

Imelda Avecillas Torres

imelda.avecillas@ucuenca.edu.ec

Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Cuenca, Ecuador

ORCID:
<https://orcid.org/0000-0001-6623-5951>

Abraham Boanerges Crespo Córdova

abraham.crespo@unl.edu.ec

Universidad Nacional de Loja, Facultad Jurídica, Social y Administrativa, Loja, Ecuador

ORCID:
<https://orcid.org/0000-0002-1386-9392>

Leonardo Torres León

leonardo.torres@ucuenca.edu.ec

Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Cuenca, Ecuador

ORCID:
<https://orcid.org/0000-0001-7281-3359>

Cristina Andrea Barzallo Neira

cristina.barzallon@ucuenca.edu.ec

Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Cuenca, Ecuador

ORCID:
<https://orcid.org/0000-0002-3770-3004>

Recibido:
(19/03/2020)

Aceptado:
(23/06/2020)

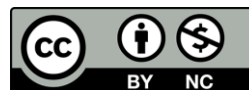
EL TURISTA CULTURAL EXTRANJERO DE MUSEOS EN LA CIUDAD DE CUENCA-ECUADOR

THE FOREIGN CULTURAL TOURIST OF MUSEUMS IN CUENCA CITY -ECUADOR

DOI:

<https://doi.org/10.37135/chk.002.13.04>

Artículo de Investigación



EL TURISTA CULTURAL
EXTRANJERO DE
MUSEOS EN LA
CIUDAD DE CUENCA-
ECUADOR

THE FOREIGN
CULTURAL TOURIST OF
MUSEUMS IN CUENCA
CITY -ECUADOR

Resumen

En el marco del turismo cultural en el Ecuador, el artículo aborda un tema poco estudiado: las particularidades del turista cultural extranjero de museos en la ciudad de Cuenca, sus características sociodemográficas, evolución de la visita y preferencias temáticas según la nacionalidad del visitante. De forma que se identifica y caracteriza a dichos turistas, lo que tiene consecuencias prácticas para los museos de la ciudad. La investigación sigue el paradigma mixto y se nutre del análisis de artículos científicos, datos oficiales del Ministerio de Turismo del Ecuador y el Libro de Visita de los museos estudiados correspondiente a los años 2016, 2017 y 2018. Los datos cuantitativos de la visita del turista cultural extranjero de museos son interpretados a partir de los conceptos relativos al turismo cultural. Con el corpus anterior se realizó el análisis y comparación de la información obtenida, utilizando herramientas de estadística descriptiva y el programa SPSS versión 23. La investigación establece las potenciales demandas del público compuesto por el turista cultural extranjero de museos en Cuenca y los retos para mejorar la museografía, guianza y atención en general de quienes están involucrados con la institución museo y el turismo cultural.

Palabras claves: Turismo cultural, turista extranjero, museos.

Abstract

Within the framework of cultural tourism in Ecuador, the article addresses a little-studied topic: the particularities of foreign cultural tourists from museums in the city of Cuenca, their sociodemographic characteristics, evolution of the visits and thematic preferences according to the nationality of the visitor in such a way that these tourists can be identified and characterized, which offers practical consequences for the museums in the city. The research follows a mixed paradigm and it is nourished by the analysis of scientific papers, official data from the Ministry of Tourism of Ecuador and the Visit Book of the museums analyzed that corresponds to the years 2016, 2017 and 2018. The quantitative data related to the visits of the cultural tourist to museums are interpreted from the concepts related to cultural tourism. With the previous corpus, the analysis and comparison of the information obtained was carried out by applying descriptive statistics tools and the SPSS version 23 program. The research establishes the potential demands of the public made up of foreign cultural tourists from museums in Cuenca and the challenges to improve the museography, guidance and attention, specifically of those who are involved with the museum institution and cultural tourism.

Keywords: Cultural tourism, foreign tourist, museums.

INTRODUCCIÓN

Una actividad central que realizan los turistas interesados por la cultura es el disfrute de los museos. Su importancia como atractivo turístico es tan significativa que incluso se puede afirmar que muchos de ellos son auténticos destinos turísticos. Los museos más famosos registran millones de turistas cada año, hecho suficiente para apreciar que constituyen experiencias imperdibles.

La experiencia del visitante siempre es parcial ya que dispone de poco tiempo en relación al número de salas y la amplitud de las muestras. Sin embargo, su experiencia resulta inolvidable y se lleva una vivencia indeleble que a su vez configura, en la memoria del turista, la importancia y grandeza cultural del país visitado.

Los museos de Cuenca constituyen un importante y certero índice sobre la presencia de turistas extranjeros que recibe la ciudad. Gracias al Libro de Visita se tiene importante información sobre los usuarios: nacionalidad, género, edad, ocupación, ciudad de procedencia y medio por el que se enteraron de la existencia del museo. Todos estos datos locales permiten su comparación con los obtenidos a nivel nacional sobre los turistas culturales y con ello un cruce para ratificar o no la particularidad de la información que presentan los museos de la ciudad.

Los datos del Libro de Visita del museo permiten adentrarnos en importantes características acerca de los turistas culturales que visitaron la ciudad de Cuenca. En el presente trabajo nos concentramos en los turistas culturales extranjeros que recibieron cuatro museos de la ciudad, su nacionalidad, las subregiones de las que proceden de acuerdo con la tipología establecida por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y las temáticas preferidas por dichos turistas.

El artículo muestra las características sociodemográficas y preferencias temáticas del turista cultural extranjero de museos que recibe Cuenca, lo que permite a los actores del turismo local incidir en la realidad investigada y proporciona a los estudiosos del área, un caso de estudio pertinente para el análisis de situaciones similares en otras ciudades.

METODOLOGÍA

El presente artículo de investigación analiza tanto aspectos cuantitativos como cualitativos con la finalidad de caracterizar al turista cultural de museos. La realización del artículo ha sido posible gracias a la información que presenta el Libro de Visita de cuatro museos de la ciudad: Museo de las Culturas Aborígenes (1992), Reserva y Museo de Artes Populares CIDAP (1982), Museo de Las Conceptas (1986) y Museo Historia de la Medicina Guillermo Aguilar M. (1992).

Los museos indicados proporcionan las temáticas de este estudio: precolombina, artesanal, arte religioso de la época colonial e historia de la medicina, respectivamente. La contextualización del análisis a nivel del país fue posible gracias al estudio: Perfiles de Turismo Internacional 2017. Turismo en Cifras, que presenta resultados del año 2015, elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador y publicado en el 2018 y que constituye la línea base para el presente trabajo.

Por otra parte, los trabajos: Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca año 2016 y 2017; y, el Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca boletín anual año 2018 realizado por el Grupo de Investigación en Economía Regional, GIER de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, proporcionan información sobre los turistas que arriban a la ciudad de Cuenca.

Metodológicamente el trabajo se inscribe en la propuesta a favor de la integración de los

enfoques cuantitativo y cualitativo, por tanto, se trata de una investigación con enfoque mixto. Lo anterior se corresponde con las características específicas del presente trabajo, que analiza al turista cultural de museos en aspectos posibles de cuantificar (edad, pernoctación, gastos, entre otros), así como características de orden cualitativo (preferencias por las temáticas que ofrecen los museos, por ejemplo).

Para el sustento teórico del trabajo se revisó literatura especializada y los documentos generados por la OMT. De este último tipo de material se ha considerado el concepto de turismo cultural presente en el libro *Tourism definitions* en el que se conceptualiza como “un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico” (UNWTO 2019:31) y, la Declaración de Siem Reap, Camboya, sobre turismo y cultura que considera pertinente promover, al interior del turismo cultural, “el turismo especializado en ámbitos concretos como los museos” (UNWTO/UNESCO 2015:5).

Para establecer las subregiones de las que provienen los turistas extranjeros se siguió la clasificación establecida por la OMT. El procesamiento de la información cuantitativa se realizó utilizando estadística descriptiva y aplicando el programa SPSS versión 23 y Excel.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

EL TURISMO CULTURAL

El turismo desde su nacimiento ha tenido un enfoque cultural. Ya en los primeros viajes conocidos como *grand tours*, había una orientación para que el viajero conociera la historia, cultura y patrimonio de los países visitados. El turista cultural “pretende encontrarse a sí mismo, definirse como persona buscando referentes culturales propios o a través

del contacto con otras realidades” (Rodríguez 2001:139).

Por su parte, el turismo cultural es una tipología especializada generadora de experiencias intelectuales, educativas y de formación humanística que aportan al conocimiento de la identidad del destino. El turismo cultural en nuestro criterio hace referencia a un ocio creativo en el que el turista tiene la posibilidad de contemplar una realidad que le sirve para entender y valorar la de su país.

El turismo cultural incorpora elementos que obedecen al comportamiento de la oferta y demanda turística y sobre todo a las nuevas formas de cultura. Un concepto canónico es aquel que lo define en los siguientes términos: “aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos” (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios 1976:1).

Posteriormente, en 1985 la OMT considera que los “motivos culturales como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones” (Martos y Pulido 2010:41) forman parte del turismo cultural, esta caracterización incluye manifestaciones culturales más explícitas que tratan de abarcar distintas actividades que puede realizar el turista en este ámbito. Por tanto, “da lugar a varias tipologías tan complejas que han surgido por el auge de este tipo de desplazamientos” (Prada-Trigo, Armijos, Crespo y Torres 2018:57).

La incorporación de nuevos elementos al concepto de turismo cultural nos lleva a definiciones más amplias: “la visita a un museo, un concierto, un paisaje o monumento histórico, pero también la participación activa en el folklore o un curso de cocina” (OMT 2018:16) implican actividades culturales. Podemos inferir entonces que nuevos elementos seguirán incorporándose a lo largo del tiempo, según las motivaciones de los turistas y también de acuerdo con la oferta del destino.

El turismo cultural se conceptualiza de forma muy amplia y abarcadora, ya que implica el

consumo de productos tangibles e intangibles, por ello considera el conocimiento de aspectos “materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que abarca las artes y arquitectura, patrimonio histórico y cultural, patrimonio culinario, literatura, música, industrias creativas y culturas vivas con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones” (OMT 2018:93). De acuerdo con esta consideración, el turismo cultural conlleva una extensa cantidad de manifestaciones de la vida social, lo que brinda enormes posibilidades de aprovechamiento turístico.

En la actualidad los museos son instituciones que estimulan la creación de nuevas formas de cultura y además aportan al desarrollo del turismo científico y cultural (Kamel, Malchrowicz-Moško & Piasta 2014:23). En el contexto anterior los museos se convierten en sitios privilegiados para la actividad turístico cultural, ya que atesoran relevantes manifestaciones de la vida social.

En estos últimos podemos encontrar “las formas de vida y particularidades de las comunidades, la gastronomía, el recuerdo de personajes o momentos determinados, las tradiciones” (Rodríguez 2001:139), por tanto, el turismo y la cultura pueden desarrollar una mutua y beneficiosa relación en la que el aprovechamiento turístico del atractivo cultural redunde a favor de su conservación, en otras palabras, se beneficien mutuamente la sociedad anfitriona y sus visitantes.

El turismo cultural en el mundo comprende un importante porcentaje; así, en el año 2007, el 40% de los viajes fueron de carácter cultural (OECD 2009: 21). De otra parte, hay que tener en cuenta que la OMT considera al turista cultural como aquella persona que realizó una actividad en este campo, aunque no haya tenido su viaje el fin exclusivo de aprovechar bienes culturales.

En nuestro trabajo no podemos establecer si los turistas extranjeros realizaron actividades de carácter cultural exclusivamente, o si la visita a un museo fue una actividad, entre otras, no obstante, esto último y de acuerdo con el concepto anterior, basta con que el turista

extranjero haya realizado una actividad cultural (en este estudio la visita a un museo) para ser considerado como tal. En todos los casos, los turistas terminan realizando más de un tipo de actividad en su visita.

En la tercera conferencia mundial OMT/UNESCO sobre turismo y cultura celebrada en Estambul, Turquía, se subraya que “la contribución del turismo no se limita a crear oportunidades económicas, especialmente en los sectores cultural y creativo y en entornos urbanos, sino que es también parte integrante de todas las dimensiones del desarrollo” (OMT/UNESCO 2018:2).

Por tanto, el turismo cultural no se restringe a servirse del patrimonio, sino que es un elemento positivo para el desarrollo social, en tanto los sectores turístico y cultural son elementos que generan sinergias a favor de las ciudades en las que colaboran. El turismo cultural es además un elemento que aporta para la diversificación de la oferta turística, que “continuará desarrollándose a la par que el crecimiento de la demanda, y que las ofertas se multiplicarán de igual modo” (Ayala 2009:166).

Con este antecedente podemos advertir que el turismo cultural cuenta con expectativas positivas al existir una demanda interesada sobre todo en “los destinos turísticos tradicionales y consagrados como íconos de la cultura e historia” (Ayala 2009:166). En este sentido las ciudades que son atractivos turísticos requieren potenciar sus recursos culturales y promocionarlos, para posicionarse como destinos turísticos de primer nivel.

EL TURISTA CULTURAL EXTRANJERO EN EL ECUADOR

Ecuador es un país biodiverso que cuenta con atractivos naturales relevantes, por ello es propicio para el turismo de naturaleza. No obstante, su riqueza turística se destaca también en el aspecto cultural que atrae a turistas motivados por actividades en este ámbito.

Los turistas pueden encontrar edificios de arquitectura colonial y republicana; expresiones plásticas, musicales o las manifestaciones ancestrales de cultura tradicional (Ministerio de Turismo 2014:7). Todo lo anterior explica el desplazamiento de extranjeros hacia el Ecuador.

De acuerdo con la información disponible en el año 2015 “alrededor del 59% de turistas que ingresaron a Ecuador, llegaron motivados principalmente por realizar actividades culturales” (Ministerio de Turismo 2018:38). En cualquier caso, no se trata de apostar por el desarrollo del turismo de naturaleza o turismo cultural ya que los dos son complementarios.

Las características sociodemográficas de los turistas culturales extranjeros que visitaron Ecuador en el año 2015 fueron: género masculino, 62,10%; edad promedio, 40 años; estado civil, soltero; instrucción, superior (Ministerio de Turismo 2018:39). En consecuencia, los hombres prácticamente duplican a las mujeres quienes solo llegan al 37,90%. De acuerdo con otra fuente para el mismo año (2015) los extranjeros que ingresaron al país fueron 57,50% hombres y el 42,50% mujeres (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2016:1).

Por tanto, tenemos que inferir que los turistas extranjeros varones prefieren el turismo cultural en relación con las mujeres. Partiendo de la división por edades que clasifica a las personas en tres grandes grupos: jóvenes hasta los 20 años, adultos hasta los 59 años; y, viejos desde los 60 años en adelante (Martín 2005:5) se aprecia que los turistas culturales extranjeros pertenecen al rango de los adultos, lo anterior se explicaría debido a que este tipo de turismo implica menos riesgos y menor actividad física.

Las cuatro provincias más visitadas por los turistas culturales extranjeros (considerando que visitan más de una) fueron Pichincha, 63,80%; Guayas, 47,70%; Azuay, 16,80%; e Imbabura, 14,40% (Ministerio de Turismo 2018:42). La presencia de aeropuertos internacionales explica el mayor porcentaje de visita a las dos primeras provincias antes mencionadas ya que el ingreso al Ecuador se da principalmente por las ciudades de Quito y Guayaquil. Por su parte, Cuenca, capital de la provincia del Azuay,

cuenta únicamente con un aeropuerto nacional y se visita en el caso de existir un interés expreso.

La estadía promedio del turista cultural extranjero en el Ecuador, año 2015, llegó a siete noches, es decir se encuentra en una posición intermedia en relación con el turista de vacaciones que pernocta un promedio de once noches y al turista de negocios que promedia cuatro noches (Ministerio de Turismo 2018:10).

El gasto promedio del turista cultural extranjero ascendió a US\$ 869,80 por tanto en una posición intermedia en relación al turista de Galápagos cuyo gasto llegó a US\$ 1.310,50 y el turista peruano de frontera que presentó el menor gasto de todos: US\$ 356,40 (Ministerio de Turismo 2018:10-11). En consecuencia, los turistas culturales extranjeros sin encontrarse en el grupo de mayor nivel de estadía y de gasto presentan, en estos dos indicadores, un resultado que se acerca al promedio entre los dos extremos en el primer caso e incluso los supera, en el segundo.

EL TURISTA EXTRANJERO EN CUENCA: CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Los turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca presentaron características que se indican a continuación. En cuanto a la edad en el año 2016 la media fue de 39,63 años; en 2017 de 41,13 años (GIER 2018:12) y en 2018 de 39,92 años (GIER 2019:14). De acuerdo con la clasificación de grupos de edad antes indicada corresponde al grupo de adultos, lo que coincide con los resultados nacionales del año 2015, señalado en el punto anterior.

Tabla 1: Procedencia del turista extranjero en Cuenca

Procedencia del turista extranjero en Cuenca			
País	2016	2017	2018
Estados Unidos	31,00%	27,00%	27,10%
Colombia	10,00%	11,00%	9,80%
Alemania	6,00%	7,00%	7,00%
España	6,00%	6,00%	4,20%
Perú	6,00%	5,00%	3,00%
Francia	5,00%	6,00%	6,30%
Canadá	4,00%	5,00%	3,70%
Argentina	4,00%	4,00%	4,50%
Venezuela			5,80%

Fuente: Elaboración propia con base en el Estudio de Demanda y Oferta Turística, GIER, 2018 y 2019

Según lo muestra la tabla 1 los ocho principales países de procedencia de turistas extranjeros a la ciudad de Cuenca tuvieron un comportamiento equilibrado durante los años 2016 y 2017, con la particularidad de que Venezuela figura entre los primeros ocho países de procedencia en el año 2018, sin embargo se omitió del estudio debido a que sus ciudadanos han llegado en calidad de inmigrantes. El presente artículo permite confirmar que los ciudadanos venezolanos no son turistas, ya que apenas aparecen en el Libro de Visita de los museos estudiados.

A continuación se presenta el nivel de escolaridad de los turistas extranjeros:

Fuente: Elaboración propia con base en el Estudio de Demanda y Oferta Turística, GIER, 2018 y 2019

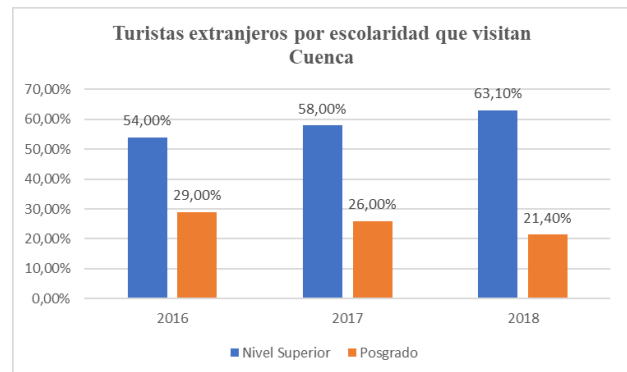


Figura 1: Turistas extranjeros por escolaridad que visitan Cuenca

La Figura 1 muestra que el nivel de escolaridad de los turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca en los años 2016, 2017 y 2018 fue elevado. En cada uno de los años analizados más de cuatro quintos de los turistas extranjeros declaran contar con educación superior o de posgrado. Por tanto, hay que considerar que el potencial grado de exigencia de estos turistas es considerable por su capacidad para juzgar críticamente los atractivos culturales de la ciudad.

La duración de la estancia de los turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca en los años 2016 y 2017 tuvo una mediana de 3 días (GIER 2018:28) y en el año 2018 de 4 días (GIER 2019:30). El incremento de un día en la estadía se relaciona con varios hechos positivos para la ciudad entre los cuales destacan: la mejora de la conectividad aérea; la superación de los problemas originados por la construcción del tranvía que afectó sobre todo al Centro Histórico; la promoción de la ciudad y sus actividades culturales entre ellas, la Ruta de los museos.

La riqueza cultural de Cuenca sustenta la elaboración de varias rutas turísticas. Al momento de la realización del presente trabajo la ciudad tenía diseñadas cinco: Ruta de los molinos y el pan, Ruta artesanal, Ruta francesa, Ruta de turismo religioso y Ruta de los museos, en la que se selecciona once de ellos, teniendo

como referencia el curso del río Tomebamba (Fundación Municipal Turismo para Cuenca 2017:1).

Fuente: Elaboración propia con base al Estudio de Demanda y Oferta Turística, GIER, 2018 y 2019

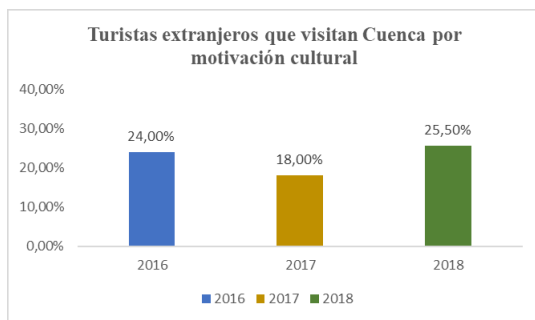


Figura 2: Turistas extranjeros que visitan Cuenca por motivación cultural

La Figura 2 muestra que los turistas extranjeros interesados en la cultura, que visitaron la ciudad de Cuenca en el año 2016, alcanzaron un porcentaje del 24,00%; y, en el año 2017, el 18,00% (GIER 2018:21). En el año 2018 se llegó al 25,50% (GIER 2019:24). Los resultados muestran que el porcentaje de los turistas mencionados tuvo un crecimiento del 3,08%. La disminución de la llegada de turistas extranjeros a Cuenca, en el año 2017, se explica por el impacto de la construcción del tranvía en el Centro Histórico y la disminución de vuelos.

Fuente: Elaboración propia con base en el Estudio de Demanda y Oferta Turística, GIER, 2018 y 2019

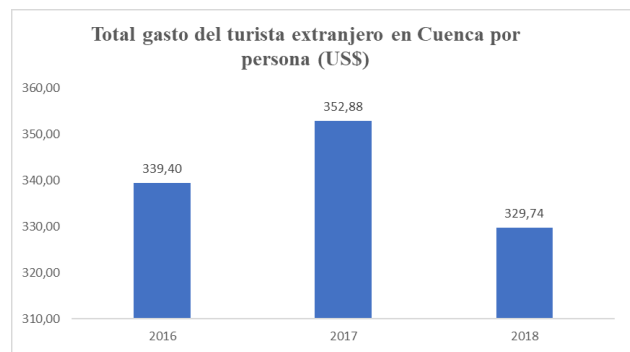


Figura 3: Total gasto del turista extranjero en Cuenca por persona (USD)

Según la Figura 3 el gasto del turista extranjero en el año 2018 fue de US\$ 329,74; por tanto, no llega al nivel del año 2017, que ascendió a US\$ 352,88; incluso es inferior al del año 2016, que llegó a los US\$ 339,40. Las cifras anteriores llaman la atención si consideramos que en el año 2018 la estadía de los turistas extranjeros se incrementó en un 25% en relación con los años 2016 y 2017, es decir pasó a cuatro días en 2018. Por tanto, queda abierta una pregunta de investigación.

EL TURISTA CULTURAL EXTRANJERO EN CUENCA

La ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO, cuenta con atractivos materiales e inmateriales de relevancia para el desarrollo del turismo cultural; en el primer caso, los turistas pueden encontrar monumentos que les acerquen a la historia de la ciudad, construcciones valiosas en términos arquitectónicos y una gran riqueza de inmuebles reconocidos por su valor patrimonial.

En el segundo caso, la ciudad cuenta con más de 183 registros de patrimonio inmaterial que incluye mitos y leyendas, danzas tradicionales, fiestas populares, música y prácticas ancestrales (mingas y ritos) presentes sobre todo en las parroquias rurales del cantón (Fundación Municipal Turismo para Cuenca 2016:100). La

importancia de esta riqueza se puede apreciar en los museos de la ciudad.

Por lo anotado, el valor y la importancia del museo difícilmente se puede ponderar lo suficiente en la experiencia turística de un visitante. La imagen sobre la dimensión de la cultura de una ciudad va asociada a sus museos en tanto muestran sus logros materiales e inmateriales a lo largo del tiempo.

Por esto podemos afirmar que la imagen que se lleva un turista cultural extranjero de Cuenca se debe en gran medida a la experiencia en sus museos. Si bien existe una variedad de motivaciones en la visita de los turistas, en general suscribimos el criterio de que en todos los casos “ha de reconocerse la centralidad o la primacía del turismo cultural en la decisión de visitar un destino” (UNWTO 2013: 22).

Los trabajos sobre turismo cultural en la ciudad de Cuenca son escasos. Sin embargo, hay investigaciones que presentan resultados sobre la motivación cultural de los turistas para visitar la ciudad. Las conclusiones revelan que esta motivación tiene una relación directa con la razón del viaje.

En otras palabras, los turistas culturales estaban interesados en conocer la riqueza patrimonial de la ciudad, aún más, la “motivación cultural sería el motivo principal o uno de los motivos principales para el 74,70% de los turistas que vienen a ver el patrimonio de Cuenca” (Prada-Trigo et al. 2018:61).

EL TURISTA CULTURAL EXTRANJERO EN CUATRO MUSEOS DE CUENCA

Una de las actividades centrales del turismo cultural es la visita a los museos. Estos atraen no solamente por sus muestras y exposiciones sino también por el inmueble en el que funcionan, cuando corresponden a construcciones de gran valor arquitectónico, puesto que la “transformación del uso y la concepción de los museos actuales (...) [atraen] a la sociedad

por sus grandes exposiciones y por la osadía de su arquitectura (Herrero, M. Sanz y J. Sanz 2002:62).

La mayoría de los museos de la ciudad de Cuenca, y los cuatro museos considerados para este estudio, se distinguen por la importancia arquitectónica de sus edificaciones. La visita a los cuatro museos seleccionados se presenta a continuación.

Fuente: Elaboración propia con base en el Libro de Visita de los museos en estudio

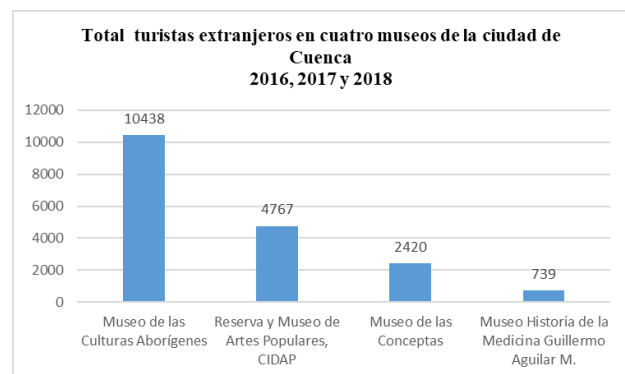


Figura 4: Total de turistas extranjeros en cuatro museos de la ciudad de Cuenca 2016, 2017 y 2018

La Figura 4 indica el número de visitantes a los museos estudiados. Los museos representan a una de las cuatro temáticas que se desarrollan más adelante. Hay que considerar que el Museo de las Culturas Aborígenes tiene una muestra permanente y no cierra; en el caso de la Reserva y Museo de las Artes Populares, CIDAP, las exposiciones son temporales y hay periodos de cierre para organizar la nueva muestra; el Museo de Las Conceptas presenta una muestra permanente y también itinerantes; finalmente, el Museo Historia de la Medicina Guillermo Aguilar M. expone una muestra permanente.

A continuación, se presenta la información obtenida de los museos estudiados, según la temática que representan:

Fuente: Elaboración propia con base en el Libro de Visita de los museos en estudio

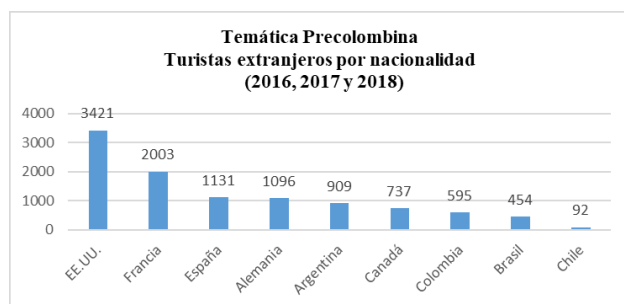


Figura 5: Temática precolombina. Turistas extranjeros por nacionalidad 2016, 2017 y 2018

Los datos de la Figura 5 muestran que el mayor número de turistas extranjeros en el período 2016, 2017 y 2018 provienen, en su orden, de cuatro subregiones: América del Norte, Europa Occidental, Europa Meridional y América del Sur, en el caso del museo que mantiene una temática precolombina: Museo de las Culturas Aborígenes.

Fuente: Elaboración propia con base en el Libro de Visita de los museos en estudio

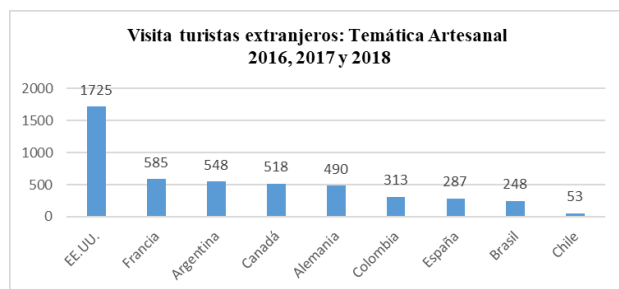


Figura 6: Visita de turistas extranjeros. Temática artesanal 2016, 2017 y 2018

Los datos de la Figura 6 muestran que el mayor número de turistas extranjeros en el período 2016, 2017 y 2018, provenían de América del Norte, Europa Occidental, América del Sur, Europa Meridional, al museo que mantiene una temática artesanal: Reserva y Museo de Artes Populares, CIDAP.

Fuente: Elaboración propia con base en el Libro de Visita de los museos en estudio

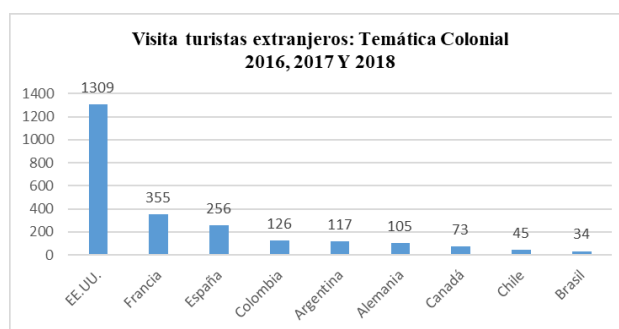


Figura 7: Visita de turistas extranjeros. Temática colonial 2016, 2017 y 2018

En la Figura 7 se aprecia que el mayor número de turistas extranjeros en el período 2016, 2017 y 2018 provenían, en su orden, de cuatro subregiones: América del Norte, Europa Occidental, Europa Meridional y América del Sur, al museo que mantiene una temática de arte religioso de la época colonial: Museo de Las Conceptas.

Fuente: Elaboración propia con base en el Libro de Visita de los museos en estudio

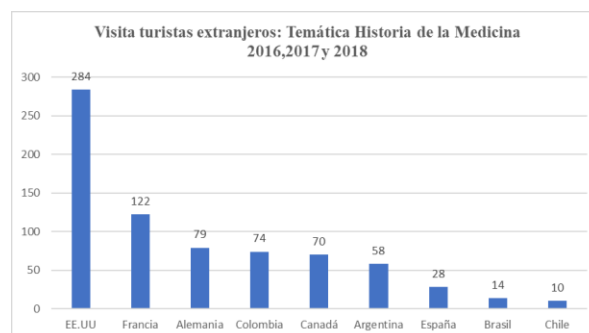


Figura 8: Visita de turistas extranjeros: Temática Historia de la Medicina 2016, 2017 y 2018

Según la información presentada en la Figura 8 el mayor número de turistas extranjeros en el período 2016, 2017 y 2018, provenía de: América del Norte, Europa Occidental, América del Sur y Europa Meridional, al museo que mantiene la temática sobre historia de la medicina: Museo

Historia de la Medicina Guillermo Aguilar M.

Fuente: Elaboración propia con base en el Libro de Visita de los museos en estudio

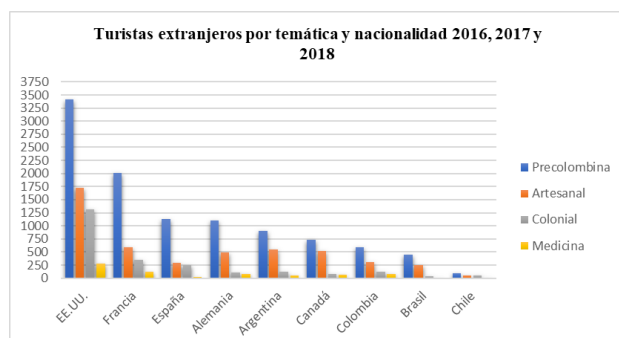


Figura 9: Turistas extranjeros por temática y nacionalidad 2016, 2017 y 2018

La Figura 9 deja patente que la temática que recibió la mayor cantidad de turistas culturales extranjeros corresponde a la precolombina, seguida de la artesanal. La visita al Museo de las Culturas Aborígenes se explica fundamentalmente por contar con grupos de turistas cuyos paquetes de viaje tienen como una de sus actividades en la ciudad la visita al museo.

Las tres primeras subregiones de procedencia de los turistas fueron América del Norte, Europa Occidental y Europa Meridional. Por nacionalidad, Estados Unidos ocupó el primer lugar en todas las temáticas y Francia el segundo lugar. Las nacionalidades de los visitantes y de los principales socios comerciales del Ecuador, coinciden (Oficina Económica y Comercial de España en Quito 2018:28-29). De otra parte, esta información ayuda a conocer el grado de internacionalización turística del Ecuador.

Hay que destacar a los turistas de Francia como un grupo que sobresale por su presencia en los museos estudiados. Como se puede apreciar en la figura anterior estuvo en el segundo lugar de visita a pesar de que, en los años 2016, 2017 y 2018 ocupó el sexto, quinto y cuarto lugar en el número total de visitantes a la ciudad (GIER 2018:14 y 2019:17).

CONCLUSIONES

La información disponible a nivel nacional sobre las principales nacionalidades de procedencia de los turistas extranjeros que arriban al Ecuador se ve corroborada por la información del Libro de Visita de los museos analizados. En consecuencia, los turistas culturales extranjeros de los cuatro museos de la ciudad de Cuenca proceden de las siguientes subregiones: América del Norte, Europa Occidental, Europa Meridional y América del Sur.

Por nacionalidades, los principales países de procedencia son Estados Unidos, Francia y España. Si bien existen turistas extranjeros de muchas otras subregiones y nacionalidades su número es marginal. La internacionalización del atractivo Cuenca está por desarrollarse.

El museo debe vincularse con la cultura del visitante, durante la visita; buscar los elementos comunes o las relaciones que han existido entre el Ecuador y el país de origen del turista. Lo anterior debido a la profunda influencia histórica y la actual presencia de turistas procedentes de Estados Unidos, Francia y España.

La guianza o mediación debería considerar la elaboración de guiones que ubiquen la narración de nuestros atractivos en relación con el momento histórico del país de los visitantes y los lazos y relaciones específicos que existieron entre Ecuador y el país del turista. La presentación de la información demanda responder a los idiomas de los visitantes. Por tanto, una carencia de los museos es la falta de señalética y cédulas en inglés, francés y alemán.

La ciudad de Cuenca registra un importante porcentaje de turistas culturales extranjeros y los museos constituyen un atractivo fundamental al interior de esta tipología de turismo que permite afianzar su valor cultural. En este mismo sentido es clave que los museos desarrollen una oferta complementaria como cafeterías, tiendas de recuerdos, actividades lúdicas y participativas que permitan una experiencia activa del visitante.

Los museos estudiados no están usando la información existente sobre su público y por tanto no responden a sus necesidades específicas.

DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES:

Los autores del presente artículo declaramos no tener conflictos de intereses.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES:

Imelda Avecillas Torres (25%), Abraham Boanerges Crespo Córdova (25%), Leonardo Torres León (25%) y Cristina Andrea Barzallo Neira (25%)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, H. (2009). Turismo cultural y consumo cultural en viajes turísticos. Cuba y el Centro Histórico de La Habana. *Economía y Desarrollo*, 144 (1), 154-185.
- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios. (1976). Carta de Turismo Cultural. Recuperado de https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/culturalroutes_sp.pdf
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2016). Plan estratégico de turismo para Cuenca. Libro II. Plan estratégico de desarrollo turístico y mercadeo del destino Cuenca y su área de influencia 2016-2021. Recuperado de <http://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/Plan%20Estrategico%202016%202021.pdf>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2017). Ruta de los Museos. Recuperado de https://issuu.com/funturismo/docs/folleto_ruta_de_los_museos_espanol
- GIER. (2018). Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca año 2016 y 2017. Recuperado de <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Anuario%20de%20Estad%20C3%ADsticas%20Tur%20C3%ADsticas%202017%20-%20FMTPC.pdf>
- GIER. (2019). Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca boletín anual año 2018. Recuperado <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/anuario%20estadistico%202018.pdf>
- Herrero, L. C., Sanz, M. I. y Sanz, J. Á. (2002). Turismo cultural de museos: análisis valoración. *Estudios Turísticos*, (153), 61-83. Recuperado de <http://imagenesbibliotecacentral.minhap.gov.es/pdfpublicaciones/ImagenTexto/35/estudiosturisticos153.pdf#page=61>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (30 de septiembre de 2016). Ecuador recibió 1,5 millones de extranjeros en 2015. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-recibio-15-millones-de-extranjeros-en-2015/>
- Kamel, M., Malchrowicz-Moško, E. & Piasta, M. (2014). Actual trends in tourism to museums. *New trends in tourism research-Apolish perspective*. En F. Dias, S. Oliveira, J. Kosmaczewska & A. Pereira (eds). *New Trends in Tourism Research. A Polish perspective* (pp. 20-41). Recuperado de https://www.academia.edu/9070724/Actual_trends_in_tourism_to_museums
- Martín, J. F. (2005). Los factores definitorios de los grandes grupos de edad de la población: tipos, subgrupos y umbrales. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, IX(190). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-190.htm>
- Martos, M. y Pulido, J. I. (2010). Una aproximación al análisis de la actividad turística cultural en la ciudad. *Departamento de Economía. Universidad de Jaén. Papers de Turisme*. (47-48),

- 39-57. Recuperado de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/110/103>
- Ministerio de Turismo. (2014). Proyecto Ecuador Potencia Turística, 2014. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). Perfiles de Turismo Internacional 2017. Turismo en Cifras. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- OECD. (2009). The Impact of Culture on Tourism. Recuperado de: https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009_The_Impact.pdf
- Oficina Económica y Comercial de España en Quito. (2018). Informe económico y comercial. Ecuador. Recuperado de <https://docplayer.es/85633182-Informe-economico-y-comercial-ecuador-elaborado-por-la-oficina-economica-y-comercial-de-espana-en-quito.html>
- OMT. (2018). Tourism and Culture Synergies. doi: 10.18111/9789284418978
- OMT/UNESCO. (2018). Tercera conferencia mundial OMT/UNESCO sobre turismo y cultura: en beneficio de todos. Recuperado de https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/50679/unwto_unesco_istanbul_declaration_30.1.19_es.pdf
- Prada-Trigo, J., Armijos, D., Crespo, A. y Torres, 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. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_04.pdf
- Rodríguez, M. (2001). El turista cultural y las ciudades históricas. Especial Monográfico: Turismo en ciudades históricas. Revista PH, 36. Recuperado de <http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/1230>
- UNWTO. (2013). Turismo y patrimonio cultural inmaterial. Madrid: Organización Mundial del Turismo
- UNWTO/UNESCO. (2015). Declaración de Siem Reap sobre turismo y cultura: Construyendo un nuevo modelo de cooperación. Recuperado de <https://whc.unesco.org/document/139483>
- UNWTO. (2019). Tourism definitions. doi: 10.18111/9789284420858