



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas**

**Carrera de Turismo**

**Análisis del perfil del turista extranjero en los  
museos de la ciudad de Cuenca post-pandemia  
Covid-19**

Autoras:

**Karen Plaza Mejia.; Hilda Yunga Lalvay**

Directora:

**Mgst. Magdalena Corral Maldonado**

**Cuenca-Ecuador**

**2023**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis padres, Luis y Rosa, quienes siempre me han brindado su apoyo incondicional para lograr cada uno de mis objetivos. A mi querida hermana Cristina, mi fiel compañera y confidente, quien ha compartido cada desafío a mi lado. Ellos son mi motor de vida y la fuerza que me impulsa a seguir adelante.

A mis amigas, cuya amistad ha sido un pilar esencial a lo largo de este arduo proceso académico.

Hilda Yunga

## **DEDICATORIA**

Dedicó el presente trabajo de tesis a mi madre Soledad Mejia quien me ha brindado amor, paciencia y comprensión a lo largo de mi vida; A mi padre José Plaza por desear siempre lo mejor para mí, siempre ofrecerme su apoyo incondicional y consejos que me guiaron en este viaje académico. A mis familiares y demás amigos que confiaron en mí y me apoyaron en toda mi trayectoria.

En honor a mi tía Roció Mejia, quien fue mi fuente de inspiración y motivación, a pesar de que no estés físicamente conmigo tú amor incondicional me seguirá guiando en cada paso que dé.

Karen Plaza

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos expresar un agradecimiento especial a nuestra directora de tesis, Magister Magdalena Corral, quien nos brindó su apoyo y conocimiento durante este proceso investigativo. Extendemos nuestro agradecimiento a los profesores Byron Alvarado y Karina Farfán por sus valiosos consejos que fueron fundamentales para culminar este trabajo, así como a los demás docentes de la carrera por compartir su aprendizaje con nosotros.

A la Universidad del Azuay, nuestro sincero agradecimiento por los conocimientos adquiridos, el apoyo constante y la orientación a lo largo de este viaje académico.

Finalmente, extendemos nuestro agradecimiento a todas las personas e instituciones que colaboraron con nosotros para hacer posible la realización de nuestra tesis.

Karen Plaza; Hilda Yunga

## **RESUMEN:**

Cuenca es ampliamente reconocida por su riqueza cultural y su diversidad de museos. A partir de ello, se plantea la necesidad de conocer el perfil del turista extranjero que visita los museos de la ciudad de Cuenca post pandemia Covid-19, basándonos en el estudio previo de Vecillas et al. (2021) sobre el perfil del turista antes de la pandemia. En consecuencia, esta investigación con un enfoque mixto de alcance descriptivo y corte transversal, buscó definir dicho perfil, así como las preferencias y motivaciones. Se utilizaron herramientas como: análisis bibliográfico, revisión del libro de registro, entrevistas y una socialización para presentar los hallazgos. Los resultados revelaron el interés por actividades que aporten a enriquecer el conocimiento y desarrollo personal del turista extranjero. Estos hallazgos fueron compartidos con actores involucrados, esperando que los datos sirvan como punto de partida hacia una mejora dentro de estas instituciones.

**Palabras clave:** museos, pandemia Covid-19, perfil, preferencias y motivaciones, turismo cultural, turista extranjero.

## **ABSTRACT:**

Cuenca is recognized for its cultural richness and the diversity of its museums. As a result, there is a need to know the profile of foreign tourists visiting museums in Cuenca city after the Covid-19 pandemic, based on the previous research by Vecillas et al. (2021) on the profile of tourists before the pandemic. Consequently, this research with a mixed approach, descriptive in scope and cross-sectional, sought to define this profile, their preference, and motivations. The methods used were bibliographic analysis, a review of the book of registration interviews, and socialization to present the conclusions. The results revealed that foreign tourists are interested in activities that enrich their knowledge and personal development. These findings were shared with stakeholders hoping that the data will contribute to the improvement process within these institutions.

**Keywords:** museums, Covid-19 pandemic, profile, preferences and motivations, cultural tourism, foreign tourists.

## ÍNDICE

### Índice de contenido

DEDICATORIA .....	I
AGRADECIMIENTO .....	III
RESUMEN: .....	IV
ÍNDICE .....	V
Índice de contenido .....	V
Índice de tablas .....	VI
Índice de figuras .....	VII
Índice de anexos .....	VII
CAPÍTULO 1 .....	1
1. MARCO TEÓRICO Y ÁREA DE ESTUDIO .....	1
1.1 Turismo Cultural .....	1
1.2 Motivaciones de un turista cultural .....	3
1.3 Museo: espacios de aprendizaje y conocimiento .....	4
1.4 Perfil del turista en la ciudad de Cuenca .....	5
1.5 Turismo: Covid-19 y los museos .....	6
1.6 Área de estudio .....	7
1.6.1 Museo Pumapungo .....	8
1.6.2 Museo Municipal Remigio Crespo Toral .....	11
1.6.3 Museo Municipal de Arte Moderno .....	14
1.7 Metodología .....	17
CAPÍTULO 2.....	19
2. PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO EN MUSEOS DE LA CIUDAD DE CUENCA ANTES DE LA PANDEMIA COVID-19 .....	19
2.1 Antecedentes del estudio del perfil del turista extranjero de la ciudad antes de la pandemia Covid-19 .....	19
CAPÍTULO 3.....	32
3. MOTIVACIONES Y PREFERENCIAS DEL TURISTA EXTRANJERO AL MOMENTO DE VISITAR LOS MUSEOS DE CUENCA POST PANDEMIA COVID-19 .....	32
3.1 Resultado del análisis del caso de estudio.....	32
3.1.1 Características sociodemográficas de los turistas extranjeros .....	33
3.1.2 Motivaciones y preferencias de los turistas extranjeros .....	38

CAPÍTULO 4.....	49
4. PROPUESTA PARA LA SOCIALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DEL ESTUDIO CON LOS ACTORES INVOLUCRADOS .....	49
4.1 Presentación de los resultados obtenidos a los gestores culturales vinculados con los museos participantes en la presente investigación y otros actores involucrados .....	49
CAPITULO 5.....	55
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	55
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS .....	60

### Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Número total de visitas de turistas extranjeros en los museos seleccionados.....	21
<b>Tabla 2</b> Lugar de procedencia de los turistas extranjeros que visitan el museo Pumapungo-año 2019.....	22
<b>Tabla 3</b> Lugar de procedencia de los turistas extranjeros en el Museo Remigio Crespo año-2019.....	24
<b>Tabla 4</b> País de procedencia de los turistas extranjeros en el MMAM año-2019.....	26
<b>Tabla 5</b> Género de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca.....	33
<b>Tabla 6</b> Edad de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca .....	33
<b>Tabla 7</b> Estado civil de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca.....	34
<b>Tabla 8</b> Nacionalidad de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca .....	34
<b>Tabla 9</b> Lugar de procedencia de los turistas extranjeros aplicado a cada museo .....	35
<b>Tabla 10</b> Nivel de escolaridad de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca .....	36
<b>Tabla 11</b> Ocupación de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca .....	36
<b>Tabla 12</b> Visita por primera vez a la ciudad de Cuenca.....	37
<b>Tabla 13</b> Repetición de visita de turistas extranjeros en Cuenca.....	37
<b>Tabla 14</b> Personas que viajan con los turistas extranjeros que realizaron la encuesta.....	37
<b>Tabla 15</b> Motivación de los turistas extranjeros que visitan museos en la ciudad de Cuenca .....	38
<b>Tabla 16</b> Cambios en el comportamiento de visita a museos Post-Pandemia Covid-19 .....	39
<b>Tabla 17</b> Principales motivaciones que tienen los turistas extranjeros para visitar los museos .....	39
<b>Tabla 18</b> Preferencia en el tipo de museo .....	40
<b>Tabla 19</b> Visitas y futuras visitas de los turistas extranjeros durante su estadía en Cuenca ..	41
<b>Tabla 20</b> Medios de descubrimiento de los museos visitados por los turistas extranjeros ....	42
<b>Tabla 21</b> Nivel de satisfacción de la experiencia que los turistas extranjeros tuvieron dentro de cada museo: media, desviación estándar y mediana .....	43
<b>Tabla 22</b> Nivel de satisfacción de la experiencia que los turistas extranjeros tuvieron dentro de cada Museo.....	44
<b>Tabla 23</b> Recomendaciones de los turistas extranjeros a cada museo .....	45

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Museo Pumapungo .....	8
<b>Figura 2</b>	Zona Arqueológica del Pumapungo .....	10
<b>Figura 3</b>	Zona etnográfica.....	11
<b>Figura 4</b>	Museo Municipal Remigio Crespo Toral.....	12
<b>Figura 5</b>	Traje típico de la chola Cuencana .....	14
<b>Figura 6</b>	Museo Municipal de Arte Moderno .....	15
<b>Figura 7</b>	Exposiciones de cuadros .....	16
<b>Figura 8</b>	Sala Amarilla del Museo de Arte Moderno.....	16
<b>Figura 9</b>	Género de los turistas extranjeros en el museo Pumapungo .....	23
<b>Figura 10</b>	Rango de edades de los turistas extranjeros en el museo Pumapungo .....	23
<b>Figura 11</b>	Género de los turistas extranjeros del Museo Municipal Remigio Crespo .....	25
<b>Figura 12</b>	Rango de edad de los turistas extranjeros del Museo Remigio Crespo.....	25
<b>Figura 13</b>	Género de los turistas extranjeros en el MMAM .....	27
<b>Figura 14</b>	Rango de edad los turistas extranjeros en el MMAM.....	27
<b>Figura 15</b>	Antecedentes desde el punto de vista de los autores del artículo .....	28
<b>Figura 16</b>	Principales aspectos del turista extranjero antes de la pandemia Covid-19 .....	29
<b>Figura 17</b>	El perfil del turista extranjero en la ciudad de Cuenca antes de la pandemia Covid-19 .....	30
<b>Figura 18</b>	Folleto utilizado en la socialización reverso .....	50
<b>Figura 19</b>	Folleto utilizado en la socialización anverso.....	50
<b>Figura 20</b>	Reunión con los actores involucrados .....	52
<b>Figura 21</b>	Debate de diferentes estrategias .....	53
<b>Figura 22</b>	Parte final de la socialización .....	53

## Índice de anexos

<b>Anexo 1</b> .....	60
<b>Anexo 2</b> .....	61
<b>Anexo 3</b> .....	62
<b>Anexo 4</b> .....	63
<b>Anexo 5</b> .....	64
<b>Anexo 6</b> .....	65
<b>Anexo 7</b> .....	66

# CAPÍTULO 1

## 1. MARCO TEÓRICO Y ÁREA DE ESTUDIO

### Introducción

En el presente capítulo se pretende conocer y explorar los conceptos teóricos fundamentales que desempeñan un papel importante en la investigación sobre el “Análisis del perfil del turista extranjero en los museos de la ciudad de Cuenca post-pandemia Covid-19”. Se abordan temas claves como el turismo cultural, las motivaciones de un turista cultural, la importancia de los museos como espacios que brindan educación y conocimiento, el perfil de los turistas que visitan la ciudad de Cuenca y especialmente cómo la pandemia del Covid-19 ha impactado a la industria del turismo. Asimismo, se da a conocer acerca del área de estudio, es decir los museos seleccionados para la investigación. Su delimitación se basó en los siguientes criterios: la alta afluencia de turistas, la existencia de un libro de registro y la importancia de los mismos como un espacio cultural. Este último punto es esencial ya que dentro de dichos museos se pueden observar una gran variedad de colecciones temáticas, exposiciones, historia, etc.

### 1.1 Turismo Cultural

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos para la mayoría de países desarrollados y en vías de desarrollo, convirtiéndose en un importante sector generador de empleo a nivel mundial. En Ecuador a partir del año 2022, el sector turístico ha contribuido significativamente al país, logrando un aporte de divisas de \$1.180,5 millones. Además, en cuanto a los servicios, se alcanzó una contribución de \$4.373,9 millones, especialmente en las áreas de alojamiento e intermediación (Revista Gestión, 2023). Dentro de las tipologías de turismo se encuentra el turismo cultural, el cual está relacionado principalmente con la visita de lugares en donde estén presentes la identidad, cultura y patrimonio histórico de una sociedad, teniendo en cuenta actividades como asistir a fiestas tradicionales, visita a monumentos u obras de arte, visita a museos, iglesias y santuarios. Según Pulido-Fernández y Rivero (2010), este segmento de mercado no es homogéneo y monolítico, sino al contrario, está compuesto por aquellos turistas que presentan diferentes características, necesidades y expectativas que día a día van siendo más diversos. Y acorde a la Organización Mundial de Turismo se define como “un tipo de actividad turística en la cual la principal motivación es aprender, experimentar,

descubrir y consumir lo intangible y tangible de un lugar, ya sea en sus productos y atracciones, mismas que están vinculadas con un conjunto de características materiales, intelectuales, espirituales y emocionales únicas, en el cual comprende aspectos como las artes y la arquitectura, la gastronomía, la literatura, el patrimonio histórico y cultural, la música, las culturas vivas con sus valores, formas de vida, creencias y tradiciones” (OMT, 2019).

De igual manera el turismo cultural también implica a la naturaleza, es decir van presentados como paisajes compartidos o separados, tales como la etnografía, zonas arqueológicas, gastronomía, la arquitectura, etc. (Talavera, 2003). El turismo cultural combina la visita a sitios patrimonios tangibles e intangibles con el ocio, la diversión y la educación; acorde a Toselli (2006), contribuye al desarrollo de la economía local y regional a través de la generación de empleo y la preservación del patrimonio. Es importante destacar que un turista cultural siempre tendrá diferentes motivos para visitar estos lugares, algunos buscan una experiencia profunda, otros por el disfrute de los atractivos culturales mientras que algunos lo hacen para incrementar su conocimiento en ciertas áreas. En este sentido McKercher y Cros (2002), definen que existen cinco tipos de turistas cultural:

1. El turista cultural intencionado: aquel en donde el motivo principal es realizar actividades de turismo cultural, a su vez busca tener una experiencia profunda con las mismas.
2. El turista cultural de visita: su principal razón es realizar turismo cultural, sin embargo en esta parte la experiencia ya es un poco más superficial.
3. El turista cultural serendípico: se refiere a aquellos que no viajan específicamente por turismo cultural, no obstante, terminan participando en actividades que les brindan una experiencia cultural.
4. El turista cultural ocasional: el interés por el turismo cultural es bajo, por ende la experiencia es poco significativa para ellos.
5. El turista cultural incidental: aquel que no viaja por motivos culturales, sin embargo suele llegar a participar en ciertas actividades.

Según otro autor, los turistas culturales se dividen en dos categorías: aquellos que realizan incursiones culturales y excursiones culturales. Los primeros, conocidos como turistas con un enfoque o propósito, se interesan en participar en diversas actividades como manifestaciones culturales; con la finalidad de adquirir conocimientos relacionados con la temporalidad, el simbolismo y el significado de las actividades en las que participan. Esto se convierte en una

forma de interpretar la realidad y de experimentar el aprendizaje a través de la interacción en situaciones auténticas. Por otro lado, están los turistas ocasionales, quienes inicialmente no tienen intenciones culturales al viajar, pero que una vez en su destino, ya sea por entretenimiento, ocio u otras razones participan en actividades relacionadas con la cultura (Rivera & Peralta, 2016).

## **1.2 Motivaciones de un turista cultural**

La motivación es un elemento esencial en la vida del ser humano, acorde a Kotler y Make (2014; citado en Bayih y Singh, 2020), lo identifican como uno de los factores psicológicos en el cual se determina el comportamiento de compra de los consumidores. Hacen referencia a que la motivación es una necesidad que alcanza su punto máximo de intensidad, generando una tensión, lo que a su vez motiva a que la persona llegue a tomar acciones en función de minimizar o evitar dicha tensión. Ahora, en relación a las motivaciones que tiene un turista, Ibañez (2013), indica que la motivación turística surge del deseo de llevar a cabo actividades que brinden descanso, diversión y crecimiento personal. Por otro lado, Araújo y de Sevilha (2017), establecen que existen siete motivaciones principales:

1. Búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal.
2. Interés por experimentar la diversidad cultural.
3. Romper la rutina y escapar de la realidad.
4. Búsqueda de novedades.
5. Búsqueda de aventuras y desafíos.
6. Búsqueda de autenticidad y libertad.
7. Búsqueda de historias para contar

Nicolau (2009), destaca que la motivación cultural se basa en variables sociodemográficas y psicográficas, como el nivel de estudios, la edad, el nivel de ingreso y el interés por conocer nuevos lugares. De hecho, el interés por adquirir nuevos conocimientos es una de las motivaciones principales, ya que engloba aspectos como el deseo de conocer, aprender, explorar y sentirse parte de la cultura. Otra de las motivaciones es la búsqueda de experiencias a través de la interpretación, el significado y la expresión de la identidad en diferentes culturas y sociedades. Este tipo de actividad turística promueve el aprendizaje, la conservación del entorno y el respeto hacia las diversas manifestaciones culturales de una

comunidad. Estas comunidades no solo actúan como anfitrionas del turismo, sino que también obtienen beneficios de él sin comprometer su propia identidad (Rivera y Peralta, 2016).

### **1.3 Museo: espacios de aprendizaje y conocimiento**

Asimismo, los museos cumplen un papel fundamental, pues según Martínez y (María, 2018) y el Consejo Internacional de Museos ICOM (2022), un museo es una institución sin fines de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que tiene como objetivo adquirir, conservar y exhibir objetos con fines educativos y culturales. Desde una perspectiva más amplia, un museo es más que una institución que sirve a la gente, es un espacio que resguarda la historia de una localidad, su origen, identidad y futuro. Además, desempeña un papel fundamental en la promoción de la diversidad, fortalecimiento de la identidad cultural y fomento del aprendizaje cultural, político, social y económico (Ochoa Romero et al., 2021).

Acorde a Meyer et al., (2023), un museo es considerado un elemento central de la cultura de un país, puesto que a través de sus exposiciones e investigaciones conforma y mantiene la identidad de una sociedad. Durante los últimos años se ha dado un cambio radical en los objetivos de los museos. Anteriormente, los museos tenían como motivo principal preservar el pasado, sin embargo en la actualidad buscan convertirse en un actor real dentro de la sociedad. Esto se evidencia en los diferentes tipos de museos, tales como los museos de historia natural, que abogan por salvar nuestra biodiversidad; museos de ciencia que tratan de crear conciencia sobre el porqué es importante reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para salvar nuestro clima; o museos de arte, que conciencien sobre la diversidad cultural y tratan así de fomentar el entendimiento intercultural. Esto es esencial, para los turistas que desean conocer la realidad del lugar que visitan, es decir, buscan la manera de conectar con el pasado y el presente de la sociedad receptora.

Acorde a la ICOM, los museos se clasifican de la siguiente manera:

1. Museos de arte: incluyen categorías como pintura, escultura, grabado, artes gráficas, arqueología y antigüedades, artes decorativas, religiosos, música y dramáticos.
2. Museos de historia natural: exponen temas como geología y mineralogía, botánica, zoología, antropología.
3. Museos de etnografía y folklore.

4. Museos históricos: en el cual se exhiben colecciones de objetos, biografías, historia, arqueología, marina, entre otros.
5. Museos de las ciencias y las técnicas: comprenden áreas como física, oceanografía, medicina, técnicas industriales, entre otros.
6. Museos de Ciencias Sociales y Servicios Sociales: enseñanza, educación, etc.
7. Museo de comercio y de comunicaciones: transporte, correos.
8. Museo de agricultura y productos del suelo.

En el caso de la ciudad de Cuenca, los museos seleccionados para el presente trabajo corresponden a las categorías de: El Museo de Arte Moderno se clasifica como un museo de arte debido a su variedad de exposiciones de pintura y esculturas. Por otro lado, el Museo Municipal Remigio Crespo Toral se encuentra en la categoría de museos históricos, ya que exhibe la historia y la vida del escritor y poeta cuencano Remigio Crespo Toral, además de albergar varias colecciones de la época. Finalmente, el Museo Pumapungo entra en la categoría de museo de arte, historia natural, etnográfico e históricos, dado que alberga una extensa colección de artefactos arqueológicos representativos de diversas culturas del Ecuador, zona arqueológica y salas de exposiciones.

#### **1.4 Perfil del turista en la ciudad de Cuenca**

La ciudad de Cuenca, junto con los museos seleccionados para este estudio atraen a una amplia gama de turistas, tanto nacionales como extranjeros, esto debido a su riqueza cultural. De manera que, comprender el perfil de estos visitantes es de suma importancia, ya que nos permite conocer sus preferencias, motivaciones y otras características. Es importante destacar que los turistas son esencialmente consumidores, por lo tanto, de acuerdo a Melo y Bonilla (2022), reconocen al perfil del consumidor como un conjunto de características que se analizan a partir de variables demográficas, las cuales tienen como objetivo describir a los consumidores. En un artículo elaborado por Prada Trigo et al., (2016), se identifican tres tipologías de turistas para el caso de la ciudad de Cuenca, basadas en dos parámetros: primero, la razón principal del viaje, que puede estar relacionada con el deseo de conocer el patrimonio, asistir a eventos o disfrutar de la gastronomía local; y segundo, el grado en el que la cultura actúa como un factor motivador en su elección de destino. La combinación de estos dos parámetros da como resultado las siguientes tipologías:

- El turista cultural puro: aquel que asiste por motivos netamente culturales, ya sea para conocer el patrimonio, la gastronomía, etc.
- El turista no cultural: la principal razón es la visita a familiares o amigos y conocer lugares nuevos, en donde las actividades culturales son nulas o son añadidas durante su estadía en la ciudad.
- Turista cultural circunstancial: este último llega a combinar las dos anteriores características, es decir llegan por motivos diferentes a la cultura, sin embargo durante la estadía pueden llegar a jugar un papel importante.

En una investigación posterior realizada por el mismo autor, Prada-Trigo et al., (2018), se observa que las tres tipologías de turistas culturales mencionadas anteriormente tienen distintas valoraciones cuando visitan la ciudad de Cuenca. Los turistas culturales puros tienden a dar mayor importancia a la calificación del viaje y a la atención recibida. En contraste, las otras tipologías de turistas se centran más en el precio y el propio viaje. Sin embargo, también existen otros factores, como el aspecto de la ciudad y la actitud de la población local, que son más valorados por los turistas no culturales. Además, la seguridad es un elemento fundamental para los turistas culturales, considerándola uno de los aspectos más importantes.

### **1.5 Turismo: Covid-19 y los museos**

Durante mucho tiempo el turismo ha sido una de las industrias de mayor crecimiento a nivel mundial. Sin embargo, en enero de 2020, con los primeros casos de Covid-19, varios países empezaron a poner restricciones de viaje y suspender los servicios turísticos. A pesar de que algunos de ellos intentaron volver a operar en mayo de 2021, la situación empeoró con el rebrote del virus. Según la OMT (2022), proyecta un panorama más alentador para el turismo en 2023 en comparación con el año anterior, es por ello, que es esencial enfocarse en la generación de una nueva promoción de los atractivos turísticos, reestructuración de la oferta turística, hacer uso de las nuevas tecnologías y la capacitación del personal, lo cual contribuirá a la recuperación del sector turístico. Durante la pandemia de Covid-19, muchos museos se vieron obligados a cancelar exhibiciones, cerrar sus instalaciones, reducir el personal y adaptarse rápidamente a la virtualización.

Es importante señalar que la digitalización por sí sola, no es suficiente para reactivar estos espacios después de la pandemia. Para una reforma positiva se deben implementar más estrategias que mejore la percepción de los turistas con respecto a los museos, como por ejemplo: la planificación a largo, mediano y corto plazo, además están tienen que estar apoyada

por las Políticas Públicas que hagan mención a la parte cultural, otra estrategia más sería el uso adecuado de los medios de comunicación y la creatividad (García Alcalá, 2022). Un claro ejemplo de esto es lo que realizó la revista Forbes (2020), con su artículo titulado “Famosas estatuas del mundo se “Adaptan” y portaban cubre bocas” que en una publicación demostraron empatía y creatividad ante una época muy difícil para el mundo, es esta empatía la cual juega un papel muy importante en la parte psicológica de los turistas llevando a obtener respuestas positivas. Son estas estrategias en conjunto las que juegan un importante papel dentro de la reactivación de los museos. Es importante resaltar que al cambiar la relación entre visitantes y museos, surge la oportunidad única para renovarse y mejorar a raíz a los desafíos planteados por la pandemia (EVE, 2023). Es por ello que el implementar dichas estrategias podría hacer que la gente opte por visitar los museos. Es cierto que el Covid-19 ha acelerado el hecho de que los museos se enfrenten al reto de replantear su forma de operar, mejorar experiencias y desarrollar o mejorar productos, sin embargo, estos cambios no solo son necesarios por la pandemia o por la posibilidad de que exista otra, si no también son necesarios para que los museos puedan incorporarse a la era digital. Tanto la globalización, el internet, condiciones sociopolíticas, desarrollo tecnológico, creación de redes nuevas, situaciones económicas y multiculturales cambian la relación entre los museos y la sociedad, es por ello que los museos deben mantenerse de manera perpetua en un proceso de conformación e investigación (Kamariotou et al., 2021).

## **1.6 Área de estudio**

La ciudad de Cuenca conocida como la "Atenas del Ecuador", fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad el 1 de diciembre de 1999 por la UNESCO. Esta distinción se otorgó debido a tres criterios fundamentales: criterio (ii): Cuenca ilustra la implantación exitosa de los principios de la urbanización renacentista en las Américas, criterio (iv) la fusión exitosa de diferentes sociedades y culturas en América latina está vívidamente simbolizada por el diseño y paisaje urbano de Cuenca, criterio (v) debido a que Cuenca es un claro ejemplo destacado de ciudad colonia española interior planificada (UNESCO, 1999). Cuenca, sin lugar a dudas, alberga un gran potencial cultural que atrae a miles de turistas a explorar sus rincones. En este contexto, los museos desempeñan un papel fundamental dentro de la ciudad, ya que son espacios que permiten a los visitantes sumergirse en la historia, las costumbres y las tradiciones de Cuenca. La selección de los museos para esta investigación se basa en su alta afluencia de visitantes, siendo al mismo tiempo destacados exponentes de la cultura, el pasado y la historia de Cuenca.

Los museos seleccionados son los siguientes:

### 1.6.1 Museo Pumapungo

El museo Pumapungo está situado en un espacio antiguamente conocido por los Cañari e Inca como Pumapungo que en quechua significa “Puerta del Puma”. Actualmente, tanto el museo como el Parque arqueológico son considerados como uno de los sitios más importantes de la ciudad de Cuenca y el Azuay. Fue construido en la antigua ciudad de Tomebamba e inaugurado en 1992, tiene como objetivo mostrar el pasado histórico y la fusión entre las culturas incas y Cañaris. Este amplio edificio cuenta con 3 pisos que alberga una diversidad de exposiciones (Miranda, 2017). Según una entrevista con Paul Andrade (2023), mencionó que el museo Pumapungo es un espacio sagrado desde hace más de 10 mil años, durante este tiempo se ha buscado siempre mantener el espacio, en especial del parque arqueológico.

En sus inicios, el Banco Central tenía en su posesión el antiguo colegio Borja. Con el tiempo adquirieron todo el espacio donde se encuentra actualmente el Museo, ya sea a través de una donación o compra. A partir de 1972, el Banco Central comenzó a adquirir diversas colecciones que incluían arte, objetos arqueológicos y elementos etnográficos.

#### Figura 1

*Museo Pumapungo*



*Nota:* El Museo Pumapungo conocido como un museo de sitio de las culturas Inca y Cañari, es de categoría etnográfica, histórica y de arte. Además, alberga una zona arqueológica y un centro de avifauna.

El Museo posee unos 30 años de funcionamiento. ya que en 1993 se inaugura el edificio del museo Pumapungo, empezando a enfocarse en la parte etnográfica y arqueológica, es por eso que el museo cuenta con grandes exposiciones que habla sobre el

estudio de las culturas, elementos arqueológicos de todo el país y diferentes componentes que alberga el museo. Estos espacios han recibido un montón de visitantes tanto extranjeros como nacionales, sin embargo, el turista nacional es el que más sobresale en estos espacios. El recorrido dentro del museo se percibe como una experiencia turística, pero su objetivo principal es educar al visitante, especialmente en aspectos culturales y artísticos. A pesar de que se podrían organizar diversos eventos y conciertos en el museo, se debe tener en cuenta que una afluencia masiva podría afectar la sostenibilidad del espacio. Por esta razón, cualquier actividad que implique una aglomeración se lleva a cabo en lugares específicos como el Teatro Pumapungo, salas comunitarias u otros espacios designados, excepto en la zona arqueológica.

El museo Pumapungo cuenta con dos tipos de exposiciones; las cuales son permanentes y temporales. Las exposiciones que son netamente permanentes se encuentran en la planta baja y se trata sobre arqueología, esa sala es conocida “Sala Tomebamba” este espacio busca exponer la historia de Incas, Cañaris y españoles durante 10.000 años, además de los componentes que se encontraron dentro del museo Pumapungo. La segunda exposición permanente es la sala del piso uno, conocida como sala nacional de etnografía. Esta habla sobre el estudio de las culturas en lo que son; objetos, textiles, modos de vivienda, materiales, herramientas y todo enfocado al estudio de las culturas. El Museo Pumapungo alberga el extenso Fondo Etnográfico Nacional, que comprende 8901 piezas de arte popular de diferentes regiones de Ecuador. Esta colección exhibe la diversidad étnica del país y muestra las costumbres y tradiciones de su pueblo. (Miranda, 2017).

Otro espacio permanente es el Parque Etnobotánico Pumapungo inaugurado en 2003, en este espacio se busca destacar la tecnología agrícola andina mediante la restauración de andenes y terrazas. Además, en este espacio se cultivan alimentos como papa, quinua, maíz y calabaza, así como plantas medicinales como san pedro, chamico, guandug y sauco. También destaca el centro de Avifauna, cuyo propósito es fomentar el respeto y la conservación de las especies, entre ellas aves como la guacamaya, el cóndor, el colibrí o la curiquingue, mismas que estuvieron presente en la mitología cañar.

**Figura 2**  
*Zona Arqueológica del Pumapungo*



*Nota:* La imagen muestra el camino hacia la zona arqueológica, donde se pueden encontrar ruinas pertenecientes a las culturas Cañari e Inca.

En cuanto a las exposiciones temporales, se puede encontrar la sala azul de la planta baja, también conocida como sala de codificar, la cual expone todo lo que el museo tiene bajo reserva en arqueología. Este espacio posee más de 10057 bienes, sin embargo, solo alrededor de 200 piezas se encuentran expuestas y bajo diferentes criterios. En esta sala, los visitantes pueden observar de manera cronológica cómo el Banco Central ha adquirido cada una de las piezas arqueológicas, el proceso de codificación, así como su conservación y restauración. Otra muestra de sala temporal, es la Sala Roja la cual es exclusivamente para exponer arte, también se encuentra la Ludoteca ubicada en el piso uno, la cual fue readecuada con juegos y componentes artísticos. A estas exposiciones temporales se le añaden investigaciones nuevas, tales como el feminismo y su papel dentro de la siembra en 8 puntos del Qhapaq Ñan. La razón de estos cambios es debido a que el museo es un espacio diverso que permite experimentar con la museografía, apoyar a diferentes artistas, plasmar ideas de investigaciones, etc. Siempre y cuando estos tengan un trasfondo educativo.

### Figura3

#### Zona etnográfica



*Nota:* La fotografía muestra el inicio del recorrido en la zona etnográfica, donde se pueden encontrar una variedad de exposiciones que representan las diferentes culturas del Ecuador.

#### 1.6.2 Museo Municipal Remigio Crespo Toral

La siguiente información fue entregada por el Museo Municipal Remigio Crespo Toral el 16 de agosto del 2023:

La Casa Museo Remigio Crespo Toral se encuentra ubicada en la Calle Larga, en la zona más antigua de la ciudad de Cuenca. Perteneció al escritor y poeta cuencano Remigio Crespo Toral quien al contraer matrimonio con Elvira Vega García, recibió como obsequio de bodas una casa por parte del padre de su esposa. La casa atravesó por dos periodos constructivos, el primero tuvo lugar en los años de 1905 y 1910, durante el cual se construyeron las dos plantas del subsuelo y la planta baja, posteriormente en 1917 y 1925 se edificó la planta alta y la fachada de ladrillo. La casa cuenta con dos fachadas: la fachada que da a la calle larga que solía ser utilizada como acceso principal. La fachada orientada al río Tomebamba, la cual tiene relación con la naturaleza, en especial con el jardín que servía de inspiración para sus poesías.

## Figura 4

### *Museo Municipal Remigio Crespo Toral*



*Nota:* El Museo, clasificado en la categoría de museo histórico, exhibe una amplia variedad de bienes, muebles, pinturas y diversas colecciones que datan de la época histórica. Además, alberga una valiosa colección de la bibliografía del poeta cuencano Remigio Crespo Toral.

Tras el fallecimiento de Remigio Crespo Toral en 1936, el entonces alcalde Moreno Mora y el historiador Víctor Manuel Albornoz, fueron quienes impulsaron la creación de un museo que llevaría el nombre de “REMIGIO CRESPO TORAL”, esto con el fin de rendir un homenaje al poeta. De hecho, su familia desempeñó un papel crucial al donar varios de sus bienes y parte de la biblioteca. Con el transcurso del tiempo fueron sumando más y más piezas llegando a obtener más de 2500 mil, que van desde arqueología, pictórica, escultórica, documental y bibliografía. El museo abrió sus puertas el 5 de noviembre de 1946, esto en el salón de actos de la asociación de empleados del Azuay, tiempo después entre 1956 y 1963 paso a donde hoy funciona el Hotel el Dorado, posteriormente en la parte alta de ETAPA. Finalmente en 1966 el museo fue destinado a la casa de Remigio Crespo Toral.

Para el año de 2014, el museo contaba con diversos bienes patrimoniales que incluía pinturas de caballete, esculturas, textiles, numismática, arqueología y artes decorativas, sin embargo, todas estas colecciones mencionadas se encontraban en estado de emergencia debido al deterioro y hacinamiento de la edificación. Es entonces que el Código de Deontología del ICOM desempeñó un papel importante, dando inicio a una serie de procesos de documentación, estudio del estado de los bienes, revisión de los inventarios, fomentar los protocolos de seguridad y manejo para las diversas colecciones. Posteriormente se procedió a realizar una

socialización con los organismos municipales y el INPC “Instituto Nacional de Patrimonio Cultural”, basándose principalmente en la ley de patrimonio, cultura y municipios. Una vez realizada dichas actividades, se inició la colaboración con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Cuenca, con el propósito de incorporar las diferentes colecciones a la lista del municipio. Entre las colecciones que se incluyeron se encontraban los siguientes:

- Pinturas de caballete
- Retratos de personajes célebres de la ciudad de Cuenca y el país
- Colección de obras de Honorato Vásquez
- Obras costumbristas
- 197 bienes entre ellos: cristos y calvarios tallados en madera pertenecientes a la escuela de Miguel Vélez, esculturas en mármol, etc.
- Artes decorativas
- 517 objetos culturales
- 117 objetos textiles como: prendas de vestir, elementos decorativos, etc.
- El mobiliario/muebles de la época
- Colección de 2.891 monedas, procedentes de varias partes del mundo.
- Colección arqueológica que consta de un aproximado de 18.000 piezas de culturas.

Para el año 2016, estas colecciones pasaron a diferentes instituciones, las cuales tenían la tarea de custodiarlos temporalmente mientras se realizaba la restauración de la casa. A inicios del 2017 las colecciones volvieron al museo, las cuales son exhibidas para el público en general, de manera que logren disfrutar del gran legado y patrimonio que posee.

## Figura5

### Traje típico de la chola Cuencana



*Nota:* La imagen muestra la vestimenta típica de la chola cuencana, que incluye su pollera, blusa y la macana.

### 1.6.3 Museo Municipal de Arte Moderno

El museo de arte moderno fue construido a principios del siglo XIX por órdenes del obispo Miguel León, con el propósito que el lugar sea considerado un refugio para las personas que sufren de alcoholismo. Sin embargo, no fue hasta los años 70 que Hernán Crespo y Luis Crespo intervinieron para transformar la estructura en un museo (Fturismo, 2019). La finalidad de este espacio antes conocido también como casa de la Temperancia fue la de albergar alcohólicos, aquí solían ofrecer los servicios necesarios para que estas personas puedan dejar sus vicios y obtener una buena vida. Es debido a eso que contaba con dormitorios generales y pequeños que sirvieron como celdas para recluir a las personas en condiciones extremas. Para que las personas alcohólicas ingresen en este espacio debían ser electas por el Municipio de la ciudad, de la misma forma si querían salir debían obtener el permiso del mismo ente (Municipalidad de Cuenca, 2007).

## Figura6

### *Museo Municipal de Arte Moderno*



*Nota:* este museo, situado en el barrio San Sebastián, se clasifica como un museo de arte, dada su amplia gama de exposiciones de cuadros de diversos pintores, entre los que se incluyen nombres como James Pilco, Jorge Chalcó, entre otros.

En 1978 se planea un proceso de restauración para la entonces llamada casa de la temperancia, el cual fue gestionado por el Banco Central del Ecuador en conjunto con la Municipalidad de la ciudad de Cuenca, todo ello durante la alcaldía del doctor Pedro Córdova. El proceso de restauración estuvo dirigido por el arquitecto Patricio Muñoz y es así, que el museo abre sus puertas el 1 de agosto de 1981 bajo la dirección de la artista Eudoxia Estrella (Municipalidad de Cuenca, 2007).

Este proyecto marca el inicio de un proceso de restauración en algunos edificios dentro de la ciudad, dicho proceso sigue vigente y con el pasar de los días va tomando nuevos adeptos. El museo municipal de Arte Moderno es la sede de la Bienal Internacional de Pintura de Cuenca y del salón Andino de Esculturas. Sus salas muestran tendencias plásticas de América Latina. Dónde está la capilla es un espacio usado como auditorio en donde se realizan eventos culturales. Finalmente, se encuentra el jardín del inmueble el cual posee gran diversidad de árboles como: capulíes, nogales, sauces, guabos, entre otros que relatan a los visitantes, los usos por los que ha pasado la casa así como sus cambios drásticos que ha sufrido (Municipalidad de Cuenca, 2007).

## **Figura7**

Exposiciones de cuadros



*Nota:* Los cuadros que se presentan en la siguiente imagen están ubicados en lo que se conoce como la “Sala Azul”, la cual forma parte de la BIENAL.

## **Figura8**

*Sala Amarilla del Museo de Arte Moderno*



*Nota:* Esta área es conocida como la 'Sala Amarilla', donde se exhiben una variedad de cuadros. Actualmente, esta sala presenta las obras del pintor James Pilco Luzuriaga.

## 1.7 Metodología

El presente estudio tuvo un enfoque mixto de alcance descriptivo de corte transversal. Para abordar el primer objetivo, se llevó a cabo un análisis bibliográfico basado en las conclusiones del artículo “El turista cultural extranjero de museos en la ciudad de Cuenca-Ecuador” y de los informes de estadísticas publicados por el Grupo de Investigación de Economía Regional (GIER) pertenecientes al año 2019. Además, se procedió a realizar la revisión de los registros del libro de visitas correspondientes al año 2019 en los museos seleccionados para la investigación. Es importante destacar que la elección de estos museos se basó en la disponibilidad de registros de visitantes y su condición por ser museos públicos y gratuitos.

Adicionalmente, mediante un muestreo no probabilístico se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con tres de los autores del artículo, con el propósito de obtener una comprensión más profunda del perfil del turista extranjero antes de la pandemia. Durante las entrevistas, se utilizaron dispositivos de grabación con el fin de tener un registro oral para su respectiva interpretación. El análisis de estos datos recopilados permitió conocer el perfil del turista cultural extranjero que visitaba los museos de la ciudad de Cuenca antes de la pandemia Covid-19.

Para el segundo objetivo se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, seleccionando una muestra de 437 encuestas. Estas encuestas se llevaron a cabo durante un mes, desde el 13 de septiembre hasta el 13 de octubre y se aplicaron a los turistas que visitaron los museos seleccionados de la ciudad de Cuenca. La distribución del número de encuestas fue la siguiente: 213 encuestas para el Museo Pumapungo, 102 encuestas para el Museo Remigio Crespo Toral y 122 encuestas para el Museo de Arte Moderno. El propósito de esta encuesta fue conocer las características sociodemográficas, preferencias y motivaciones de los turistas extranjeros en los museos, en el periodo posterior a la pandemia de Covid-19. Los datos recopilados en la encuesta fueron tabulados mediante el programa SPSS versión 25.0.

Para el tercer objetivo se realizó una socialización de los resultados obtenidos con los gestores de los museos y demás actores del sector turístico, esto con el fin de aportar a una mejor gestión para dichas instituciones y que puedan mejorar sus estrategias. Los resultados fueron expuestos mediante una presentación, folletos y un informe escrito.

## Conclusiones

En conclusión, el turismo cultural es considerado como una de las tipologías más sobresalientes en la actualidad, en el que se destacan las actividades como la visita a los museos, patrimonios tangibles e intangibles, participar en ferias, la gastronomía, visitar la arqueología, entre otros. Sin embargo, es esencial destacar que no todos los turistas culturales comparten las mismas motivaciones. Mientras algunos buscan conocer, aprender y experimentar la cultura local, otros lo hacen por el simple disfrute de sus atractivos culturales. Esta diversidad se refleja en las diversas categorías de turistas, desde los turistas culturales intencionados hasta aquellos que, de manera incidental descubren y disfrutan de experiencias culturales durante su estadía en un lugar.

En el mismo contexto, los museos desempeñan un papel fundamental como guardianes de la diversidad cultural y del legado histórico de una sociedad. Son instituciones que no solo preservan la identidad cultural, sino que también contribuyen al desarrollo económico y al enriquecimiento educativo de una región. Al analizar el perfil de los turistas en la ciudad de Cuenca, observamos cómo la ciudad atrae tanto a viajeros nacionales como internacionales, es por ello, que comprender sus preferencias y necesidades se convierte en una prioridad para mejorar la oferta turística y satisfacer la demanda de manera efectiva. Además, es esencial tener en cuenta que la pandemia del Covid-19 ha obligado a los museos a incorporarse dentro de la nueva era digital. La virtualización se ha convertido en una herramienta indispensable, pero no es suficiente; es por ello que los museos deben adaptarse a los nuevos retos que plantea la pandemia y ofrecer productos y experiencias significativos a sus visitantes. Por tanto, la investigación y la reevaluación continua, desempeñarán un papel crucial en el desarrollo de los museos y el turismo cultural.

El objetivo del capítulo fue proporcionar una base teórica sólida que permita realizar de manera correcta la investigación para de este modo poder evitar la creación de lagunas las cuales quitan credibilidad al proyecto. Estos conceptos nos permitirán obtener una evaluación más precisa, resultados significativos y contribuirán a la formación de conclusiones y recomendaciones más sólidas.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO EN MUSEOS DE LA CIUDAD DE CUENCA ANTES DE LA PANDEMIA COVID-19**

#### **Introducción**

En el presente capítulo se conoce el perfil de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca antes de la pandemia Covid-19. Para ello se procedió a realizar un análisis bibliográfico de los resultados obtenidos del artículo titulado “El turista Cultural Extranjero de Museos en la ciudad de Cuenca-Ecuador”, realizado por AVECILLAS et al., (2021) y de los informes de estadísticas publicados por el Grupo de Investigación de Economía Regional (GIER) correspondientes al año 2019. Además, se recopiló información de los registros de visitas de los museos seleccionados para la investigación de forma individual y pertenecientes al año 2019. Con la información obtenida se procede a describir el perfil del turista extranjero que visitaba los museos de Cuenca en los años comprendidos entre el 2016-2019. Dicha descripción servirá como base para comprender de mejor manera la evolución del comportamiento de los extranjeros que visitan los museos después de la pandemia, así como identificar tendencias emergentes o patrones de visita diferentes.

#### **2.1 Antecedentes del estudio del perfil del turista extranjero de la ciudad antes de la pandemia Covid-19**

En el estudio titulado “El turista Cultural Extranjero de museos en la ciudad de Cuenca-Ecuador”, realizado por AVECILLAS et al., (2021) se describe el perfil de los turistas extranjeros que visitaron los museos de la ciudad de Cuenca en el periodo 2016-2018. Dicho artículo menciona lo siguiente: el turista extranjero que llega a la ciudad de Cuenca con fines turísticos, proviene principalmente de Estados Unidos, Colombia, Alemania, España, Perú, Francia, Canadá y Argentina. En relación a la edad, en 2016 la media de edad oscilaba entre 39 y 63 años, en 2017 se situaba entre 41 y 63 años y en 2018 varió entre 39 y 92 años. La mayoría de estos turistas poseen educación superior o posgrado y su estadía promedio es de 3 a 4 días, observándose un aumento de un día desde 2016 hasta 2018. Este incremento puede atribuirse a varios factores positivos como: la mejora de la conectividad aérea, la resolución de los problemas derivados de la construcción del tranvía, la promoción de la ciudad y diversas actividades, incluida La Ruta de los Museos. En cuanto al interés por la cultura, experimentó

variaciones, pasando del 24% en 2016 al 18% en 2017 y luego aumentando significativamente al 25,50% en 2018.

Además, se menciona que mediante la revisión de los libros de visita de los museos seleccionados en su estudio, se pudo definir lo siguiente: el Museo de las Culturas Aborígenes recibió un total de 10439 de turistas extranjeros en los años ya mencionados, mientras que el CIDAP cuenta con 4,767, seguido del Museo de las Conceptas con 2,420. y finalmente se encuentra el Museo Historia de la Medicina Guillermo Aguilar con 739 turistas extranjeros al año. Dando como resultado que el Museo de las Culturas Aborígenes es el más visitado cada año, gracias a su enfoque en la temática precolombina. La mayoría de los visitantes llegan en grupos que incluyen la visita a este museo como parte de un paquete turístico. En segundo lugar en términos de visitas se encuentra el CIDAP, que se enfoca en la artesanía. Y que los países de mayor procedencia en general son de Estados Unidos, Francia y España, dando por hecho que la ciudad de Cuenca cuenta con un gran número de extranjeros y los museos son parte fundamental, el cual permite realzar el valor cultural de la ciudad

En cuanto al país de origen de los visitantes, el Museo de las Culturas Aborígenes recibe principalmente a extranjeros de América del Norte (Estados Unidos), Europa Occidental (Francia), Europa Meridional (España y Alemania) y América del Sur (Argentina, Colombia, Brasil y Chile). Por otro lado, en el Museo de Artes Populares (CIDAP), los turistas provienen principalmente de América del Norte (Estados Unidos), Europa Occidental (Francia), América del Sur (Argentina) y Europa Meridional (Alemania). El Museo de las Conceptas recibe principalmente visitantes de América del Norte (Estados Unidos), Europa Occidental y Meridional (Francia y España) y América del Sur (Argentina, Chile y Brasil). Finalmente, el Museo de Historia de la Medicina Guillermo Aguilar muestra una tendencia similar al CIDAP. En resumen, uno de los mercados más fuertes de turistas extranjeros en estos cuatro museos proviene de Estados Unidos, manteniéndose en primer lugar en cada uno de ellos.

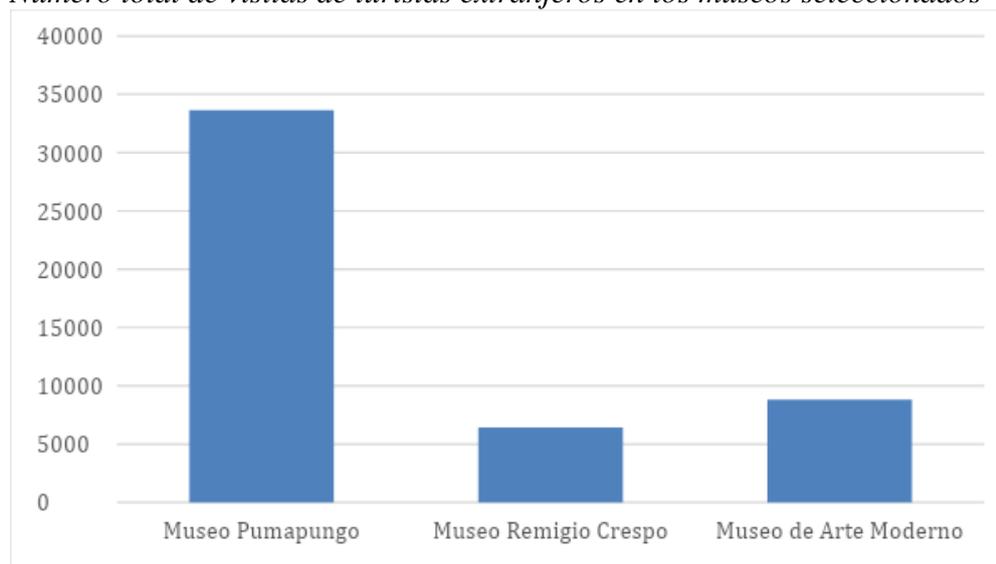
Por otra parte, según los datos proporcionados por el GIER (2020), los turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca durante el año 2019 procedían principalmente de América del Norte, seguidos de Europa y en tercer lugar Sudamérica y el Caribe. En cuanto a la edad, la mayoría se encontraba en el rango de 30 a 40 años de edad. Además, en su mayoría estos turistas tenían un nivel de educación superior o posgrado. Finalmente, un alto porcentaje de los turistas extranjeros de 2019 eligió Cuenca como ciudad destino debido a dos razones principales: los atractivos naturales con un 43% y los atractivos culturales con un 30,6%. Otros

factores, como los atractivos turísticos, los precios de la ciudad y la gastronomía, también influyeron en la elección del destino, aunque en menor medida.

En adición a esto, debido a la recopilación de información de los registros de visitas en los museos seleccionados para la presente investigación y a la gran afluencia de visitantes que estos reciben mensualmente se procederá a realizar una breve descripción de algunas características sociodemográficas del perfil de los turistas extranjeros que visitaron al museo Pumapungo, museo Municipal Remigio Crespo Toral y al museo Municipal de Arte Moderno durante el periodo 2019.

**Tabla 1**

*Número total de visitas de turistas extranjeros en los museos seleccionados*



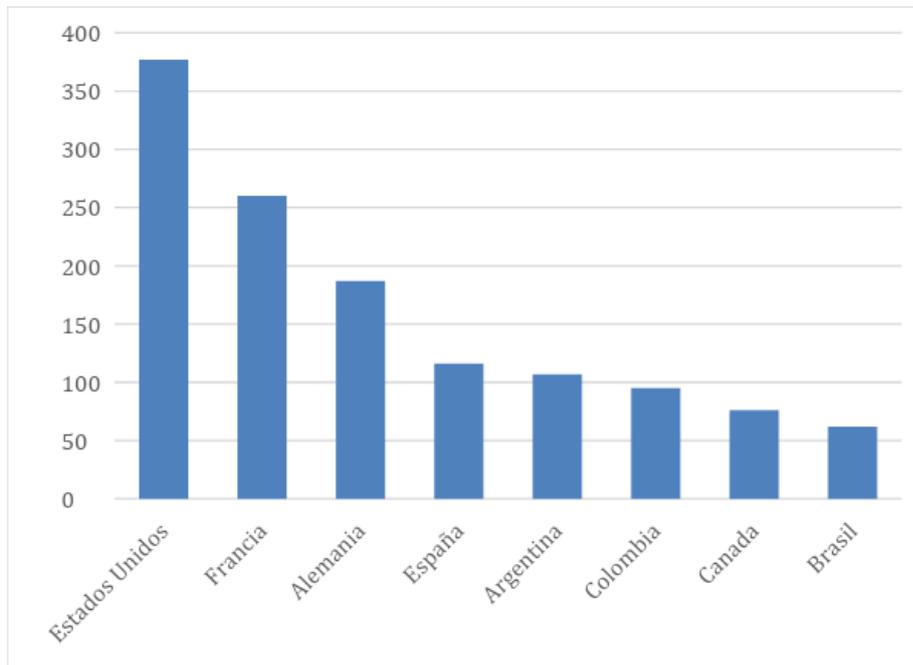
*Nota:* La tabla muestra que, a partir de los datos de los registros de los museos, el número total de visitas que se registró durante el año 2019.

Como se observa en el gráfico anterior, el número de turistas en el museo Pumapungo sobresale con un total de 33, 640 turistas extranjeros al año, siendo una cifra que supera completamente al museo municipal Remigio Crespo Toral que recibió 6415 turistas extranjeros al año y al museo municipal de Arte Moderno que recibió 8805 turistas extranjeros al año. Estos datos muestran un aumento en el interés por realizar actividades culturales, ya que la cantidad de turistas extranjeros que visitaron los museos en 2019 supera en gran medida a la cantidad de turistas que llegaron entre los años 2016, 2017 y 2018.

## Museo Pumapungo

**Tabla 2**

*Lugar de procedencia de los turistas extranjeros que visitan el museo Pumapungo-año 2019*

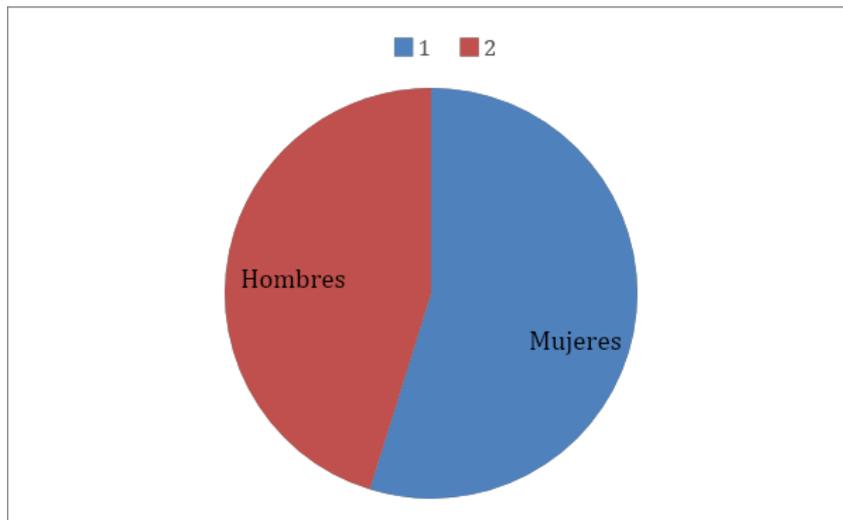


*Nota:* a partir de los datos de los registros de los museos se elaboró una tabla resumen del lugar de procedencia de los turistas durante el año 2019.

Según la tabla 2, la mayoría de los turistas que visitaron el Museo Pumapungo durante el año 2019 provenían principalmente de América del Norte, Europa Meridional, Europa Occidental y América del Sur. El aumento en el flujo de turistas extranjeros que visitaron los museos durante el año 2019 según el GIER se dio por la excelente percepción que los turistas tienen con respecto a los atractivos culturales que ofrecen la ciudad, a esto se le añade el sentirse seguros dentro de la ciudad y el deseo de conocer la riqueza patrimonial.

**Figura 9**

Género de los turistas extranjeros en el museo Pumapungo

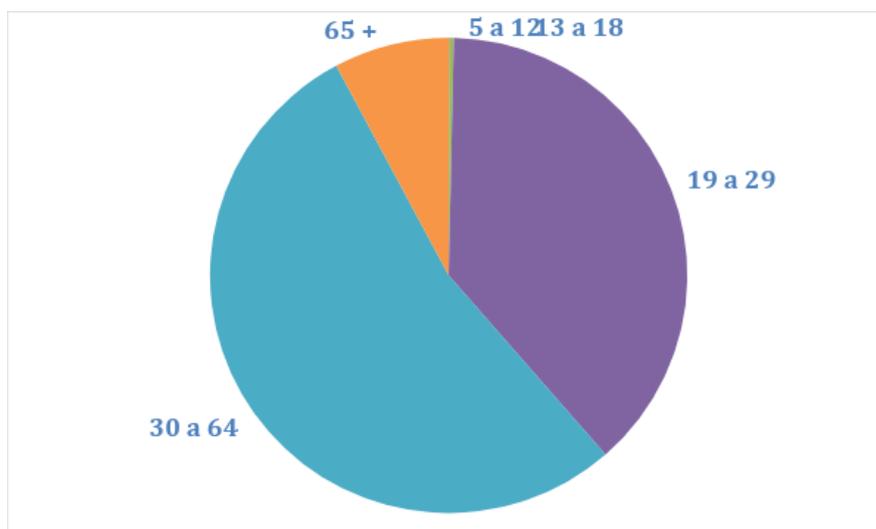


*Nota:* A partir del registro de visitantes, se determina que la mayoría de las visitas están protagonizadas por mujeres.

Con respecto al género, el gráfico demuestra que el grupo que más opta por realizar la visita a los museos es el femenino (55%) y mientras que el resto de la población corresponde al grupo masculino (45%). Demostrando así que las mujeres tienen más interés por aprender sobre la riqueza cultural de la ciudad. Si bien el rol de la mujer en la antigüedad no solía estar asociado a la educación, actualmente se evidencia la atracción por el aprendizaje y la socialización.

**Figura 10**

Rango de edades de los turistas extranjeros en el museo Pumapungo



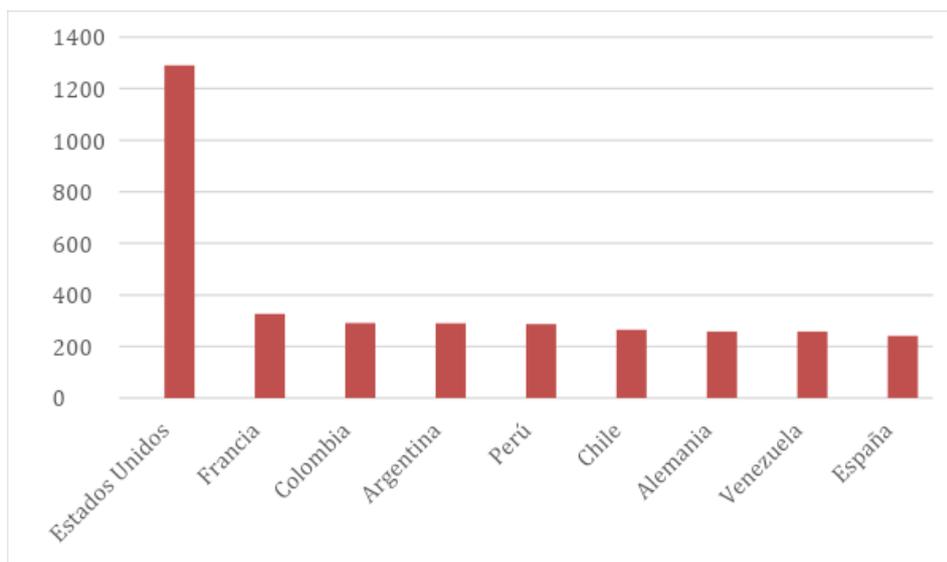
*Nota:* Mediante la revisión de los registros de los museos, los datos destacan que el rango de edad se sitúa entre los 30 y 64 años.

El museo Pumapungo recibe en su mayoría a turistas extranjeros que tienen entre los 30 a 64 años de edad representados con un 54%, seguido de aquellos que tienen de entre 19 a 29 años con un 30%, mientras que los de la tercera edad representan un 8%. En adición a esto el GIER hace mención a que el nivel de escolaridad que posee la mayoría de turistas está entre el tercer y cuarto nivel. Es decir, que el turista extranjero que visitó estas instituciones durante el año 2019 es en su mayoría el de una mujer de 30 a 64 años con estudios avanzados y con altas exigencias sobre los productos que consumió.

### Museo Municipal Remigio Crespo Toral

**Tabla 3**

*Lugar de procedencia de los turistas extranjeros en el Museo Remigio Crespo año-2019*

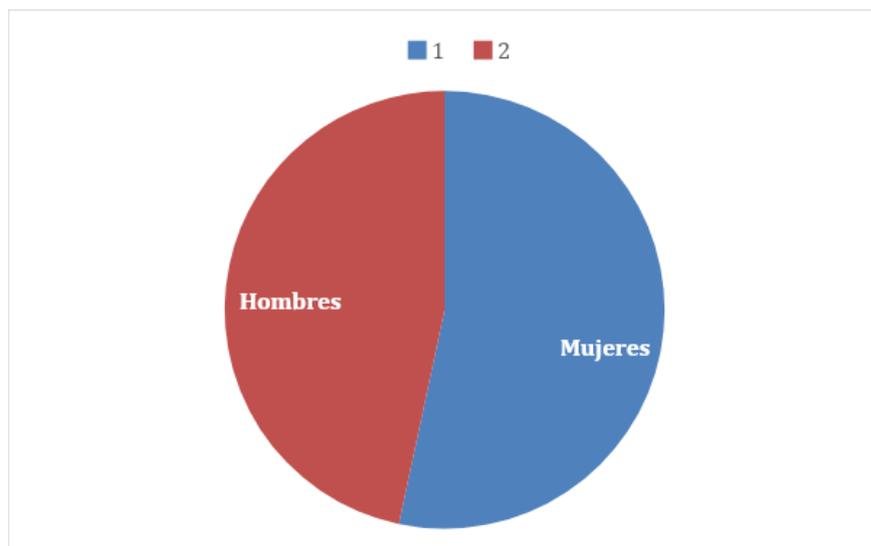


*Nota:* a partir de los datos del registro del Museo Remigio Crespo se elaboró una tabla resumen del lugar de procedencia de los turistas durante el año 2019.

Los datos mostrados en la siguiente figura, muestran que el mayor número de turistas extranjeros que optan por visitar el museo municipal Remigio Toral Crespo provienen mayormente de América del Norte, Europa Occidental, América del Sur y Europa Meridional. Al igual que el anterior museo la alta presencia de turistas extranjeros se debe a la excelente percepción que estas personas tienen con respecto a los atractivos culturales que ofrece la ciudad, a esto se le añade el sentirse seguros dentro de la ciudad y el deseo de conocer la riqueza patrimonial.

**Figura 11**

*Género de los turistas extranjeros del Museo Municipal Remigio Crespo*

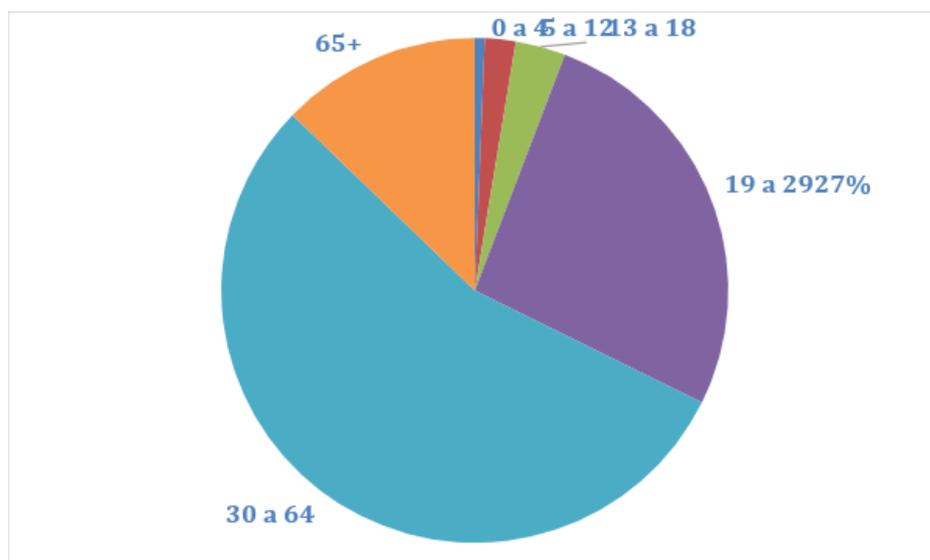


*Nota:* A partir del registro de visitantes, se determina que la mayoría de las visitas durante el año 2019 estaban protagonizadas por mujeres.

Al igual que la figura 9, el gráfico 11 nos señala la misma respuesta, la cual es: El género femenino es quien predomina en cuanto a la visita al museo, no obstante en este caso la diferencia entre el grupo femenino y masculino es solamente del 3%.

**Figura 12**

*Rango de edad de los turistas extranjeros del Museo Remigio Crespo*



*Nota:* Mediante la revisión de los registros de los museos, los datos destacan que el rango de edad se sitúa entre los 30 y 64 años.

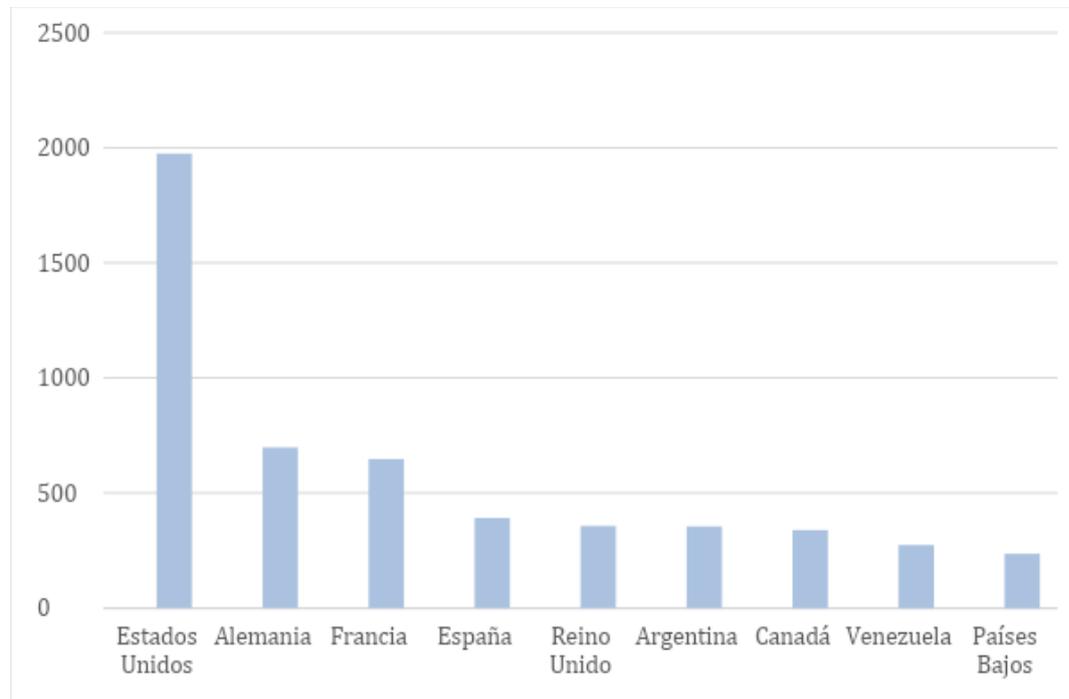
Al museo municipal Remigio Toral Crespo llegan turistas extranjeros cuya edad está comprendida entre los 30 a 64 años en su mayoría, por otro lado los turistas extranjeros cuya edad está entre los 19 a 29 también representan un porcentaje considerable. A esto se añade

que estas personas poseen un nivel de escolaridad de tercer y cuarto nivel. Es decir son personas adultas, con una educación íntegra interesadas por aprender sobre la riqueza patrimonial.

### Museo municipal de arte moderno

**Tabla 4**

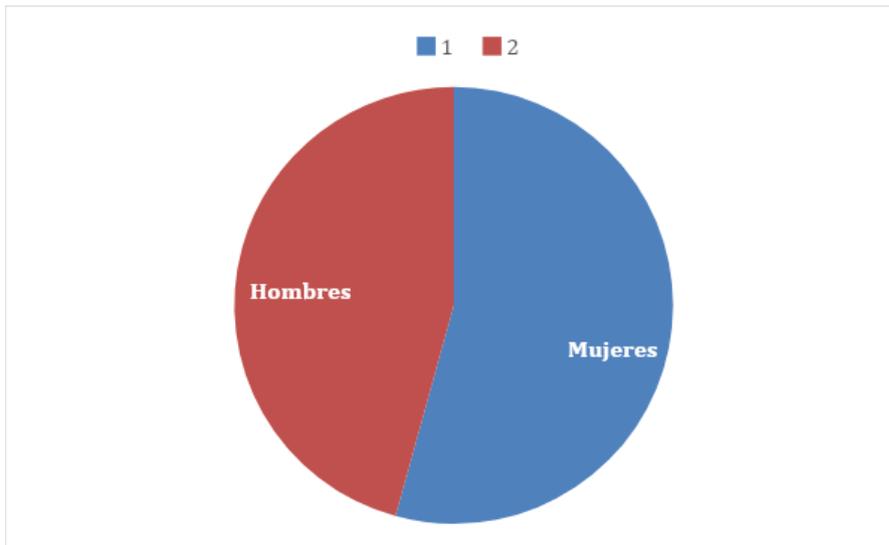
*País de procedencia de los turistas extranjeros en el MMAM año-2019*



*Nota:* a partir de los datos del registro del museo se elaboró una tabla resumen del lugar de procedencia de los turistas durante el año 2019.

Los datos mostrados en la figura muestran que el mayor número de turistas extranjeros que optan por visitar el museo municipal de Arte Moderno provienen de América del Norte seguido de Europa Meridional, Europa Occidental y finalmente América del Sur. Dentro del lugar de procedencia de los museos mencionados con anterioridad y este mantienen a Estados Unidos como su principal consumidor seguido de países europeos como Francia, Alemania y países sudamericanos como Argentina y Colombia. Estos países se siguen manteniendo desde el 2016 hasta el 2019.

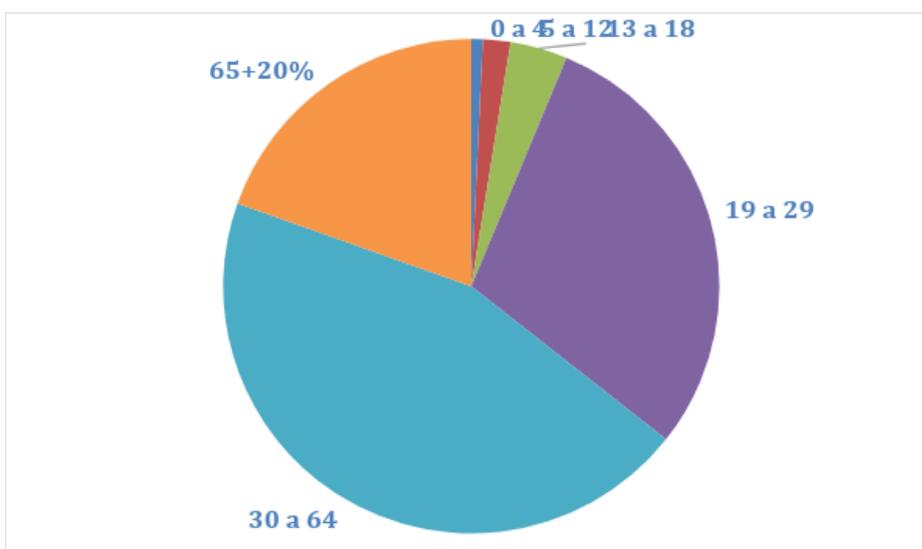
**Figura 13**  
*Género de los turistas extranjeros en el MMAM*



*Nota:* Mediante la revisión de los registros de visitantes del año 2019, se puede observar que las mujeres fueron la mayoría de quienes visitaron el museo.

El género femenino predomina en las visitas al museo, aunque este predominio es relativamente pequeño, ya que las mujeres superan a los hombres solo en un 4%. Esto se debería a que la mayoría de personas que deciden visitar los museos lo realiza en parejas o en familia.

**Figura 14**  
*Rango de edad los turistas extranjeros en el MMAM*



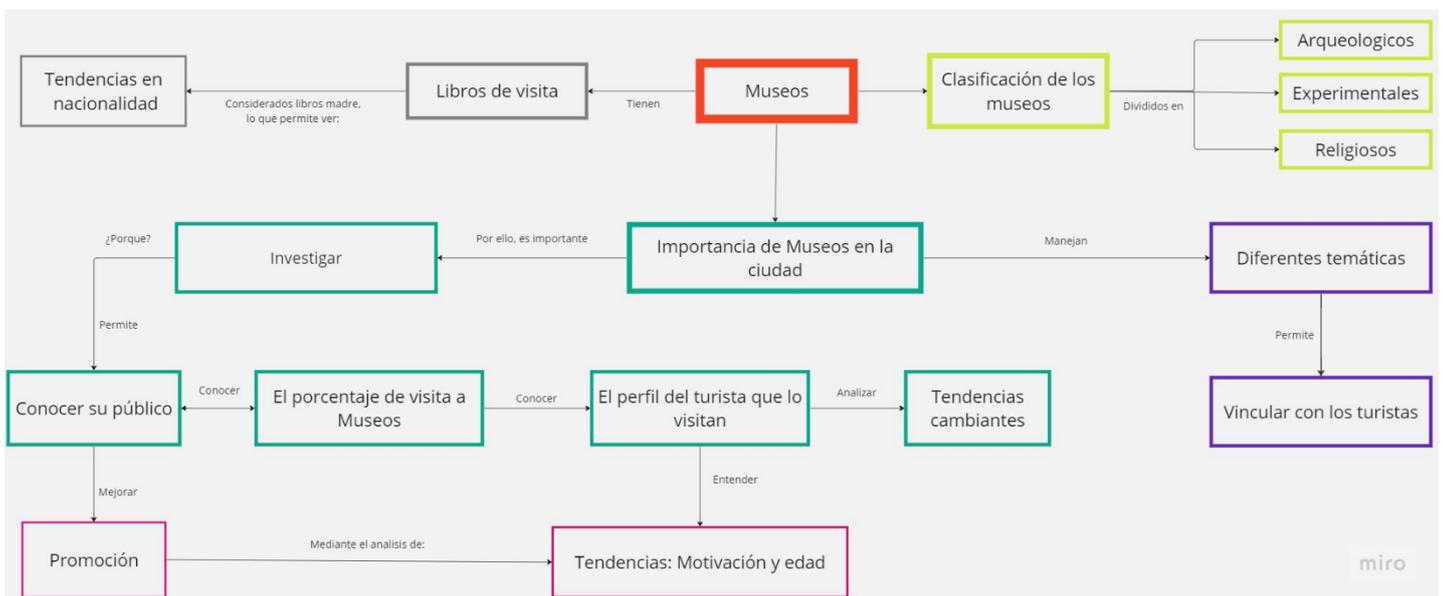
*Nota:* A partir de la revisión de los registros de los museos, se puede apreciar que el rango de edad predominante se encuentra entre 30 a 64 años.

Tal como nos muestra la figura 10, 12 y 14 pertenecientes al museo Pumapungo, Museo municipal Remigio Toral Crespo y Museo de arte moderno en el orden pertinente. El rango de

edad de los turistas extranjeros está comprendido entre los 30 a 64 años en su mayoría, por otro lado los turistas extranjeros cuya edad está entre los 19 a 29 también representan un porcentaje considerable. A esto cabe recalcar que el nivel de escolaridad y el género también se mantienen.

Después de revisar los libros de registros, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con tres de los autores del artículo mencionado anteriormente, de las cuales se obtuvo la siguiente información:

**Figura 15**  
*Antecedentes desde el punto de vista de los autores del artículo*

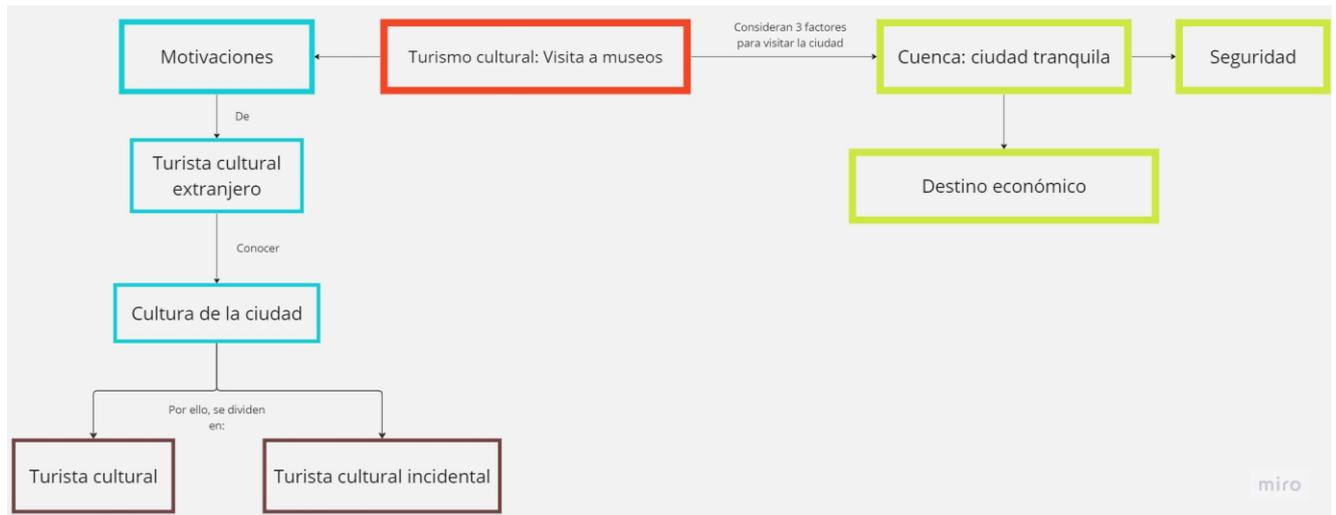


*Nota:* en este figura se presentan los puntos principales que los autores del artículo mencionaron durante la entrevista.

Según se evidencia en la figura, los tres autores resaltaron que, en la ciudad de Cuenca, la visita a museos es una actividad común entre los turistas extranjeros. Por lo tanto, los autores hicieron hincapié en la importancia de que los museos comprendan a su público, en particular el perfil de los turistas que los visitan. Esta comprensión les permite identificar tendencias, como las motivaciones de los visitantes, su edad, nacionalidad, preferencias e incluso mejorar las estrategias de promoción. Es importante reconocer que estas preferencias pueden cambiar con el tiempo, lo que sugiere que las tendencias son cambiantes. Los autores también destacaron que los museos abordan una variedad de temáticas, lo que les permite conectarse de manera efectiva con diferentes tipos de turistas. Además, se destacó el papel fundamental de los libros de registro de los museos, ya que en ellos también se pueden observar diversas tendencias, incluyendo la nacionalidad de los visitantes.

**Figura 16**

*Principales aspectos del turista extranjero antes de la pandemia Covid-19*



*Nota:* características del turista extranjero antes de la pandemia Covid-19.

Uno de los aspectos principales señalados por los autores, es que los turistas extranjeros al visitar los museos, a menudo encuentran en la cultura de la ciudad una de sus principales motivaciones. Esto se divide en dos categorías de turistas: los turistas culturales, que viajan principalmente con fines culturales, y los turistas culturales incidentales, que inicialmente visitan la ciudad por otras razones pero luego participan en actividades culturales, como la visita a museos. Un ejemplo mencionado es que, aunque estos turistas pueden participar en actividades de turismo natural, como visitar Cajas o hacer senderismo, a menudo visitan museos de paso mientras exploran la ciudad. Por otro lado, los turistas extranjeros consideran tres factores importantes en la ciudad de Cuenca: su ambiente tranquilo, su seguridad y un destino económico. Este último factor atrae principalmente a turistas de Estados Unidos y Francia.

**Figura 17**

*El perfil del turista extranjero en la ciudad de Cuenca antes de la pandemia Covid-19*



*Nota:* la figura presenta los datos principales que caracterizan a un turista extranjero antes de la pandemia.

En esta tercera red, se puede apreciar el perfil del turista extranjero antes de la pandemia. Su edad oscilaba entre los 40 y 60 años. La mayoría procedía de Estados Unidos, encabezando la lista de países visitantes, seguidos por Francia, Alemania y Argentina. La mayoría tenían un nivel de educación superior o posgrado. En cuanto al género predominaban las mujeres.

Entre sus actividades culturales, la visita a museos era destacada, siendo el Museo Pumapungo y el Museo de las Culturas Aborígenes uno de los más visitados, con un enfoque en temáticas de arte, históricos, histórico natural, arqueología y precolombina. La duración promedio de su estadía era de 3 a 4 días, y valoraban aspectos como la tranquilidad, lo económico del lugar y, sobre todo, la seguridad, que se destacaba como uno de los aspectos más importantes.

## **Conclusión**

Para concluir, en base a todos los datos anteriormente mencionados se puede determinar lo siguiente: El perfil del turista extranjero que visitó la ciudad de Cuenca durante los años 2016, 2017 y 2018 estuvo conformado por personas provenientes principalmente de América

del Norte, Europa Occidental, Europa Meridional y Sudamérica, su rango de edad estuvo entre los 40 a 92 años y su nivel de escolaridad estuvo entre superior y postgrado. Por otro lado, el perfil del turista extranjero en 2019 estuvo conformado por personas provenientes de América del Norte, Europa y Sudamérica, su rango de edad estuvo entre los 30 a 60 años, su grado de escolaridad fue superior y postgrado y sus razones para elegir a Cuenca como destino fue visitar sus atractivos naturales y atractivos culturales. Como se puede evidenciar tanto en 2016, 2017, 2018 y 2019 se mantienen los lugares de procedencia de los turistas y el nivel de escolaridad, no obstante, en cuanto al rango de edad varia puesto que en 2019 el rango es menor al de los periodos 2016, 2017 y 2018.

Con respecto a los museos involucrados en la investigación del artículo de Avecillas la institución que más visitantes tenía en los años 2016, 2017 y 2018 fue el Museo de las Culturas Aborígenes, a este le sigue el museo del CIDAP y como último tenemos al museo de las Conceptas. Por otro lado, los datos analizados de los registros de visita de los museos seleccionados en esta investigación se pudo determinar que el museo Pumapungo registró un mayor número de visitas en 2019, a este le sigue el museo Remigio Crespo Toral y como último tenemos al museo municipal de Arte Moderno, con respecto al rango de edad la mayoría de turistas extranjeros que llegaban a estos tres museos afirmó tener entre 30 a 60 años y de la misma manera, la mayoría de dichos turistas que visitaron estos museos pertenecen al género femenino. A pesar de la gran diferencia entre las instituciones mencionadas anteriormente y los años de estudio, se pudo delimitar una gran similitud. En todas las instalaciones los países de procedencia del turista extranjero eran los mismos, ya sea en el museo de las culturas aborígenes, el museo del CIDAP y el museo de las concretas desde el 2016 al 2018 como en el museo Pumapungo, museo Municipal Remigio Crespo Toral y el museo Municipal de Arte Moderno recibían a los turistas provenientes de Estados Unidos, Francia, Alemania, Colombia, Argentina y España. El orden variaba dependiendo del periodo, no obstante, dichos países siempre se mantienen entre los 8 principales. En algunos museos se registraba un alto porcentaje de turistas provenientes de Venezuela, sin embargo, estos datos no fueron tomados en cuenta debido a la migración excesiva durante esos años.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. MOTIVACIONES Y PREFERENCIAS DEL TURISTA EXTRANJERO AL MOMENTO DE VISITAR LOS MUSEOS DE CUENCA POST PANDEMIA COVID-19**

#### **Introducción**

En el presente capítulo se conoce el perfil del turista extranjero en los museos de la ciudad de Cuenca post pandemia Covid-19, para ello se procedió a realizar encuestas a una muestra de 437 personas. Esta muestra estuvo conformada por turistas extranjeros que visitaban el museo Municipal de Arte Moderno, el museo Pumapungo y el museo Municipal Remigio Crespo Toral de la ciudad de Cuenca, durante los meses de octubre y noviembre del presente año. Las encuestas se llevaron a cabo dentro de los museos mencionados, habiéndose obtenido previamente los permisos necesarios de las autoridades correspondientes, en un horario de 10:00 horas a 14:00 horas, de martes a sábado, durante el período que abarcó desde el 13 de septiembre hasta el 13 de octubre del presente año. Los resultados fueron tabulados en el programa SPSS versión 25.0 e interpretados en el presente capítulo. Las variables usadas en la encuesta nos permitieron adentrarnos en las características sociodemográficas del turista extranjero, analizar su comportamiento con respecto a la visita a los museos y explorar en profundidad sus preferencias y motivaciones al interactuar con estos espacios culturales. De esta forma, se ha obtenido una visión integral y detallada de la experiencia de los turistas extranjeros en relación con los museos.

#### **3.1 Resultado del análisis del caso de estudio**

Para poder realizar la presente investigación se consideró a los siguientes museos: Museo Municipal de Arte Moderno, Museo Pumapungo y Museo Municipal Remigio Crespo Toral. Esto fue debido a que estos tres museos poseen libros de registro que permitieron dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación.

La muestra utilizada en el marco de la presente investigación estuvo compuesta por 437 turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca después de la pandemia Covid-19, durante los meses de septiembre y octubre de 2023.

A continuación se describirán las características de dicha muestra.

### 3.1.1 Características sociodemográficas de los turistas extranjeros

**Tabla 5**

*Género de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca*

Género	Frecuencia	Porcentaje %
Femenino	179	40,9
Masculino	258	59,1
Total	437	100,0

La tabla proporcionada indica que, según los resultados obtenidos durante el período comprendido entre los meses de septiembre a octubre, hay más turistas masculinos que femeninos en los museos. Esto contrapone con los datos recopilados de los registros de visitas de los museos seleccionados para esta investigación, que mostraban que durante el año 2019, el grupo femenino lideraba en las visitas a los museos. Por lo tanto, se puede deducir que los patrones de viaje han experimentado cambios.

**Tabla 6**

*Edad de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca*

Edad	Frecuencia	Porcentaje %	
Válido	18 a 25 años	82	18,7
	26 a 35 años	149	34,1
	36 a 45 años	55	12,5
	46 a 55 años	50	11,5
	56 a 65 años	47	10,7
	más de 65 años	50	11,5
	Otros	4	1
Total	437	100,0	

En la tabla 6 se observa que durante el período de septiembre-octubre, la visita a los museos está dominada por adultos jóvenes, con un total de 337 encuestados, lo que es significativamente mayor en comparación con los adultos mayores. Esto respalda una vez más el perfil del turista que visita Cuenca de acuerdo al trabajo realizado por el GIER en 2019.

**Tabla 7***Estado civil de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca*

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje %
Soltero/a	263	60,2
Casado/a	111	25,4
Divorciado/a	28	6,4
Viudo/a	5	1,1
Unión libre	30	6,9
Total	437	100,0

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de los turistas que visitan los museos de la ciudad son solteros, lo cual corroboran nuevamente estar en línea con los datos previamente recopilados sobre el perfil de turistas que visitaban los museos antes de la pandemia Covid-19.

**Tabla 8***Nacionalidad de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca*

País de procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Estados Unidos	82	18,6
Francia	45	10,2
Alemania	44	10
España	28	6,3
Reino Unido	27	6,1
Brasil	26	5,9
Países Bajos	25	5,7
Venezuela	21	4,8
Colombia	19	4,3
México	11	2,5

De acuerdo a la tabla 8, se mantiene el flujo de visitantes de América del Norte, especialmente Estados Unidos y luego los países de Francia y Alemania siguen estando en el segundo y tercer lugar, a veces con mayor o menor incidencia. Además, se observa un aumento en el número de visitantes procedentes de países como Reino Unido, Brasil y Países Bajos, que antes de la pandemia Covid-19 tenían un nivel de visita más bajo.

Al comparar los países de procedencia de los turistas extranjeros en los años anteriores a la pandemia de Covid-19 con los países de procedencia después de la pandemia, se puede concluir que las tendencias emergentes son Reino Unido, Países Bajos, México y Brasil. Por otro lado, los países que menos visita la ciudad son Argentina, Perú y Canadá. Es importante destacar que, a diferencia del estudio anterior realizado por AVECILLAS, esta investigación incluye a Venezuela en la interpretación de los datos, lo que aporta una perspectiva más completa y precisa sobre la procedencia de los turistas extranjeros en la ciudad, no obstante, se recomienda realizar otro análisis más profundo sobre la situación migratoria de este país para futuras investigaciones.

**Tabla 9**

*Lugar de procedencia de los turistas extranjeros aplicado a cada museo*

Nacionalidad (país de procedencia)	Museo Municipal de Arte Moderno	Porcentaje	Nacionalidad (país de procedencia)	Museo Municipal Remigio Crespo	Porcentaje	Nacionalidad (país de procedencia)	Museo Pumapungo	Porcentaje
Estados Unidos	21	17,2%	Estados Unidos	10	9,8%	Estados Unidos	51	23,9%
Alemania	17	13,93%	Venezuela	10	9,8%	Francia	25	11,7%
Francia	14	11,5%	España	9	8,8%	Alemania	21	13,93%
España	7	5,7%	Brasil	8	7,8%	Reino Unido	18	8,5%
Colombia	7	5,7%	Francia	6	5,9%	Países Bajos	17	8,0%
Brasil	6	4,9%	Alemania	6	5,9%	Brasil	12	5,6%
Argentina	5	4,10%	Colombia	5	4,9%	España	12	5,6%
México	5	4,1%	Perú	5	4,9%	Colombia	7	3,3%
Reino Unido	5	4,1%	China	5	4,9%	Venezuela	6	2,8%
Venezuela	5	4,1%	Argentina	4	3,9%	Dinamarca	5	2,3%

Como se puede diferenciar en la tabla 9, las diez principales nacionalidades en cada museo varían, sin embargo, las que se mantienen dentro de los tres museos son Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Colombia, Brasil y Venezuela. Sin embargo, se pueden notar algunas tendencias emergentes dentro de los museos, tales como Reino Unido, Países Bajos, China y Dinamarca. Estos países no solían visitar en gran medida a los museos de la ciudad en el 2019, según la información levantada sobre los registros de visita pertenecientes a cada museo.

**Tabla 10**

Nivel de escolaridad de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca

Nivel de escolaridad	Frecuencia	Porcentaje %
Primaria	3	0,7
Secundaria	33	7,6
Bachillerato	85	19,4
Tercer Nivel	134	30,7
Postgrado	174	39,9
Otros	7	1,7
Total	437	100,0

La tabla 10 muestra que después de la pandemia, la mayoría de los turistas extranjeros que visitan los museos de la ciudad tienen un nivel de escolaridad de cuarto nivel (posgrado) y tercer nivel. Estos resultados obtenidos coinciden con el nivel de escolaridad en años anteriores a la pandemia, donde estos dos niveles siempre se encontraban en primer y segundo lugar, respectivamente, o viceversa. Esto sugiere que los turistas que visitan la ciudad tienen expectativas elevadas en cuanto a la calidad de los productos turísticos que consumen.

**Tabla 11**

Ocupación de los turistas extranjeros que visitaron los museos de Cuenca

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje %
Negocio Propio	62	14,2
Trabajador Público	55	12,6
Empleado Privado	205	46,9
Estudiante	58	13,3
Jubilado	57	13,0
Total	437	100,0

En la tabla 11 es relevante destacar que los turistas extranjeros que visitan los museos de la ciudad de Cuenca y poseen estudios de tercer y cuarto nivel, en su mayoría desempeñan trabajos en el sector privado. Por otro lado, los turistas extranjeros que desempeñan sus trabajos dentro del sector público y jubilados son el grupo que muestra menor interés en visitar los museos de la ciudad.

**Tabla 12**  
*Visita por primera vez a la ciudad de Cuenca*

	Frecuencia	Porcentaje
¿Es su primera vez visitando Cuenca, Ecuador?		
Sí	361	82,6
No	76	17,4
Total	437	100,0

Se evidencia que los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca por primera vez tienen una alta valoración de los museos al momento de la visita, por lo tanto se trata de un turismo de tipo cultural.

**Tabla 13**  
*Repetición de visita de turistas extranjeros en Cuenca*

	Frecuencia	Porcentaje %
Si su respuesta es no, indique cuántas veces usted ha visitado Cuenca, Ecuador		
1	5	6,6
2	23	30,3
3	15	19,7
4	8	10,5
5	5	6,6
Más de 6	20	26,3
Total	76	100,0

Según la tabla, se puede observar que el 10% de las personas que han visitado Cuenca con anterioridad deciden repetir la visita y que optan por visitar los museos de la ciudad.

**Tabla 14**  
*Personas que viajan con los turistas extranjeros que realizaron la encuesta*

	Frecuencia	Porcentaje
¿Con quienes realiza el viaje?		
En familia	50	11,5
En Pareja	171	39,1
Con amigos	105	24,0
Solo	86	19,7
Otros	25	5,7
Total	441	100,0

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor cantidad de personas que visitan los museos lo hacen en parejas y con amigos, a pesar de que cuando se identifican como solteros la razón por la que aparece el tema de “parejas” es que no consideran estar en una relación

estable. Este fenómeno podría estar relacionado con el temor al compromiso que caracteriza a las nuevas generaciones. En un artículo publicado por Keppler (2018), en la revista VICE, se menciona la creciente preferencia de las personas por evitar el matrimonio y centrarse más en su desarrollo personal y profesional. Esto se evidencia aún más en la imagen anterior, puesto que la mayoría de encuestados posee un nivel académico elevado. Esta tendencia según el artículo mencionado con anterioridad es especialmente marcada entre los estadounidenses, lo cual también se afirmó puesto que la mayoría de encuestados son provenientes de América del Norte.

### 3.1.2 Motivaciones y preferencias de los turistas extranjeros

**Tabla 15**

*Motivación de los turistas extranjeros que visitan museos en la ciudad de Cuenca*

<i>¿Cuál es el motivo por el cual usted decidió visitar la ciudad de Cuenca?</i>	Frecuencia	Porcentaje %
Ocio y Diversión	161	36,9
Naturaleza y Aventura	109	24,9
Negocios	11	2,5
Educación – Cultura	136	31,1
Otros	20	4,6
Total	437	100,0

De la tabla 15 se puede concluir que debido al rango de edad de los turistas extranjeros, que está comprendido entre los 18 y 55 años, categorizados como "adultos jóvenes", y a sus condiciones de viaje en pareja y con amigos, se puede afirmar que sus principales motivaciones al visitar los museos son el deseo de conocer y tener una experiencia de ocio y diversión. De las 10 nacionalidades principales de los turistas extranjeros, los turistas de Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido, España, México y Colombia visitan la ciudad de Cuenca por motivo de ocio y diversión. Por otro lado, Francia, Brasil y Venezuela son quienes visitan la ciudad por motivo de Educación y Cultura.

**Tabla 16**  
*Cambios en el comportamiento de visita a museos Post-Pandemia Covid-19*

	Frecuencia	Porcentaje
¿Ha cambiado su comportamiento con respecto a la visita a museos después de la pandemia?		
Visito más museos que antes	86	19,7
Visito menos museos que antes	19	4,4
Mi comportamiento no ha cambiado	332	75,9
Total	437	100,0

La tabla 16 muestra que la tendencia de visita a los museos por parte de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca se ha mantenido. Esto lleva a la conclusión de que los 3 museos seleccionados para la presente investigación no han experimentado una disminución en el número de visitantes extranjeros después de la pandemia de Covid-19. Los turistas siguen interesados en participar en esta actividad cultural, lo que indica que su comportamiento no ha cambiado.

**Tabla 17**  
*Principales motivaciones que tienen los turistas extranjeros para visitar los museos*

¿Cuáles son las principales motivaciones que usted considera para visitar un museo?		Respuestas	
		N	Porcentaje %
Principales motivaciones Museo	Descubrimiento Cultural y Educación	352	51,5
	Desarrollo Personal y Autodescubrimiento	145	21,2
	Búsqueda de Inspiración	65	9,5
	Conexión Emocional	65	9,5
	Fotografía	47	6,9
	Motivo de logro	5	0,7
	Otros	5	0,7
Total	684	100,0	

El comportamiento constante de los turistas extranjeros con respecto a la visita a museos se puede atribuir a dos factores motivacionales importantes: el descubrimiento cultural y la educación y el desarrollo personal y el autodescubrimiento. Esto resalta que los turistas buscan enriquecer su comprensión de la cultura local y al mismo tiempo aprender sobre sí mismos y fomentar su desarrollo personal a través de las visitas a los museos.

**Tabla 18**  
*Preferencia en el tipo de museo*

¿Qué tipo de museo prefiere visitar?	Frecuencia	Porcentaje
Arte	151	34,2
Históricos	94	21,3
Histórico Natural	87	19,7
Etnografía y folklore	45	10,2
Museos de las ciencias y las técnicas	25	5,7
Otros	24	5,4
Ciencias Sociales y Servicios Sociales	9	2,0
Museo de comercio y de comunicaciones	2	,5
Total	437	99,1
Total	441	100,0

La tabla 18 revela las preferencias de los turistas extranjeros en lo que respecta al tipo de museos que prefieren visitar. La mayoría de los encuestados mostraron un interés particular por los museos de arte e históricos. Estas preferencias en cuanto a los museos coinciden con las características de los museos seleccionados para esta investigación, ya que estos tres espacios albergan una infraestructura con gran riqueza histórica y exhiben varias obras de arte.

**Tabla 19***Visitas y futuras visitas de los turistas extranjeros durante su estadía en Cuenca*

¿Qué museos ha visitado o planea visitar durante su estancia?		N	Porcentaje %
Museos Visitados o que planea Visitar	Museo Pumapungo	349	32,4
	Museo de Arte moderno	193	17,9
	Museo Municipal Remigio Crespo	135	12,5
	Museo del sombrero de paja toquilla	105	9,7
	Museo Catedral Vieja	100	9,3
	Museo de las culturas aborígenes	75	7,0
	Museo de la Ciudad	52	4,8
	Museo de las Conceptas	33	3,1
	Museo de la medicina	29	2,7
	Otros	6	0,6
Total		1077	100,0

La tabla 19 proporciona información valiosa sobre los museos que despiertan un mayor interés en los turistas extranjeros. Del número total de la muestra más de la mitad afirmaron haber visitado el museo Pumapungo o tener planeado visitarlo. El museo de Arte Moderno, el museo Municipal Remigio Crespo T, museo del sombrero de Paja Toquilla y el Museo Catedral Vieja también poseen un flujo considerable de turistas extranjeros, esto se debe a que todos los museos anteriormente mencionados poseen Historia y Arte. Al poseer estos dos factores el turista extranjero puede enriquecer su conocimiento cultural y aprender sobre sí mismo. Por otro lado, los museos de la Medicina y el Museo de las Conceptas reciben menos visitas, ya que no parecen estar entre las preferencias de los turistas extranjeros.

**Tabla 20**  
*Medios de descubrimiento de los museos visitados por los turistas extranjeros*

¿Cómo se llegó a enterar de los museos que tiene Cuenca?		Museo			Total
		Museo Municipal de Arte Moderno	Museo Pumapungo	Museo Municipal Remigio Crespo	
¿Cómo se llegó a enterar de los museos que tiene Cuenca?	Redes Sociales	7	22	8	37
		5,7%	10,3%	7,8%	8,5%
	Buscador Google	29	68	20	117
		23,8%	31,9%	19,6%	26,8%
	Recomendaciones (familiares o amigos)	26	28	19	73
		21,3%	13,1%	18,6%	16,7%
	Noticias	0	2	0	2
		0,0%	0,9%	0,0%	0,5%
	Propagandas turísticas	17	15	2	34
		13,9%	7,0%	2,0%	7,8%
	Centros de información turística	3	11	5	19
		2,5%	5,2%	4,9%	4,3%
Experiencia Previa	2	9	4	15	
	1,6%	4,2%	3,9%	3,4%	
Medios Locales (Restaurantes, Hoteles, Comercios)	8	13	11	32	
	6,6%	6,1%	10,8%	7,3%	
Blogs turísticos y foros de viajeros	18	32	5	55	
	14,8%	15,0%	4,9%	12,6%	
Otros	12	13	28	53	
	9,8%	6,1%	27,5%	12,1%	
Total 100%		122	213	102	437

Los resultados obtenidos indican que la mayoría de las personas encuestadas utilizan el motor de búsqueda Google como su principal fuente de información para investigar sobre los museos seleccionados para esta investigación. En segundo lugar, están las recomendaciones de familiares y amigos, así como los blogs turísticos y foros de viajeros. En cambio, se observa un menor uso de las noticias, la experiencia previa y los centros de información turística.

Resulta llamativo que las redes sociales tengan un bajo porcentaje de uso, a pesar de ser un medio muy utilizado en la actualidad. Esto sugiere que Cuenca debería mejorar su presencia y promoción de los museos en plataformas de redes sociales para atraer a más visitantes. Un dato adicional importante es que, aunque en los museos de Arte Moderno y Pumapungo el buscador de Google es la principal fuente de información, existe una diferencia en el caso del Museo Municipal Remigio Crespo Toral. La mayoría de los turistas extranjeros que visitaron este museo mencionaron que no utilizaron ningún medio en particular para informarse sobre el museo. Su visita se produjo por coincidencia, posiblemente mientras caminaban por la calle Larga, que es una de las calles más famosas de la ciudad.

**Tabla 21**

*Nivel de satisfacción de la experiencia que los turistas extranjeros tuvieron dentro de cada Museo: Media, desviación estándar y mediana*

Hasta este momento, una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría su experiencia en los museos de Cuenca? (1 = Muy insatisfactorio, 5 = Muy satisfactorio)

Museo	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación	Mediana
Museo Municipal de Arte Moderno	122	1	5	4,37	,752	,565
Museo Pumapungo	213	1	5	4,39	,717	,514
Museo Municipal Remigio Crespo	102	3	5	4,63	,544	,295

La Tabla 21 revela que, aunque el Museo Pumapungo lidera en número de visitas, es el Museo Remigio Crespo Toral el que presenta un mayor índice de satisfacción. Esto se evidencia mediante la desviación estándar, la cual indica una menor dispersión de datos.

**Tabla 22**

*Nivel de satisfacción de la experiencia que los turistas extranjeros tuvieron dentro de cada Museo*

¿Cómo calificaría su experiencia en los museos de Cuenca?	Museo			Total
	Museo Municipal de Arte Moderno	Museo Pumapungo	Museo Municipal Remigio Crespo	
Hasta este momento, una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría su experiencia en los museos de Cuenca? (1 = Muy insatisfactorio, 5 = Muy satisfactorio)				
Muy Insatisfactorio	1 0,8%	1 0,5%	0 0,0%	2 0,5%
Poco Satisfactorio	1 0,8%	2 0,9%	0 0,0%	3 0,7%
Neutral	11 9,0%	17 8,0%	3 2,9%	31 7,1%
Satisfecho	48 39,3%	85 39,9%	32 31,4%	165 37,8%
Totalmente Satisfactorio	61 50,0%	108 50,7%	67 65,7%	236 54,0%
Total 100%	122	213	102	437

En la tabla 22 se ofrece información sobre el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros al terminar su recorrido dentro del museo. Los turistas que llegaron al museo municipal Remigio Crespo Total por casualidad, son quienes más satisfechos se encuentran con su visita y los turistas extranjeros que menos satisfechos se encuentran con su visita, son quienes visitaron el museo municipal de Arte Moderno. Los turistas que aseguraron tener una muy buena experiencia pertenecen al género masculino y provienen principalmente de Estados Unidos, Colombia y Venezuela.

**Tabla 23**  
*Recomendaciones de los turistas extranjeros a cada museo*

¿Qué recomendaciones daría para mejorar su experiencia en la visita?		Museo			Total
		Museo Municipal de Arte Moderno	Museo Pumapungo	Museo Municipal Remigio Crespo	
Recomendaciones para el Museo	Medidas de seguridad	1 0,8%	5 2,4%	1 1,0%	7
	Variedad de exposiciones	31 25,4%	15 7,1%	2 2,0%	48
	Visitas guiadas	37 30,3%	65 30,8%	19 18,6%	121
	Implementación de audioguías	34 27,9%	60 28,4%	12 11,8%	106
	Actividades interactivas	20 16,4%	53 25,1%	8 7,8%	81
	Diseño y ambiente	10 8,2%	11 5,2%	2 2,0%	23
	Accesibilidad	6 4,9%	8 3,8%	4 3,9%	18
	Contenido Educativo	11 9,0%	25 11,8%	8 7,8%	44
	Programas y eventos	21 17,2%	15 7,1%	5 4,9%	41
	Mejorar la atención al cliente	0 0,0%	3 1,4%	0 0,0%	3
	Otros	27 22,1%	79 37,4%	56 54,9%	162
Total		122	211	102	435

A pesar de que los turistas extranjeros han tenido experiencias muy satisfactorias en los museos, han identificado algunas áreas en las que consideran que estos espacios deben mejorar. Los turistas extranjeros dentro del museo de Arte Moderno mencionan que se debería empezar a manejar las visitas guiadas o de no ser posible se recurra a la implementación de audioguías, también mencionan la importancia que el museo debe darle a las exposiciones variadas e información pertinente a cada obra. Esto les permitirá enriquecer su conocimiento pues desean una experiencia más informativa y que les permita conectar con la cultura local. Las

recomendaciones para el museo Pumapungo se centraron en la implementación de más idiomas, la mejora en la información para que esta sea más educativa y cronológica. También recomiendan que se implementen las visitas guiadas o audioguías, pues consideran que es un espacio muy interesante, pero es abrumador el no saber cómo recorrerlo. Por último recomiendan que se realicen más actividades interactivas, ya que el museo posee de espacios para realizar dichas actividades que mejorarían su experiencia. Las recomendaciones para el museo municipal Remigio Crespo en primera instancia está la implementación de más idiomas para poder comprender de mejor manera las exhibiciones, implementar visitas guiadas pues la mayoría tiene la percepción de que este es un espacio muy amplio y posee gran riqueza histórica que podría ser mejor apreciada a través de un buen guía.

Las recomendaciones menos mencionadas dentro de los tres museos fueron mejorar la atención al cliente y aplicar más medidas de seguridad demostrando que el espacio que ofrecen los museos hace que el turista se sienta seguro y cómodo. En conclusión se podría decir que los turistas extranjeros valoran su experiencia dentro de los museos, pero son conscientes de las necesidades que estos espacios tienen, como la falta de visitas guiadas o audioguías, la falta de información en otros idiomas, mala calidad de información y pocas actividades interactivas dentro de los museos. Las recomendaciones anteriormente mencionadas ayudarán a que las autoridades piensen en cómo enriquecer la experiencia del visitante, con el fin de mejorar la apreciación de la cultura y el arte local.

## Conclusión

En conclusión el perfil del turista extranjero que visita los museos de la ciudad de Cuenca post pandemia Covid-19 se compuso principalmente por personas del género masculino, son adultos jóvenes de 18 a 55 años de edad, de estado civil soltero, su procedencia es principalmente de Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Colombia y Venezuela, su nivel de estudio es de tercer y cuarto nivel y se desempeñan dentro del sector privado. Los turistas extranjeros tienen una alta valoración cultural, viajan en pareja y con amigos y el motivo principal de su viaje a la ciudad es por el deseo de conocer y tener una experiencia de ocio y diversión.

Con respecto a los museos, los turistas extranjeros no han cambiado su comportamiento en cuanto a la visita de estos espacios culturales, asegurando que visitan el mismo número de museos que en años previos a la pandemia Covid-19, pues consideran que los museos le dan la oportunidad de ampliar su conocimiento sobre la cultura del lugar y desarrollar su crecimiento personal. Prefieren visitar museos de arte e históricos, es por ello, que entre los museos que más visitas reciben son; museo Pumapungo, museo Municipal de Arte Moderno, museo Municipal Remigio Crespo T, Museo del Sombrero de Paja Toquilla y el museo Catedral Vieja. En cuanto a la experiencia en los museos, los turistas extranjeros expresaron una gran satisfacción. Sin embargo, también observaron áreas de mejora en los museos y han proporcionado recomendaciones clave para enriquecer la experiencia de los visitantes. Estas sugerencias incluyen; implementación de visitas guiadas o audioguías, presentación de información cronológica, relevante y disponible en varios idiomas y el incremento de actividades interactivas, esto con el fin de potenciar la experiencia de los visitantes.

Todos estos datos nos permitieron tener una visión integral del perfil del turista extranjero que visitan los museos de la ciudad después de la pandemia Covid-19 y de este modo, poder cumplir con el segundo objetivo de la investigación el cual es el conocer los datos sociodemográficos, las motivaciones y preferencias de los turistas extranjeros que visitan los museos después de la pandemia Covid-19. La variable que presentó limitaciones al momento de la interpretación es la edad, para mejorar esto se recomienda a futuras investigaciones no establecer rangos de edad, por el contrario, se debe preguntar la edad exacta de los turistas para poder obtener la media, mediana y moda además de tener la posibilidad de establecer un rango más exacto. Por último, es fundamental tener en cuenta la elección de los meses para llevar a cabo las encuestas, ya que septiembre y octubre no son meses de alta afluencia de turistas

extranjeros. Esto explica por qué la recolección de encuestas resultó difícil especialmente en el Museo Municipal Remigio Crespo Toral. Como recomendación, se sugiere realizar las encuestas en los meses que tengan una mayor afluencia de turistas extranjeros.

## **CAPÍTULO 4**

### **4. PROPUESTA PARA LA SOCIALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DEL ESTUDIO CON LOS ACTORES INVOLUCRADOS**

#### **Introducción**

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos en la socialización de la presente investigación, realizada en un evento que tuvo lugar el 13 de noviembre en la Universidad del Azuay, Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas a las 17h00. Para este proceso se contó con la participación de los representantes de los museos: Museo Pumapungo, Museo Municipal de Arte Moderno y Museo Municipal Remigio Crespo Toral, así como también con otros actores del sector turístico. El evento tuvo una duración de aproximadamente una hora y contó con la participación de once personas. Durante el mismo, se intercambiaron diversos puntos de vista de los asistentes frente al tema, corroborando la pertinencia e importancia del mismo.

#### **4.1 Presentación de los resultados obtenidos a los gestores culturales vinculados con los museos participantes en la presente investigación y otros actores involucrados**

Uno de los objetivos fundamentales de la investigación fue compartir y socializar los resultados obtenidos con los representantes de los museos participantes, así como también con otros actores del sector turístico. Este proceso se realizó con la finalidad de que los gestores de los museos mencionados conozcan el tipo de público que reciben en sus establecimientos y de esta manera se facilite la toma de decisiones para mejorar la experiencia de los visitantes. Además de ayudar a contribuir con el desarrollo continuo de la planificación estratégica dentro de los museos.

En el evento de socialización mencionado, en un primer momento se entregó un folleto impreso que contenía la información resumida del trabajo y se procedió a exponer los hallazgos mediante una presentación oral por parte de las autoras. Esta socialización se complementó con un informe digital que fue enviado vía correo electrónico, en el cual se detallaron los resultados obtenidos del perfil del turista extranjero, sus preferencias, motivaciones y las recomendaciones que dejan a los museos para mejorar la experiencia durante su estadía.

**Figura 18**  
Folleto utilizado en la socialización reverso

### SOBRE EL PROYECTO

La importancia del presente trabajo de investigación es esencial para adaptarse a las circunstancias cambiantes, garantizar la seguridad de los visitantes, mejorar la experiencia y maximizar el impacto económico.

En la ejecución de este proyecto, llevamos a cabo encuestas dirigidas a turistas mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple. Este método nos permitió obtener una muestra de la población de turistas, maximizando la variabilidad y asegurando resultados más generalizables.

La información recopilada a través de las encuestas se procesó y analizó utilizando el sistema SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Este enfoque analítico proporciona una evaluación cuantitativa rigurosa de los datos, permitiéndonos identificar patrones, tendencias y relaciones significativas en el perfil del turista extranjero que visita los museos durante la pandemia de COVID-19.



### CONCLUSIONES

El presente proyecto destaca la necesidad de realizar una colaboración entre los museos, las asociaciones y las autoridades en el sector turístico. Esto debido a que es fundamental comprender de manera integral las necesidades, motivaciones y percepción del turista para poder ofrecer productos y experiencias culturales de alta calidad. Solo así seremos capaces de promover un enriquecimiento cultural inolvidable en nuestra ciudad.

✉ [hildayunga@es.uazuay.edu.ec](mailto:hildayunga@es.uazuay.edu.ec)  
[Mejia@es.uazuay.edu.ec](mailto:Mejia@es.uazuay.edu.ec)



### ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE CUENCA POST-PANDEMIA COVID-19



**Figura 19**  
Folleto utilizado en la socialización anverso

### RECOMENDACIONES

La principal limitación de esta investigación radica en el tiempo limitado para la recolección de encuestas. La restricción temporal impediría ciertas limitaciones en la cantidad y profundidad de los datos recopilados, lo que podría influir en la exhaustividad y representatividad de los resultados.

Se recomienda ampliar el tiempo de recolección de encuestas para futuras investigaciones; con énfasis en incluir los meses de mayor afluencia de turistas extranjeros. Esta medida permitirá una captura más completa de las experiencias de los visitantes, ofreciendo datos más representativos y detallados.

### SOBRE LOS MUSEOS

Medios de descubrimiento

- Museo Pumapungo  
Buscador Google, Blogs turísticos
- Museo Municipal de Arte Moderno  
Buscador Google, recomendaciones
- Museo Municipal Remigio Crespo T Casualidad, Buscador Google

El nivel de satisfacción es alto dentro de los tres museos, no obstante se dieron las siguientes recomendaciones:

Museo Pumapungo

- Implementación de más idiomas
- Información educativa
- Actividades interactivas y audioguías

Museo Municipal de Arte Moderno

- Visitas Guiadas
- exposiciones variadas

Museo Municipal Remigio Crespo T

- Implementación de más idiomas
- Visitas guiadas



### VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS

- Turistas masculinos
- Adultos jóvenes
- Solteros
- Provenientes principalmente de EEUU, Francia y Alemania
- Nivel de escolaridad de tercer y cuarto nivel
- Viajan en pareja y con amigos
- Motivación: ocio, diversión, cultura y educación

### MOTIVACIONES Y PREFERENCIAS

- El turista extranjero siente una gran apreciación por la cultura
- Sus motivaciones para visitar un museo son descubrimiento cultural, desarrollo personal y autodescubrimiento
- El tipo de museos en los que se encuentran interesados son los de Arte e Históricas

Para este evento asistieron representantes de las siguientes instituciones:

- Complejo Arqueológico Todos Santos
- Docentes de la Universidad del Azuay
- Ministerio de Turismo (MINTUR) DZ6
- Museo del Sombrero de la Paja Toquilla
- Museo Municipal Arte Moderno
- Museo Municipal Remigio Crespo Toral
- Museo y Parque Arqueológico Pumapungo
- Corporación de Guías Turísticos del Azuay
- Estudiantes de la Universidad del Azuay

En el transcurso del evento, se establecieron diversas opiniones que brindaron una visión valiosa de cada participante. Estas conversaciones abordaron estrategias para mejorar la experiencia de los turistas extranjeros, basándose en las recomendaciones obtenidas de las encuestas. así como conocer el perfil y el tipo de público de cada establecimiento.

Los puntos destacados de la reunión fueron:

La relevancia de conocer el perfil de los visitantes en los museos, ya que se considera esencial para la toma de decisiones, especialmente aquellas orientadas a mejorar la experiencia de los turistas. Además se destacó que los museos son considerados como una puerta para conocer realmente el valor de una ciudad o de un territorio.

Por otra parte se rescató la importancia de elementos complementarios a los museos tales como: el paisaje, el entorno cultural y urbano, etc., los cuáles podrían dar lugar a la creación de nuevos productos de interés para los turistas.

Además, dentro del análisis que se realizó en la reunión se puso énfasis en la posibilidad de trabajar de manera colaborativa, a través de la red de museos y acuerdos institucionales como la asociación de guías del Azuay, el Ministerio de Turismo, operadoras turísticas, etc., de manera que esto permita crear una experiencia más enriquecedora para los turistas que los visitan, ya sea proporcionando guías cuando sea necesario o considerando la implementación de audioguías, una opción que también se discutió durante la reunión.

Adicionalmente de acuerdo a distintos puntos de vista de los actores se evidencia una falta de colaboración entre los museos. De ahí la importancia de reactivar la red de museos y generar acuerdos con otras instancias para poder desarrollar mejor la experiencia de los visitantes. Por otra parte, se tiene la intención de crear una ruta de museos para que el recorrido por la ciudad incluya más espacios culturales.

También se enfatizó la importancia de que los museos sean más proactivos para atraer a un mayor número de visitantes y mejoren sus estrategias de promoción y uso de redes.

Una de las falencias que fueron debatidas dentro de la socialización es la falta de información sistematizada que permita tener una guianza adecuada. A pesar de las interesantes exhibiciones en los museos, el proceso de interpretación no es adecuado debido a la falta de elementos como tecnología para interpretar la información y traducciones a varios idiomas. Por lo tanto, se recomienda que los museos mejoren los guiones, la interpretación y la tecnología para optimizar la experiencia de los visitantes.

**Figura 20**

*Reunión con los actores involucrados*



**Figura 21**  
*Debate de diferentes estrategias*



**Figura 22**  
*Parte final de la socialización*



*Nota:* participantes en la socialización

## **Conclusión**

Como conclusión del presente capítulo se puede expresar que es necesario una mejor interacción entre los sectores público y privado, relacionados a los museos y a la actividad cultural de Cuenca. Asimismo se evidencia la necesidad de fortalecer las instituciones como la red de museos y la participación de la ICOM. Este espacio de interacción con los representantes de los museos, autoridades del sector turístico, docentes y alumnos de la Universidad del Azuay fue productivo y corroboró la necesidad de discutir ciertos temas de gestión turística y cultural, intercambiar ideas, estructurar nuevas propuestas y estrategias que contribuyan a posicionar a la ciudad de Cuenca como un destino turístico destacado, particularmente enfocándose en los museos como atractivos relevantes para los turistas extranjeros que estén interesados en profundizar su conocimiento sobre la cultura local, la historia y las costumbres.

## **CAPITULO 5**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La visita a museos es una de las actividades que realizan los turistas al visitar la ciudad de Cuenca, pues buscan en estos espacios una forma de conectar con la cultura local, aprender y conocer su historia. Es entonces que al finalizar con la presente investigación se concluyó que a través de la exploración de las variables sociodemográficas, motivaciones, preferencias y recomendaciones del turista extranjero se logró obtener una visión integral del perfil de dichos visitantes y de su comportamiento dentro de estas instituciones.

El primer y segundo objetivo de este estudio sirvieron como base para identificar los patrones sociodemográficos de los turistas extranjeros que visitaban los museos antes y después de la pandemia. Estos datos revelaron similitudes en cuanto a variables como: edad, nivel de escolaridad, nacionalidad. De manera que en términos de datos sociodemográficos, no se observaron cambios significativos en el perfil de los turistas extranjeros que visitan los museos de la ciudad de Cuenca. Por otro lado, el análisis profundo de las motivaciones y preferencias de los turistas extranjeros después de la pandemia revelan razones interesantes por las cuales estos visitantes optan por ir a los museos de la ciudad de Cuenca durante su estadía. Motivaciones como el interés por el descubrimiento cultural o la preferencia por actividades que aporten a un desarrollo personal y autodescubrimiento, son las que más sobresalen.

Por otra parte, los resultados también demostraron que el comportamiento referente a la visita a museos no ha cambiado con respecto a la pandemia, y que la satisfacción de los visitantes dentro de los museos es muy positiva, no obstante, los turistas dejaron algunas recomendaciones que de ser tomadas en cuenta, mejorarían su experiencia considerablemente. Estos hallazgos permitirán a los representantes de los museos y demás autoridades dentro del sector turístico ajustar estrategias y desarrollar productos y servicios que satisfaga los intereses y expectativas del turista extranjero.

La interpretación de los resultados obtenidos fue complementada con la socialización de dichos hallazgos, lo cual permitió cumplir con el tercer objetivo de la investigación. Durante la interacción entre representantes de museos, asociaciones y entes se pudo determinar algunas razones que explican el comportamiento de los turistas extranjeros. Por ejemplo, se observó que el bajo nivel de visitas en algunos museos podría estar vinculado a la falta de colaboración entre instituciones. Otro punto a resaltar durante la reunión fue la importancia de la

colaboración entre museos. Esta cooperación permitirá compartir información para que los turistas extranjeros tengan conocimiento sobre todos los museos de la ciudad, eventos y demás. La socialización no solo se centró en presentar resultados, también busco brindar un espacio para que los participantes puedan dar sus aportes y perspectivas con respecto a los hallazgos y conclusiones generadas a partir de la investigación. Este intercambio de ideas ayudó a fomentar el diálogo constructivo entre actores del sector turístico y a enriquecer y fortalecer el presente estudio.

Reconociendo la importancia de esta investigación, resulta esencial mencionar cuales fueron las limitaciones identificadas en la presente estudio. El perfil del turista tiene una naturaleza dinámica, es decir, es cambiante por ello se hace énfasis que para poder tener información verídica sobre el perfil del turista extranjero, se deben realizar investigaciones continuas y siempre enfocadas a lo que se desea conocer. Otra limitante fue el tiempo para realizar la recolección de información debido a que el proceso académica en la universidad debe regirse a ciertos plazos. Las cifras de turistas extranjeros que llegaron a los museos correspondientes fueron muy elevadas con respecto a años posteriores es por ello que para poder obtener una muestra más representativa, hubiese sido pertinente ampliar el tiempo de recolección de datos.

En conclusión los datos presentados sirven como punto de partida para la mejora de servicios y productos, el mejor uso de recursos y la búsqueda de una colaboración no solo entre museos sino entre todas las personas que conforman al sector turístico. En este sentido consideramos que es vital comprender de manera transversal las necesidades, motivaciones y preferencias del turista extranjero y así poder mejorar constantemente y ofrecer una experiencia cultural de calidad. De este modo la ciudad de Cuenca será capaz de promover un enriquecimiento cultural inolvidable dentro de su territorio.

## **Discusiones**

En las discusiones se puede mencionar el leve cambio que existe con respecto a los rangos de edad de los turistas que visitan los museos antes y después de la pandemia, mientras que en 2019 predominaron los turistas con edades comprendidas entre los 40 a 60 años, después de la pandemia el rango abarcó las edades comprendidas entre los 18 a 55 años, sin embargo esta diferencia no es muy significativa. Por otro lado, con referencia al lugar de procedencia de los turistas extranjeros encuestados, en el artículo de Avecillas Venezuela se encuentra entre los principales países de procedencia durante 2018, no obstante, este dato se omite pues se explicó

que estas personas llegan a Ecuador en calidad de inmigrantes y no de turistas, además de no figurar en los libros de visita de los museos. Sin embargo, en el presente estudio el país de Venezuela continúa entre los 8 principales países de procedencia y se decidió no omitir este dato pues estos ciudadanos constan en los libros de visita de los museos, esto significa que ya sea en calidad de turista o no, estas personas eligen realizar esta actividad.

## REFERENCIAS

- Avecillas, I., Crespo, A., Torres, L., Barzallo, C., Avecillas, I., Crespo, A., Torres, L., & Barzallo, C. (2021). EL TURISTA CULTURAL EXTRANJERO DE MUSEOS EN LA CIUDAD DE CUENCA-ECUADOR. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, 13, 72-84. <https://doi.org/10.37135/chk.002.13.04>
- Araújo, G., y de Sevilla, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(1), 62-85. <https://n9.cl/tav71>
- Bayih, B. E., y Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: Motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9), e04839. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>
- EVE. (2023, mayo 25). *Desafíos en la Gestión de Museos Pospandemia*. EVE Museos e Innovación. <https://n9.cl/zhwjf>
- Forbes. (2020). *Famosas estatuas del mundo portan mascarillas faciales*. <https://n9.cl/tdter>
- Fturismo. (2019). *Museo de Arte Moderno: ¡SIENTE el arte contemporáneo en todo su esplendor! | Turismo Cuenca Ecuador*. <https://n9.cl/bs9r8>
- Fundación, F. (2022, marzo 31). Las generaciones y su relación con la era digital. *Fundación Fepropaz*. <https://fepropaz.com/generaciones-y-era-digital/>
- García Alcalá, M. (2022). De la mirada a la experiencia: La creatividad como pieza clave en los museos ante los cambios ocasionados por el covid-19. *Designio: Investigación en diseño gráfico y estudio de la imagen*, 4(1), 4. <https://n9.cl/bdsvey>
- GIER. (2020). *ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA BOLETÍN ANUAL AÑO 2019*. Turismo Cuenca Ecuador. <https://n9.cl/4xdij>
- Ibañez, A. (2013). *Teorías de la motivacion turistica*. <https://n9.cl/xiyi0>
- ICOM. (s. f.). *Definición de museo—International Council of Museums -International Council of Museums*. Recuperado 6 de abril de 2023, de <https://n9.cl/6bha>
- Kamariotou, V., Kamariotou, M., & Kitsios, F. (2021). Strategic planning for virtual exhibitions and visitors' experience: A multidisciplinary approach for museums in the digital age. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, 21, e00183. <https://doi.org/10.1016/j.daach.2021.e00183>
- Keppler, N. (2018). *VICE Article*. <https://n9.cl/qwh9uk>
- Martínez, P., y María, A. (2018). *La institucion del museo: Origen y desarrollo historico*. <https://core.ac.uk/download/pdf/235852602.pdf>
- McKercher, B., & Cros, H. D. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Routledge. <https://n9.cl/knrzn>
- Melo, D., y Bonilla, J. (2022). *El perfil del consumidor y la experiencia gastronómica en Quillán* [BachelorThesis, Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Turismo]. <https://n9.cl/3p1mg>
- Meyer, J., Thoma, G.-B., Kampschulte, L., & Köller, O. (2023). Openness to experience and museum visits: Intellectual curiosity, aesthetic sensitivity, and creative imagination predict the frequency of visits to different types of museums. *Journal of Research in Personality*, 103, 104352. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2023.104352>

- Miranda, M. E. Y. (2017). El museo Pumapungo del Banco Central del Ecuador. Gestión cultural y la generación de identidades. *Illapa Mana Tukukuq, 1*, Article 1. <https://doi.org/10.31381/illapa.v0i1.1170>
- Municipalidad de Cuenca. (2007). *Guía de arquitectura*. Cuenca Sevilla
- Nicolau, J. L. (2009). *Determinantes de la motivación cultural en la elección de destinatarios: El caso español*. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/23337>
- Ochoa Romero, M. E., Erráez Alvarado, J. L., Ordoñez Ocampo, B. P., & Espinoza Freire, E. E. (2021). Los museos en la enseñanza de historia. *Revista Universidad y Sociedad, 13*(4), 439-444. <https://n9.cl/2kuxc>
- OMT. (2019). *Glosario de términos de turismo | OMT*. <https://n9.cl/15cp>
- OMT. (2022). *La recuperación del turismo gana impulso tras la disminución de las restricciones y el aumento de la confianza*. <https://n9.cl/rmryw>
- Prada Trigo, J., Armijos Chillogallo, D., Crespo Córdova, A., & Torres León, L. (2016). Ciudades patrimoniales, turismo cultural y perfiles de los visitantes: Algunas consideraciones a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Lurralde: investigación y espacio, 39*, 199-216. <https://doi.org/10.52748/lurralde.2016.39.38>
- Prada-Trigo, J., Armijos Chillogallo, D., Crespo Cordova, A., & Torres León, L. (2018). El turista cultural: Tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16*(1), 55-72. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.004>
- Pulido-Fernández, J., y Rivero, M. (2010). Attitudes of the Cultural Tourist: A Latent Segmentation Approach. *Journal of Cultural Economics, 34*, 111-129. <https://doi.org/10.1007/s10824-010-9115-1>
- Revista Gestión. (2023, febrero 6). *El turismo esperanza la economía del Ecuador, pero necesita impulso*. <https://n9.cl/wj58y>
- Rivera, R., y Peralta, A. (2016). *Turismo cultural en México*. <https://n9.cl/4sl6gz>
- Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos, 9*(20), 31-57. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural, 4*(2), 175-182. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.012>
- UNESCO, W. H. (1999). *Historic Centre of Santa Ana de los Ríos de Cuenca*. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/list/863/>

# ANEXOS

## Anexo 1

Cuenca, 9 de Julio del 2023

  
UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

Ph D. Cristian Zamora Matute

Alcalde de Cuenca

Presente

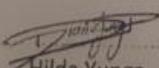
Por medio de la presente, reciba un cordial saludo de parte de Hilda Yunga y Karen Plaza estudiantes de la Universidad del Azuay, Facultad de filosofía y ciencias humanas de la carrera de turismo. Me dirijo a usted en calidad de coordinador de la tesis titulada "Análisis del perfil del turista extranjero que visita los museos de la ciudad de Cuenca después de la pandemia Covid-19". En este sentido, deseo solicitar su valioso permiso para llevar a cabo encuestas en el Museo de Arte Moderno, acceder a información sobre la historia del museo y a los registros de turistas desde el año 2019 hasta la actualidad.

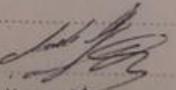
El objetivo principal de nuestra investigación es examinar el comportamiento y las preferencias de los turistas extranjeros que visitan los museos de la ciudad de Cuenca antes y después de la pandemia Covid-19. Buscamos comprender cómo ha evolucionado el perfil del turista extranjero en términos de intereses culturales, expectativas y hábitos de consumo cultural después del levantamiento de las restricciones relacionadas con la pandemia. La información obtenida a través de las encuestas y el acceso a la información sobre el museo y los registros de turistas del museo será tratada con absoluta confidencialidad y solo se utilizará con fines académicos. Cualquier dato personal de los turistas se manejará de acuerdo con las leyes de protección de datos y se garantizará su anonimato en la presentación de los resultados. La investigación propuesta se llevará a cabo bajo la supervisión de mi asesor académico, Magdalena Corral, y contará con el apoyo y autorización de las autoridades universitarias pertinentes. Estamos conscientes de la importancia de su colaboración en este proyecto y nos comprometemos a realizar el trabajo con la mayor responsabilidad y respeto a las normativas del museo.

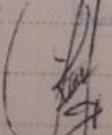
Agradecemos sinceramente su consideración para otorgar el permiso necesario para poder realizar encuestas en el Museo de Arte Moderno y facilitar el acceso a la información y los registros de turistas. Nos gustaría mantener una comunicación con usted para discutir más detalles sobre el proyecto y establecer un cronograma con los directores para llevar a cabo las actividades de investigación. Sin más, agradezco su atención y espero contar con su valioso apoyo en esta iniciativa académica. Quedo a su disposición para responder a cualquier pregunta o inquietud que pueda tener. Por favor, no dude en dirigirse a nosotras a través del número telefónico 0939353034 o al correo electrónico [mejia.2001karen06@gmail.com](mailto:mejia.2001karen06@gmail.com).

Atentamente,

*Gino Zamora*  
Dirección de Cultura

  
Hilda Yunga  
C.I. 010924749

  
Karen Plaza  
C.I. 0107828436

  
PhD. Ronal Chaca  
C.I. 0103640306

ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE CUENCA  
RECEPCION DE DOCUMENTOS  
Trámite N° Ext 21072-2023  
Fecha 9-8-23 Hora 13:52

Edición Autorizada  
15.000 ejemplares Nº  
1.055.507-1.020.508

1064568

## Anexo 2

Cuenca, 15 de Julio del 2023

Ph D. Cristian Zamora Matute

Alcalde de Cuenca

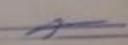
Presente.

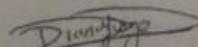
Por medio de la presente, reciba un cordial saludo de parte de Hilda Yunga y Karen Plaza estudiantes de la Universidad del Azuay, Facultad de filosofía y ciencias humanas de la carrera de turismo, nos dirigimos a usted en calidad de coordinadoras de la tesis titulada "Análisis del perfil del turista extranjero que visita los museos de la ciudad de Cuenca después de la pandemia Covid-19". En este sentido, deseo solicitar su valioso permiso para llevar a cabo encuestas en la Casa Museo Remigio Crespo Toral, acceder a información sobre la historia del museo y a los registros de turistas desde el año 2019 hasta la actualidad.

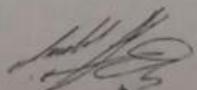
El objetivo principal de nuestra investigación es examinar el comportamiento y las preferencias de los turistas extranjeros que visitan los museos de la ciudad de Cuenca antes y después de la pandemia Covid-19. Buscamos comprender cómo ha evolucionado el perfil del turista extranjero en términos de intereses culturales, expectativas y hábitos de consumo cultural después del levantamiento de las restricciones relacionadas con la pandemia. La información obtenida a través de las encuestas y el acceso a la información sobre el museo y los registros de turistas del museo será tratada con absoluta confidencialidad y sólo se utilizará con fines académicos. Cualquier dato personal de los turistas se manejará de acuerdo con las leyes de protección de datos y se garantizará su anonimato en la presentación de los resultados. La investigación propuesta se llevará a cabo bajo la supervisión de mi asesor académico, Magdalena Corral, y contará con el apoyo y autorización de las autoridades universitarias pertinentes. Estamos conscientes de la importancia de su colaboración en este proyecto y nos comprometemos a realizar el trabajo con la mayor responsabilidad y respeto a las normativas del museo.

Agradecemos sinceramente su consideración para otorgar el permiso necesario para poder realizar encuestas en la Casa Museo Remigio Crespo Toral y facilitar el acceso a la información y los registros de turistas. Nos gustaría mantener una comunicación con usted para discutir más detalles sobre el proyecto y establecer un cronograma con los directores para llevar a cabo las actividades de investigación. Sin más, agradezco su atención y espero contar con su valioso apoyo en esta iniciativa académica. Quedo a su disposición para responder a cualquier pregunta o inquietud que pueda tener. Por favor, no dude en dirigirse a nosotras a través del número telefónico 0939353034 o al correo electrónico [hildayunga@es.uazuay.edu.ec](mailto:hildayunga@es.uazuay.edu.ec)

Atentamente,

ILUSTRE MUNICIPIO DE CUENCA	
RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS	
Trámite N°	84 22014-2023
Fecha	15-08-23 Hora 14:46
Recibido	

  
Hilda Yunga  
C.I. 0106924749

  
Karen Plaza  
C.I. 0107828436

Anexo 3

  
UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

**MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO  
PUMAPUNGO**  
07 AGO 2023  
14:09  
SECRETARIA

Lic. Yair Garate Peralta  
Director de Museo Nuclear Museo y Parque Arqueológico Pumapungo

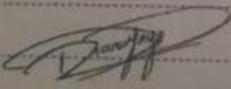
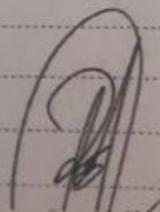
Presente

Por medio de la presente, reciba un cordial saludo de parte de Hilda Yunga y Karen Plaza estudiantes de la Universidad del Azuay, Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la carrera de Turismo. Me dirijo a usted en calidad de coordinador de la tesis titulada "Análisis del perfil del turista extranjero que visita los museos de la ciudad de Cuenca después de la pandemia Covid-19".

En este sentido, deseo solicitar su valioso permiso para llevar a cabo encuestas en el Museo Pumapungo, acceder a los registros de turistas correspondientes desde el año 2018 e información existente sobre el museo ya sean digitales o escritos. El objetivo principal de nuestra investigación es examinar el comportamiento y las preferencias de los turistas extranjeros que visitan los museos de la ciudad de Cuenca tras la pandemia de Covid-19. Buscamos comprender cómo ha evolucionado el perfil del turista extranjero en términos de intereses culturales, expectativas y hábitos de consumo cultural después del levantamiento de las restricciones relacionadas con la pandemia. La información obtenida a través de las encuestas y el acceso a los registros de turistas del museo será tratada con absoluta confidencialidad y solo se utilizará con fines académicos. Cualquier dato personal de los turistas se manejará de acuerdo con las leyes de protección de datos y se garantizará su anonimato en la presentación de los resultados. La investigación propuesta se llevará a cabo desde el día 21 de Agosto hasta el 13 de Octubre de Lunes a Viernes en un horario de 10am a 4pm. El presente trabajo estará bajo la supervisión de nuestro asesor académico, Magdalena Corral, y contará con el apoyo y autorización de las autoridades universitarias pertinentes. Estamos conscientes de la importancia de su colaboración en este proyecto y nos comprometemos a realizar el trabajo con la mayor responsabilidad y respeto a las normativas del museo.

Agradecemos sinceramente su consideración para otorgar el permiso necesario y facilitar el acceso a los registros de turistas y la posibilidad de realizar encuestas en el Museo. Nos gustaría mantener una comunicación con usted para discutir más detalles sobre el proyecto y establecer un cronograma adecuado para llevar a cabo las actividades de investigación. Sin más, agradezco su atención y espero contar con su valioso apoyo en esta iniciativa académica. Quedo a su disposición para responder a cualquier pregunta o inquietud que pueda tener.

Atentamente,

## Anexo 4



ALCALDÍA DE  
**CUENCA**

DIRECCIÓN GENERAL DE  
CULTURA, RECREACIÓN  
Y CONOCIMIENTO

**Oficio Nro. DGCRC-2307-2023**

**Cuenca, 29 de agosto de 2023**

Señorita  
Hilda Diana Yunga Lalvay  
Presente.

Luego de expresarle un cordial saludo, me dirijo a usted en respuesta al Trámite Nro. EXT-22014-2023 con tema "Análisis del perfil del turista extranjero que visita los museos de la ciudad de Cuenca después de la pandemia Covid 19" en el Museo Municipal de Arte Moderno, como es de su conocimiento la solicitud ya fue entregada al Responsable del Museo, Mgtr. Bernardo Vega, quien según tengo entendido ya se puso en contacto con ustedes y se inició con la entrega de la información respectiva; así mismo se les había solicitado se sirvan entregar el banco de preguntas y el cronograma de trabajo (en el que se incluya los días y horarios en los que se realizarían las encuestas), información que ha sido entregada el día viernes 25 de agosto de 2023. Una vez analizado el banco de preguntas y el cronograma se ha procedido a socializar la información con los funcionarios respectivos para dar continuidad al proceso en el que se ha venido trabajando con ustedes.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,



Firma electrónica por:  
CARLOS FRANCISCO  
VÁSQUEZ GOMEZCOELLO

Lcdo. Carlos Francisco Vásquez Gomezcoello  
**DIRECTOR GENERAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y CONOCIMIENTO**

Referencias:  
- EXT-21572-2023

Copia:  
Abogado  
Vicente Raphael Astudillo Saquicela  
**Secretario del Concejo Cantonal de Cuenca**  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA**

Diseñador  
Gino Bernardo Zamora Arízaga  
**Servidor Municipal**  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA**

Magister  
Bernardo Martín Vega Durán  
**Servidor Municipal**  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA**

DIRECCIÓN GENERAL DE  
CULTURA, RECREACIÓN  
Y CONOCIMIENTO

La Condamine 12-124  
Teléfono: 4134900 Ext: 2062  
Cuenca, Ecuador  
[www.cuenca.gob.ec](http://www.cuenca.gob.ec)

@MunicipioCuenca  
 @MunicipioDeCuenca

1/2

## Anexo 5



ALCALDÍA DE  
**CUENCA**

DIRECCIÓN GENERAL DE  
CULTURA, RECREACIÓN  
Y CONOCIMIENTO

**Oficio Nro. DGCRC-2302-2023**

**Cuenca, 28 de agosto de 2023**

Señorita  
Hilda Diana Yunga Lalvay  
En su Despacho.

De mi consideración:

Luego de expresarle un cordial saludo, me dirijo a usted en respuesta al Trámite Nro. EXT-22014-2023 con tema "Análisis del perfil del turista extranjero que visita los museos de la ciudad de Cuenca después de la pandemia Covid 19" en el Museo Municipal Remigio Crespo Toral, como es de su conocimiento la solicitud ya fue entregada al Responsable del Museo, Lcdo. Juan Carlos Pérez Molina, quien según tengo entendido ya se puso en contacto con ustedes y se inició con la entrega de la información respectiva; así mismo se les había solicitado se sirvan entregar el banco de preguntas y el cronograma de trabajo (en el que se incluya los días y horarios en los que se realizarán las encuestas), información que ha sido entregada el día viernes 25 de agosto de 2023. Una vez analizado el banco de preguntas y el cronograma se ha procedido a socializar la información con los funcionarios respectivos para dar continuidad al proceso en el que se ha venido trabajando con ustedes.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,



Lcdo. Carlos Francisco Vásquez Gómezcoello  
**DIRECTOR GENERAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y CONOCIMIENTO**

Copia:

Abogado  
Vicente Raphael Astudillo Saquicela  
**Secretario del Concejo Cantonal de Cuenca**  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA**

Diseñador  
Gino Bernardo Zamora Arizaga  
**Servidor Municipal**  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA**

Licenciado  
Juan Carlos Pérez Molina  
**Servidor Municipal**  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA**

**DIRECCIÓN GENERAL DE  
CULTURA, RECREACIÓN  
Y CONOCIMIENTO**

La Condamine 12-124  
Teléfono: 4134900 Ext: 2062  
Cuenca, Ecuador  
[www.cuenca.gob.ec](http://www.cuenca.gob.ec)

@MunicipioCuenca  
 @MunicipioDeCuenca

## Anexo 6



FACULTAD DE  
**FILOSOFÍA Y  
CIENCIAS  
HUMANAS**

**30 años**  
**ESCUELA DE  
TURISMO**

Cuenca, 06 de noviembre del 2023

Señora  
Belén Matovelle  
PRESIDENTE DE LA CORP GUÍAS TURISMO DEL AUSTRO  
Su despacho

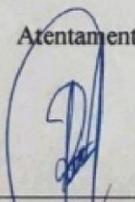
Es un honor para nosotros, Karen Plaza e Hilda Yunga, estudiantes de la carrera de Turismo de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad del Azuay, extenderle una cordial invitación a un relevante evento que se llevará a cabo el día Lunes 13 de noviembre de 2023, a las 5:00 p.m. en el Auditorio de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas.

El motivo de este evento es la presentación de los resultados de la investigación desarrollada durante los meses de septiembre y octubre del presente año; dicha investigación se enfocó en el análisis del perfil del turista extranjero que visitó los museos de la ciudad de Cuenca en el período posterior a la pandemia de COVID-19. Creemos que los hallazgos son de gran relevancia y utilidad para el ámbito cultural y turístico de nuestra ciudad.

Consideramos que su presencia sería de un valor incalculable para enriquecer la discusión y el intercambio de ideas en este evento. Sin embargo, si lamentablemente no puede asistir personalmente, le extendemos la invitación para que designe a un delegado que pueda representar su institución en el evento. Solicitamos por favor confirmar su asistencia o la de su delegado hasta el día 9 de noviembre, a través del siguiente número telefónico 0939353034

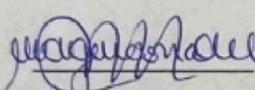
Agradecemos de antemano su participación y quedamos atentos a cualquier novedad.

Atentamente



---

PhD. Ronal Chaca  
Coordinador de la  
carrera de Turismo



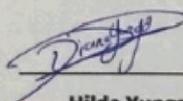
---

Mgst. Magdalena Corral  
Directora de la Tesis



---

Karen Plaza  
Estudiante



---

Hilda Yunga  
Estudiante

