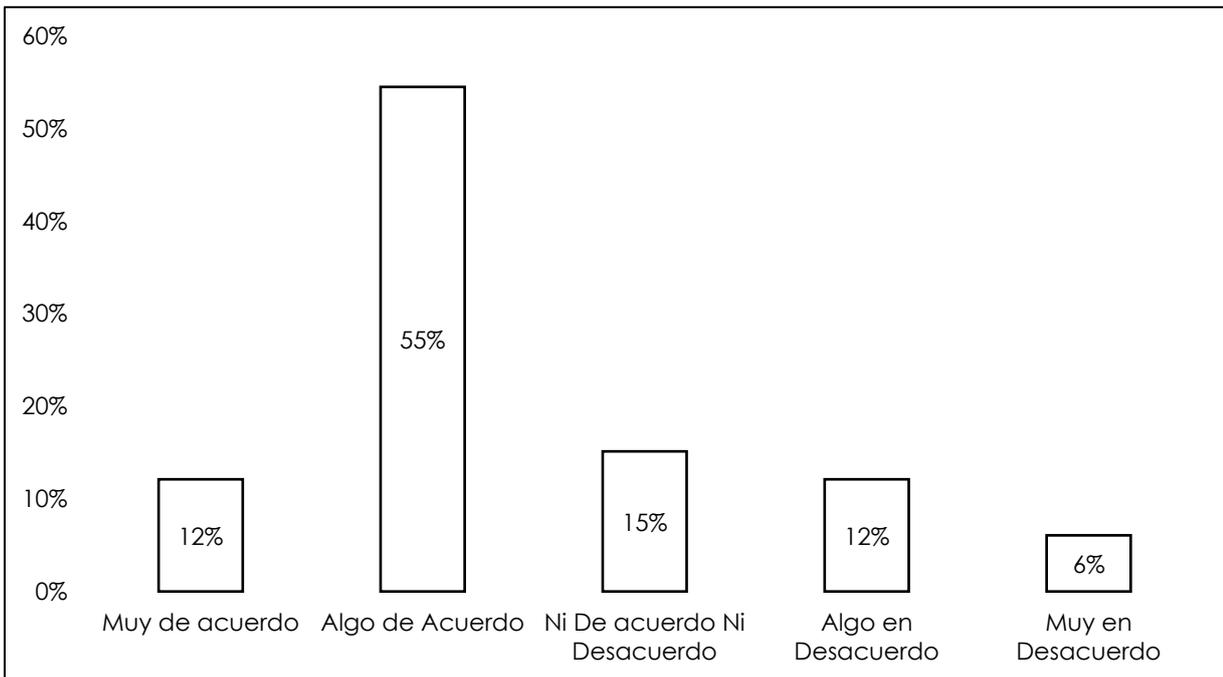
**Figura 86.** Actividades culturales de entretenimiento

Según el grafico se determina que los visitantes optaron por una respuesta negativa con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan no son tan buenas según la percepción de los visitantes, reflejando la insatisfacción de estos.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 98.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	12%
Algo de Acuerdo	18	55%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	5	15%
Algo en Desacuerdo	4	12%
Muy en Desacuerdo	2	6%
TOTAL	33	100%



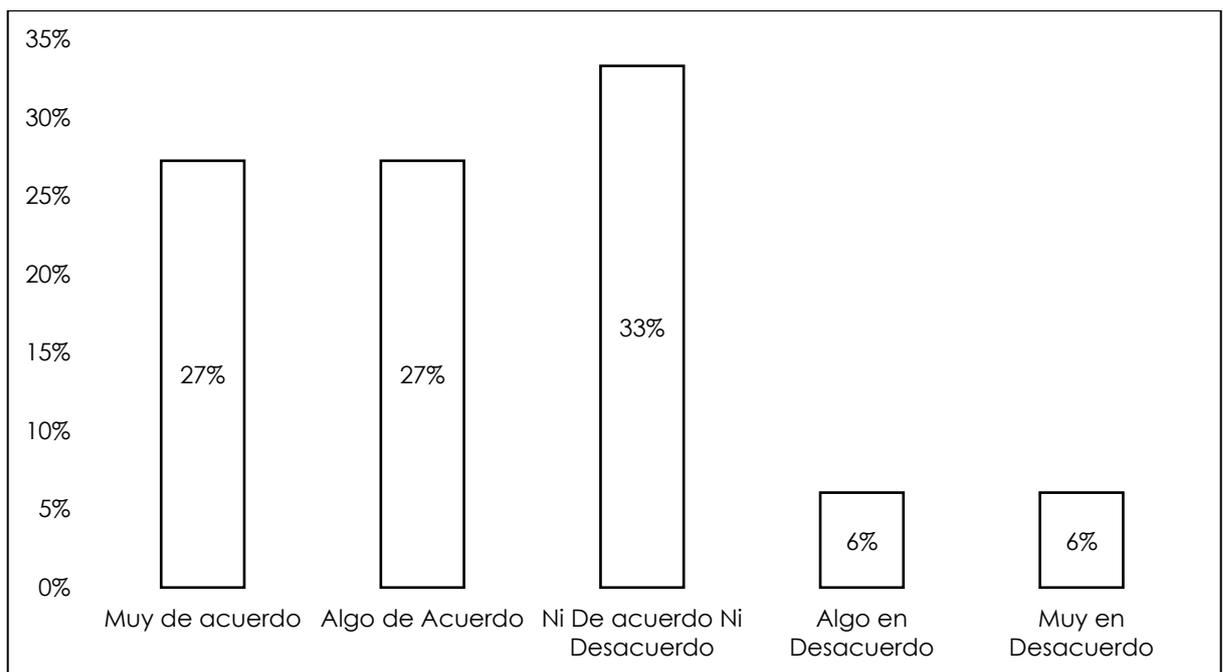
**Figura 87.** Servicios en General

Se determina que los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta positiva de 55% siendo favorable para el museo, así se determina que los servicios que ofrece son buenos y los visitantes se sientan satisfechos con los servicios generales que ofrece.

5. ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 99.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	27%
Algo de Acuerdo	9	27%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	11	33%
Algo en Desacuerdo	2	6%
Muy en Desacuerdo	2	6%
TOTAL	33	100%



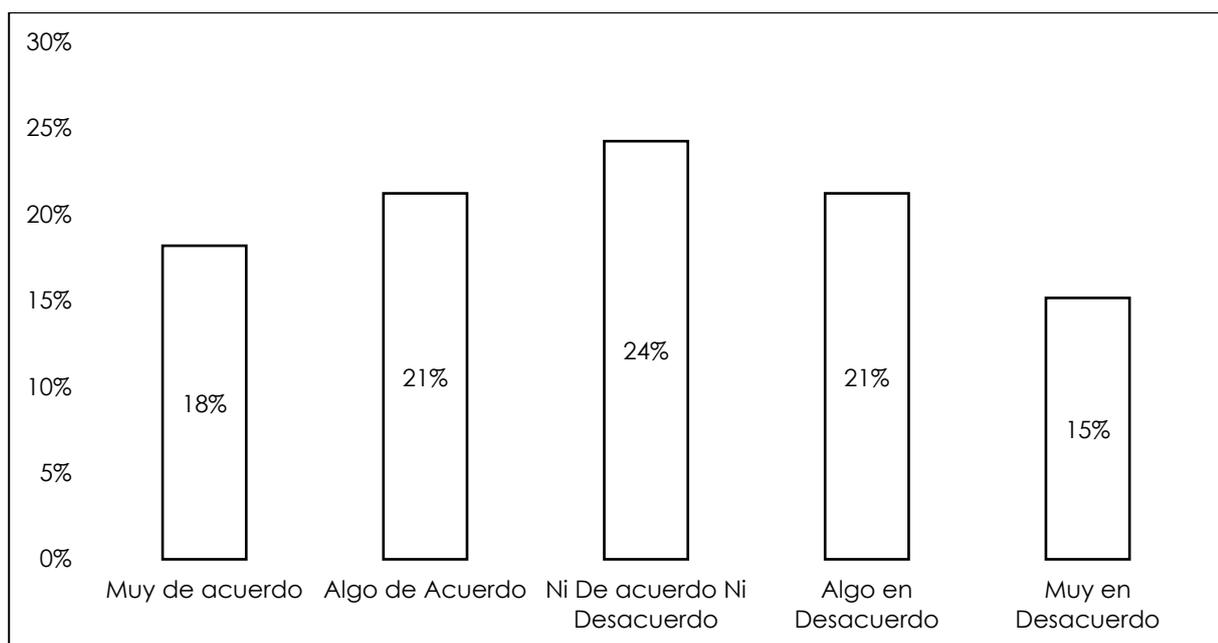
**Figura 88.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta neutral con un mayor valor de 33% con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, reflejando en los visitantes lo parcialmente satisfechos los visitantes.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 100.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	7	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	24%
Algo en Desacuerdo	7	21%
Muy en Desacuerdo	5	15%
TOTAL	33	100%



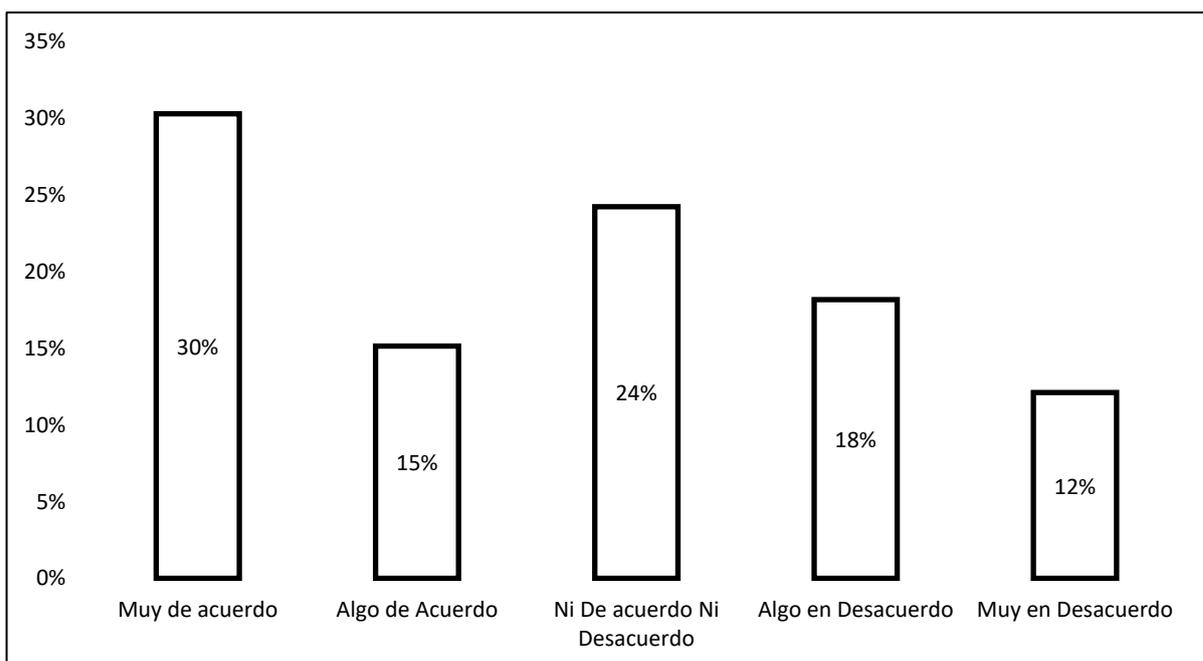
**Figura 89.** Alianzas con otras instituciones

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta neutral con el mayor valor de un 24% con respecto a las alianzas con otras instituciones para realizar actividades relacionadas con la cultura o programas que incentiven las actividades culturales.

- ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 101.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	10	30%
Algo de Acuerdo	5	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	8	24%
Algo en Desacuerdo	6	18%
Muy en Desacuerdo	4	12%
TOTAL	33	100%



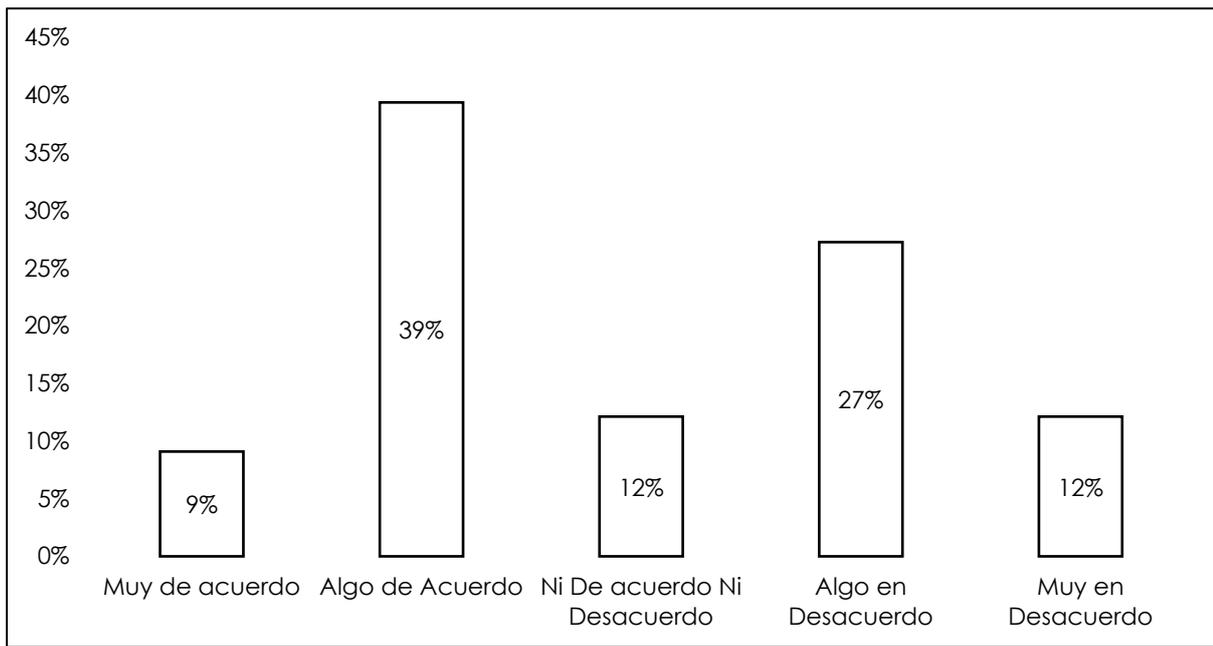
**Figura 90.** Percepción de los productos o servicios brindados

Se determina que la percepción de los productos y servicios brindados tiene una respuesta muy positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de muy de acuerdo, reflejando la satisfacción que tiene los visitantes con respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 102.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	9%
Algo de Acuerdo	13	39%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	12%
Algo en Desacuerdo	9	27%
Muy en Desacuerdo	4	12%
TOTAL	33	100%



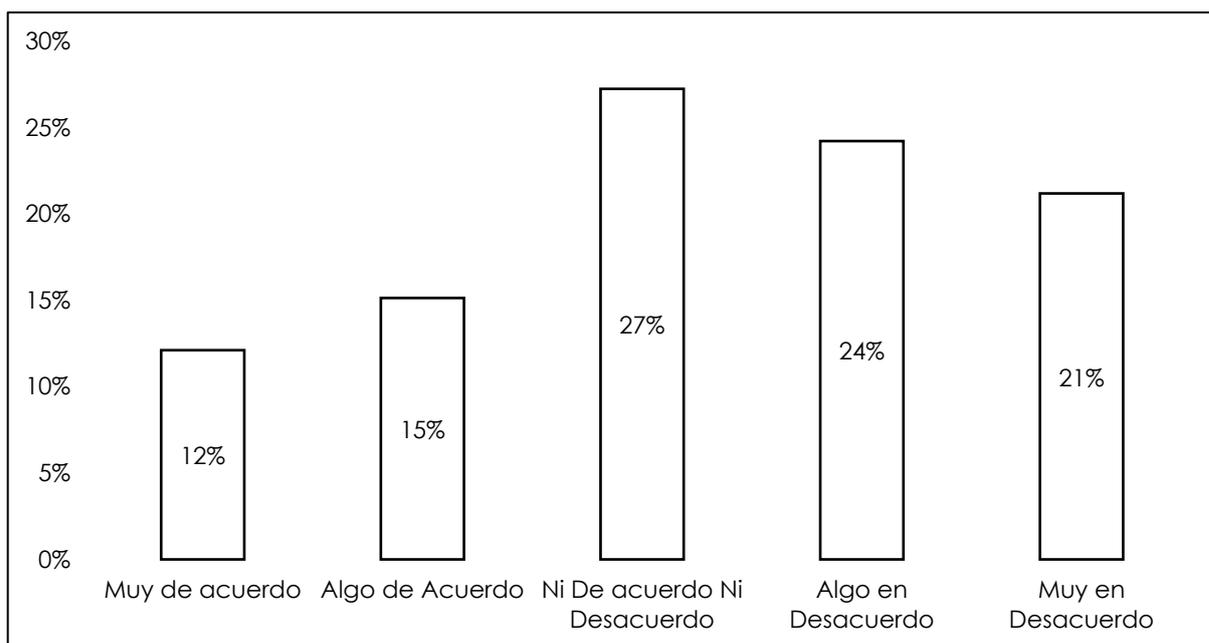
**Figura 91.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Se determina que los visitantes tuvieron una respuesta neutral con un valor mayor de 39% con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que cumplen sus expectativas, reflejando la satisfacción de los visitantes.

9. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 103.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	12%
Algo de Acuerdo	5	15%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	9	27%
Algo en Desacuerdo	8	24%
Muy en Desacuerdo	7	21%
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>



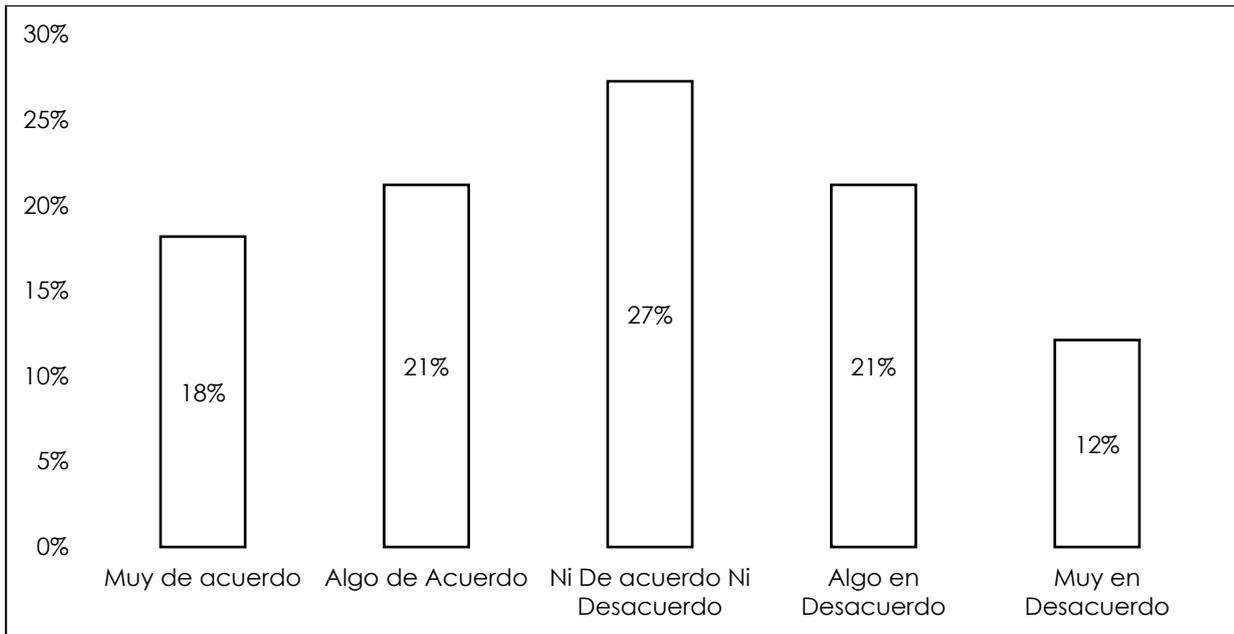
**Figura 92.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral con un valor mayor de 27% a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física la cual ni le favorece ni le perjudica al museo. Se mantiene en un nivel neutral de satisfacción hacia los visitantes.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 104.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	18%
Algo de Acuerdo	7	21%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	9	27%
Algo en Desacuerdo	7	21%
Muy en Desacuerdo	4	12%
TOTAL	33	100%



**Figura 93.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Se determina que la mayor respuesta fue neutral de 27% con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, ya que el museo mantiene sus actividades culturales ancestrales, y las demuestra a los visitantes de forma directa, las practica y las hace vivenciales con los turistas.

Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome - Otavalo

El museo está ubicado en junto al parque San Sebastián del cantón Otavalo, el museo contiene más de 1005 piezas arqueológicas representando a las culturas Karanki, Cochasqui entre otras ya que son las que más se encuentran en la provincia de Imbabura.

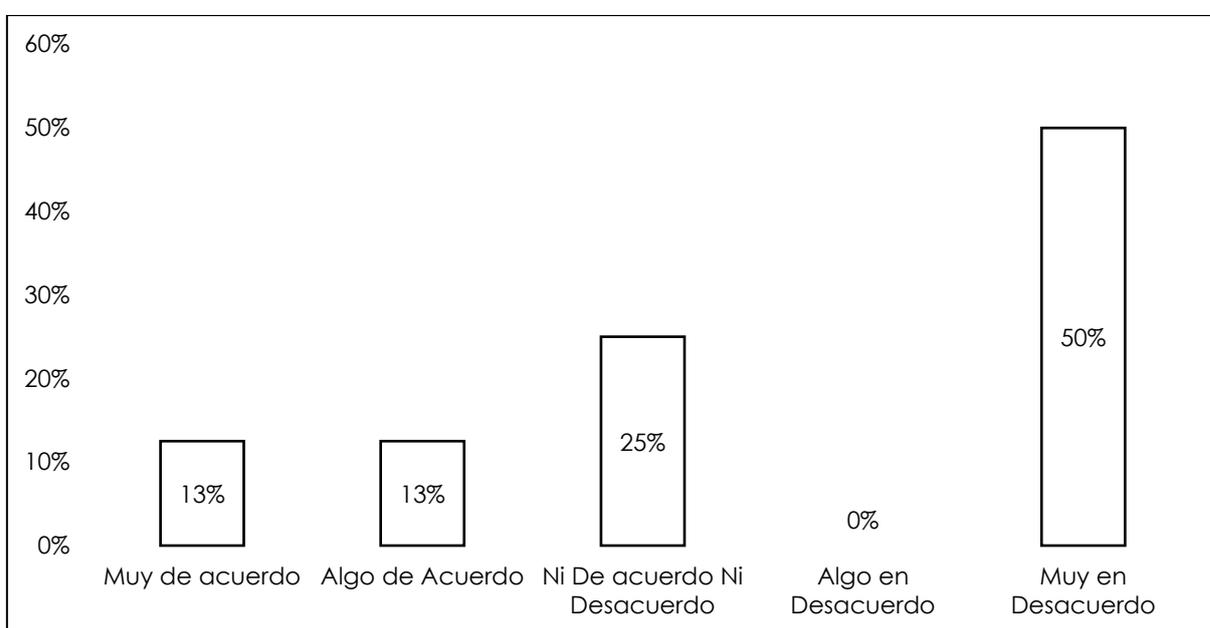
Para esta encuesta se necesitaban a 8 visitantes ya que esa sería nuestra muestra del museo y poder determinar la gestión turística que tiene provincia de Imbabura.

Con respecto a la investigación se obtuvieron datos relevantes de los visitantes determinando que la mayor cantidad de personas al visitar el museo fueron mujeres con un 62 % y el menor porcentaje fue de hombres con un 38%, también se determinó que las edades de los visitantes estaban entre los 25 años hasta los 56 años de edad. También con respecto a su procedencia, los visitantes son en su mayoría son pertenecientes a la ciudad de Otavalo con un 80 % y seguido con un 20 % de la ciudad de Ibarra.

1. ¿Considera que el museo presenta señalética que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?

**Tabla 105.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Señalética que orienta dentro y fuera del museo	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	13%
Algo de Acuerdo	1	13%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	25%
Algo en Desacuerdo	0	0%
Muy en Desacuerdo	4	50%
TOTAL	8	100%



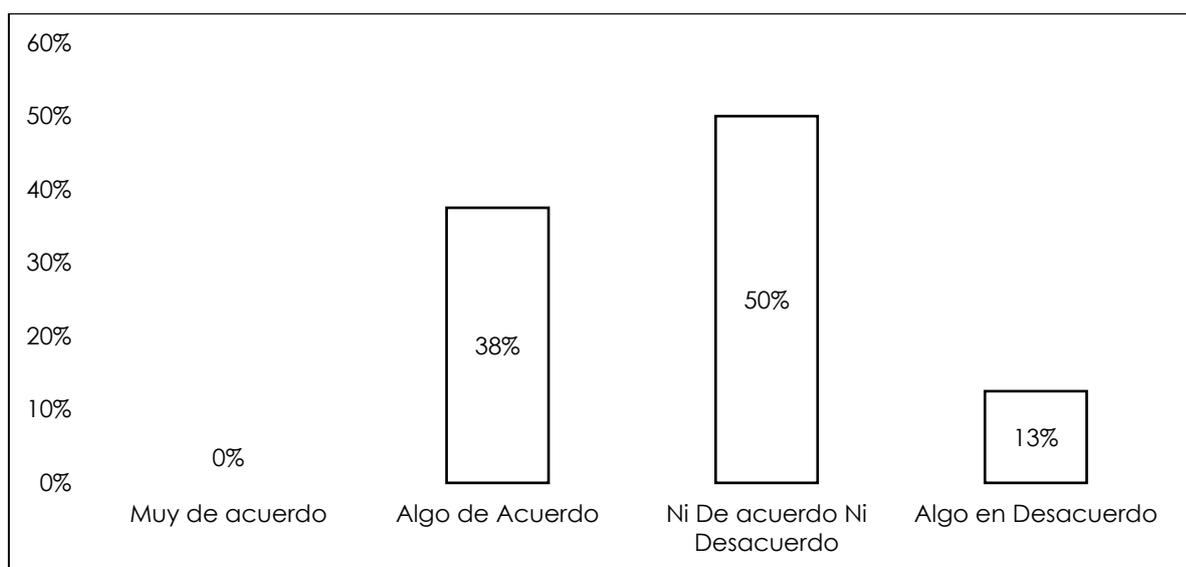
**Figura 94.** Señalética que orienta dentro y fuera del museo

Se determina que según la mayoría de los visitantes tuvieron una respuesta negativa con respecto a la señalética que les ayuda a orientarse dentro y fuera del museo, el visitante se puede desorientar para encontrar el museo, reflejando insatisfacción en los visitantes.

2. ¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?

**Tabla 106.** Modernas y adecuadas instalaciones

<b>Modernas y adecuadas instalaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	0	0%
Algo de Acuerdo	3	38%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	50%
Algo en Desacuerdo	1	13%
Muy en Desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>



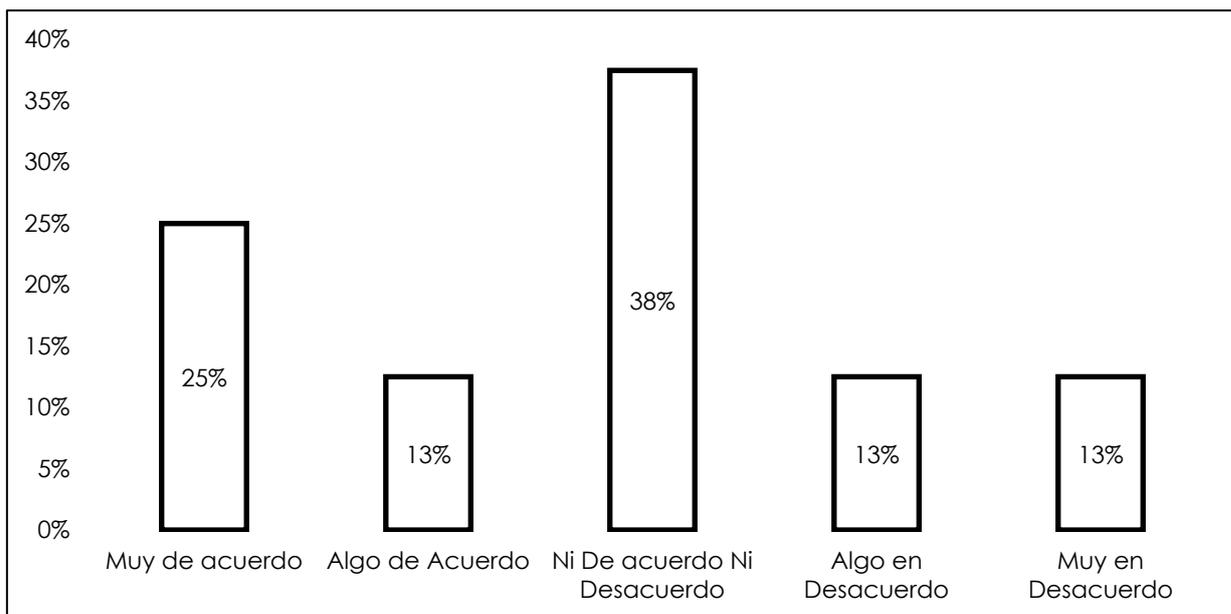
**Figura 95.** Modernas y adecuadas instalaciones

Se determina que la mayoría de los visitantes tuvo una respuesta neutral de un 50% con respecto a las instalaciones del museo, ya que el museo presenta lo suficiente para que el visitante se sienta neutralmente satisfecho con las instalaciones que exhiben sus instrumentos y objetos.

3. ¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?

**Tabla 107.** Actividades culturales de entretenimiento

<b>Actividades culturales de entretenimiento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	2	25%
Algo de Acuerdo	1	13%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	38%
Algo en Desacuerdo	1	13%
Muy en Desacuerdo	1	13%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>



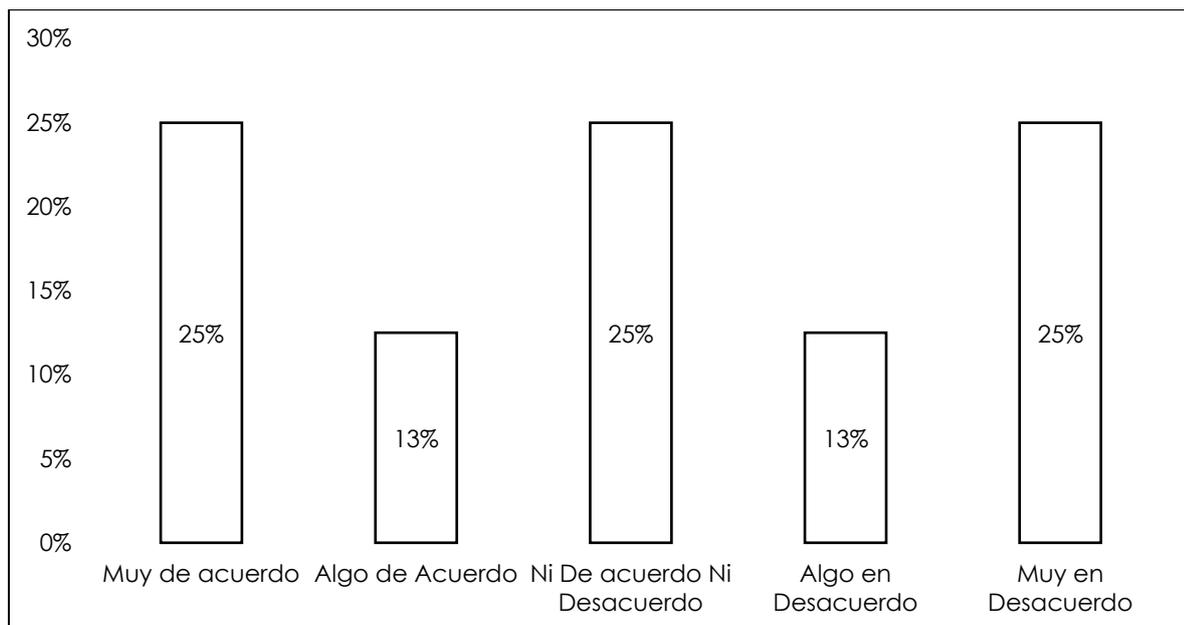
**Figura 96.** Actividades culturales de entretenimiento

Según el gráfico se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral en su mayoría con respecto a las actividades que el museo ofrece a las personas, las actividades que realizan no son tan buenas ni malas según la percepción de los visitantes, y así reflejando la parcial satisfacción de estos.

4. ¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?

**Tabla 108.** Servicios en General

Servicios en General	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	25%
Algo de Acuerdo	1	13%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	25%
Algo en Desacuerdo	1	13%
Muy en Desacuerdo	2	25%
TOTAL	8	100%



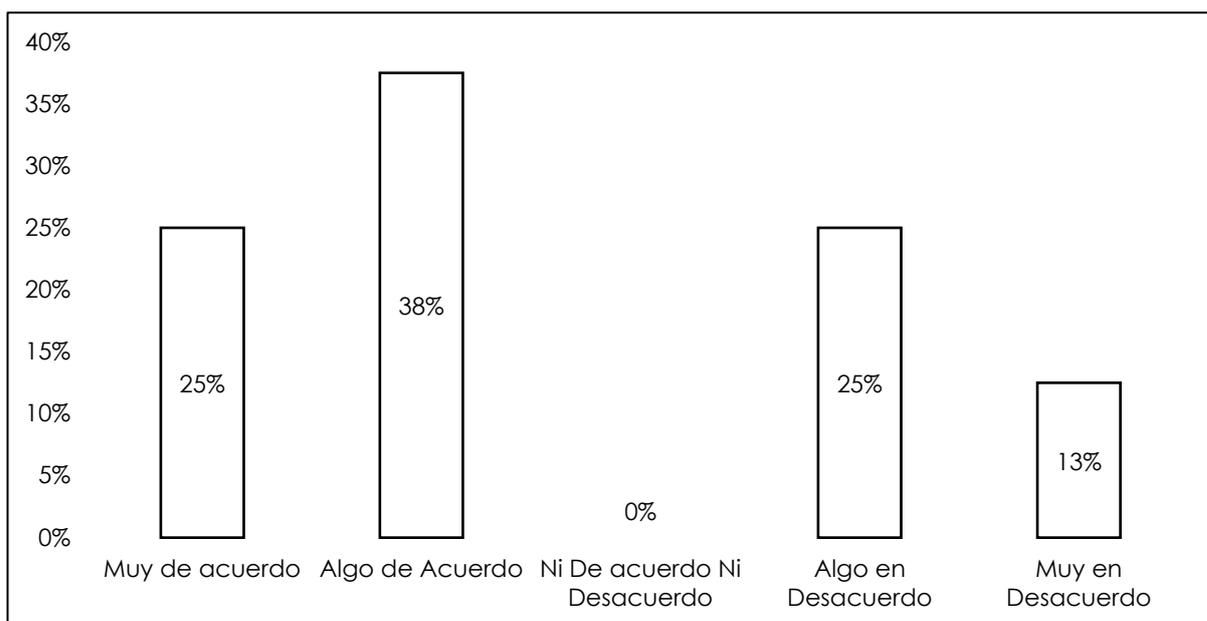
**Figura 97.** Servicios en General

Se determina que los servicios generales que ofrece el museo receptado por los visitantes le dieron una respuesta mayormente positiva con un 25% siendo favorable para el museo, así se determina que los servicios que ofrece son buenos y los visitantes se sientan satisfechos con los servicios generales que ofrece. Sin embargo, también algunos visitantes optaron por respuestas negativas, reflejando que no todos los visitantes se sientes al cien por ciento satisfechos.

- ¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?

**Tabla 109.** Información antes de adquirir el servicio

Información antes de adquirir el servicio	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	25%
Algo de Acuerdo	3	38%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	0	0%
Algo en Desacuerdo	2	25%
Muy en Desacuerdo	1	13%
TOTAL	8	100%



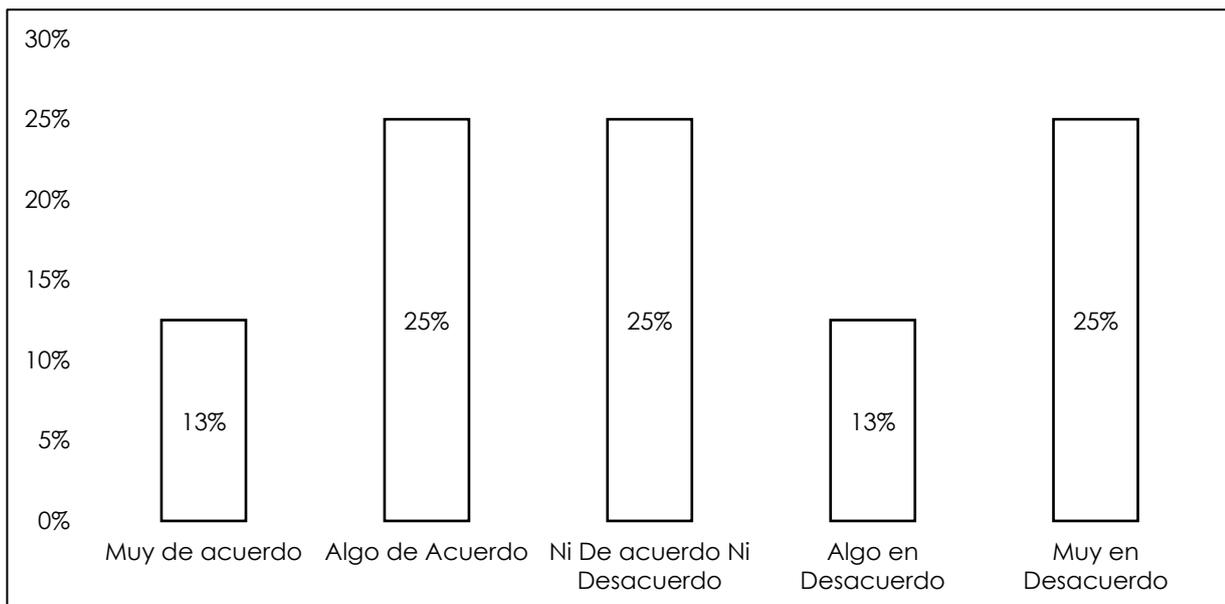
**Figura 98.** Información antes de adquirir el servicio

Se determinó que los visitantes reflejaron una respuesta neutral con un mayor valor de 38% con respecto a la información que brinda el museo antes de adquirir los servicios ofrecidos, reflejando en los visitantes lo parcialmente satisfechos.

6. ¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?

**Tabla 110.** Alianzas con otras instituciones

Alianzas con otras instituciones	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	13%
Algo de Acuerdo	2	25%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	25%
Algo en Desacuerdo	1	13%
Muy en Desacuerdo	2	25%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>



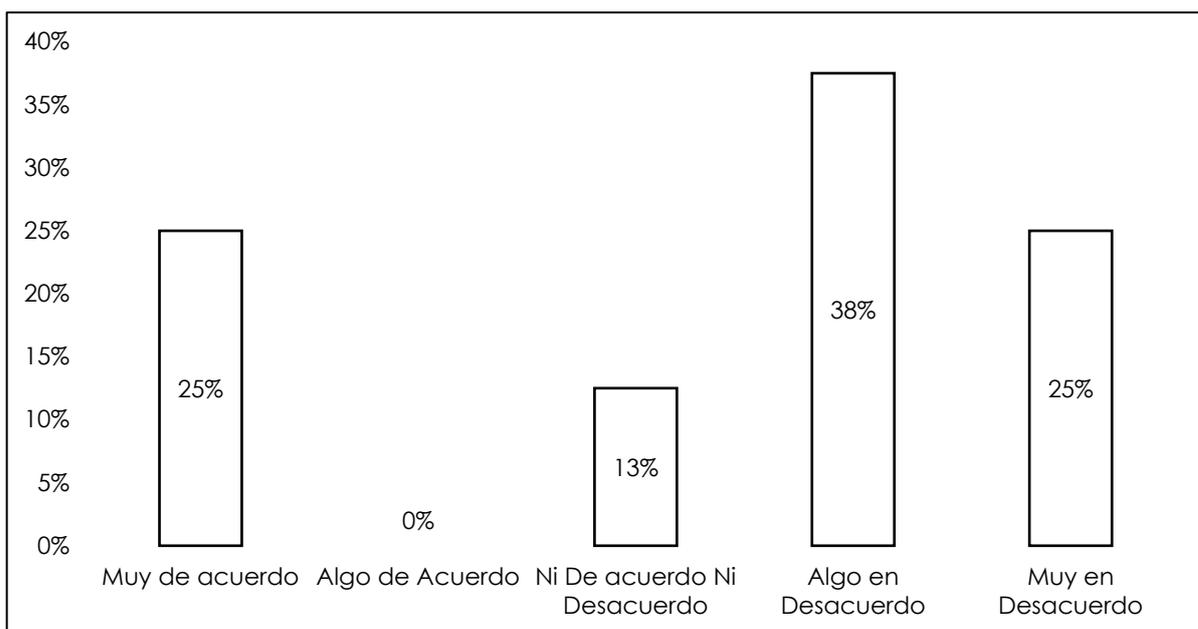
**Figura 99.** Alianzas con otras instituciones

Según la gráfica se determina que los visitantes tuvieron una respuesta negativa del 25% con respecto a las alianzas con otras instituciones para realizar actividades relacionadas con la cultura. También se obtuvo respuestas con el mismo valor que son neutrales y positivas, reflejando que hay visitantes que conocen sobre estas alianzas y visitantes que no.

7. ¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?

**Tabla 111.** Percepción de los productos o servicios brindados

Percepción de los productos o servicios brindados	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	25%
Algo de Acuerdo	0	0%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	1	13%
Algo en Desacuerdo	3	38%
Muy en Desacuerdo	2	25%
TOTAL	8	100%



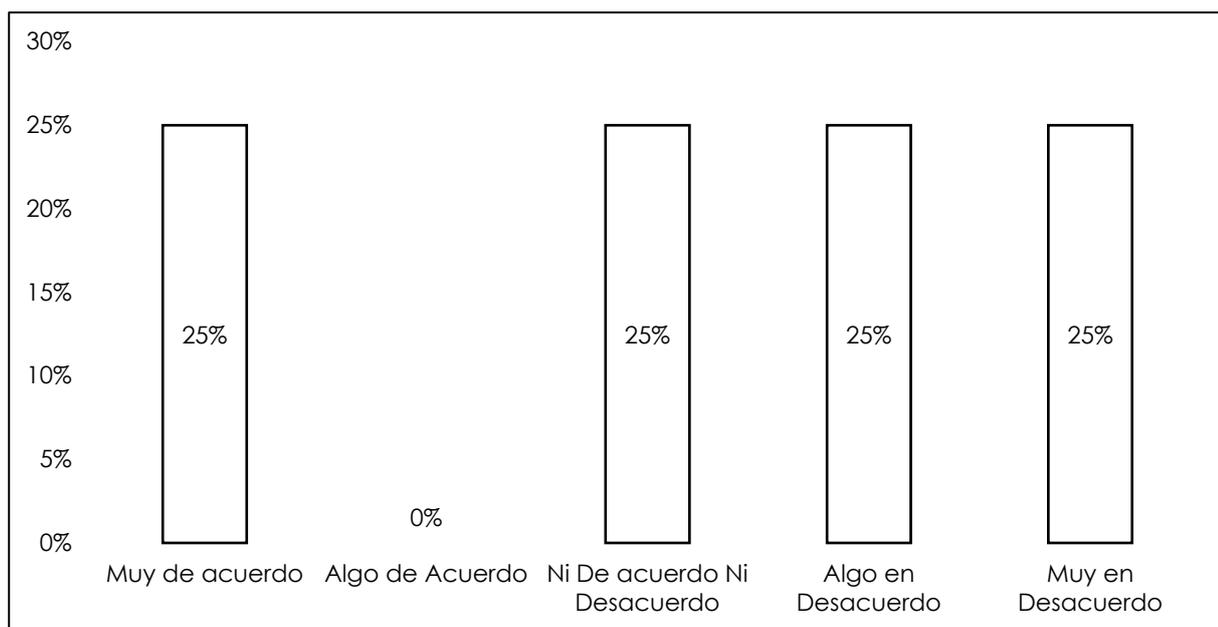
**Figura 100.** Percepción de los productos o servicios brindados

Según la gráfica se determina que la percepción de los productos y servicios brindados no tiene una respuesta muy positiva por parte de los visitantes ya que la mayoría de los visitantes optaron por la opción de algo en desacuerdo, reflejando la insatisfacción que tiene los visitantes respecto a los servicios y productos brindados.

8. ¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?

**Tabla 112.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Cumple las expectativas los productos y servicios	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	25%
Algo de Acuerdo	0	0%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	2	25%
Algo en Desacuerdo	2	25%
Muy en Desacuerdo	2	25%
TOTAL	8	100%



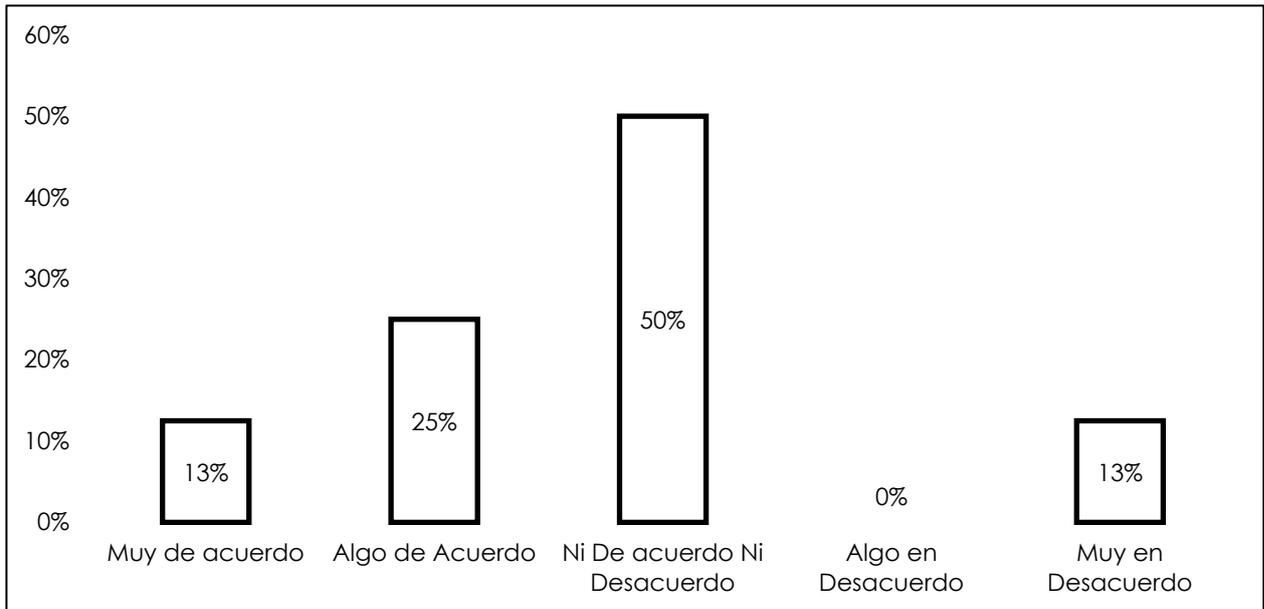
**Figura 101.** Cumple las expectativas los productos y servicios

Se determina que los visitantes tuvieron respuestas tanto positivas como negativas y neutral con un valor de 25%% con respecto a las experiencias que ofrece el museo, reflejando al mismo tiempo que algunos visitantes se sienten satisfechos con las expectativas de los productos y servicios y otros visitantes no se sienten satisfechos.

9. ¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?

**Tabla 113.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Presentaciones de inclusión con respecto a las diferentes discapacidades	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	13%
Algo de Acuerdo	2	25%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	4	50%
Algo en Desacuerdo	0	0%
Muy en Desacuerdo	1	13%
TOTAL	8	100%



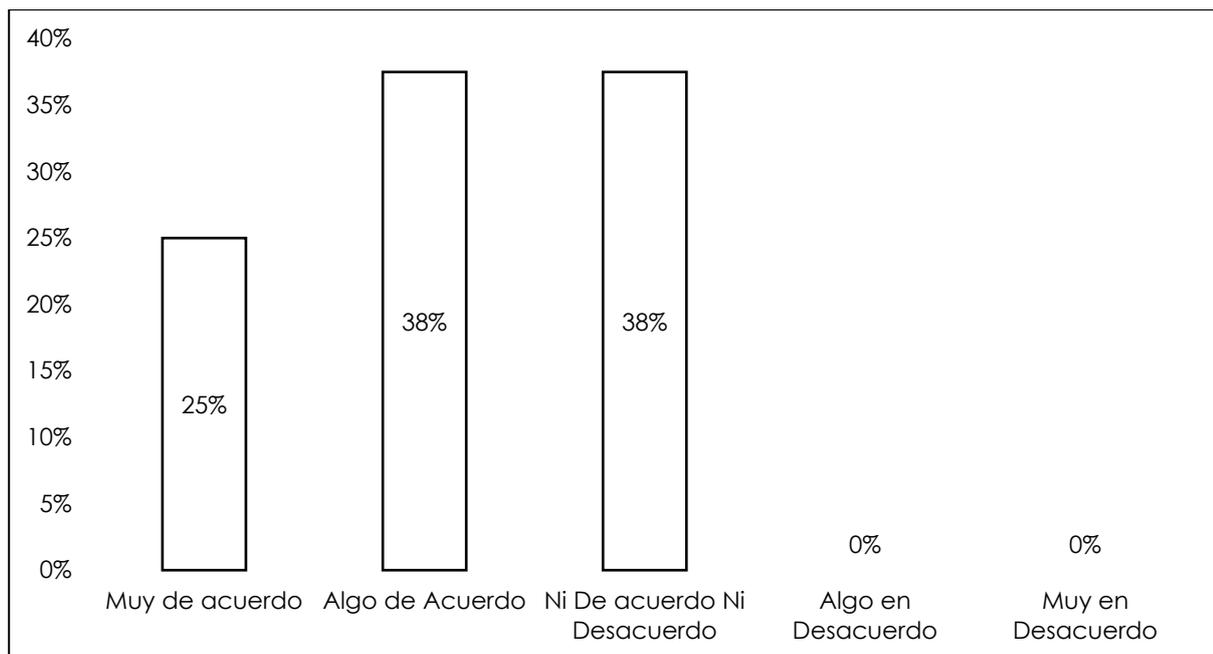
**Figura 102.** Inclusión con respecto a las diferentes discapacidades

Se determina que los visitantes optaron por una respuesta neutral en su mayoría con un valor del 50% a las presentaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física, lo cual ni le favorece, ni le perjudica se mantiene en un nivel para que los visitantes se sientan satisfechos.

10. ¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?

**Tabla 114.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	25%
Algo de Acuerdo	3	38%
Ni De acuerdo Ni Desacuerdo	3	38%
Algo en Desacuerdo	0	0%
Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	8	100%



**Figura 103.** Administración del museo y desarrollo del turismo cultural

Se determina que la mayor respuesta fue neutral de 38% y también positiva con el mismo porcentaje ya que también optaron por la respuesta de que se sienten algo de acuerdo con respecto a la administración del museo y su aporte al desarrollo del turismo cultural, lo cual el museo mantiene sus actividades culturales, y las demuestra a los visitantes de forma directa mostrando sus piezas de las diferentes culturas.

#### **4.2. DISCUSIÓN**

En la presente investigación que se realizó en la provincia de Imbabura tuvo la finalidad de analizar la gestión turística en museos y su aporte al desarrollo del turismo cultural, se concretó que en la provincia se encontraban trece museos, pero 3 de ellos estaban en reconstrucción y no recibían visitas, entonces solo se tomó en cuenta a los diez museos que se encontraban habilitados para recibir visitantes.

El trabajo tiene un enfoque cualitativo, para poder analizar las características de cada museo aplicando indicadores caritativos para lograr obtener datos descriptivos de cada museo, como lo menciona Gómez (2015) que el enfoque cualitativo busca encontrar las características del objeto que se estudia y así comprender en la realidad que se encuentra, además estudia realidades subjetivas como piensa, de qué manera se ve las cosas, también utiliza técnicas de datos no estandarizados, como preguntas abiertas. Lo cuál para la investigación se utilizó instrumentos como

la ficha de observación, encuesta y entrevista aplicándolos directamente a cada museo, la entrevista fue dirigida a cada director o administrador del museo, la encuesta fue aplicada a los visitantes y la ficha se la aplico a cada museo y así determinar las características de cada uno.

La investigación fue desarrollada de forma descriptiva ya que se determinó las características del museo, también la forma en que ve el servicio del museo y de campo por que se asistió a los museos e interactuar con los directores de cada uno. Esto ayudo a sustentar las variable dependiente e independiente, además, como menciona Álvarez (2011) la investigación es descriptiva ya que se vio las propiedades, perfiles de personas y actitudes.

La gestión turística debe ser de fácil acceso al público y también debe generar experiencias agradables a los visitantes, siendo esta la que orienta a las actividades que se lleven a cabo y creen satisfacción en los visitantes (Campubrí, 2015). La gestión museal o gestión turística en museos hace referencia a que un museo debe gestionar los servicios que presta como institución cultural y organización pública; la gestión de programación dentro del museo son las actividades, el vínculo con otras instituciones, estrategia de contenidos, trabajo con públicos, trabajo profesional con otras intrusiones y por último la gestión de la seguridad en un museo debe estar equilibrado para las personas o también para el museo (Mairesse, 2010). Además, para llevar a cabo la investigación aplico la entrevista para analizar la gestión turística de cada museo juntamente con la ficha de observación ya que permite identificar lo indicado anteriormente con la gestión museal.

Las funciones de conservar, investigar, coleccionar, interpretar y exhibir contienen un museo y si la gestión del museo es inadecuada estas funciones no serán cumplidas en totalidad, tendrá un déficit en cualquiera de las funciones (ICOM, 2022).

Al llevar a cabo la investigación se optó por realizar las entrevistas a los directores de los museos para poder determinar la gestión turística, los directores respondieron de forma agradable todas las preguntas e inquietudes que se presentaban en el momento de la entrevistas , además se proporcionó información relevante con respecto a cada museo, su historia, que instalaciones y salas contiene, sobre el valor del patrimonio cultural, y como ellos al pasar de los años de trabajo han llevado a cabo esta gestión, donde algunos supieron manifestar que el museo no era ayudado

por parte del GAD municipal, en un caso en particular el Museo del Centro cultural de investigación Gustavo Alejandro Jácome no es tomado en cuenta desde hace 2 años y más importancia le daban a un museo privado el cual ayudaba a dar fondos económicos y el museo tenía más de 1005 piezas que no podía exponer totalmente en el museo por falta de espacio, entonces un museo por más piezas y por más antigüedad que tenga si no hay una buena gestión y sin apoyo por parte de sus autoridades impide el desarrollo de una manera adecuada. Además, sin apoyo económico no permite realizar mejoras o programas grandes, mantenimiento de piezas, colecciones, señalización y publicidad para tener afluencia de visitantes.

Después de haber realizado la investigación y obtenido los datos necesarios con respecto a la gestión turística de cada museo y su aporte al desarrollo cultural se puede deducir que los diez museos de la provincia de Imbabura no se lleva a cabo una adecuada gestión turística, esto se ve reflejado en los resultados de las entrevistas y las fichas que se realizó a cada uno de los directores, sin embargo en la ficha hay valores muy altos con respecto a cada indicador que se tomaron de pero hace años no se realizan mejoras y algunas cosas están en deterioro, por lo cual en las entrevistas cada director comentaba que no contiene un organigrama, ni aplican nuevas estrategias para crear proyectos nuevos, además cada museo por tal de ser una institución debe contar con una misión y visión algunos directores no tenían conocimiento de si el museo tenía o no tenía, y en otros casos recién estaban elaborándola. La misión y visión de un museo es fundamental para que el museo tenga una razón de ser y ver hacia donde está enfocado o donde se dirige (Mairesse, 2010). Además, la gestión turística si no es aplicada, provoca escasa afluencia de visitantes afectando negativamente al desarrollo del turismo cultural.

Uno de los instrumentos que fueron tomados en cuenta fue la ficha de observación que permite analizar la gestión turística de los museos, esta ficha fue tomada de la matriz de gestión turística realizada por Campubrí (2015) ella realizó una investigación llamada "Análisis de la gestión turística de los museos: El caso de Girona", aquí se determinó los estándares requeridos que debe cumplir la gestión administrativa de cada museo, con siete indicadores: señalización, instalaciones, servicios, actividades, información, accesibilidad y relaciones, cabe recalcar que cada indicador contiene sub indicadores dando en total cuarenta y uno indicadores que cada museo debe

cumplir. Sin embargo 3 museos no cumplen con la mayoría de indicadores, los museos son privados y a pesar de eso no recolectan lo necesario para tener una buena gestión turística el porcentaje en la ficha fue de un 45% y 40% quedando en un desfavorable resultado para estos museos, los demás tienen puntajes altos en la ficha tal como Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura cumpliendo con un 88% de los indicadores, pero a pesar de cumplir con esta cantidad de indicadores con respecto a las instalaciones del museo, la entrevista en algunas preguntas no fue muy favorable ya que no contenía un plan de gestión turística pero a pesar de eso se realizaban actividades y programas en el museo para tener afluencia de visitantes.

El desarrollo del turismo cultural da importancia a la preservación de la cultura, mejora la calidad de vida de los habitantes y mejora la calidad de experiencia de los visitantes (Bonet, 2012). Además, permite crear nuevos emprendimientos en la localidad si hay un buen desarrollo del turismo cultural, con la afluencia de visitantes, se generan nuevas ideas culturales o de turismo en las personas de la localidad permitiendo crear nuevas formas de trabajo y mejorando la economía no solo de las personas si no de la localidad.

Se ha determinado que los museos públicos cuentan con una buena gestión turística, pero en los museos privados no cuentan con una buena gestión turística ya que obtuvieron el menor puntaje en la ficha de observación. Los museos públicos a pesar de tener en su mayoría puntajes muy altos, tiene déficit en la organización de actividades y programas ya que se desarrollan muy pocas, si hubiera un plan de gestión turística sería de mucha ayuda ya que en el documento irían estipuladas las actividades a largo y corto plazo, no se realizaría actividades de forma espontánea y sin tener mucha publicidad ya que esto genera escasa afluencia de visitantes. En los museos privados es muy poco que realicen estrategias para mejorar sus actividades algunos no conocen sobre que es un plan de gestión turística, los dueños solo realizan las actividades con un cronograma creado empíricamente.

En fin, los museos son de suma importancia ya que generan economía y conocimiento respecto a la vida antepasada de las diferentes culturas y saberes ancestrales, el museo conserva y comparte conocimiento, deben de ser tomados más en cuenta ya que los museos son vida, ellos dan a conocer de dónde venimos y

como Vivian las personas en la antigüedad y como fuimos evolucionando, además los museos generan relaciones con otras culturas e historias de otras localidades. Generando a que el desarrollo del turismo cultural se mantenga estable y aporte en la economía de la localidad y en el turismo.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

- La gestión turística con los siete indicadores y los cuarenta y uno indicadores, se logra evaluar que las diez instituciones culturales, el Museo de la Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo de Imbabura que tiene un 88% en la ficha y el menor puntaje fue del Museo Malta Huasi con un 40% en la ficha. Cabe recalcar que todos los museos públicos tienen porcentajes altos y los públicos tiene los porcentajes más bajos y mediante las entrevistas también se logró evaluar que ocho museos no cuentan con un plan de gestión turística y solo dos si cuentan con él, los dos museos que si contiene un plan de gestión turística pertenecen a la red nacional de museos. Además, los museos que no cuentan con el Plan de gestión turística reflejan resultados desfavorables ya que este documento permite conservar, crear estrategias, difundir bienes culturales y mantener al museo.
- El desarrollo del turismo cultural se identificó mediante las tres funciones de Bonet en donde dice que, mediante la Preservación del servicio cultural, La calidad de experiencia que tiene el turista o visitante según la oferta cultural y Mejora la calidad de vida de los habitantes. Hay un buen desarrollo turístico cultural, mediante las entrevistas a los visitantes se logra determinar que el desarrollo del turismo cultural en los museos no es muy buena ya que la mayoría de los visitantes optaron por respuestas de algo de acuerdo y ni de acuerdo ni desacuerdo dando una no muy buena experiencia al visitante y dando a conocer que no hay una buena afluencia de visitantes, así dando un resultado de pocos emprendimientos a los alrededores de los museos y así mejorar la vida de los habitantes.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- Los directores de los museos deben capacitarse totalmente sobre el tema de gestión turística ya que se puede tener la creación de estrategias para mejorar sus actividades y programas para obtener más afluencia de visitantes en la localidad y así favorecen al desarrollo del turismo cultural, las instituciones deben tener un plan de gestión turística, que determine sus objetivos y metas a largo y corto plazo, además se realizan nuevas estrategias que permitan mejoras en los museos y mediante estas nuevas estrategias generar afluencia de visitantes.
- Mejorar la gestión turística en los museos, si esta es manejada de forma correcta se genera progresos dentro de los museos y tendría impactos positivos en el desarrollo del turismo cultural, incrementando la calidad de vida de los habitantes, aportando al turismo cultural y la economía de la localidad.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, C. A. (2011). *metodologia de la investigacion cualitativa y cuantitativa guia didactica*. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Andrade, A. R. (2014). *Las funciones del museo de arte*. Obtenido de [https://www.academia.edu/50911904/Las\\_funciones\\_del\\_museo\\_de\\_arte\\_Por\\_qu%C3%A9\\_visitar\\_un\\_museo\\_de\\_arte](https://www.academia.edu/50911904/Las_funciones_del_museo_de_arte_Por_qu%C3%A9_visitar_un_museo_de_arte)
- Asuaga, C. (2014). *La Cultura en Uruguay: una mirada desde las Ciencias económicas*. Obtenido de <https://philpapers.org/archive/MACMUV.pdf>
- Balestrini, M. (2000). *como se elabora el proyecto de investigacion* . Obtenido de [https://issuu.com/sonia\\_duarte/docs/como-se-elabora-el-proyecto-de-inve](https://issuu.com/sonia_duarte/docs/como-se-elabora-el-proyecto-de-inve)
- Campubrí, R. (2015). Obtenido de <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/74424/1/5156004.pdf>
- Cardona, J. (2012). *actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turisticos consolidados: el caso de Ibiza*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104266/tjrc1de1.pdf?sequence=1>
- Carolina, G. Y., & Alexander, R. Q. (2021). *“La gestión turística de los museos de la provincia del Carchi para el desarrollo del turismo*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/995/1/368-GONZALES%20YAZ%c3%81N%20DIANA%20CAROLINA.pdf>
- Casas Anguita, R. L. (2002). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Castillo, E. A. (2022). *Influencia del patrimonio cultural material al desarrollo turístico sostenible, del cantón Colta, provincia de Chimborazo*. Obtenido de

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2550-65872022000200029](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-65872022000200029)

- Chavarría, R. E. (2007). *ANÁLISIS DE LA OFERTA CULTURAL EN MONTERREY*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/20542/1/1020159589.pdf>
- Contreras, M. L. (2022). *Las tradiciones, las costumbres y el patrimonio cultural de Guatemala*. Obtenido de <https://www.revistaguatatecultura.com/index.php/revista/article/view/18/22>
- Cultura, L. O. (2017). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE CULTURA*. Obtenido de [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2\\_REGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_ORGANICA\\_DE\\_CULTURA\\_julio\\_2017.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf)
- Cultural, P. (2008). *Patrimonio Cultural*. Obtenido de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- DISTANCIA, F. D. (2011). *Teorías Administrativas*. Obtenido de [http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion\\_empresas/administracion\\_i/unidad\\_2/DM.pdf](http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/administracion_i/unidad_2/DM.pdf)
- Ecuador, C. P. (2021). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Eve. (2017). *museos y el impacto den el desarrollo del turismo*. Obtenido de <https://evemuseografia.com/2017/01/11/museos-y-su-impacto-en-el-turismo/>
- Figueroa, M. (2010). *Desarrollo humano y cultura: una visión humanista de la diversidad*. Obtenido de <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf11/articulo14.pdf>
- Gad, I. (2019-2023). *GUIA DE TURISMO URBANA Y RURAL*. Obtenido de <https://visitibarra.ec/assets/docs/Guia%20Turistica%20Urbana-Rural.pdf>
- García, M. D. (2012). *La entrevista*. Obtenido de [http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)

- Gilabert, L. (2011). *La gestión de museos: análisis de las políticas museísticas en la península ibérica*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/77896/TLMGG.pdf>
- Gómez, M. (2015). *INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA*. Obtenido de [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69957/secme2549\\_4.pdf?sequence=4](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69957/secme2549_4.pdf?sequence=4)
- Grajales, T. (2000). *TIPOS DE INVESTIGACION*. Obtenido de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Guerrero, M. A. (2016). *La investigación cualitativa*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3645/3/document.pdf>
- Herrero, B. F. (2013). *EL MUSEO ETNOGRÁFICO DE CASTILLA Y LEÓN: PATRIMONIALIZACIÓN Y MUSEALIZACIÓN*. Obtenido de [https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/124344/DHABA\\_HerreroMor%E1n\\_BlancaFlor\\_Resumen\\_de\\_tesis.pdf;jsessionid=75DF445ECDC92D042C595533540975AF?sequence=1](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/124344/DHABA_HerreroMor%E1n_BlancaFlor_Resumen_de_tesis.pdf;jsessionid=75DF445ECDC92D042C595533540975AF?sequence=1)
- Ibarra, G. M. (2019-2013). *GUIA DE TURISMO URBANO Y RURAL*. Obtenido de <https://visitibarra.ec/assets/docs/Guia%20Turistica%20Urbana-Rural.pdf>
- ICOM. (2022). *consejo internacional de museos*. Obtenido de [https://icom.museum/wp-content/uploads/2022/07/ES\\_EGA2022\\_MuseumDefinition\\_WDoc\\_Final-2.pdf](https://icom.museum/wp-content/uploads/2022/07/ES_EGA2022_MuseumDefinition_WDoc_Final-2.pdf)
- Insa, J. R. (2009). *LA CULTURA COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO*. Obtenido de [https://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/LA\\_CULTURA\\_COMO\\_ESTRATEGIA\\_DE\\_DESARROLLO.pdf](https://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/LA_CULTURA_COMO_ESTRATEGIA_DE_DESARROLLO.pdf)
- Jiménez, C. C. (2006). *Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- José, M. C. (2017). *"GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL DE LA CABECERA PARROQUIAL RURAL DE COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016"*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3878/1/UPSE-TDT-2017-0001.pdf>

- Lama, J. C. (2017). "GESTIÓN TURÍSTICA DEL MUSEO AFROPERUANO DE ZAÑA, PERÚ PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS AL VISITANTE". Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4183/Lama%20Morales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lema, J. K. (2019). "LOS MUSEOS DE RIOBAMBA URBANO Y SUS APORTES AL DESARROLLO CULTURAL DE SUS HABITANTES, EN EL PERIODO JUNIO- NOVIEMBRE 2017". Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5879/2/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0033.pdf>
- Lema, J. K. (2019). "LOS MUSEOS DE RIOBAMBA URBANO Y SUS APORTES AL DESARROLLO CULTURAL DE SUS HABITANTES, EN EL PERIODO JUNIO- NOVIEMBRE 2017". Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5879/2/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0033.pdf>
- León, E. L. (2020). *GESTIÓN MUSEOGRÁFICA Y DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6615/1/TESIS%20ERIKA%20REONOSO%20LEON%20-GEST-TUR.pdf>
- León, E. L. (2020). *GESTIÓN MUSEOGRÁFICA Y DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6615/1/TESIS%20ERIKA%20REONOSO%20LEON%20-GEST-TUR.pdf>
- Mairesse, A. D. (2010). *Conceptos claves de museología*. Obtenido de [https://icom.museum/wp-content/uploads/2022/02/Conceptos\\_claves\\_ES.pdf](https://icom.museum/wp-content/uploads/2022/02/Conceptos_claves_ES.pdf)
- Mansurov, M. (2022). *REVISTA DE ASIA CENTRAL DE INNOVACIONES EN TURISMO GESTIÓN Y FINANZAS*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Pongsakorn-Limna/publication/360124627\\_Determinants\\_of\\_Electronic\\_Word\\_of\\_Mouth\\_During\\_the\\_COVID-](https://www.researchgate.net/profile/Pongsakorn-Limna/publication/360124627_Determinants_of_Electronic_Word_of_Mouth_During_the_COVID-)

- 19\_Pandemic\_in\_Thailand\_A\_Qualitative\_Case\_Study\_of\_Hostels\_at\_Aonang\_Krabi\_in\_Thailand/links/62635669ee24725b3ebf1574/De
- Mansurov, M. (2022). *REVISTA DE ASIA CENTRAL DE INNOVACIONES EN TURISMO GESTIÓN Y FINANZAS*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Pongsakorn-Limna/publication/360124627\\_Determinants\\_of\\_Electronic\\_Word\\_of\\_Mouth\\_During\\_the\\_COVID-19\\_Pandemic\\_in\\_Thailand\\_A\\_Qualitative\\_Case\\_Study\\_of\\_Hostels\\_at\\_Aonang\\_Krabi\\_in\\_Thailand/links/62635669ee24725b3ebf1574/De](https://www.researchgate.net/profile/Pongsakorn-Limna/publication/360124627_Determinants_of_Electronic_Word_of_Mouth_During_the_COVID-19_Pandemic_in_Thailand_A_Qualitative_Case_Study_of_Hostels_at_Aonang_Krabi_in_Thailand/links/62635669ee24725b3ebf1574/De)
- Mero, J. B. (2018). *MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA COMUNA SAN GABRIEL DEL BABA PERTENECIENTE A LA PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/9532/1/PIUSDETH002-2019.pdf>
- Meunier, A. (2017). *La exposición en los museos de sitio como herramienta de sensibilización al patrimonio arqueológico*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/estped/v43n4/art16.pdf>
- Morales, D. V. (2010). *El museo de Historia Natural, un espacio para la enseñanza de las Ciencias*. Obtenido de <https://dugidoc.udg.edu/bitstream/handle/10256/2994/480.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Natalí Collado, M. M. (2013). *Requerimientos de diseño para un museo de arte contemporáneo en La Habana*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-58982013000200006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982013000200006)
- Navarro, C. B., & Marin, M. T. (2011). *la gestion de museos: analisis de las politicas museísticas en la peninsula iberica*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/77896/TLMGG.pdf>

- Pinedo, G. S. (2022). *Efectos de la danza tradicional en la identidad cultural: una revisión de la literatura científica del 2015-2020*. Obtenido de <http://journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/79>
- Robles, L. Z. (2019). *Manual de la Accesibilidad para museos*. Obtenido de <http://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2020/05/2019-zuniga-manual-de-accesibilidad-para-museos-per.pdf>
- Roigé, X. (2007). *EL FUTURO DE LOS MUSEOS ETNOLOGICOS CONSIDERACIONES INTRODUCTORIAS PARA UN DEBATE*. Obtenido de <https://www.ankulegi.org/wp-content/uploads/2012/03/0308Romero-Tejada.pdf>
- Rubio, S. (2012). *1.2 Conceptos e indicadores básicos en economía*. Obtenido de [http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500542/n1.2\\_Conceptos\\_e\\_indicadores\\_d\\_e\\_la\\_economia.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500542/n1.2_Conceptos_e_indicadores_d_e_la_economia.pdf)
- Ruiz, P. (2020). *Los orígenes del Museo Nacional de Ciencia y Tecnología (MUNCYT) y la construcción del patrimonio científico-tecnológico en la España de la transición*. Obtenido de [https://www.academia.edu/48947348/Los\\_or%C3%ADgenes\\_del\\_Museo\\_Nacional\\_de\\_Ciencia\\_y\\_Tecnolog%C3%ADa\\_MUNCYT\\_y\\_la\\_construcci%C3%B3n\\_del\\_patrimonio\\_cient%C3%ADfico\\_tecnol%C3%B3gico\\_en\\_la\\_Espa%C3%B1a\\_de\\_la\\_transici%C3%B3n](https://www.academia.edu/48947348/Los_or%C3%ADgenes_del_Museo_Nacional_de_Ciencia_y_Tecnolog%C3%ADa_MUNCYT_y_la_construcci%C3%B3n_del_patrimonio_cient%C3%ADfico_tecnol%C3%B3gico_en_la_Espa%C3%B1a_de_la_transici%C3%B3n)
- Sampedro, S. A. (2022). *GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SICALPACANTÓN COLTA*". Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/9245/1/Sampedro%20Guevara%2c%20S.%282022%29%20GESTI%C3%93N%20DEL%20PATRIMONIO%20CULTURAL%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20TURISTICO%20DE%20LA%20PARROQUIA%20SICALPA..pdf>
- SIIC. (2019). *sistema integral de informacion cultural*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/09/red-museos-2018.pdf>

Turismo, M. d. (2020). *Ecuador manual de señalizacion turistica*. Obtenido de [https://issuu.com/marko.garcia/docs/manual\\_sen\\_alefico](https://issuu.com/marko.garcia/docs/manual_sen_alefico)

## VII. ANEXOS

### Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

**ACTA**

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



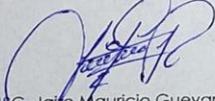
<b>ESTUDIANTE:</b>	Valverde Pérez Allison Madelaine	<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	0450073242
<b>PERIODO ACADÉMICO:</b>	2023 A	<b>DOCENTE TUTOR:</b>	MSC. Gustavo Armando Lucero Lima
<b>PRESIDENTE TRIBUNAL:</b>	MSC. Jairo Mauricio Guevara Rosero	<b>DOCENTE:</b>	MSC. Diego Marcelo Caicedo Rosero
<b>TEMA DEL TIC:</b>	"La gestión turística en los museos de la provincia de Imbabura y su aporte en el desarrollo del turismo cultural"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	8.33	Revisar la pregunta de investigación del segundo objetivo
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9.33	
3	METODOLOGÍA	9.00	
4	RESULTADOS	7.33	Ampliar y exponer claramente los resultados de las 2 variables
5	DISCUSIÓN	7.33	Ampliar la discusión con otros autores
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7.33	Mejorar las conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos y resultados obtenidos
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	8.00	Utilizar términos técnicos, revisar la ortografía en las diapositivas, demostrar seguridad y conocimiento del tema
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10.00	

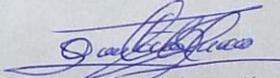
Obteniendo una nota de: **8,67** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **viernes, 28 de julio de 2023**



MSC. Jairo Mauricio Guevara Rosero  
**PRESIDENTE TRIBUNAL**



MSC. Gustavo Armando Lucero Lima  
**DOCENTE TUTOR**



MSC. Diego Marcelo Caicedo Rosero  
**DOCENTE**

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTE

ABSTRACT- EVALUATION SHEET

**NAME:** Valverde Perez Alison Madelaine

**DATE:** 28 de julio de 2023

**TOPIC:** "La gestión turística en los museos de la provincia de Imbabura y su aporte en el desarrollo del turismo cultural"

**MARKS AWARDED**

**QUANTITATIVE AND QUALITATIVE**

VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Jativa Edwin Andrés, 5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	<b>TOTAL 9,5</b>		



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DELCARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGECENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o  
Investigación.**

**Autor:** Valverde Perez Alison Madelaine

**Fecha de recepción del abstract:** 28 de julio de 2023

**Fecha de entrega del informe:** 28 de julio de 2023

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

**Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9,5 por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



electrónicamente por:  
ALISON BOANERGES PENAFIEL  
ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN

**Anexo 3.** Ficha de Observación.



FICHA DE OBSERVACIÓN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTAL

CARRERA DE TURISMO



**Objetivo:** Analizar la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura y su aporte al desarrollo del turismo cultural.

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA DE LOS MUSEOS			
Nombre de la Institución:	Ubicación	Teléfono	
Nombre del administrador	Tipología	Tipo de museo	
INDICADORES PARA EVALUAR LA GESTIÓN TURÍSTICA EN LOS MUSEOS			
SEÑALIZACIÓN			
	CONTIENE	NO CONTIENE	OBSERVACIONES
9. Señalización que regula flujo de personas			
10. Señalización que determina las conductas negativas de las personas			
11. Señalización que aporta al entorno factor de uniformidad			
12. Señalización que no influye en la imagen del entorno			

13. Señalización que concluye en si misma			
14. Señalización de piezas relevantes			
15. Señalización de posición interior			
16. Señalización de posición exterior			
17. Señalización direccional interior			
18. Señalización direccional exterior			
INSTALACIONES			
9. Bibliotecas			
10. Áreas de estudio			
11. Salas audiovisuales			
12. Tiendas para la venta de catálogos			
13. Reproducciones			
14. Cafeterías			
15. Restaurantes			
16. Baterías sanitarias			
17. Estacionamiento			
18. Acceso adecuado para personas con capacidades especiales			

SERVICIOS			
6. Audioguía			
7. Pantallas táctiles (idiomas)			
8. Teléfono público			
9. Lavabos públicos			
10. Atención adecuada			
ACTIVIDADES			
4. Exposiciones temporales			
5. Visitas guiadas			
6. Programa pedagógico y educativo			
INFORMACIÓN			
11. Paneles informativos en la entrada			
12. Información de cada pieza			
13. Aparece en las guías turísticas			
14. Página web			
15. Folletos promocionales			

16. Folletos informativos			
ACCESIBILIDAD			
10. Plazas de parking cercanas			
11. Transporte público			
12. Discapacidad física			
13. Puntos de venta existentes			
14. Horarios de apertura			
15. Lingüística			
16. Espacio físico			
17. Contenidos e información			
18. Rutas de acceso			
19. Restricciones			
20. Ubicación de rampas y ascensores disponibles en interiores y exteriores del museo			
RELACIONES			
3. Intercambian obras con otras Instituciones			
4. Realiza programas con otras Instituciones			
<b>Fuente:</b> Carolina & Alexander (2021).			

**Anexo 4.** Encuesta para Visitantes.



ENCUESTA PARA VISITANTES  
 UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
 FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS  
 AMBIENTAL



CARRERA DE TURISMO

**Objetivo:** Analizar la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura y su aporte al desarrollo del turismo cultural.

Genero

Edad

Localidad

Responda las siguientes preguntas marcando con una X considerando que muy de acuerdo es (MA), Algo de Acuerdo (AA), Ni De acuerdo Ni Desacuerdo (NA/ND), Algo en Desacuerdo (AD) y Muy en Desacuerdo (MD)

N	PREGUNTAS	MA	AA	NA/ ND	AD	MD
1	¿Considera que el museo presenta señaléticas que le ayudan a orientarse dentro y fuera de sus instalaciones?					
2	¿Considera que el museo presenta modernas y adecuadas instalaciones que permite una mejor percepción de los objetos e instrumentos de exhibición?					
3	¿Considera que el museo siempre realiza actividades culturales de entretenimiento para ofrecer a los visitantes?					
4	¿Considera que los servicios en general son eficientes y siempre aptos para el público en general?					

5	¿Está de acuerdo con la información brindada antes de adquirir los servicios ofrecidos por el museo?					
6	¿Conoce usted si el museo cuenta con alianzas de diferentes instituciones locales o nacionales para poder ofrecer o promocionar un producto turístico?					
7	¿Considera que es buena la percepción de los servicios o productos que ofrece el museo?					
8	¿Considera que los servicios o productos que ofrece el museo cumple con sus expectativas?					
9	¿considera que el museo tiene prestaciones de inclusión con respecto a los diferentes tipos de discapacidad como auditiva, visual y física?					
10	¿Considera que la administración del museo aporta al desarrollo del turismo cultural?					

**Fuente:** Lama (2017)

## Anexo 5. Entrevista para el director del museo



ENTREVISTA PARA EL DIRECTOR DEL MUSEO  
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS  
AMBIENTAL



### CARRERA DE TURISMO

**Objetivo:** Analizar la gestión turística de los museos de la provincia de Imbabura y su aporte al desarrollo del turismo cultural.

N	PREGUNTAS
1. 1	¿El museo cuenta con un plan de gestión turística para su operación? En el caso de tener ¿cuál es su tiempo de ejecución?
2.	¿Tiene su institución una misión y visión definida?
3.	¿Se comunica al personal sobre los cambios o nuevas implementaciones? ¿de qué forma (mediante afiches, reuniones, comunicado por escrito)? ¿es compartida por todos?
4.	¿Es práctica habitual la formulación de planes estratégicos y operativos?
5.	¿Existe organigrama? ¿El organigrama es actual? ¿en qué año se lo realizó? ¿Concuerda con la toma de decisiones dentro del museo?
6.	¿Hay participación de diferentes niveles jerárquicos de personal en la toma de decisiones?
7.	¿Cómo se selecciona al personal? ¿qué cantidad de personal tiene? ¿Qué tareas desarrollan? ¿las tareas que desarrollan son de acuerdo a su especialidad? ¿se evalúa el trato del personal hacia el Público que concurre al museo?
8.	¿Se han hecho encuestas a las personas que concurren? ¿Tiene puesto de buzón de sugerencias? ¿Conoce el perfil de los visitantes? ¿Qué esperan los visitantes, cuáles son sus expectativas y si sus necesidades son satisfechas?
9.	¿Qué diferencia al museo de otros museos?
10.	¿Cuáles son los mensajes que ha logrado comunicar el museo y por qué?
11.	¿La gestión turística del museo aporta a la percepción del turista hacia el lugar, buena experiencia y la calidad de servicio?

12.	¿Considera que la gestión turística influye en la preservación del servicio cultural, la calidad de experiencia que tiene el turista o visitante según la oferta cultural y la calidad de vida de los habitantes?
13.	¿Tiene identificados cuáles son sus competidores directos e indirectos (otros que satisfacen las mismas necesidades como: cine, teatro, entretenimiento) del museo?
14.	¿Cuáles son sus fuentes de ingreso? ¿Considera conveniente cobrar entrada? ¿Piensa que su público concurriría igual?
15.	¿El museo tiene apoyo del ministerio de cultura y patrimonio o alguna institución?
16.	¿Se adquieren ideas de otros países sobre financiamiento y como mejorar la atención al cliente?
17.	¿Tiene planificado insertar nuevas tecnologías? ¿Cuales?
18.	¿Existen relaciones con otros museos en lo que hace a exposiciones, capacitaciones del personal, uso de instalaciones y tecnologías?
<b>Fuente:</b> Asuaga (2014)	

**Anexo 6.** Imágenes de las entrevistados de los museos y sus salas



**Figura 104.** Entrevista al encargado del museo del centro cultural el cuartel



**Figura 105.** Sala del museo con piezas arqueológicas



**Figura 106.** Sala del museo de arte contemporáneo



**Figura 107.** Director del Museo Benjamín Carrión núcleo de Imbabura



**Figura 108.** Sala del Museo Benjamín Carrión núcleo de Imbabura



**Figura 109.** Sala del tren Benjamín Carrión núcleo de Imbabura



**Figura 110.** Entrevista al encargado del museo Samay Huasi



**Figura 111.** Entrevista al encargado del Museo Carangue



**Figura 112.** Entrevista al encargado del museo Malta Huasi



**Figura 113.** Fábrica Textil Fabrica Imbabura