



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, MENCIÓN: HOTELERÍA Y TURISMO

PROBLEMA:

EL MUSEO MUNICIPAL DE MÚSICA POPULAR DE JULIO JARAMILLO COMO
ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

AUTOR:

ACOSTA ECHEVERRIA JORDY WLADIMIR

TUTORA:

MSC. MARCIAL DAYRA

BABAHOYO – ECUADOR

2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres y mi querida esposa, quienes han sido una base fundamental en mi vida y en mi etapa universitaria, a ellos les dedico mis logros, gracias por su paciencia y sobre todo su tiempo brindado para motivarme durante todo este periodo y que ahora en adelante serán recompensados.

Mi madre ha sido mi apoyo para superar todas las adversidades que se me ha presentado y jamás me ha dejado solo, siempre hemos estado juntos y aún más con su apoyo moral hacia mí.

Mi esposa quien creyó en mí desde el primer momento, y hasta el día de hoy me ha brindado su apoyo y gracias a eso estoy en mi última faceta en el ámbito estudiantil.

A Dios que me dio las fuerzas para seguir adelante con mi carrera y sobre todo no desampararme en los momentos difíciles, me caí muchas veces, pero me logré levantar el doble.

Jordy Wladimir Acosta Echeverria



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



AGRADECIMIENTO

Agradezco a la universidad técnica de Babahoyo que me brindó la oportunidad de estudiar y que ahora en adelante estos conocimientos se verán reflejados en mi trabajo profesional.

Mis sinceros agradecimientos a mis docentes quienes desde el primer día han sido una parte muy importante en todo este proceso que hoy en día estoy terminando.

Reconocer el trabajo y tiempo que invirtió en mí, gracias Msc. Dayra Marcial por guiarme y por ser una gran ayuda, por sus consejos brindados, sin usted no lo hubiera logrado.

Jordy Wladimir Acosta Echeverria



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



RESUMEN

La presente investigación consiste en recomendar el museo de música popular Julio Jaramillo como atractivo turístico en la ciudad de Guayaquil con el fin de potencializar las visitas de turistas nacionales y extranjeros. Este proyecto nace a partir de observar el desinterés y desconocimiento cultural de un lugar emblemático, patrimonio y símbolo de nuestra historia nacional. Durante el proceso investigativo se indagó a profundidad las variables de estudio, además se aplicaron diferentes métodos de investigación como son: el método deductivo, inductivo, analítico y descriptivo, los cuales aportaron al desarrollo de mi estudio. Así mismo se utiliza la técnica de la encuesta que tiene como objetivo recolectar información de los turistas que visitan el museo, de esta manera se logrará identificar situaciones detectadas para posteriormente darles solución desde un enfoque profesional. Finalmente, con los resultados obtenidos a través de este proceso se identifica la necesidad de recomendar al museo como un atractivo turístico de importancia cultural, desde el ámbito profesional se sugiere la promoción de este atractivo mediante publicidad en medios digitales y redes sociales puesto que actualmente la mayor parte de la población utiliza este tipo de herramientas.

Palabras claves: Museo de música popular, cultura, atractivos turísticos, patrimonio, turistas.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



ABSTRACT

The present investigation consists of recommending the Julio Jaramillo popular music museum as a tourist attraction in the city of Guayaquil in order to potentiate the visits of national and foreign tourists. This project was born from observing the disinterest and cultural ignorance of an emblematic place, heritage and symbol of our national history. During the investigative process, the study variables were investigated in depth, in addition, different research methods were applied, such as: the deductive, inductive, analytical and descriptive method, which contributed to the development of my study. Likewise, the survey technique is used, which aims to collect information from tourists who visit the museum, in this way it will be possible to identify detected situations and then give them a solution from a professional approach. Finally, with the results obtained through this process, the need to recommend the museum as a tourist attraction of cultural importance is identified, from the professional field it is suggested the promotion of this attraction through advertising in digital media and social networks since currently the Most of the population uses this type of tools.

Keywords: Museum of popular music, culture, tourist attractions, heritage, tourists.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	7
DESARROLLO.....	9
JUSTIFICACIÓN.....	9
Objetivo General.....	10
Sustento Teórico.....	10
Técnicas Aplicadas Para La Recolección De Información.....	21
Resultados Obtenidos.....	23
Soluciones Plantadas.....	27
CONCLUSIÓN.....	28
Recomendaciones.....	29
BIBLIOGRAFÍA.....	30
Anexos.....	31



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
ÍNDICE DE GRÁFICOS



Gráfico 1: museo de música popular	23
Gráfico 2: Recomendación de atractivo turístico	25
Gráfico 3: redes sociales.....	26
Gráfico 4: museo de música popular	34
Gráfico 5: atractivo turístico.....	35
Gráfico 6: recomendación de atractivo turístico.....	36
Gráfico 7: publicidad de atractivo turístico	38
Gráfico 8: frecuencia de visitas	39
Gráfico 9: redes sociales.....	40
Gráfico 10: limitada afluencia de turistas.....	41
Gráfico 11: publicidad del museo.....	43
Gráfico 12:funciones del museo	44
Gráfico 13: importancia del museo	45



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
ÍNDICE DE TABLAS



Tabla 1: museo de música popular	23
Tabla 2: recomendación de atractivo turístico.....	24
Tabla 3: redes sociales.....	26
Tabla 4: muso de música popular	34
Tabla 5: atractivo turístico.....	35
Tabla 6: recomendación de atractivo turístico.....	36
Tabla 7: publicidad de atractivo turístico	37
Tabla 8: frecuencia de visitas	39
Tabla 9: redes sociales.....	40
Tabla 10: limitada afluencia de turistas.....	41
Tabla 11: publicidad del museo.....	42
Tabla 12: funciones del museo	44
Tabla 13: importancia del museo.....	45



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación denominado “El Museo de música popular Julio Jaramillo como atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil” nace a partir de observar el desinterés y desconocimiento cultural de este lugar emblemático, patrimonio y símbolo de nuestra historia nacional, causas que ocasionan que los recursos que la ciudad posee pierdan su valor cultural. Es importante recalcar que con la problemática detectada los principales afectados serán los integrantes del sector turístico.

En el presente trabajo de investigación se analizaron las variables de forma metódica y se identificó como variable independiente a el museo de música popular Julio Jaramillo y la variable dependiente es atractivos turísticos, siendo la línea de investigación de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Babahoyo, desarrollo de bienes, productos servicios y procesos turístico

La cultura de un país puede ser reflejada de diferentes maneras ya que no tiene un área única de acción, es más, a medida que ésta se manifiesta en mayores y diversos ámbitos cotidianos y del saber de una sociedad, ésta se verá potenciado en su identidad, en sus valores y ciertamente en su capacidad de crecimiento a futuro, en tal sentido se considera importante desarrollar mi tema de estudio e indagar a profundidad las variables identificadas con la finalidad de proponer posibles soluciones a las situaciones detectadas y demostrar que el objetivo planteado es factible.

El presente trabajo de investigación tiene gran importancia teórica debido a que se realizará un análisis del museo municipal de música popular Julio Jaramillo en la ciudad de Guayaquil. La aportación del presente estudio se basa principalmente en fortalecer nuestra identidad cultural para promover el museo municipal de música popular Julio Jaramillo como atractivo turístico, A través de la presente investigación se pretende beneficiar directamente a los turistas que visiten el museo y conozcan la historia de la música popular de Guayaquil. La investigación es factible, pues posee los recursos necesarios para el desarrollo del estudio, así mismo cuenta con el aporte profesional para dominar las diferentes bases teóricas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



En el proceso de investigación se utilizarán diferentes métodos de investigación tales como: método deductivo, método inductivo, método analítico y método descriptivo, cada uno de los cuales aportarán al desarrollo de mi investigación. Además, se utilizará la técnica de la encuesta que será realizada por medio del formulario de Google, el mismo que constará con 10 preguntas, dicho instrumento se compartirá a 112 turistas que fueron identificados con datos estadísticos del MINTUR.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
DESARROLLO



El museo municipal de música popular de Julio Jaramillo como atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene gran importancia teórica debido a que se realizará un análisis del museo municipal de música popular Julio Jaramillo en la ciudad de Guayaquil, por otro lado, se pretende conocer su historia, los atractivos y los servicios que oferta con la finalidad de evidenciar la importancia cultural y posicionarlo como atractivo turístico.

La aportación del presente estudio se basa principalmente en fortalecer nuestra identidad cultural para promover el museo municipal de música popular Julio Jaramillo como atractivo turístico, por otra parte, la investigación aportara al desarrollo del turismo cultural y a conocer parte de la historia del objeto de estudio, en tal sentido se aplicarán diferentes métodos y técnicas de investigación para recopilar información que contribuya y aporte al estudio de caso.

A través de la presente investigación se pretende beneficiar directamente a los turistas que visiten el museo y conozcan la historia de la música popular de Guayaquil, igualmente serán beneficiados las personas que se dedican a actividades turísticas fuera del museo debido a que el museo al tener más ingreso de visitantes tendría más posibilidades de ofertar sus servicios

La investigación es factible, pues posee los recursos necesarios para el desarrollo del estudio, así mismo cuenta con el aporte profesional para dominar las diferentes bases teóricas y finalmente es importante mencionar que el pasillo hoy en día es un patrimonio cultural para nosotros los ecuatorianos, así mismo conoceremos su historia y de donde proviene por lo que existen diversos proyectos, los cuales serán útiles y servirán de guía para el desarrollo de la investigación.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
OBJETIVO GENERAL



- Recomendar el museo municipal de música popular Julio Jaramillo como atractivo turístico en la ciudad de Guayaquil.

La presente investigación pretende recomendar el museo municipal de música popular Julio Jaramillo, para lograr el objetivo antes mencionado se recopilará toda la información necesaria acerca del museo, posterior a esto se realizará una encuesta para poder identificar situaciones detectadas y proponer soluciones adecuadas a cada problema detectado, finalmente se utilizarán las redes sociales para promover potenciar las visitas de turistas nacionales y extranjeros.

SUSTENTO TEÓRICO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Historia del primer museo del Ecuador, “el museo municipal de Guayaquil”

El 15 de septiembre de 1908, don Armando Pareja coronel, a la sazón presidente del Ilustre Concejo Cantonal, propuso la creación de un museo histórico, dando de este modo pie para la transformación del antiguo Museo Industrial. La propuesta dio origen a una ordenanza que definiría, entre otras cosas, el establecimiento de una sección dedicada a la Historia Patria y, otra, el establecimiento de una sección dedicada a la historia patria y, otra, a las ciencias y a las artes, así como la responsabilidad del director de la biblioteca para con el nuevo Museo al que le tocaría dirigir también, la ordenanza, dictada el 16 de diciembre de 1908, disponía al final de su articulado, que se inaugurará esta nueva dependencia el 10 de agosto de 1909 como parte de las festividades a realizarse en conmemoración del centenario del “Primer Grito de la Independencia”. (Berna, 2018, pág. 7)

El evento se llevó a cabo la noche del 9 de agosto, con una ceremonia y concurrencia sin precedentes en la que todos los invitados pudieron apreciar más de 1.000 obras perfectamente seleccionadas y expuestas en las salas especialmente diseñadas, distribuidas en Arqueología, Colonial, Numismática, Historia Nacional y Centros de Historia Natural. Toda la clasificación, organización e instalación estuvo a cargo del Sr. Don Camilo Destrugue Illingworth, director de la Biblioteca Municipal, quien se convirtió en el primer director del Museo y pasó a ser Museo de la Ciudad. (Berna, 2018, pág. 7)

En la actualidad se dice que museo es un lugar o espacio donde se pueden disfrutar todas las obras de arte, ciencia, etc., podemos decir que estos lugares tienen un valor cultural muy logrado para quienes desean observarlos y estudiarlos, por ejemplo: colección de antigüedades Estos lugares están orientados por personas con distintos cargos que son:

- Director
- Conservadore
- Analistas
- administradores, etc.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Museo de la música popular Julio Jaramillo

Inaugurado oficialmente el 1 de marzo de 2008, auspiciado y liderado por la ciudad del Guayas, lleva el nombre de Julio Jaramillo en honor al cantautor guayaquileño, mejor conocido como "Jota Jota", quien es considerado el cantador más popular de todos los tiempos en el Ecuador y un ícono a nivel nacional. música. Unas de las funciones principales del museo son: promover la música, incentivar a los jóvenes a conocer toda la historia, incrementar la imaginación.

Las celebraciones del Día Internacional de los Museos comenzaron con el Movimiento de los Museos, organizado en 1951 por la UNESCO y el ICOM (Consejo Internacional de Museos), con sede en 136 países y la única organización que incluye museos y expertos que realizan sus investigaciones especializadas Por el bien general, el Comité Internacional comparte y reflexiona sobre temas relacionados con los museos para crear conciencia sobre el papel de los museos en lo social. En 1977, durante el 12º Congreso del ICOM en Leningrado, se eligió el 18 de mayo como el Día de los Museos.

Uno de los objetivos del Museo del Popular de Guayaquil es permitir que cada vez más personas descubran la música en un ambiente más cómodo y agradable, incentivándolos a regresar con frecuencia a que, a través del disfrute de escuchar, puedan comprender más profundamente la naturaleza, la historia. y humano.

El turismo cultural juega un papel muy importante en la promoción y valorización de los patrimonios culturales existentes en el país, así como el que existe en guayas el cual encontramos el museo ya antes mencionado para que los turistas interactúen y conozcan un poquito más de nuestro centro atractivo.

El Museo cuenta con servicios activos para sus visitantes que hacen énfasis en nuestro patrimonio musical, tales como:

- orientaciones dirigidas
- datos de directorio
- Conferencias sobre la historia de la música folclórica
- Consulta científica
- mañanas de fans y reuniones musicales (los eventos se alternan los domingos)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



- Salón de la escuela
- Cancionero Museo Julio Jaramillo, bienal
- bar

Pasillo

Definir al pasillo como parte de la cultura popular conjuga valores, estrategias y símbolo que sectores urbanos del país expresaron al iniciar y concluir el siglo XX. Es ahí donde las crisis económico-políticas de contundentes y similares efectos producen traumas que llegan a verbalizarse mediante un poema musical llamado pasillo; un pasillo que se está gestionado como un discurso de “sentimientos de pérdida”; pérdidas indistintas que llegarían a simbolizarse como una idealización amorosa.

El pasillo, que es considerado una variación del vals que se toca en un compás de 3/4, se produce en las provincias andinas de Pichincha, Azuay, Cañar, Loja y Chimborazo, y en las costeras Guayas, Manabí, El Oro y Los Ríos, según el ecuatoriano Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC).

“El pasillo históricamente viene del proceso que nos dejaron nuestras luchas libertarias”, dijo a la AFP el etnomusicólogo Juan Mullo, al recordar que este ritmo se gestó en la Gran Colombia, que estuvo conformada por lo que hoy es Colombia, Ecuador, Panamá y Venezuela. Añadió que hasta la década de los 70 el pasillo fue un “baile de salón”, pero que con el tiempo perdió esa característica convirtiéndose, sobre todo, en un ritmo para cantar. (El pasillo ecuatoriano es designado Patrimonio Cultural, 2021)

En sus inicios el pasillo era solamente instrumental y su ejecución se basaba en los tres instrumentos básicos de la música andina: bandola, tiple y guitarra. Posteriormente apareció el pasillo vocal que incluye letras de gran contenido poético e incluso muchos de ellos son poemas musicalizados como «Sombras», de la poeta mexicana Rosario Sansores y musicalizado por los ecuatoriano Carlos Brito o Julio Jaramillo; «Mis flores negras» poema del colombiano Julio Flórez cuya versión musicalizada se atribuye al ecuatoriano Carlos Amable Ortiz y a Julio Jaramillo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Cesar Guerrero Tamayo fue creador de letras y música del pasillo ecuatoriano, género musical hispanoamericano considerado un símbolo de identidad ecuatoriana, sin embargo, con el pasar del tiempo se ha ido desvalorizando y marginado frente a las nuevas generaciones, que han ido adoptando nuevos ritmos musicales dejando atrás al pasillo que guarda en sus letras un patrimonio cultural. Este género musical se impulsa a través de grandes compositores, escritores e intérpretes entre ellos Nicasio Safadi, Enrique Ibáñez, Carlos Rubira Infante, Julio Jaramillo entre otros hicieron que estos géneros musicales trascendieran en toda Hispanoamérica. Abel Romeo Castillo movido por un sentimiento de nostalgia por su patria en el Conflicto Limítrofe con el Perú 1941, escribió la letra de la canción Romance de mi destino, la cual obtuvo un legado cultural y hasta la actualidad cuando los marinos ecuatorianos se van a altamar se entonan sus letras. (García vera, Evelyn, Maluchin-Tuarez & Williams, 2018)

Recurso Cultural

Según la revista (Pilar Espeso, 2019, pág. 1102) “El turismo cultural es una actividad turística donde la principal motivación de los turistas es conocer, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales tangibles e intangibles de un destino turístico en un horario determinado”. La cual ayuda al turista a conocer y percibir dichas culturas, tradiciones que haya en aquel lugar a visitar.

La nueva definición del recurso cultural es reflejada en la importancia del legado inmaterial y de las industrias culturales como integrantes fundamentales de la oferta, y de las comunidades locales y pueblos originarios como legítimos herederos del legado patrimonial, transmisores de la cultura viva y, anfitriones del visitante cultural.

Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural se localiza en una notable experimentación turística. No quiero decir que con ello el denominado patrimonio tradicional (catedrales, museos, edificios civiles y eclesiásticos, calle, etc.) esté en un proceso de decaimiento, sino todo lo contrario: con éste se está relacionando actualmente una dinámica muy agresiva de aportación de nuevo patrimonio cultural de escala simbólica y emblemática en museos,



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



espacios escénicos y deportivos, nuevas arquitecturas en hoteles, edificios de oficinas y congresos.

El patrimonio, desde la perspectiva social, es parte de la historia y de la esencia de la cultura, es la síntesis simbólica de la identidad de una región o nación; esto implica un proceso de reconocimiento como parte del sentido de pertenencia a un grupo o territorialidad y su distinción en el contexto universal. El patrimonio es una herencia, un legado de las generaciones pasadas que debe ser conservado y protegido a favor del presente y de generaciones futuras. En este contexto, el patrimonio es un concepto en sí mismo que alude a la historia y que hace parte esencial de la cultura. (Hormaza, Torres, 2020, pág. 386)

La gestión del patrimonio cultural tradicional no siempre ha sabido atender a este nuevo tipo de consumidor, es decir, equilibrar las propuestas de promociones, comunicaciones e interpretaciones desde actividades, participación, claridad y cultivo de los elementos diferenciadores de la cultura autóctona en la lectura del patrimonio tangible e intangible. Por otra parte, esto no implica más que una clara necesidad de educar a la demanda a través de un mayor acercamiento entre patrimonio y turista,

- Patrimonio cultural tangible
- Patrimonio cultural intangible

Patrimonio cultural tangible: Este nos habla sobre los elementos materiales de valor que van surgiendo a lo largo del tiempo como monumentos, y pueden ser observados, disfrutados por los turistas a visitar en dichos pueblos.

Patrimonio cultural intangible: Trata sobre los no elementos materiales, como fiestas, leyendas representaciones teatrales y musicales, etc.

Turismo cultural

Aunque el turismo, de una forma u otra, siempre ha estado vinculado a ese conocer, lo cierto es que, a partir de los años 70, cuando la UNESCO desarrolló la Convención sobre Patrimonio Cultural y Natural y se propuso conservarlo y promocionarlo, el turismo cultural ha experimentado un gran auge en todo el mundo, pero especialmente en Europa. (iberdrola , 2022)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



El turismo cultural ha dejado de ser un nicho de interés para unos pocos, para convertirse en un potente atractivo para la demanda. Las tendencias de movilidad global apuntan a un crecimiento del turismo en general y del turismo cultural en particular que traerán consigo nuevas presiones y demandas al sector. En un contexto social donde prima la diversidad tanto entre residentes como con los visitantes, la “cultura del encuentro” se torna mucho más compleja. Los impactos sociales, mayores cuanto más distancia cultural hay entre visitante y el visitado, serán aspectos claves a tener en cuenta en el camino hacia la sostenibilidad del turismo en los destinos culturales. (Espeso, Pilar, 2019)

El turismo cultural se basa en elementos palpable como los museos o el patrimonio, podríamos decir como un estilo de vida, por lo que, se caracteriza para conocer, comprender y disfrutar de la experiencia que esto conlleva, en otras palabras, podemos decir que es una experiencia que nos ofrecen los aspectos culturales en determinados lugares como pueblos, ciudades, etc.

Atractivo Turístico

Los atractivos turísticos repercuten en la decisión de los turistas, por lo que el turista realizara su inversión en cada lugar o centro de recreación, para así llevar con ellos su experiencia y el deseo de seguir recorriendo varios lugares, pueblos, entre otros.

Los atractivos turísticos que posee un lugar, representan para los visitantes, los principales símbolos e imágenes del destino turístico, siendo los atractivos patrimoniales quienes poseen algún tipo de núcleo de la historia que promete una experiencia turística ya que en la manera que estos se presentan resultan ser fundamental en la relevancia para estructurar una inolvidable experiencia en la visita.

En otras palabras, podemos decir que estos atractivos turísticos privados que generan fuentes de ingresos para los propietarios, lo cual invierten para una mayor acogida y sus ganancias podrían ser mayores, en ocasiones existen los lugares públicos el cual a ellos les ayuda de una manera diferente invierten sí, pero cuentan con el reconocimiento a nivel nacional y con la satisfacción de los turistas.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Sin embargo, son elementos materiales e inmateriales que se van transformando en producto turístico con capacidades susceptibles en el proceso de decisión provocando en el turista flujo de desplazamientos de un lugar a otro, dependiendo de qué tan atractivo sea y que tan interesante este.

Recurso turístico

Según la revista (Turismo Cultural, el patrimonio cultural como recurso turístico, 2019) “El Patrimonio turístico irrumpe en escena cuando el Patrimonio Cultural forma parte del mercado, reportándole beneficios que deben reinvertirse en su mantenimiento y conservación, sin que haya pérdida de identidad.” Esto también con lleva a una serie de principios que son:

- El turismo ofrece una experiencia personal desde la antigüedad hasta la actualidad de una o varias culturas.
- Aporta beneficios y facilita medios para cuidar y mantener el patrimonio y sus tradiciones.
- Puede obtener aspectos económicos del patrimonio y utilizarlos para su conservación, generando fondos o educando a la comunidad.

Turismo

El turismo se ha convertido en uno de los principales factores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de los países en desarrollo. Este crecimiento conlleva el aumento de la diversidad y de la competencia entre los destinos.

Uno de los sectores que ha visto en el turismo un aliado para recibir beneficios económicos y a la par recuperar y valorar sus orígenes ha sido el de las comunidades indígenas, las cuales a través de varios canales como mercados indígenas, guías locales y nacionales, proyectos de turismo comunitario y principalmente en alianzas estratégicas con el sector privado, han logrado posicionarse como una de las razones más importantes de visita no solo de turistas extranjeros, sino también del turista nacional que con estos proyectos, ha empezado a revalorizar a estos grupos. (Garrido, 2020)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



El turismo es una de las actividades más “democráticas” del sector productivo debido a que se organizan para un mejor mercado laboral, y así un mejor desenvolvimiento en producción para los visitantes. En otras palabras, ofrecen sensaciones de descubrimiento para poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas.

Los espacios turísticos.

Boullon, afirma que, el espacio turístico es la distribución territorial de los atractivos, los cuales son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico más la planta turística, son suficientes para definir el espacio turístico de cualquier país; y que el espacio turístico incluye los espacios naturales destinados a la actividad turística. (Boullon, 1986, pág. 2)

Desde esta perspectiva, en una primera etapa se registra el elemento, se identifica a partir de acciones de conocimiento y valoración y luego se hace visitable, o se facilita la experiencia turística, es decir, se convierte en atractivo. Se trata, según (navarro, 2015, pág. 39) de una conversión de los recursos turísticos. Si bien esta concepción podría considerar que ineludiblemente se necesita de un recurso para que sufra la transformación, el mencionado autor advierte que no siempre un atractivo turístico se genera a partir de una conversión de una representación.

En conclusión, el espacio turístico esta contribuido por ciertos sitios naturales y atractivos que suman a la planta o faceta turística, generando flujos turísticos que pueden ser ríos, cascadas u playas; dentro de estos centros ya antes mencionados se desarrollan actividades con fines que el visitante lleve con ello una cálida experiencia y una buena recomendación.

Servicios turísticos

Según (servicios turisticos, pág. 3) “Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos” también nos dice que es un conjunto



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación.

Los Servicios Turísticos incorporan su producción, distribución, comercialización, venta y prestación, se refieren a los bienes y servicios que ofrecen las empresas de mercados turísticos, para satisfacer las necesidades de los turistas en la organización del viaje y su vez disfruten del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, y actividades recreativas, etc.

Dentro de los servicios turísticos contamos con los siguientes:

- **Servicio de alojamiento**

se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos.

- **Servicio de alimentación**

conformidad de bebidas para ser consumidas por los usuarios.

- **Servicios de guía:**

Guía turística profesional, para la intervención sobre el patrimonio cultural y natural.

- **Servicios de intermediación, agencia de viajes**

servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario y a su vez intervienen para una mayor información entendible.

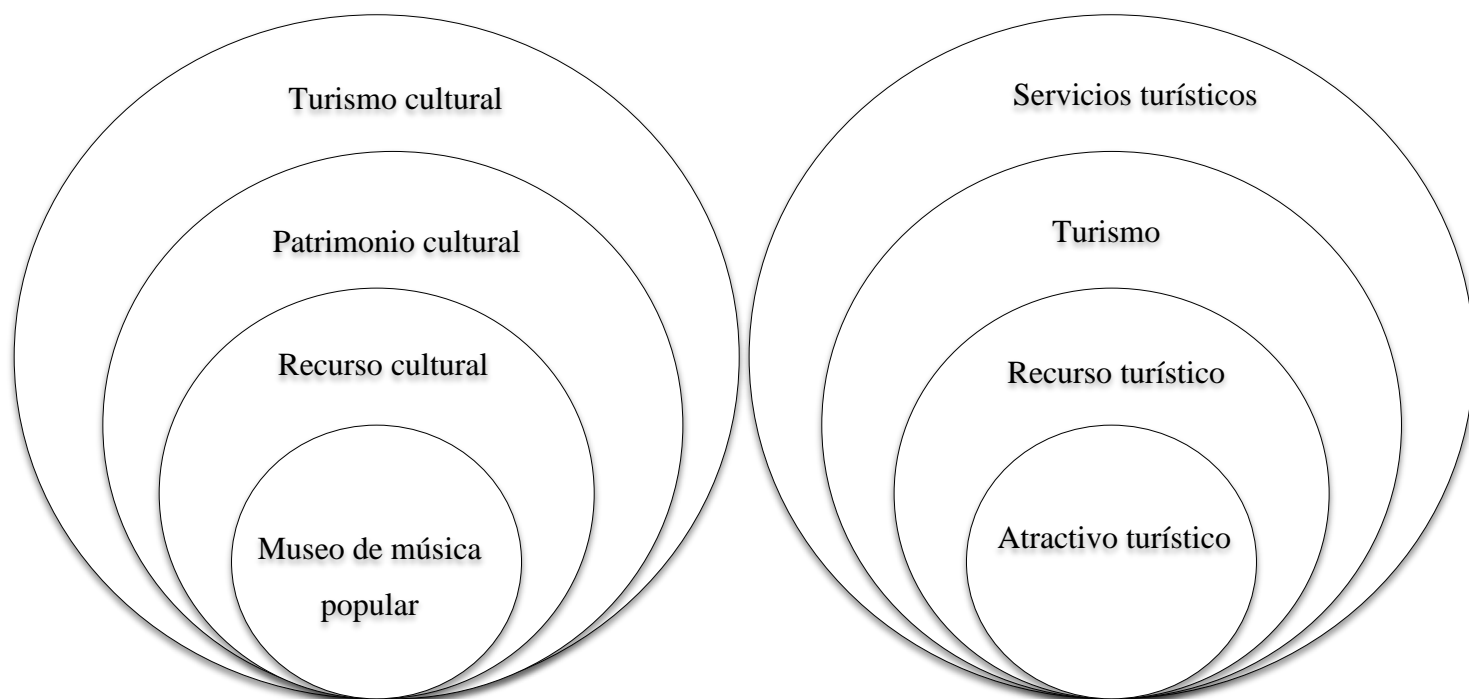
- **Servicios de transportes**

Servicio para la movilidad del turista.

- **Servicios de consultoría turística**

Son especializados en licenciados en el sector del turismo para realizar su labor turística.

Gráfico n°: 1 Categorización de Variable



Variable independiente

variable dependiente

Fuente: *Jordy Acosta*



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN



Tipos de la investigación

Método deductivo

Este método deductivo permitió generar conclusiones específicas del problema en estudio para deducir mediante el razonamiento lógico y suposiciones para luego demostrar su validez, en referencia a las variables establecidas.

Método inductivo

Se aplicó este método después de realizar el estudio y análisis de los acontecimientos del tema a investigar, que dan idea general sobre las variables a tratar.

Método analítico

Consistió en comprender, analizar e interpretar la situación de cada una de las variables del tema de estudio a realizar sobre la problemática establecida y lograr una nueva información respecto a lo que se investigó.

Método descriptivo

Se usó este tipo de método por la necesidad de explicar y especificar la realidad que presentan los hechos y acontecimientos, para luego establecer los indicadores que se manejaron en el desarrollo de la investigación.

Técnicas de investigación

Encuesta

Es una herramienta que se basa en la recolección de datos, que al tabularlos podrán fundamentar la idea, donde se obtendrá de forma clave las preguntas que permitirán el desarrollo del proyecto investigativo.

Instrumentos

En base a la técnica establecida se considera el uso del siguiente el instrumento.

Cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



El cuestionario es el instrumento básico aplicado dentro de la encuesta, para así obtener una base de datos que posteriormente fue tabulado y analizado para comprobar la veracidad del problema de investigación.

Para la recolección de información se empleó la técnica de la encuesta, en tal sentido se elaboró un cuestionario de 10 preguntas con múltiples opciones. La encuesta fue realizada a través del formulario de Google a 112 personas las mismas que fueron identificadas con datos no proba listicos del MINTUR.

1. ¿Qué tan importante resultaría considerar al museo de música popular Julio Jaramillo como un atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil?

Tabla n°1: *museo de música popular*

Alternativa	Porcentaje
Muy importante	31,6%
importante	57%
Moderadamente importante	11,4%
De poca importancia	0
Sin importancia	0
Total	100%

Tabla 1: museo de música popular

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°1: *museo de música popular*

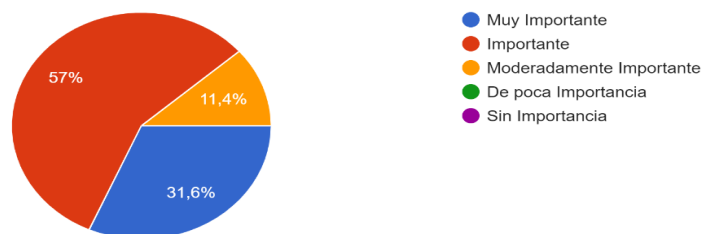


Gráfico 1: museo de música popular

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 64 personas correspondiente al 57% mencionan que es importante el museo de música popular, 35 personas correspondiente al 31,6% nos dicen que es muy importante, mientras que 2 personas correspondiente al 11,4 creen que es moderadamente importante.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que es importante considerar al museo de música popular, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que imaginan que es muy importante, mientras que la menos población cree que es moderadamente importante.

3. ¿Con qué probabilidad usted recomienda que visiten los atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil?

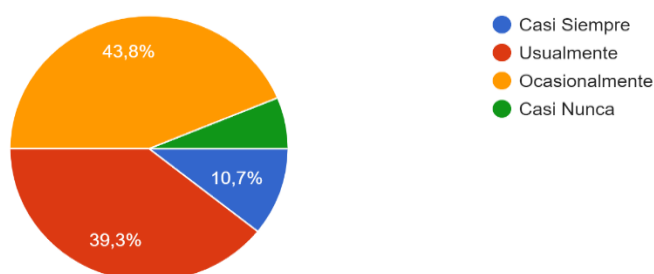
Tabla n°3: Recomendación de atractivo turístico

Alternativa	Población
Casi Siempre	10,7%
Usualmente	39,3%
Ocasionalmente	43,8%
Casi nunca	6,2%
Total	100%

Tabla 2: recomendación de atractivo turístico

Fuente: Jordy Acosta

Gráfico n°3: Recomendación de atractivo turístico





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Gráfico 2: Recomendación de atractivo turístico

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 49 personas correspondiente al 43,8% consideran que ocasionalmente recomendaría el museo de música popular, 44 personas correspondiente al 39,3% nos dicen que lo harían usualmente, por lo que 12 personas correspondiente al 10,7 mencionan que encomendarían casi siempre, mientras que 7 personas correspondiente al 6,2% casi nunca lo sugerirían.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que ocasionalmente recomendarían el museo de música popular, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que creen que lo harían usualmente, así mismo, dicen que lo harían casi nunca, mientras que la menos población cree que nunca lo harían.

6. ¿Estaría de acuerdo en utilizar sus redes sociales para promover visitas al museo de música popular Julio Jaramillo?

Tabla n°6: *redes sociales*

Alternativa	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23,2%
De acuerdo	53,6%
Indeciso	21,4%
En desacuerdo	1,8%
Totalmente desacuerdo	0%
Total	100%

Tabla 3: redes sociales

Fuente: Jordy Acosta

Gráfico n°6: redes sociales

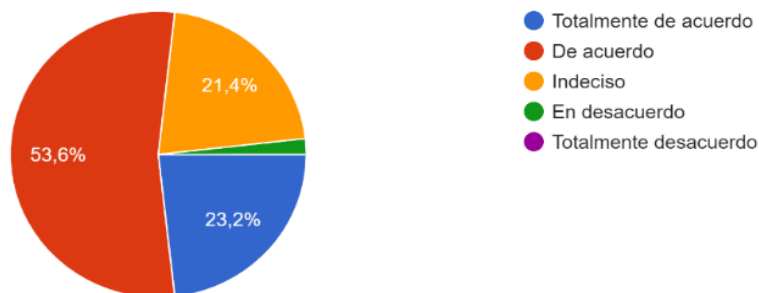


Gráfico 3: redes sociales

Fuente: Jordy Acosta

Análisis

De 112 encuestados, 60 personas correspondiente al 53,6% nos dicen están de acuerdo en utilizar las redes sociales para incentivar al museo, 26 personas correspondiente al 23,2% opinan que están totalmente de acuerdo, por lo que 24 personas correspondiente al 21,4% se encuentran indecisos, así mismo, 2 personas correspondiente al 1,8% en desacuerdo.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que están de acuerdo, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que están totalmente de acuerdo, así mismo, que están indeciso y en desacuerdo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



SOLUCIONES PLANTADAS

Respecto a la pregunta **¿Qué tan importante resultaría considerar al museo de música popular Julio Jaramillo como un atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil?**, la solución que planteó es la siguiente: Diseño de proyectos promocionales con la finalidad de dar a conocer la importancia de este atractivo turístico y el valor cultural que posee, pues en este sitio se preserva el patrimonio musical de la ciudad de Guayaquil. Es importante destacar que el museo fue inaugurado el primero de marzo del 2008 y lleva el nombre de Julio Jaramillo en honor a este cantante guayaquileño y el objetivo del museo es preservar, enriquecer y difundir nuestro patrimonio musical.

Una de las preguntas desarrolladas fue: **¿Considera importante que el museo de música popular Julio Jaramillo tenga mayor publicidad para que capta el interés de los turistas?**, la solución que propongo es que el Ministerio de turismo y el área turística de la municipalidad de Guayaquil desarrolle una estrategia de marketing publicitario para museos dirigido a un mercado amplio, entre ellos: niños, adolescentes, adultos y adultos mayores. Por consiguiente, es importante mencionar que en la actualidad un canal fundamental son las redes sociales principalmente por qué es utilizada por la mayoría de las personas. De la misma forma se considera importante un diseño de publicidad en Facebook Instagram por tendencias en la actualidad tik tok.

Otra de las preguntas realizadas fue **¿Estaría usted de acuerdo en utilizar sus redes sociales para promover visitas al museo de música popular Julio Jaramillo?**, la solución que planteo es la siguiente; La municipalidad de Guayaquil y el ministerio de turismo elabore más publicidad de nuestros patrimonios culturales con el objetivo de potencializar las visitas de turistas nacionales y extranjeros. Además, como futuros profesionales del turismo se puede diseñar estrategias de marketing en redes, planificar un contenido innovador para causar el mayor impacto posible, de esta manera se logra que las personas compartan la información publicitaria y, porque no, alcanzar objetivos en cuanto a visitas del museo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
CONCLUSIÓN



- El Museo Municipal de Música Popular Julio Jaramillo es un atractivo turístico, mediante el cual se realza el valor cultural que posee la ciudad de Guayaquil, por tal razón, se sigue preservando el patrimonio musical de nuestro país, dándole relevancia al principal cantante de música popular que tuvo nuestro país, es importante destacar que cada uno de estos aspectos ayudan a complementar la experiencia de los turistas al momento de visitar el “Puerto Principal”.
- Es importante diseñar estrategias de publicidad debido a que en la actualidad el crear contenido novedoso e interesante ayuda a impulsar las visitas de turistas a este tipo de instituciones, inclusive ayuda a que los turistas recomienden el Museo de Música Popular de Julio Jaramillo como atractivo turístico por el gran valor cultural que está posee.
- El internet y las redes sociales son una herramienta muy útil en el momento de promocionar un atractivo turístico, resultaría favorable utilizar este tipo de herramientas digitales para realizar contenidos de promoción turística con la finalidad de difundir información del atractivo, anécdotas, experiencias satisfactorias y objetos que forman parte de la historia musical del país, cada una de estas características permitirán tener una mayor afluencia de visitantes, generando impactos económicos en la localidad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
RECOMENDACIONES



- Se sugiere que la Municipalidad de Guayaquil en conjunto con los Ministerios de Turismo - Cultura y Patrimonio promuevan de forma oportuna la importancia conocer el Museo de Música Popular Julio Jaramillo como un aporte a nuestra cultura, además de poder incentivar a las nuevas generaciones a que conozcan una parte del patrimonio musical que posee la ciudad de Guayaquil. Como parte de las estrategias se podrían generar recursos novedosos en varios idiomas para que los turistas internacionales tengan la oportunidad de conocer nuestra cultura local.
- Se recomienda que se evalúe críticamente la experiencia a los visitantes, tratando de identificar el grado de satisfacción que encuentran en el servicio ofertado, de esta manera se podrá brindar una mejor calidad en la atención que reciben los turistas, tratando de optimizar la experiencia en el lugar, lo que conlleva a que puedan compartir experiencias y recomendar el Museo.
- Para finalizar, se propone diseñar una plataforma virtual mediante la cual se genere interacción con los usuarios y se brinde información actualizada que responda a las necesidades de los viajeros, este tipo de herramientas permitirá conocer dudas e inquietudes que servirán como referencia a los posibles visitantes del lugar, además, se promocionaría de forma positiva este atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
BIBLIOGRAFÍA



- Berna, .: A. (2018). *EVALUACIÓN DE LA OFERTA CULTURAL DEL MUSEO DE LA MÚSICA*. GUAYAQUIL. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34840/1/TESIS%20ANDREA%20BERNA%202018.pdf>
- Boullon. (1986). Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284/1096>
- El pasillo ecuatoriano es designado Patrimonio Cultural. (14 de Diciembre de 2021). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/musica/el-pasillo-ecuatoriano-es-designado-patrimonio-de-la-humanidad-por-la-unesco-nota/>
- Espejo, Pilar. (2019). *tendencia del turismo cultural* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/881/88165960001/html/>
- García vera, Evelyn, Maluchin-Tuarez & Williams. (marzo de 2018). Pasillo Ecuatoriano, Origen Identidad y Olvido. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 20. Obtenido de https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol4num11/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V4_N11_3.pdf
- Garrido, C. (2020). *REPOSITORIO* . Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/#:~:text=Pero%20el%20turismo%20no%20s%C3%B3lo,que%20son%20hoy%20parte%20de>
- Hormaza, Torres. (2020). *turismo y patrimonio cultural*. Obtenido de <http://193.145.119.54/index.php/Revista/article/view/1787/1522>
- iberdrola* . (2022). Obtenido de <https://www.iberdrola.com/cultura/que-es-turismo-cultural-y-su-importancia>
- navarro. (2015). Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2676/1/cohen-benseny-2016.pdf>
- pilar espejo, m. (2019). *revista de turismo y patrimonio cultural*, 1102. Obtenido de <http://193.145.119.54/index.php/Revista/article/view/2621/1380>
- (s.f.). *servicios turísticos*. universidad ecotec. Obtenido de https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2018F1_TUR162_01_101792.pdf
- Turismo Cultural, el patrimonio cultural como recurso turístico. (20 de mayo de 2019). *institucion de gestion cultural t artistica*. Obtenido de <https://igeca.net/blog/253-turismo-cultural-el-patrimonio-cultural-como-recurso-turistico>
- Vejsbjerg. (2019). Obtenido de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/100927>



ANEXOS

Formato De Encuesta

Encuestas dirigidas a turistas

- 1. ¿Qué tan importante resultaría considerar al museo de música popular Julio Jaramillo como un atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil?**

Muy importante

Importante

Moderadamente importante

De poca importancia

Sin importancia

- 2. ¿Qué tipo de atractivo turístico disfruta más al momento de visitarlo?**

Atractivo turístico natural

Atractivo turístico cultural

- 3. ¿Con qué probabilidad usted recomienda que visiten los atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil?**

Casi siempre

Usualmente

Ocasionalmente

Casi nunca

- 4. ¿Cree usted que es importante que la Municipalidad de Guayaquil o el Ministerio de Turismo realicen frecuentemente publicidad de los atractivos turísticos que posee la ciudad con el fin de atraer más turistas nacionales y extranjeros?**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Muy importante

Importante

Moderadamente importante

De poca importancia

Sin importancia

5. ¿Con qué frecuencia ha visitado el museo de música popular Julio Jaramillo?

Muy frecuentemente

Frecuentemente

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

6. ¿Estaría de acuerdo en utilizar sus redes sociales para promover visitas al museo de música popular Julio Jaramillo?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indeciso

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

7. ¿Cuál de las siguientes razones considera usted que provoca la limitada afluencia de visitantes en el museo de música popular Julio Jaramillo?

Falta de interés

Falta de tiempo

Desconocimiento cultural



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



8. ¿Considera importante que el museo de música popular Julio Jaramillo tenga mayor publicidad para que capte el interés de los turistas?

Muy importante

Importante

Moderadamente importante

De poca importancia

Sin importancia

9. ¿Conoce cuál es la función de un museo de música popular?

Si

No

10. ¿Cómo consideraría usted al museo de música popular Julio Jaramillo?

Muy importante

Importante

Moderadamente importante

De poca importancia

Sin importancia

Tabulación Total De Los Resultados

Pregunta n°1.-

¿Qué tan importante resultaría considerar al museo de música popular Julio Jaramillo como un atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil?

Tabla n°1: *museo de música popular*

Alternativa	Porcentaje
Muy importante	31,6%
importante	57%
Moderadamente importante	11,4%
De poca importancia	0
Sin importancia	0
Total	100%

Tabla 4: *museo de música popular*

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°1: *museo de música popular*

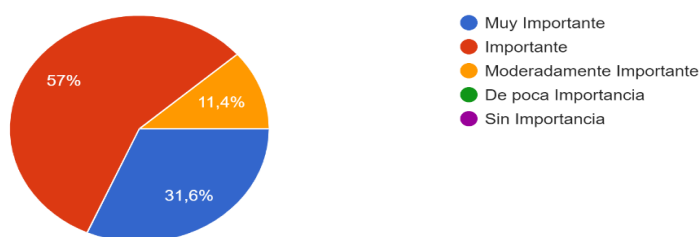


Gráfico 4: *museo de música popular*

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 64 personas correspondiente al 57% mencionan que es importante el museo de música popular, 35 personas correspondiente al 31,6% nos dicen

que es muy importante, mientras que 2 personas correspondiente al 11,4 creen que es moderadamente importante.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que es importante considerar al museo de música popular, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que imaginan que es muy importante, mientras que la menos población cree que es moderadamente importante.

Pregunta n°2.-

¿Qué tipo de atractivo turístico disfruta más al momento de visitarlo?

Tabla n°2: *Atractivos turísticos*

Alternativa	Porcentaje
Atractivo turístico natural	67,3%
Atractivo turístico cultural	32,7%
Total	100%

Tabla 5: atractivo turístico

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°2: *Atractivos turísticos*



Gráfico 5: atractivo turístico

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



De 112 encuestados, 75 personas correspondiente al 67,3% mencionan que el museo es atractivo turístico cultural, mientras que 37 personas correspondiente al 32,7% mencionan que es atractivo turístico natural.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados consideran que el museo de música popular es atractivo turístico cultural, mientras que la menos población cree que es atractivo turístico natural.

Pregunta 3.-

¿Con qué probabilidad usted recomienda que visiten los atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil?

Tabla n°3: *Recomendación de atractivo turístico*

Alternativa	Población
Casi Siempre	10,7%
Usualmente	39,3%
Ocasionalmente	43,8%
Casi nunca	6,2%
Total	100%

Tabla 6: recomendación de atractivo turístico

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°3: *Recomendación de atractivo turístico*

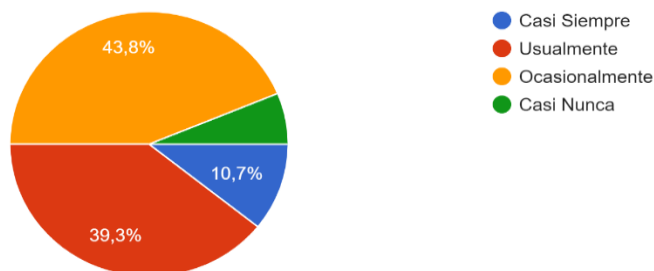


Gráfico 6: recomendación de atractivo turístico



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 49 personas correspondiente al 43,8% consideran que ocasionalmente recomendaría el museo de música popular, 44 personas correspondiente al 39,3% nos dicen que lo harían usualmente, por lo que 12 personas correspondiente al 10,7 mencionan que encomendarían casi siempre, mientras que 7 personas correspondiente al 6,2% casi nunca lo sugerirían.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que ocasionalmente recomendarían el museo de música popular, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que creen que lo harían usualmente, así mismo, dicen que lo harían casi nunca, mientras que la menos población cree que nunca lo harían.

Pregunta 4.-

¿Cree usted que es importante que la Municipalidad de Guayaquil o el Ministerio de Turismo realicen frecuentemente publicidad de los atractivos turísticos que posee la ciudad con el fin de atraer más turistas nacionales y extranjeros?

Tabla n°4.- *Publicidad de los atractivos turísticos*

Alternativa	Porcentaje
Muy importante	16,1%
importante	48,2%
Moderadamente importante	31,1%
De poca importancia	3.6%
Sin importancia	0
Total	100%

Tabla 7: publicidad de atractivo turístico

Fuente: *Jordy Acosta*

Grafico n°4 : *Publicidad de los atractivos turísticos.*

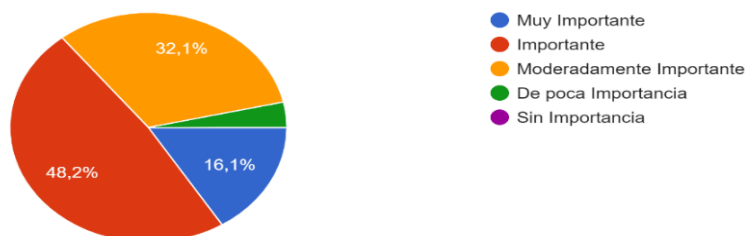


Gráfico 7: publicidad de atractivo turístico

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 54 personas correspondiente al 48,2% consideran es importante el marketing para el museo de música popular, 36 personas correspondiente al 32,1% opinan que es moderadamente importante, por lo que 18 personas correspondiente al 16,1 mencionan que es muy importante, mientras que 4 personas correspondiente al 3,6% creen que es de poca importancia.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que es importante el marketing para el museo de música popular, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que creen que es moderadamente importante, así mismo, creen que es muy importante, mientras que la menos población cree que es de poca importancia.

Pregunta 5.-

¿Con qué frecuencia ha visitado el museo de música popular Julio Jaramillo?

Tabla n°5: *Frecuencia de visitas*

¿Con qué frecuencia ha visitado el museo de música popular Julio Jaramillo?	
Muy frecuentemente	14,2%
Frecuentemente	42,5%

Ocasionalmente	26,5%
Raramente	8,8%
Nunca	8%
Total	100%

Tabla 8: frecuencia de visitas

Fuente: Jordy Acosta

Gráfico n°5: Frecuencia de visitas

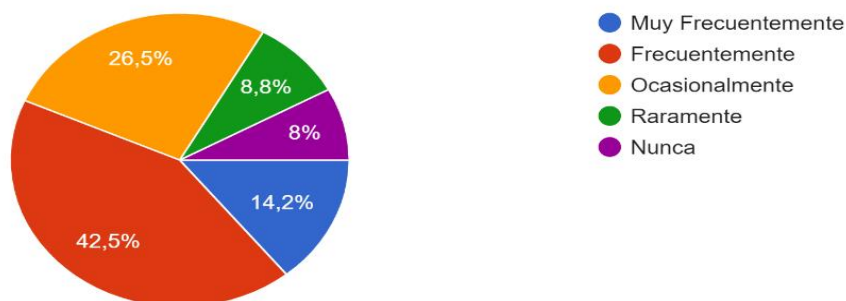


Gráfico 8: frecuencia de visitas

Fuente: Jordy Acosta

Análisis

De 112 encuestados, 47 personas correspondiente al 42,5% nos dicen que con frecuencia visitan el museo de música popular, 29 personas correspondiente al 26,5% opinan que ocasionalmente, por lo que 16 personas correspondiente al 14,2% muy frecuentemente, así mismo, 10 personas correspondiente al 8,8% raramente, mientras que 9 personas correspondiente al 8% nunca.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que con frecuencia visitan el museo de música popular, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que lo hacen ocasionalmente, así mismo, con frecuencia y raramente, mientras que la menos población nunca lo ha hecho.

Pregunta n°6.-

¿Estaría de acuerdo en utilizar sus redes sociales para promover visitas al museo de música popular Julio Jaramillo?

Tabla n°6: *redes sociales*

Alternativa	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23,2%
De acuerdo	53,6%
Indeciso	21,4%
En desacuerdo	1,8%
Totalmente desacuerdo	0%
Total	100%

Tabla 9: redes sociales

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°6: *redes sociales*

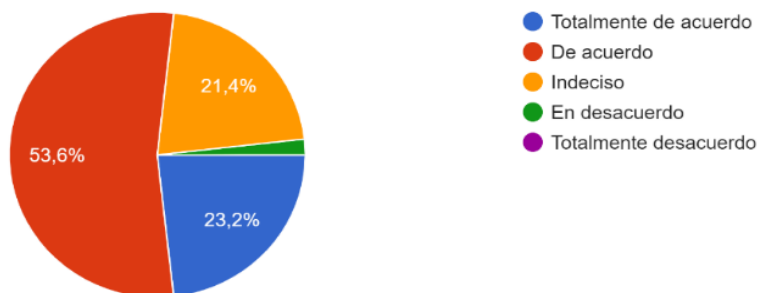


Gráfico 9: redes sociales

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 60 personas correspondiente al 53,6% nos dicen están de acuerdo en utilizar las redes sociales para incentivar al museo, 26 personas correspondiente al 23,2% opinan que están totalmente de acuerdo, por lo que 24 personas correspondiente al 21,4% se encuentran indecisos, así mismo, 2 personas correspondiente al 1,8% en desacuerdo.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que están de acuerdo, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que están totalmente de acuerdo, así mismo, que están indeciso y en desacuerdo.

Pregunta n°7.-

¿Cuál de las siguientes razones considera usted que provoca la limitada afluencia de visitantes en el museo de música popular Julio Jaramillo?

Tabla n°7: limitada afluencia de turistas

Alternativa	Porcentaje
Falta de interés	25,9%
Falta de tiempo	65,2%
Desconocimiento cultural	8,9%
Total	100%

Tabla 10: limitada afluencia de turistas

Fuente: Jordy Acosta

Gráfico n°7: limitada afluencia de turistas

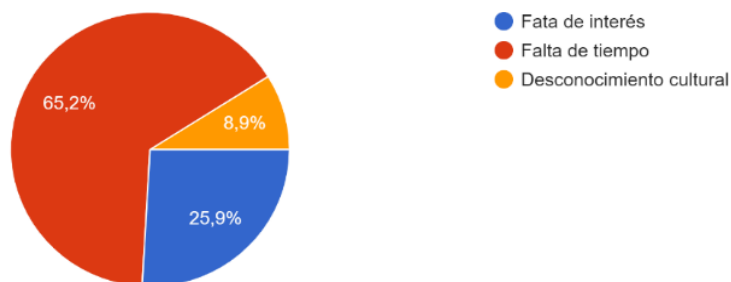


Gráfico 10: limitada afluencia de turistas

Fuente: Jordy Acosta

Análisis



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



De 112 encuestados, 73 personas correspondiente al 65,2% nos dicen que están en falta de tiempo para visitar el museo, 29 personas correspondiente al 25,9% opinan que es por falta de interés, por lo que 10 personas correspondiente al 8,9% es por desconocimiento cultural.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que están falta de tiempo, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande que se encuentran por falta de interés, así mismo, es por desconocimiento cultural.

Pregunta n°8.-

¿Considera importante que el museo de música popular Julio Jaramillo tenga mayor publicidad para que capte el interés de los turistas?

Tabla n°8: *Publicidad del museo*

Alternativa	Porcentaje
Muy importante	21,2%
importante	50,4%
Moderadamente importante	24,8%
De poca importancia	3,6%
Sin importancia	0
Total	100%

Tabla 11: publicidad del museo

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°8: *Publicidad del museo*

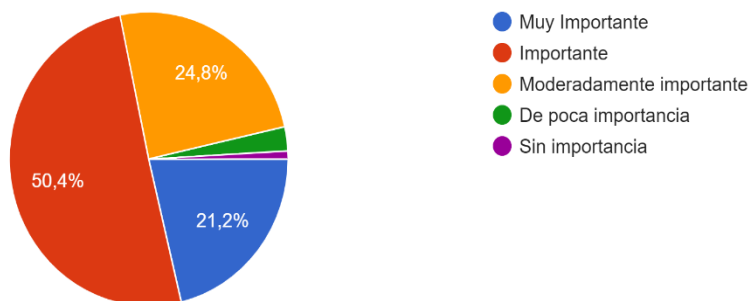


Gráfico 11: publicidad del museo

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 56 personas correspondiente al 50,4% nos dicen es importante la publicidad para el museo, 28 personas correspondiente al 24,8% opinan que es moderadamente importante, por lo que 24 personas correspondiente al 21,2% es muy importante, mientras que 4 personas correspondiente al 3,6% de poca importancia.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que es importante la publicidad para el museo, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande consideran que es moderadamente importante, así mismo, nos dicen que es importante y lo contrario de poca importancia.

Pregunta n°9.-

¿Conoce cuál es la función de un museo de música popular?

Alternativa	Porcentaje
Si	60,7%
No	39,3%



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



Total	100%
--------------	-------------

Tabla n°9: *Funciones del museo*

Tabla 12: funciones del museo

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°9: *Funciones del museo*

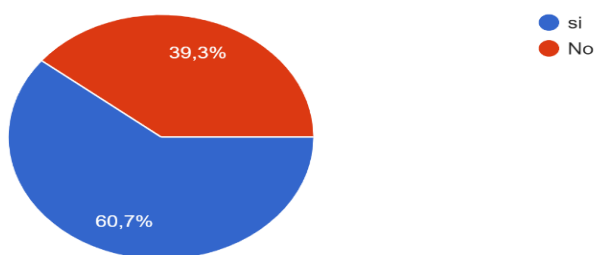


Gráfico 12:funciones del museo

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 68 personas correspondiente al 60,7% nos dicen que, si conocen las funciones del museo el museo, 44 personas correspondiente al 39,3% opinan que no conocen.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan si conocen las funciones del museo, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande consideran que no tienen conocimiento.

Pregunta n°10.-

¿Cómo consideraría usted al museo de música popular Julio Jaramillo?

Alternativa	Porcentaje
Muy importante	19,6%

importante	55,4%
Moderadamente importante	20,5%
De poca importancia	0,6%
Sin importancia	0
Total	100%

Tabla n°10: Importancia del museo

Tabla 13: importancia del museo

Fuente: *Jordy Acosta*

Gráfico n°10: Importancia del museo



Gráfico 13: importancia del museo

Fuente: *Jordy Acosta*

Análisis

De 112 encuestados, 62 personas correspondiente al 55,4% nos dicen es importante el museo, 23 personas correspondiente al 20,8% opinan que es moderadamente importante, por lo que 22 personas correspondiente al 19,6% es muy importante, mientras que 5 personas correspondiente al 0,6% de poca importancia.

Interpretación

La mayor parte de turistas encuestados opinan que es importante el museo, por otro lado, tenemos un grupo no tan grande consideran que es moderadamente importante, así mismo, nos dicen que es importante y lo contrario de poca importancia.