

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO**



***“Oferta Turística en los Museos Municipales de la  
Ciudad de La Paz”***

***Caso: Museos de la calle Jaén***

***Tesis de Grado***

**Universitaria: Mariana Alejandra Suarez Salinas**

**Dirigida por: Lic. Víctor Hugo Amurrio Torres**

***La Paz - Bolivia***

***2017***

*El presente trabajo está dedicado a mis pilares y las personas más importantes en mi vida, mis padres Rene Suarez E. y Susana Salinas, por su apoyo, comprensión, amor, confianza y paciencia **muchas gracias**. A mis hermanos y mis abuelos, todos son mi impulso y motivo.*

*Mariana A. Suarez Salinas*

## ***Agradecimientos***

*A mi tutor Lic. Víctor Hugo Amurrio Torres, por el apoyo y guía para poder lograr el presente trabajo.*

*A mis docentes Dr. Raúl Calderón Jemio y Dr. Fernando Cajías de la Vega por el apoyo constante y el aporte con su experiencia para la realización de la presente investigación.*

*A los docentes de mi querida Carrera de Turismo por sus enseñanzas.*

*A mis amigas, compañeras, más que todo mis hermanas, Fátima Gonzales, Grace Antezana, Fabiola Zalles y Ruth Ricaldi por el apoyo constante, los consejos y la gran amistad que nos une.*

## **Resumen**

La presente investigación, lleva como título “La Oferta Turística en los Museos Municipales de la Ciudad de La Paz” caso: Museos de la calle Jaén.

Tiene como objetivo principal, identificar la oferta turística de los museos municipales ubicados en la calle Jaén de la ciudad de La Paz y como objetivos específicos, analizar la oferta turística, determinar el tipo de oferta e indagar si existe una oferta turística por parte de los museos.

Para la parte metodológica de la investigación, se han utilizado diferentes métodos como ser el descriptivo, además de la realización de encuestas y entrevistas para la recopilación de datos primarios.

Dentro de la tesis e investigación, se realiza una propuesta de mejoramiento de la oferta turística en los museos de la calle Jaén, tomando en cuenta sus principales deficiencias.

La tesis finaliza con el planteamiento de un conjunto de conclusiones y recomendaciones de gran utilidad metodológica y a su vez teórica, para este tipo de investigaciones. La principal conclusión, establece que existe una falta de oferta turística en los museos mencionados.

Como recomendaciones se sugiere la capacitación del personal a cargo de los museos para mejorar los servicios, así como el mejoramiento de la información de cada pieza de exposición y de la señalización de cada museo. Además de recomendar la toma en cuenta de la propuesta de la investigación para de esta manera incrementar la afluencia de turistas y lograr despertar más interés en conocer sobre los museos “Costumbrista Juan de Vargas”, “Casa de Murillo”, “Museo del Litoral Boliviano” y “Museo de Metales Preciosos.

## Contenido

Capítulo I.....	1
1. Introducción.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Justificación.....	2
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4 Objetivos.....	3
1.5 Objetivo General.....	3
1.6 Objetivos Específicos:.....	4
1.7 Hipótesis.....	4
1.8 Metodología de la investigación.....	4
1.9 Fuentes de información.....	4
1.9.1 Fuentes primarias.....	4
1.9.2 Fuentes secundarias.....	5
1.10 Alcances de la investigación.....	5
1.10.1 Alcance geográfico.....	5
1.10.2 Alcance social.....	6
1.10.3 Alcance económico.....	6
1.10.4 Alcance teórico.....	7
Capítulo II.....	8
2. Marco Teórico.....	8
2.1 Turismo.....	8
2.2 Clasificación de la Demanda Turística.....	10
2.2.1 Motivaciones de la Demanda Turística.....	11
2.3 Oferta Turística.....	13
2.4 Componentes y características de la Oferta Turística.....	14
2.5 Factores que determinan la Demanda Turística.....	18
Capítulo III.....	19
3. Museos.....	19
3.1. Origen de los Museos.....	19

3.2 Origen de la palabra Museo.....	21
3.3 Desarrollo del concepto de museo.....	24
3.4 Concepto de Museo .....	25
3.5 Categorías y tipos de museos .....	30
3.6 Antecedentes históricos de los museos en Bolivia.....	34
3.7 Museos municipales de la calle Jaén .....	37
3.7.1 Casa de Pedro Domingo Murillo.....	37
3.7.2 Museo Costumbrista “Juan de Vargas” .....	41
3.7.3 Museo Litoral Boliviano.....	42
3.7.3.1 Ignacia Zeballos.....	45
3.7.3.2 Ladislao Cabrera.....	45
3.7.3.3 Eduardo Abaroa.....	45
3.8 Museo De Metales Preciosos.....	45
Capítulo IV .....	48
4. Marco Práctico.....	48
4.1 Metodología de la investigación.....	48
4.1.1 Investigación Analítica .....	48
4.1.2 Investigación no experimental.....	49
4.2 Formulación de la hipótesis .....	50
4.3. Operacionalización de variables .....	51
4.4 Universo y Población de estudio .....	53
4.5 Muestra .....	53
Capítulo V .....	55
5. Diagnostico.....	55
5.1 Encuestas .....	55
5.1.1 Encuestas a Turistas extranjeros.....	55
5.1.2 Encuesta a Turistas nacionales .....	67
5.2 Docimasia de hipótesis .....	79
Capítulo VI.....	80
6. Propuesta .....	80
6.1 Introducción.....	80

6.2 Objetivo .....	80
6.3 Capacitación de personal .....	80
6.4 Letreros de señalización en los museos .....	83
6.5 Actividades para implementar en los museos.....	88
6.6 Mejoramiento de la información de las piezas de exposición .....	89
6.7 Implantación de buzón de sugerencias .....	93
6.8 Creación de Dípticos informativos de cada museo .....	94
6.9 Creación de una tienda de souvenirs .....	96
Capítulo VII.....	97
7 Conclusiones y Recomendaciones.....	97
7.1 Conclusiones.....	97
7.2 Recomendaciones .....	98
Anexos .....	99
Bibliografía.....	103

## Índice de imágenes

Imagen 1: Museo Louvre - París .....	21
Imagen 2: Museo de Alejandría.....	23
Imagen 3: Concepto de Museo y Museología .....	29
Imagen 4: Museo de Tiwanaku .....	35
Imagen 5: Museo Nacional de Historia Natural .....	36
Imagen 6: Calle "Jaén" .....	37
Imagen 7: Museo "Casa de Pedro Domingo Murillo" .....	38
Imagen 8: Maqueta Casa de "Pedro Domingo Murillo" .....	39
Imagen 9: Mobiliario Casa de "Pedro Domingo Murillo" .....	40
Imagen 10: Museo Costumbrista "Juan de Vargas" .....	41
Imagen 11: Museo Costumbrista "Juan de Vargas" .....	42
Imagen 12: Museo del Litoral boliviano .....	43
Imagen 13: Museo del Litoral boliviano .....	44
Imagen 14: Museo de Metales Preciosos .....	47



## Índice de gráficos

Grafico 1: Museos visitados por los encuestados .....	55
Grafico 2: Impresión causada en la visita a los museos .....	56
Grafico 3: Realizaron la visita .....	57
Grafico 4: Grado de comprensión de la información de las piezas de exposición .....	58
Grafico 5: Importancia de la información de las piezas de exposición .....	59
Grafico 6: Tiempo de duración de la visita .....	60
Grafico 7: Calificación del trato recibido por parte del personal .....	61
Grafico 8: Aspectos que se deben mejorar en los museos .....	62
Grafico 9: Percepción del turista sobre los museos después de su visita .....	63
Grafico 10: Personas que consideran los museos visitados como punto turístico .....	64
Grafico 11: Turistas que volverían a visitar los museos .....	65
Grafico 12: Museo más interesante para los turistas .....	66
Grafico 13: Museos visitados por los turistas .....	67
Grafico 14: Impresión causada luego de la visita a los museos .....	68
Grafico 15: Realizaron la visita .....	69
Grafico 16: Grado de comprensión de la información de las piezas de exposición .....	70
Grafico 17: Importancia de la información proporcionada sobre las piezas de exposición .....	71
Grafico 18: Tiempo de duración de la visita .....	72
Grafico 19: Calificación del trato recibido por parte del personal .....	73
Grafico 20: Aspectos que se deben mejorar en los museos .....	74
Grafico 21: Percepción del turista después de su visita .....	75
Grafico 22: Personas que consideran los museos visitados como punto turístico .....	76
Grafico 23: Turistas que volverían a visitar los museos .....	77
Grafico 24: Museo más interesante para los turistas .....	78
Grafico 25: Ejemplo de cuadro de información de una pieza de exposición .....	92
Grafico 26: Formulario de evaluación para el visitante .....	93
Grafico 27: Ejemplos de dípticos informativos .....	94

## Índice de tablas

Tabla 1: Fuentes de Información .....	4
Tabla 2: Operacionalización de variables .....	51
Tabla 3: Universo y Población de estudio .....	53
Tabla 4: Muestra .....	53
Tabla 5: Docimasia de hipótesis .....	79
Tabla 6: Dimensiones mínimas de las señales .....	84
Tabla 7: Utilización de colores .....	85
Tabla 8: Ejemplos de señalización .....	85
Tabla 9: Modelos de taller para un Museo .....	89

## **Índice de esquemas**

Esquema 1: Investigación Analítica .....	49
--	----

## **Anexos**

Anexo 1: Patio Museo Casa de Murillo .....	99
Anexo 2: Exposición Museo Costumbrista .....	99
Anexo 3: Modelo de Encuesta.....	100

**CAPITULO I**  
**MARCO REFERENCIAL**

## **Capítulo I**

### **1. Introducción**

#### **1.1 Antecedentes**

Esta investigación, encuentra entre sus antecedentes mayor dinamismo de la actividad turística actual dentro de la ciudad de La Paz a partir de su nombramiento como ciudad maravilla del mundo el año 2014.

En los últimos años la ciudad de La Paz ha mostrado un gran progreso diversificando sus atractivos turísticos y realizando una mayor promoción de los mismos para aumentar el interés del turista a nivel nacional e internacional.

Uno de los atractivos con los que cuenta la ciudad de La Paz, es el conjunto de museos municipales ubicados en la calle Jaén, siendo este lugar uno de los más emblemáticos debido a sus historias y leyendas.

Para realizar el estudio, se tomará en cuenta los siguientes museos: “Costumbrista Juan de Vargas”, “Casa de Pedro Domingo Murillo”, “Museo del Litoral Boliviano” y “Museo de Metales Preciosos.

Actualmente, no se cuenta con datos recientes sobre las características de cada uno de los museos ya mencionados, teniendo como datos actuales los proporcionados por la tesina “Significación Histórica Social y Cultural de los objetos de exposición permanente del museo Costumbrista Juan de Vargas”, realizada por la universitaria Marisol Jaemes el año 2006. Donde solo se toma como objeto de estudio a uno de los cuatro museos, sin tener datos de los otros tres.

Los datos brindados por dicha tesina, muestran las características del museo “costumbrista Juan de Vargas”, que nos ayuda a saber que puede encontrar el turista en sus salas de exposición.

El año 1989, la universitaria Jackeline Frías Z. realizó la tesina sobre la “Difusión de la cultura en los museos de La Paz”, donde investiga sobre el funcionamiento de cada uno de los museos de la ciudad de La Paz.

Ambas tesinas son una guía para tener una idea de la importancia que tienen estos museos como atractivo turístico en nuestra ciudad, puesto que muestran su historia, su origen, de ahí surge el interés por profundizar la investigación y realizar un aporte teórico, que permita en lo posterior mejorar su oferta, puesto que en la actualidad aún no se ha profundizado el análisis sobre este tema.

## **1.2 Justificación**

Los museos son unos espacios muy importantes dentro de la infraestructura de cualquier país y desde el punto de vista social. Ya sean públicos o privados, con ánimo de lucro o sin él, la finalidad de los museos es la de conservar, investigar, comunicar, exponer o exhibir todo tipo de colecciones.

Los museos son esenciales para preservar el conocimiento del ser humano a todos los niveles. Sin ello sería imposible entender cómo hemos llegado al nivel tecnológico, artístico y cultural actual, así como el desarrollo del ser humano desde el punto de vista físico. Cuando un país se ocupa y preocupa de tener y mantener esos espacios, hablamos de una nación a la que le importa el conocimiento, a la que le importa la cultura de sus habitantes y, sobre todo, le interesa conocer su pasado, su presente y como todo este bagaje cultural influyen el futuro.

Si bien existen datos sobre algunos de los museos de este tema de investigación, ninguno de ellos está actualizado, y la información es escasa. Es por eso que se hace necesaria esta investigación, para de esta manera obtener datos que sean de aporte para el mejoramiento de la oferta turística, así como de las mismas instituciones.

Puesto que cada uno de estos museos, conserva la historia de lo que actualmente es la ciudad de La Paz, además de ser de gran aporte cultural y valor social. Y de la misma manera es de gran importancia en cuanto al tema turístico se refiere, ya que también se expone parte del origen de nuestro país.

Esta investigación se hace necesaria también porque cada uno de los museos, son un pilar fundamental para preservar nuestra cultura, y también divulgarla a cada uno de sus visitantes. Puesto que son espacios que también generan conocimiento a través de cada una de las piezas que muestra.

Es por eso que este trabajo investigativo pretende mostrar el gran valor que tiene el museo: “Costumbrista Juan de Vargas”, “casa de Pedro Domingo Murillo”, “Museo del Litoral Boliviano” y el “Museo de Metales Preciosos. Para de esta manera conocer que es lo que cada uno de ellos ofrece al público y en especial a los turistas que llegan a visitar y saber más de nuestra ciudad.

### **1.3 Formulación del problema**

Considerando la importancia que tienen los museos municipales de la ciudad de La Paz, por ser un atractivo turístico debido a la historia que contienen. Se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la oferta turística de los museos municipales ubicados en la calle Jaén de la ciudad de La Paz?

### **1.4 Objetivos**

Para el presente trabajo de investigación, se plantean los siguientes objetivos:

#### **1.5 Objetivo General**

Identificar la oferta turística de los museos municipales ubicados en la calle Jaén de la ciudad de La Paz.



## 1.6 Objetivos Específicos:

Analizar la oferta turística de los museos municipales ubicados en la calle Jaén.

Determinar el tipo de oferta de los museos municipales en estudio.

Indagar si existe una oferta turística por parte de los museos de la calle Jaén.

## 1.7 Hipótesis

“La insuficiente oferta turística limita la afluencia de turistas a los museos municipales ubicados en la calle Jaén”

## 1.8 Metodología de la investigación

- Método descriptivo
- Método analítico
- Investigación no experimental
- Investigación transeccional
- Investigación hipotético-deductiva

## 1.9 Fuentes de información

### 1.9.1 Fuentes primarias

Recopilación de datos primarios:

**Tabla 1: Fuentes de Información**

Enfoque de investigación	Método de contacto	Instrumento de investigación
Observación	Personal	Cuestionario

Encuesta	Personal	Instrumento mecánico
Entrevista	Personal	Instrumento mecánico

Fuente: Elaboración propia

## 1.9.2 Fuentes secundarias

Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias.

Se debe hacer referencia a ellas cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable. La utilizamos para confirmar nuestros hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar nuestros estudios.

## 1.10 Alcances de la investigación

### 1.10.1 Alcance geográfico

Los museos “Costumbrista Juan de Vargas”, “Museo del Litoral Boliviano”, “Casa de Pedro Domingo Murillo” y “Museo de Metales Preciosos” se encuentran ubicados en la calle sucre esquina Jaén N° 77889 de la ciudad de La Paz.

### **1.10.2 Alcance social**

El turismo, tiene como su principal razón el poner al visitante en contacto directo con su medio natural, la actividad turística es la que proporciona la infraestructura, las facilidades y los medios para que el contacto pueda realizarse.

Para de esta manera, satisfacer al visitante y crear expectativas de conocimiento, en este caso, poder darle al turista una nueva experiencia a través del conocimiento de nuestra cultura y orígenes por medio de los Museos.

Teniendo en cuenta estas consideraciones es que se establece que: El Turismo entonces según la declaración de Manila se define como:

Una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para en los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales.

### **1.10.3 Alcance económico**

El turismo como actividad, tiene un efecto positivo tanto en las personas que participan de la misma, como en la economía del país.

Los gastos de los turistas generan salarios y otros ingresos en los factores de producción; se da una reacción en cadena: restaurantes, alimentos, agricultura, etc.

Cada turista que realiza un pago por servicios contribuye en gran medida al desarrollo del sector, así como a los salarios, rentas intereses y beneficios de los otros sectores.

#### **1.10.4 Alcance teórico**

El presente trabajo, realiza el estudio de los museos administrados por el G.M.A.L.P., en este caso de los museos ubicados en la calle Jaén en de la ciudad de La Paz.

El museo “Costumbrista Juan de Vargas”, “Museo del Litoral Boliviano”, “Museo de Metales Preciosos” y la “Casa de Pedro Domingo Murillo” se encuentran en un lugar estratégico, puesto que la calle Jaén es de mucho interés para los turistas, por lo tanto, este trabajo de investigación hace un estudio sobre la oferta turística de cada uno de los museos mencionados.

Esta investigación se realiza a partir de una carencia de actualización de datos sobre los museos mencionados, donde se refleje la oferta que cada uno tiene cuando hablamos de turismo. Por lo tanto, a partir de esta investigación se tendrá una idea de si la oferta turística de cada uno de los museos es la correcta o se necesita la mejora de la misma.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

## Capítulo II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1 Turismo

Durante toda la historia de la humanidad, las personas han viajado por razones económicas, políticas, sociales y culturales. En la mayoría de los casos por motivos individuales, familiares, viajes de exploración, de formación, especialmente por estudiantes, religiosos, trabajadores, políticos, escritores e intelectuales.

La definición que se ha aceptado universalmente como la mejor realizada hasta ahora, se debe a dos profesores economistas suizos y se realiza en plena II Guerra Mundial (1942): Walter Hunziker y Kart Krapf: Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como máximo 365 días), por ocio, negocios u otros motivos.

Etimológicamente “Turismo” se deriva de la palabra latina “Tornus”, que significa la acción de movimiento y retorno. Su definición actual es la afición a viajar para conocer un país o región y la organización de los medios que permiten y faciliten la organización de los viajes para el recreo, paseo, conocimiento y diversión.

De acuerdo a la Organización Mundial de Redes de Turismo, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Si la definición de turismo tiene relación con actividades de tipo recreativas, de conocimiento, esparcimiento y disfrute del ocio, relacionado con el traslado a otros espacios geográficos diferentes al de la vida cotidiana entonces se habla de turismo.

La demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. La demanda turística también, puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.

La demanda turística, es el resultado de las decisiones de las demandas individuales de quienes son los usuarios turísticos<sup>1</sup>.

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes.

De acuerdo a una propuesta donde se describe la relevancia de saber cuántos visitantes arriban a un destino con el fin de realizar estadísticas que permitan arrojar información específica de la cantidad exacta de la demanda actual para poder ofertar servicios que les permitan cubrir toda la demanda. También es indispensable que un destino considere y analice los días de estadía promedio ya que al obtener dicha información se puede realizar un plan estratégico para que los turistas tengan más actividades de recreación y con ello puedan incrementar el número de actividades para que los turistas extiendan su estadía beneficiando con esto al desarrollo del destino.

La demanda turística es el total de personas que viajan, o desean viajar, usar facilidades turísticas, y servicios en lugares lejos de sus lugares de trabajo y residencia.

## **2.2 Clasificación de la Demanda Turística**

La demanda turística se clasifica en tres grandes grupos:

- La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada.

---

<sup>1</sup> Organización Mundial del Turismo (OMT). Desarrollo Sostenible del Ecoturismo. Una compilación de buenas prácticas en las PYME. OMT, Madrid. 2003



- La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). En este grupo no debemos olvidar al sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, no sólo en los países en desarrollo, sino también en los industrializados.

- El tercer grupo lo configura la no demanda, caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar a su vez, se realiza otra distinción estableciendo dos conceptos nuevos: sustitución de la demanda y desviación de la demanda. La primera, se refiere al cambio o sustitución de una actividad turística concreta por otra (por ejemplo, una estancia en apartamentos es sustituida por una estancia en un hotel, debido a falta de plazas en los primeros); la desviación de la demanda, sin embargo, se produce cuando se cambia la localización geográfica de la misma (por ejemplo, por falta de vuelos hacia un destino determinado). Ambos fenómenos alteran profundamente las industrias turísticas locales.

### **2.2.1 Motivaciones de la Demanda Turística**

Dependiendo de las motivaciones, necesidades y deseos de la demanda se conforman distintos tipos de productos turísticos, esto implica que cada producto se adecuará a las exigencias de esa demanda específica para garantizar su plena satisfacción, pues no son las mismas necesidades a satisfacer en un producto «sol y playa» de turistas de la tercera edad con motivos recreacionales que turistas empresarios con motivos laborales. En este sentido la OMT, basándose en las características de la actividad desarrollada, clasifica los siguientes productos turísticos en:

- Turismo de sol y playa.

- Turismo urbano.
- Turismo de nieve.
- Turismo deportivo.
- Turismo de aventura.
- Turismo ecológico (ecoturismo).
- Turismo rural.
- Turismo de salud.
- Turismo cultural.
- Turismo religioso.
- Turismo de formación.
- Turismo lúdico-festivo.
- Turismo gastronómico.
- Turismo residencial.
- Turismo de negocios.
- Turismo de compras.
- Turismo alternativo.
- Turismo de excursiones.
- Turismo de hechos singulares.
- Turismo de Parques temáticos.

## 2.3 Oferta Turística

La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Son los productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.

La oferta turística, representa una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo que presentan varios elementos comunes y para que tenga éxito, los componentes de la fusión necesitan tener calidad equivalente.

Complementando la definición, la oferta turística debe de tener una ventaja competitiva sobre los demás sitios que sean su competencia directa para poder lograr una diferenciación y de esta forma lograr acaparar el interés de los turistas. Un sitio puede ofrecer el mismo atractivo y los mismos servicios que otros, pero debe de tener características que lo hagan diferente de los demás, debido a que una ventaja competitiva puede ser alcanzada por la competencia, ya que es necesario mantenerse de la mano de la innovación para seguir creando manteniéndose a la vanguardia con las tendencias. Es importante de igual manera que el lugar posea todas las facilidades que el turista puede necesitar, desde un lugar para ingerir alimentos y bebidas hasta la accesibilidad de éste.

Disponer de un atractivo único no siempre es suficiente. Los turistas necesitan opciones y alternativas que les inviten a quedarse más tiempo o a disfrutar más. Hay que tener en cuenta que la oferta de actividades ha de ser compatible con las atracciones principales, y con los recursos naturales y culturales de la zona.

La oferta turística se debe de diversificar con nuevos productos, y con ello diversificar de igual manera la demanda, ya que se podrá satisfacer las distintas necesidades de los turistas. Se debe de tener en cuenta que el sitio turístico puede

recibir diferente tipo de demanda, es decir, diferentes segmentos, por lo cual se debe de decidir si el destino se enfocará en solo un segmento y sobre de ese trabajar en el logro de su satisfacción, o si será una misma oferta para una gran cantidad de segmentos y así contar con todos los prestadores de servicios que cubran todas las necesidades de dichos segmentos.

La infraestructura turística es uno de los principales componentes de la oferta turística ya que ésta permite el desarrollo de la actividad turística proporcionando bienes y servicios que la apoyen para el desarrollo de una mejor oferta turística<sup>2</sup>.

## **2.4 Componentes y características de la Oferta Turística**

La oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes:

- **Atractivo Turístico:**

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables

- **Patrimonio Turístico:**

“Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan”.

“Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a

---

<sup>2</sup> Organización Mundial del Turismo (OMT).

la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura”.

- Producto Turístico:

“Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico”.

“Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”

- Los Recursos Turísticos:

Recursos Turísticos es “todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo”.

Los recursos turísticos se dividen en básicos y complementarios. Los primeros son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones.

Los recursos turísticos complementarios sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad e incluyen institucionales y económicos.

- La Planta Turística:

Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

- El Equipamiento Turístico:

Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte.

- La Infraestructura Turística:

La infraestructura turística es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda.

Además, es fundamental el diagnóstico de infraestructura y equipamiento para conocer las capacidades existentes en el área, determinar la disponibilidad actual y sobre todo la sub o sobre utilización de las estructuras presentes para así promover modificaciones o ampliaciones.

- Los Servicios Complementarios:

Los servicios turísticos constituyen prestaciones que directamente o con auxilio de transportes, etc. dan lugar a la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Los servicios son la actividad en que el Estado interviene más directamente como el caso de la salud, los deportes, etc. Los servicios públicos constituyen un sector importante de la actividad económica. Incluyen proveedoras de agua, gas, transporte ferroviario, etc. Precisan una inversión considerable de planta y equipo por lo que con frecuencia sus costos fijos son superiores a sus costos variables.

Los servicios tienen la mayor importancia para la industria turística ya que el visitante extranjero exige en el país que visita las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones sanitarias, de seguridad y de asistencia necesarias.

Las tres grandes clases de servicios de que hace uso el turista son: Alojamiento, Medios de Comunicación e Información y Servicios de Comercio Asociados. El comercio, en el fenómeno turístico en vez de tener que llevar los productos a lugares situados más allá de sus fronteras son los turistas de esos lugares los que vienen hasta el comerciante.

El servicio de correos es igualmente utilizado por el turismo, traslada cartas y tarjetas postales, valores declarados, giros, reembolsos, certificados, etc.

En cuanto a las comunicaciones, una población puede contar con muchos atractivos turísticos, pero sólo pueden ser explotados si se dispone de las comunicaciones adecuadas y principalmente con información turística de la mejor calidad<sup>3</sup>.

En síntesis, los servicios complementarios que componen toda oferta turística moderna son:

- Los servicios de comunicación;
- Los servicios de correos;
- Los servicios de información turística;
- El alojamiento para turistas;
- El comercio de productos para turistas.

---

<sup>3</sup> Kotler, Philip. O Marketing sem Segredos. Bookman Companhia, 1ª edição, 2005.

## 2.5 Factores que determinan la Demanda Turística

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

- Factores económicos: que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas.
- Factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos.
- Factores aleatorios, tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes.
- Factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup><http://www.2015/1433/demanda-turistica.htm>/Ritchie (2009)-Mathieson and Wall



## CAPITULO III

### MUSEOS

## Capítulo III

### 3. Museos

#### 3.1. Origen de los Museos

Los museos comenzaron siendo templos: su propio nombre en griego los identifica como "templos de las musas"; y fueron templos donde se guardaban objetos valiosos, los tesoros de los dioses ("thesauroi"); su dimensión pública era solamente religiosa. La dimensión pública de los que sostuvieron los romanos estaba sin embargo teñida de publicista: en ellos se exhibían (en templos, termas y pórticos), los botines de guerra arrancados a los enemigos; los de Isis o Serapis, fueron así auténticas y magníficas colecciones de arte egipcio. El coleccionismo recibió, por iguales razones, un gran espaldarazo en Bizancio, de Constantino se ha dicho que solo tiene parangón en la historia con Napoleón Bonaparte, en relación con su afición por el coleccionismo.

En la Edad Media los tesoros religiosos de las iglesias ya fueron conviviendo con "las cámaras de tesoros" de las cortes, y hasta con algunas colecciones de carácter privado: las que luego se llamarían "cámaras de las Maravillas" en el Renacimiento. El XVI, vio ya el nacimiento de colecciones plenamente modernas (como las de Carlos V o Felipe II), a las que el manierismo supo dar en pocos años un tinte claramente intelectual y elitista. El Barroco vivió ya la preocupación, por la conservación y cierta accesibilidad pública de las colecciones, que se constituían así en buscado motivo de prestigio.

El siglo XVIII, vio el nacimiento del Museo como institución cultural: desde el "Museo Pictórico" de Palomino (1715), a la creación del Museo del Louvre (1781), se corrió una larga distancia, la institución pública había aparecido. En España, tras el fallido intento del Museo Josefino (de José Bonaparte, en 1809), surgiría el Museo del Prado (Museo Real de Pinturas) ya iniciado el siglo pasado (1819).

El origen de los museos hay que entroncarlo con dos hechos importantes: el Coleccionismo y la Ilustración. El Coleccionismo, desarrollado a lo largo de las distintas etapas históricas, tiene sus antecedentes en tiempos pretéritos. Algunos quieren situar su origen en el momento del saqueo de Babilonia por los Elamitas en el Antiguo Oriente, quienes trasladaron a su ciudad los objetos más valiosos, exponiéndolos posteriormente (1176 a.c.). En Europa, dicho Coleccionismo alcanza su auge con las monarquías absolutas. De hecho, paralelamente al coleccionismo «estatal» u oficial, se desarrolla el coleccionismo privado. Este fenómeno, aunque generalizado en toda Europa, tendrá sus mejores exponentes en países como Holanda y Gran Bretaña. Esta tradición europea va a encontrar eco al otro lado del Atlántico donde la formación de los primeros museos americanos será debida al coleccionismo privado. Evidentemente, esta iniciativa privada va a condicionar de una manera positiva el futuro de dichas instituciones que, al carecer de la tradición cultural europea y unido al hecho de la rápida ascensión como potencia económica, será la iniciativa privada la promotora de crear este tipo de instituciones como forma de paliar el vacío cultural. El segundo factor que impulsará la creación de museos es consecuencia directa de la Ilustración, proceso que culminará con la Revolución Francesa<sup>5</sup>.

En este momento tiene lugar la creación, con carácter público, del museo del Louvre (1793), que servirá de modelo a los grandes museos nacionales europeos. Sin embargo, antes de este gran acontecimiento, se inaugura en 1683 el Ashmolean Museum que depende de la Universidad de Oxford. Este tiene la particularidad de que se crea a partir de colecciones privadas de diversa índole: de Historia Natural, de Arqueología y Numismática, etc., con la doble función de educar y conservar. Dicho acontecimiento prueba que, además de los dos factores mencionados anteriormente, existía dentro del ambiente cultural de la época la necesidad de crear este tipo de instituciones.

---

<sup>5</sup> [http://www.museos.us/exposiciones/historia/virtuales/origen\\_del\\_museo/](http://www.museos.us/exposiciones/historia/virtuales/origen_del_museo/)

### **Imagen 1: Museo Louvre - París**



Fuente: Revista General de Información, y Documentación

### **3.2 Origen de la palabra Museo**

Según la mitología griega museion (en latín musaeum) era la casa de las musas, nueve deidades que según la fábula habitaban en el Parnaso o en el Helicón presididas por Apolo. Todas ellas eran hermanas y personificaban las artes y las ciencias. Así, Calíope lo era de la Poesía Épica, Clío de la Historia, Erato de la Poesía Lírica, Euterpe de la Música, Melpómene de la Tragedia, Polimnia de la Pantomima, Talía de la Comedia, Terpsícore de la Danza y Urania de la Astronomía. Su principal razón de ser era la protección de las artes mencionadas y la inspiración a los artistas.

La Historia sitúa en el año 1791 el surgimiento del museo moderno cuando la Asamblea Nacional, en plena Revolución Francesa, declaró formalmente que el Palacio del Louvre, el Palacio de las Tullerías (ahora desaparecido) y el Gabinete de Historia Natural dejarían de pertenecer al rey y serían propiedad de la nación francesa, con el objetivo de reunir todos los monumentos dedicados a las ciencias y las artes.

El nombre elegido para estas colecciones públicas fue el de *muséum* y no el de *musée* como cabría esperar, pero lo curioso no es que se afrancesara el término latino original (*musaeum*) sino que se usara un vocablo que nada tenía que ver con su concepción original, sobre todo existiendo palabras de uso común en la época como *galería* o *instituto*.

Se eligió deliberadamente *muséum* porque era una palabra que estaba en estrecha relación con el Museo de Alejandría, porque se pretendía continuar la labor que varios siglos atrás había empezado la dinastía Ptolemaica en Egipto. De hecho, en la famosa *Encyclopédie* de Diderot y d'Alembert, se dice que es “un lugar en la ciudad de Alejandría [...] donde era mantenido con fondos públicos un cierto número de estudiosos por sus méritos” y, más adelante, prosigue diciendo que: “situado en el barrio de Alejandría conocido como el Bruchion fue, de acuerdo a Estrabón, un largo edificio adornado con pórticos y galerías para caminar, con largas habitaciones para conversar sobre problemas de literatura y una habitación donde reunirse”<sup>6</sup>.

Esto nos revela que, en realidad, el Museo de Alejandría era más una academia clásica que una colección de objetos de acceso público, es decir, las dos características esenciales que actualmente asociamos al concepto de museo. Lo cual nos hace pensar que es más probable que los revolucionarios de finales del XVIII estuvieran más interesados en la segunda acepción, es decir, la que se refiere a la tipología arquitectónica, que, en la primera, ya que no se trataba de establecer nuevos centros residenciales para estudiosos de las letras en los museos. Un lugar en la ciudad de Alejandría donde era mantenido con fondos públicos un cierto número de estudiosos por sus méritos” y, más adelante, prosigue diciendo que: “situado en el barrio de Alejandría conocido como el Bruchion fue, de acuerdo a Estrabón, un largo edificio adornado con pórticos y galerías para caminar, con largas habitaciones para conversar sobre problemas de literatura y una habitación donde reunirse.

---

<sup>6</sup> Young Lee, Paula, “The Musaeum of Alexandria France”, *Art Bulletin*, 2003, vol. LXIX, n. 3.

De hecho, Quatremère de Quincy, un importante crítico de arte y político francés de la época, ahonda en esta cuestión cuando escribe en su *Encyclopédie Méthodique* y más concretamente en el volumen correspondiente a la arquitectura, que: “Muséum fue un establecimiento literario fundado en Alejandría por los Ptolomeos”. Lo cual significa que conforme avanza el siglo XVIII el término museo va adquiriendo el significado de lugar físico, ya que habla de un establecimiento, de un espacio determinado. Es más, conforme avanza su discurso en torno al museo, concluye que el término musée está asociado a “colecciones de objetos raros, con especial mención a las obras de arte, como el Musée du Vatican, Musée de Florence o Musée Royal de París”.

En conclusión, puede afirmarse que en el siglo XVIII tiene lugar un cambio semántico en torno a la palabra museo, puesto que de una referencia etimológica más o menos difusa proveniente de la antigüedad clásica –en alusión al Museo de Alejandría-, se va ampliando su significado a una tipología arquitectónica, es decir, un lugar físico en el que es posible contemplar una colección de obras de arte determinada, tal y como ocurría en las cámaras de maravillas renacentista centroeuropeas, pero en esta ocasión de acceso público y no restringido a la clase social aristocrática.

### **Imagen 2: Museo de Alejandría**



Fuente: *The Musaeum of Alexandria and the Formation of the Muséum in Eighteenth-Century France*”

### 3.3 Desarrollo del concepto de museo

Como todo proceso natural, los museos también van evolucionando. De forma que éstos, considerados como «asilos póstumos», «mausoleos» o «santuarios» se van convirtiendo en lugar de estudio e investigación. Incluso, se exige que el conservador tenga una formación universitaria relacionada con las colecciones.

Se piensa que el conservador del museo debe ser un científico. La presencia de éste en el museo plantea, en la historia más reciente, un problema que aún no está resuelto del todo.

Ante el desarrollo de los servicios museísticos, la figura del conservador tiende a desdoblarse en dos profesiones: el museólogo propiamente dicho y el científico. La tarea del científico está justificada, pues no se puede comunicar, divulgar o enseñar lo que no se conoce.

Pero además de ser científico, deberá también poseer los conocimientos específicos del funcionamiento de los museos.

En estos últimos años está surgiendo una nueva corriente que centra la labor del museo como servicio público, llegando ésta incluso a suplantar al resto de las funciones.

De esta manera, nos encontramos, por una parte, las colecciones; y, por otra, el público sin llegar a alcanzar un equilibrio entre ellas.

Y esto sucede a causa de que existen tantos atractivos didácticos que los objetos de las exposiciones se ven obligados a ser retirados de las mismas.

En este sentido, el museo se está convirtiendo en un medio de comunicación de masas<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Revista General de Información, y Documentación, Vol. 2(1), 85-97. Edit. Complutense, Madrid, 2002

### 3.4 Concepto de Museo

Las primeras definiciones «oficiales» del Museo surgen en este siglo y emanan del Comité Internacional de Museos creado en 1946.

En sus estatutos de 1947, el artículo 3 «reconoce la cualidad de museo a toda Institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, de educación y deleite.

Esta definición marcará un hito importante en el desarrollo del Museo Moderno y será un punto de referencia que tendrá resonancias prácticas en la política museística de los diversos países.

Será a partir de la década de los cincuenta cuando se inicien las primeras renovaciones museo graficas que intentarán cambiar la imagen del Museo decimonónico.

En 1974, el ICOM vuelve a dar una nueva definición en sus Estatutos. Así, en el título 2, artículo 3, afirma que el Museo es una «Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su medio.»

En su artículo 4 y respondiendo esta definición incluye también los siguientes elementos:

Los Institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de Archivos y Bibliotecas.

Los lugares y monumentos arqueológicos etnográficos y naturales y los sitios y monumentos históricos, teniendo la naturaleza de un nuevo museo por sus actividades de adquisición, conservación y comunicación.



Las Instituciones que presentan especímenes vivientes tales como los jardines botánicos y zoológicos, acuario, vivario, etcétera.

En 1983, la catorce Asamblea General del ICOM, que se celebró en Londres el 1 y 2 de agosto, añade al artículo anterior lo siguiente:

- Los parques naturales, los arqueológicos e históricos.
- Los centros científicos y planetarios.
- Los parques están considerados como una organización de interés público con vocación científica y cultural, responsables de un territorio controlado y delimitado, conservados en su cualidad de unidad representativa de tipos de naturaleza salvaje o humanizada propicios a la preservación de faunas y floras salvajes o domésticas donde esta unidad constituye el hábitat permanente.

La definición de 1974 amplía el concepto de Museo tanto por lo que respecta a los bienes muebles siguiendo la línea tradicional, como a los inmuebles que ya gozaban, anteriormente, de ciertas medidas de protección. Entre los bienes muebles incluye todos los testimonios de la vida cultural, como son las representaciones más o menos realísticas o simbólicas que tengan un significado religioso, político o social.

Ello ha conducido a la creación de museos surgidos a partir de cualquier motivación: museo del ocio, museo del terror, etcétera.

Un museo (del latín *musĕum* y éste a su vez del griego *Μουσείον*) es una institución pública o privada, permanente, con o sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, y abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica, expone o exhibe, con propósitos de estudio y educación, colecciones de arte, científicas, entre otros, siempre con un valor cultural, según el Consejo Internacional de Museos (ICOM). La ciencia que los estudia se denomina museología, la técnica de su gestión museografía y la administración de los mismos, museonomía.

Los museos exhiben colecciones, es decir, conjuntos de objetos e información que reflejan algún aspecto de la existencia humana o su entorno. Este tipo de colecciones, casi siempre valiosas, que existen desde la Antigüedad: En los templos se guardaban objetos de culto u ofrendas que de vez en cuando se exhibían al público para que pudiera contemplarlos y admirarlos. Lo mismo ocurría con los objetos valiosos y obras de arte que coleccionaban algunas personas de la aristocracia en Grecia y en Roma; los tenían expuestos en sus casas, en sus jardines y los enseñaban con orgullo a los amigos y visitantes. Es en el Renacimiento cuando se da el nombre de "museo" tal y como lo entendemos hoy a los edificios expresamente dedicados a tales exposiciones.

Un museo en la actualidad es un establecimiento complejo que requiere múltiples cuidados. Suele estar dotado de una amplia plantilla de trabajadores de las más diversas profesiones. Generalmente cuentan con un director y uno o varios conservadores, además de restauradores, personal de investigación, becarios, analistas, administradores, conserjes, personal de seguridad, entre otros. Los expertos afirman que el verdadero objetivo de los museos debe ser la divulgación de la cultura, la investigación, las publicaciones al respecto y las actividades educativas. En los últimos años ha surgido la idea de las exposiciones itinerantes en las que museos de distintas ciudades aportan algunas de sus obras para que puedan verse todas reunidas en un mismo lugar.

Actualmente existen una gran variedad de museos: museos de arte, museos históricos, museos de cera, museos de ciencias y técnica, museos de historia natural, museos dedicados a personalidades y museos arqueológicos, por nombrar solo algunos<sup>8</sup>.

En 1977 la ONU declaró el 18 de mayo como Día Internacional de los Museos.

---

<sup>8</sup> <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo>

## Definición de museología y museografía

Definido el concepto de Museo, podemos preguntarnos qué es la Museología.

El ICOM la define como una ciencia aplicada, la ciencia del Museo, su papel en la sociedad, los sistemas específicos de búsqueda, conservación, educación y organización.

También tiene en cuenta las relaciones con el medio físico y la tipología. En definitiva, la Museología se preocupa de la teoría o funcionamiento del Museo. Por el contrario, la Museografía estudia su aspecto técnico: instalación de las colecciones, climatología, arquitectura del edificio, aspectos administrativos, etc. Es, ante todo, una actividad técnica y práctica. Podríamos definirla como la infraestructura en la que descansa la Museología. En consecuencia. Museología y Museografía se complementan mutuamente.

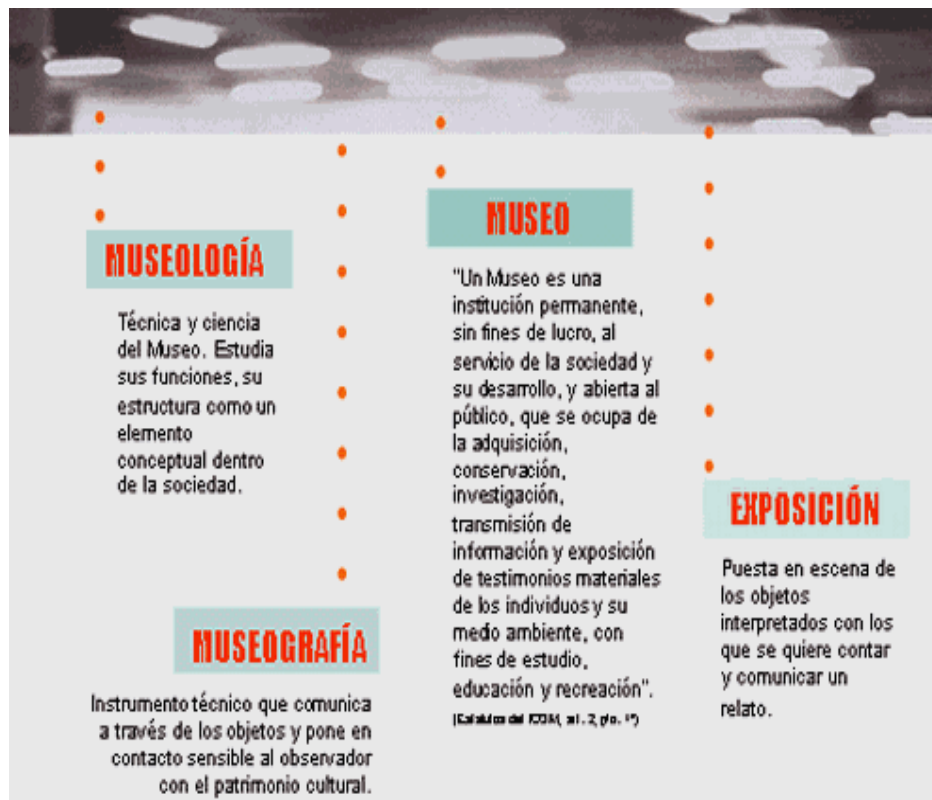
La Museología tradicional se ha centrado en el Museo y, aunque parezca una contradicción, ha carecido de planteamientos teóricos. La formación museológica se basaba en la transmisión de conocimientos que se reducían a documentar la historia del Museo y de sus colecciones y a enumerar sus funciones.

Los primeros programas de formación estuvieron vinculados a las disciplinas tradicionales, sobre todo a la Historia del Arte. Tenemos un ejemplo en L'Ecole du Louvre, fundada en 1882, que se ha ocupado de preparar a los futuros conservadores de museos. En ella se imparten estudios sobre Historia general del Arte, cursos orgánicos de arte clásico y egipcio, arte oriental y mahometano, arte europeo, así como otras materias relacionadas con el funcionamiento del Museo.

En España existía una escuela diplomática, donde se impartían cursos con contenidos en materia de arte y orientaciones sobre el acondicionamiento y representación de los fondos.

Es importante destacar el gran impulso que recibió la Museología cuando se funda en 1977, dentro del ICOM, el Comité de Museología o ICOFOM. A partir de ese momento, se inician los planteamientos de esta ciencia que había quedado reducida, al compás de la evolución del museo, a una serie de conocimientos prácticos con los que se intentaba actualizar el Museo tradicional. Dichos planteamientos consistían en renovar instalaciones o presentaciones en las salas de exposición, adaptación de edificios antiguos, nuevas creaciones arquitectónicas, mayor equipamiento técnico, laboratorios, talleres, etc. Renovación que no va a suponer el cambio necesario para actualizar las viejas estructuras<sup>9</sup>.

### Imagen 3: Concepto de Museo y Museología



Fuente: SHOUTEN, E. (2002)

<sup>9</sup> SHOUTEN, E. (2002): «La función educativa del Museo: un desafío permanente». *Museu*, n. 156: 240-243.

### 3.5 Categorías y tipos de museos

Los variados orígenes, distintos enfoque e ideologías que se le han encomendado al museo no han configurado una rígida clasificación. Las clasificaciones nacen a principios del siglo XX por motivos pedagógicos y como herencia de la actividad de las elites ilustradas, ya que el museo como instrumento de educación necesitó hacerse inteligible a los visitantes, dándose categorías que estuviesen de acuerdo con la disciplina que integraban las colecciones.

Después de la 2ª GM será cuando se realice una ordenación rigurosa y específica que más adelante se ha venido exigiendo por el crecimiento y especialización del museo.

Antes de 1963, los museos tenían configurados sus museos de acuerdo con los criterios de ciertas disciplinas (artes, ciencias y técnicas), pero a partir de esta fecha se inicia una clasificación genérica atendiendo a contenidos, quedando agrupados primero en cinco grandes bloques:

- Museos de historia
- Museos de arte
- Museos de etnología
- Museos de historia natural
- Museos de ciencia y técnica

El ICOM completará esta clasificación con la creación de Comités Internacionales de Trabajo sobre la problemática museística, se establecieron una serie de comités de estudio donde se tipificaron doce grupos más y posteriormente en su política a seguir por los museos se enumeraron ocho categorías.

Numerosos autores han ido realizando estudios de clasificación de los museos de acuerdo con variados criterios y principios: atendiendo al contenido o disciplina, carácter cualitativo o cuantitativo, museos de antigua formación, museos de nueva planta, documentales donde lo documental no tiene connotaciones artísticas, los de arte que abarcan desde la prehistoria a la edad contemporánea.

El sistema que actualmente utiliza el ICOM atiende a la naturaleza de las colecciones agrupándolas de ésta manera:

#### MUSEOS DE ARTE (conjunto: bellas artes, artes aplicadas, arqueología)

- De pintura
- De escultura
- De grabado
- De artes gráficas: diseños, grabados y litografías
- De arqueología y antigüedades
- De artes decorativas y <aplicadas
- De arte religioso
- De música
- De arte dramático, teatro y danza

#### MUSEOS DE HISTORIA NATURAL EN GENERAL (comprendiendo colecciones de botánica, zoología, geología, paleontología, antropología, etc.)

- De geología y mineralogía
- De botánica, jardines botánicos
- De zoología, jardines zoológicos, acuarios
- De antropología física

## MUSEOS DE ETNOGRAFIA Y FOLKLORE

### MUSEOS HISTORICOS

- «Biográficos», referidos a grupos de individuos, por categorías profesionales y otros.
- Colecciones de objetos y recuerdos de una época determinada.
- Conmemorativos (recordando un acontecimiento).
- «Biográficos», referidos a un personaje (casa de hombres célebres).
- De historia de una ciudad
- Históricos y arqueológicos
- De guerra y del ejército
- De la marina

### MUSEOS DE LAS CIENCIAS Y DE LAS TÉCNICAS

- De las ciencias y de las técnicas, en general
- De física
- De oceanografía
- De medicina y cirugía
- De técnicas industriales, industria del automóvil
- De manufacturas y productos manufacturados.

### MUSEOS DE CIENCIAS SOCIALES y SERVICIOS SOCIALES

- De pedagogía, enseñanza y educación
- De justicia y de policía

### MUSEOS DE COMERCIO y DE LAS COMUNICACIONES

- De moneda y de sistemas bancarios
- De transportes
- De correos

## MUSEOS DE AGRICULTURA Y DE LOS PRODUCTOS DEL SUELO.

Al ser los contenidos los rasgos definidores del museo, diversos autores siguiendo en mayor o menor grado las directrices del ICOM han elaborado una serie de clasificaciones o tipologías de museos de acuerdo con éste esquema:

### A. Museos de Arte

Arqueológicos, de bellas artes, de arte contemporáneo, centros de arte, de artes decorativas.

### B. Museos generales, especializados, monográficos y mixtos

Ciudades-museo, museos al aire libre, jardines, reservas y parques, naturales. El eco museo.

### C. Museos de historia

Complejidad y variedad de los museos históricos. En el lugar de la historia. Museos militares y navales

### D. Museos de etnología, antropología y artes populares

### E. Museos de ciencias naturales

### F. Museos científicos y de técnica industrial

### G. Otras variaciones tipológicas de museos

El desarrollo último de los museos ha hecho que varíen algunas de las tipologías y clasificaciones tradicionales añadiendo en la práctica algunas otras modalidades que han aparecido ante la necesidad impuesta por una mayor rentabilidad o por la propia dinámica de la demanda pública.



Los Eco Museos han sido una de las mayores innovaciones de la segunda mitad de siglo, aunque las clasificaciones y codificaciones de los especialistas continúan abiertas sin solución de continuidad dependiendo muchas veces de enfoque o criterio empleado además de los usos y valores que se hacen por parte de gestores y beneficiarios<sup>10</sup>.

### **3.6 Antecedentes históricos de los museos en Bolivia**

El Museo Nacional de Arqueología de Bolivia es parte de la Unidad Nacional de Arqueología (UNAR), institución dependiente del Viceministerio de Cultura.

Es el repositorio más antiguo del país. Comenzó a funcionar hace 151 años, tiempo en que varios investigadores contribuyeron a reunir una importante y valiosa colección arqueológico-antropológica.

Una de esas personalidades fue el Monseñor José Manuel Indaburo, ávido coleccionista no sólo de objetos culturales sino también naturales, que donó un riquísimo conjunto de piezas a la ciudad de La Paz.

El primer paso en la historia del museo fue llevado a cabo por el ex presidente José Ballivián el 13 de junio de 1846, cuando inauguró el Museo Público en el segundo piso del Teatro Municipal y encomendó su dirección al doctor Manuel Fernández de Córdoba.

El Museo Público carecía de un inmueble propio por lo que, en 1919, 73 años después, el ex presidente José Gutiérrez Guerra autorizó el contrato de alquiler del Palacio Tiwanaku, construido el 1916 y hogar de Arturo Posnansky, para que en ese edificio funcionaran los museos Nacional y Mineralógico. Mediante la Resolución Suprema del 22 de mayo de 1922 el ex presidente Bautista Saavedra aprobó la compra de dicha propiedad por parte del Estado.

---

<sup>10</sup> <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo>

Concluido este proceso, el 31 de enero de 1960 se reinauguró con el nombre Museo Nacional de Arqueología, que contaba con colecciones arqueológicas, paleontológicas y antropológicas. Desde entonces el Museo de Arqueología fue incluyendo diversas muestras, hasta contar actualmente con más de 50 mil piezas, debidamente registradas y catalogadas, pertenecientes a las culturas y civilizaciones del oriente y occidente del país.

En 1990, el Palacio Tiwanaku, actual edificio del Museo Nacional de Arqueología, fue declarado Monumento Nacional de Bolivia mediante el Decreto Supremo N° 22427 por sus características especiales de su singular diseño, único en su especie.

El museo en Bolivia nace en 1946, bajo instructivo gubernamental, la primera intención institucional de crear un museo en el país, con la apertura del museo de Tiwanaku en La Paz. Después, se crea el museo de Cochabamba con su temática de historia Natural, asimismo, el museo de especialidad paleontológica en la ciudad de Tarija<sup>11</sup>.

#### **Imagen 4: Museo de Tiwanaku**



Fuente: De Mesa, José y Gisbert, Teresa (2000:13)

---

<sup>11</sup> [http://www.bolivia.com/empresas/cultura/Museo\\_Arqueologia/index.asp](http://www.bolivia.com/empresas/cultura/Museo_Arqueologia/index.asp)

### Imagen 5: Museo Nacional de Historia Natural



Fuente: Museos de Bolivia MNHN

Pasada la guerra del Chaco, crece la necesidad de crear museos en todo el país. De ese modo se inaugura en Sucre el Museo Histórico en 1939, la escuela de Bellas Artes 1933, el Museo Eclesiástico en 1940 y en Potosí la Real Casa de la Moneda, que es organizada y creada por la sociedad gráfica en octubre de 1940; ese año cuando Cecilio Guzmán de Rojas fue director de la Escuela de Bellas Artes como un primer intento para crear un museo de Bellas Artes, para lo cual se adquirieron algunas colecciones de cuadros, lo que posibilitó la creación de la Pinacoteca nacional.

### Imagen 5: Museo Casa de la Moneda



Fuente: Google

En 1944, se abrió el Actual Museo Nacional de Arte en la Casa de los Condes de Arana. Su objetivo fue posibilitar el acceso de la población a las obras pictóricas, escultóricas y artes menores de esa época. Este mismo año, el Alcalde paceño, expropió la casa de Pedro Domingo Murillo para convertirla en Museo; pero, la importancia de los museos como verdaderos institutos de cultura de desarrollo mucho antes, entre 1912 y 1925, en esa época se pensó que el cociente intelectual del país se medía por el potencial de sus museos y bibliotecas<sup>12</sup>.

### **3.7 Museos municipales de la calle Jaén**

#### **3.7.1 Casa de Pedro Domingo Murillo**

El año 1944, el Alcalde de la ciudad de La Paz señor Don Juan Luis Gutiérrez Granier, mediante ordenanza de 11 de julio, expropió la que se supone fue la casa de Pedro Domingo Murillo, héroe de la independencia, para destinarla a Museo. Esta casa que se halla situada en la calle Jaén muestra el tipo de vivienda media del siglo XVIII. Actualmente está restaurada, quedando su local un tanto estrecho para los fondos que posee.

**Imagen 6: Calle "Jaén"**



Fuente: Museos de Bolivia texto impreso (2002)

---

<sup>12</sup> De Mesa, José y Gisbert, Teresa (2000:13). Museos de Bolivia texto impreso

### Imagen 7: Museo "Casa de Pedro Domingo Murillo"



Fuente: Museos de Bolivia texto impreso (2002)

El museo funciona desde 1952 dirigido por el arqueólogo y etnólogo Maks Portugal. Entre sus varias secciones es de singular interés la destinada a los herbolarios callawayas instalada en la planta baja. Es una buena muestra de medicina popular donde además de los productos naturales, pueden verse una gran variedad de fetiches y amuletos.

En la planta alta esta la colección de platería con restos de frontales, como las placas de San Miguel, San Gregorio y San Agustín, provenientes de un frontal del siglo XVIII. Estas y otras piezas fueron donadas en 1956 por el señor Hans Gruenfeld cuyo testamento en el párrafo octavo dice: "Declaro que la colección de antigüedades, platería, cuadros, tejidos, etc., que señalo en el punto cuarto de mi testamento, dejo a la Municipalidad de La Paz, como gratitud por la hospitalidad que se presta a mi persona, como a todos los judíos que han constituido hogar en Bolivia". La donación Gruenfeld es el aporte más importante que ha recibido este museo.

En esta planta también se encuentra la pinacoteca que es bastante rica. Como muestra de la pintura cuzqueña están los cuadros de Lara, que pertenecieron al antiguo hospital de la ciudad.



De la escuela paceña hay un cuadro de Leonardo Flores y otro de Xavier de Cuenca. Son importantes el “San Pedro Nolasco” de Melchor Pérez de Holguín y varios retratos de fines del siglo XVIII.

Entre las pinturas del siglo pasado destaca el retrato de Murillo, obra del ecuatoriano Pinto. Hay otro retrato de este mismo personaje firmado por Elisa Ballivián y fechado en 1915, copiando uno más antiguo debido al pincel de Zenón Iturralde y otros dos cuadros del mismo héroe debidos a, García Mesa y Avelino Nogales.

En escultura es notable una Sagrada Familia de media talla a la que falta el Niño Jesús y que proviene de Potosí. Es una obra muy buena del siglo XVII, de la escuela de los maestros sevillanos que trabajaron por esas tierras como Gaspar de la Cueva, Fabián Jerónimo y Luis de Espindola<sup>13</sup>.

#### **Imagen 8: Maqueta Casa de "Pedro Domingo Murillo"**



Fuente: Google

<sup>13</sup> Museos de Bolivia, Mesa José de. La Paz (2000:32-34)

La colección de muebles de la casa de Murillo es posiblemente una de las más interesantes del país, allí figura un cofre del siglo XVI, trabajado con la técnica de los kerus, que es pieza única entre los muebles europeos son notables: un arcón y dos sillones con el escudo de los Barberini, son piezas italianas del siglo XVII, sumamente raras en América. Luego hay varios armarios del siglo XVII y XVIII, estos últimos sumamente ricos. Con los muebles de este museo, algunos cuadros y utensilios domésticos se han reconstruido dos piezas, la del General José Ramón de Loayza y la de Murillo. En la primera están los retratos del intendente Burgunyo y del Brigadier Sebastián de Séguro, defensor de La Paz durante el cerco de Tupac Catari. La otra pieza reconstruye el dormitorio de Murillo, en él se ve una cuja, con un Cristo a su cabecera, un armario, un bargueño, y una petaca, sobre esta una montura enchapada de plata.

**Imagen 9: Mobiliario Casa de "Pedro Domingo Murillo"**



Fuente: Museos de Bolivia, Mesa José de. La Paz (2000)

### 3.7.2 Museo Costumbrista “Juan de Vargas”

Fue creado en mayo de 1979 con la intención de difundir la historia y las tradiciones más relevantes de la idiosincrasia paceña. El nombre de este centro cultural se debe al primer Alcalde de La Paz, quien en su tiempo fue un paceño con alto valor cívico

Dentro esta pinacoteca de dos plantas se exhibe no sólo obras con temáticas históricas, referentes a las costumbres y tradiciones de la antigua y contemporánea cultura paceña, sino también exposiciones temporales.

En este contexto, los asistentes a este museo pueden apreciar una réplica en miniatura, elaborada en cerámica, de la fundación de La Paz; asimismo personajes sobresalientes hechos en arcilla de los Siglos XVI al XX; hechos históricos como el colgamiento de Murillo o el martirio de Túpac Katari; el fútbol paceño, etc. El museo posee también algunas pinturas de La Paz de antaño, escenas del antiguo tranvía de la ciudad e imágenes de tambos precolombinos<sup>14</sup>.

**Imagen 10: Museo Costumbrista "Juan de Vargas"**



Fuente: Museo\_costumbrista\_Juan\_de\_Vargas.org

---

<sup>14</sup> [http://Museo\\_costumbrista\\_Juan\\_de\\_Vargas.org](http://Museo_costumbrista_Juan_de_Vargas.org)



### Imagen 11: Museo Costumbrista "Juan de Vargas"



Fuente: Museo\_costumbrista\_Juan\_de\_Vargas.org

### 3.7.3 Museo Litoral Boliviano

El museo del Litoral Boliviano es parte del conjunto de repositorios públicos ubicados en la calle Jaén de la ciudad de La Paz y fundados en 1976 a iniciativa del alcalde Mario Mercado y Gastón Velasco, abrió sus puertas este museo de carácter documental e histórico.

José de Mesa, director del museo explicó que el objetivo que persigue el museo es testimoniar uno de los hechos más trágicos para Bolivia, como fue la Guerra del Pacífico y recordar a los héroes que entregaron su vida por esta causa.

Es un museo dedicado a la guerra de 1879, en la cual Bolivia perdió sus costas sobre el Océano Pacífico, y al héroe de esa guerra, el Coronel Eduardo Avaroa.

Cuenta con cuatro ambientes donde se exhiben fotografías de los puertos del Pacífico que fueron usurpados por Chile, de personajes de la guerra, así como armas, estandartes y objetos rescatados del enfrentamiento.

En este museo, creado con fines didácticos para la toma de conciencia de la juventud, se conservan documentos, gráficas y audiovisual; mapas y banderas de la Guerra del Pacífico, que privó a Bolivia de su costa marítima.

En el salón de la planta baja se puede apreciar fotografías de don Eduardo Abaroa, de su esposa Irene Rivero, así como también imágenes del Puerto de Mejillones, el Puente del Topáter, el Muelle de Antofagasta y otros lugares significativos para la guerra.

Al empezar el recorrido por la sala de la planta alta se aprecia en una de las vitrinas la imagen en cera de la niña Genoveva Ríos, y la bandera original que rescató.

Según narra la historia, Genoveva vivía en Antofagasta y ante la usurpación violenta del ejército chileno vio flamear la bandera boliviana en el edificio de la policía, corrió hacia ella, subió hasta el mástil donde se encontraba la insignia patria y la escondió entre sus vestiduras.

### **Imagen 12: Museo del Litoral boliviano**



Fuente: Museo\_costumbrista\_Juan\_de\_Vargas.org

También se observa una colección importante de armas, sables y uniformes militares, entre los que desatacan los atuendos utilizados por el Cnl. Idelfonso Murguía y los Colorados de Bolivia.

Figuran también retratos en pintura y fotografías de personajes que fueron protagonistas en aquel conflicto bélico como Narciso Campero, Juan Bautista, Ladislao Cabrera, Mariano Melgarejo, Miguel Ocampo y otros.

### **Imagen 13: Museo del Litoral boliviano**



Fuente: Museo\_costumbrista\_Juan\_de\_Vargas.org

Detrás de los cristales se observa las figuras en cera de Ignacia Zeballos y Juancito Pinto.

Juancito Pinto, niño de 12 años de edad que acompañaba a los defensores del Litoral como "Tambor de Ordenes" del Batallón Colorados de Bolivia. Según relatos históricos el 26 de mayo de 1880, el niño al ver las bajas del ejército boliviano ante la superioridad numérica de los chilenos, abandonó su tambor y forcejeó con un herido para quitarle su rifle y bayoneta. Una vez que obtuvo el arma se dirigió al encuentro de su batallón y murió en combate.

### **3.7.3.1 Ignacia Zeballos**

Fundadora de la Cruz Roja Boliviana, digna representante de la mujer boliviana, actuó valerosamente como sanitaria y combatió en la Guerra del alto de la Alianza en el Batallón Colorados de Bolivia. Fue llamada “Madre del soldado”.

### **3.7.3.2 Ladislao Cabrera**

Durante la invasión chilena que provocó la Guerra del Pacífico en 1879, fue máxima autoridad de Calama, organizó la defensa del territorio, y combatió con 133 bolivianos contra 1400 chilenos. En la junta en las que estuvieron presentes el Cnel. Gaspar Jurado, el Cnel. Severino Zapata y los ciudadanos Eduardo Abaroa y Fidel Lara, negó la rendición boliviana ante Chile. Producida la derrota se retiró a La Paz con algunos sobrevivientes. En 1881 ocupó la presidencia de la República interinamente.

### **3.7.3.3 Eduardo Abaroa**

Héroe civil de la Guerra del pacífico, resguardo con 12 rifleros el puente Topáter sobre el río Loa. Tras contener tres ataques sucesivos, antes de ser acribillado pronunció su histórica imprecación: “Rendirme yo? ¡Que se rinda su abuela carajo!”<sup>15</sup>

## **3.8 Museo De Metales Preciosos**

Este museo, fue creado en 1983 y está ubicado en la casa que perteneció a Apolinar Jaén, protomártir de la Revolución de Julio de 1809. Cuenta con una colección de piezas arqueológicas de data prehispánica pertenecientes a diversos períodos y culturas que florecieron desde hace aproximadamente 3.000 años, con representaciones antropomorfas, zoomorfas y otros objetos de incalculable valor, tanto en metal como cerámico, orgánico y lítico.

---

<sup>15</sup> La Paz y sus Alrededores, Boero Rojo, Hugo. Los amigos del libro (1990:217-218)

Es uno de los museos más visitados del Complejo Jaén. Tras su fachada colonial el Museo de Metales Preciosos Precolombinos esconde un avanzado sistema de seguridad que protege el lujo del tesoro de San Sebastián y otras 2.000 piezas.

La colección más importante, y llamativa, también cuenta con una historia igual de fascinante, que incluye curiosidad, crimen, patriotismo y rescate.

En 1916, el geólogo cochabambino Federico Armestegui desenterró en la Coronilla el ajuar funerario más completo y exquisito de la cultura tiwanakota hallado hasta la fecha en Bolivia.

“Es, realmente, un tesoro. Entre las piezas se encuentran diademas, brazaletes, placas pectorales... todas trabajadas con delicadeza y esmero”, cuenta Dagner Salvatierra López, arqueólogo y responsable del repositorio.

Durante un tiempo, Armestegui expuso la fabulosa colección en su propio domicilio, pero allí varias de las piezas fueron sustraídas. Por ello, el geólogo depositó lo que quedaba en un banco. Más la travesía del tesoro no terminaría sino hasta 1918, cuando la Alcaldía paceña rescató las joyas de un francés que de algún modo tomó posesión de las obras y se preparaba para sacarlas del país.

Debido a la cantidad e importancia de la serie, no es de extrañar que, una vez que se autorizó la creación del museo en 1976, el tesoro de San Sebastián se convirtiera en el núcleo del lugar.

El repositorio se formó gracias a la donación de material o recuperaciones de colecciones obtenidas por arqueólogos, tanto profesionales como aficionados.

Tal es el caso de la serie Fritz Buck, una de las más numerosas que se conservan en el centro y que incluyen objetos de plata, cerámica y piedra.

Gracias a innovaciones en la museografía, como sensores que iluminan las vitrinas cuando una persona se acerca, las diferentes secciones del espacio han conseguido atraer la atención de los visitantes, nacionales y extranjeros.

Tiene salones temáticos. La sala del oro tiene piezas de incalculable valor y que se guardan en una bóveda de seguridad. Destaca el Tesoro de San Sebastián descubierto en 1917 en Cochabamba. Es un ajuar funerario compuesto por objetos trabajados en oro que corresponden a la época clásica de Tiwanaku (374 – 724 d. C.). Este tesoro está constituido por una diadema de 245 grs. de peso; dos brazaletes, dos pectorales, un tazón, varias placas trapezoidales, circulares y otras piezas.

La sala de metalurgia está dedicada a la minería precolombina. Expone con cuadros e ilustraciones, la cronología de las culturas andinas y su evolución histórica, además del manejo y recolección de los metales. En esta sala se exhiben herramientas para la extracción de oro, plata y cobre, como morteros, crisoles de fundición, yunques, cinceles y piezas para el laminado, recortado, repujado, cincelado, fundición y vaciado.

**Imagen 14: Museo de Metales Preciosos**



Fuente: [la-razon.com/la.../Museo-Metales-Preciosos-San-Sebastián](http://la-razon.com/la.../Museo-Metales-Preciosos-San-Sebastián)

CAPITULO IV  
MARCO PRÁCTICO



## Capítulo IV

### 4. Marco Práctico

#### 4.1 Metodología de la investigación

La investigación utiliza una metodología de enfoque descriptivo, ya que:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis

Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico describir es medir.

##### 4.1.1 Investigación Analítica

Es aquella que trata de entender las situaciones en términos de las relaciones de sus componentes. Intenta descubrir los elementos que componen cada totalidad y las interconexiones que da cuenta de su integración.

Es importante no confundir el análisis como procesamiento de datos, propio de cualquier tipo de investigación, con la investigación analítica.

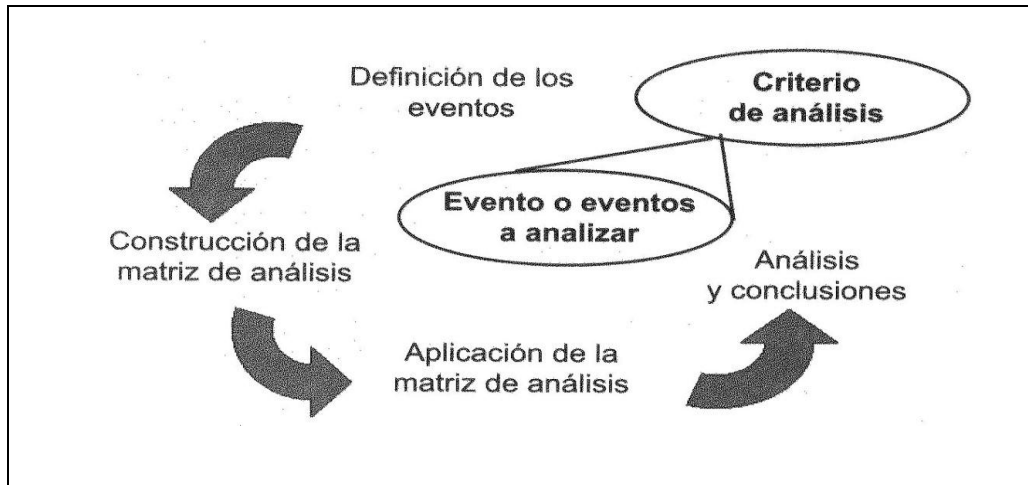
El análisis como procesamiento de datos se realiza en las investigaciones descriptivas, comparativas, confirmatorias, es decir en todas, pero en cada caso el resultado corresponde al nivel de investigación con el cual el investigador concluye<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Hernández Sampieri Roberto; Fernández Collado Carlos; Baptista Lucio Pilar. Metodología de la Investigación. México: MCGRAW- Hill 2002. Pág.60



### Esquema 1: Investigación Analítica



Fuente: Hurtado, J. (2007).

#### 4.1.2 Investigación no experimental

Es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Como señala Kerlinger: “La investigación no experimental o ex post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan lo sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

Además de ser una investigación transeccional, puesto que:

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores.

Es una investigación no experimental-transeccional:

Es una investigación sistemática y empírica, en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido, las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa y dichas relaciones se observan tal y como se han dado en un contexto natural.

Y finalmente es una investigación hipotético-deductiva:

Un investigador propone una hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes más generales. En el primer caso arriba a la hipótesis mediante procedimientos inductivos y en segundo caso mediante procedimientos deductivos. Es la vía primera de inferencias lógico deductivo para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan comprobar experimentalmente<sup>17</sup>.

## **4.2 Formulación de la hipótesis**

“La insuficiente oferta turística limita la afluencia de turistas a los museos municipales ubicados en la calle Jaén”

Para ello se identifican las siguientes variables:

- Variable independiente
- Insuficiente oferta turística
- Variable dependiente
- Afluencia de turistas
- Variable interviniente
- Museos municipales
- Variable moderante
- Calle Jaén de la ciudad de La Paz

---

<sup>17</sup> Hernández Sampieri Roberto; Fernández Collado Carlos; Baptista Lucio Pilar. Metodología de la Investigación. México: MCGRAW- Hill 1997. Pág.184  
Kerlinger (1979, p. 116)

### 4.3. Operacionalización de variables

**Tabla 2: Operacionalización de variables**

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica
Oferta Turística	Atractivo Turístico	Eventos culturales	Entrevista
	Patrimonio Turístico	Mobiliario	Observación
		Pinturas	Observación
		Maquetas	Observación
		Mapas	Observación
		Armamento	Observación
		Piezas de oro	Observación
		Esculturas	Observación
		Platería	Observación
		Cuadros	Observación

		Uniformes militares	Observación
Afluencia de Turistas	Estacionalidad	Temporada alta	Entrevista
		Temporada baja	Entrevista
	Tipo de turistas	Nacionales	Encuesta
		Extranjeros	Encuesta
	Publicidad	Puntos de información turística	Observación
		Redes sociales	Observación
		Internet	Observación
		Medios escritos	Observación
		Revistas	Observación

#### 4.4 Universo y Población de estudio

**Tabla 3: Universo y Población de estudio**

Universo	Museo Costumbrista Juan de Vargas
	Museo Casa de Pedro Domingo Murillo
	Museo de Litoral Boliviano
	Museo de Metales Preciosos

#### 4.5 Muestra

**Tabla 4: Muestra**

Población	Turistas Nacionales, Extranjeros

Para obtener la muestra, utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{Z^2 \times P \times Q + (N \times e^2)}$$

Dónde:

n = El número de turistas a encuestar

Z=1.645 es un numero constante

P= 0.5 siendo una constante

Q=0.5 siendo una constante

N= número de turistas visitantes al mes

e = 0.01 siendo una constante

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}{1.645^2 \times 0.5 \times 0.5 + (2854 \times 0.01^2)}$$

n = 66 para turistas extranjeros

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}{1.645^2 \times 0.5 \times 0.5 + (1405 \times 0.01^2)}$$

n = 65 para turistas nacionales

De acuerdo al resultado el número de turistas nacionales a encuestar es de 65, y el número de turistas extranjeros encuestados será de 66.

CAPITULO V  
DIAGNOSTICO

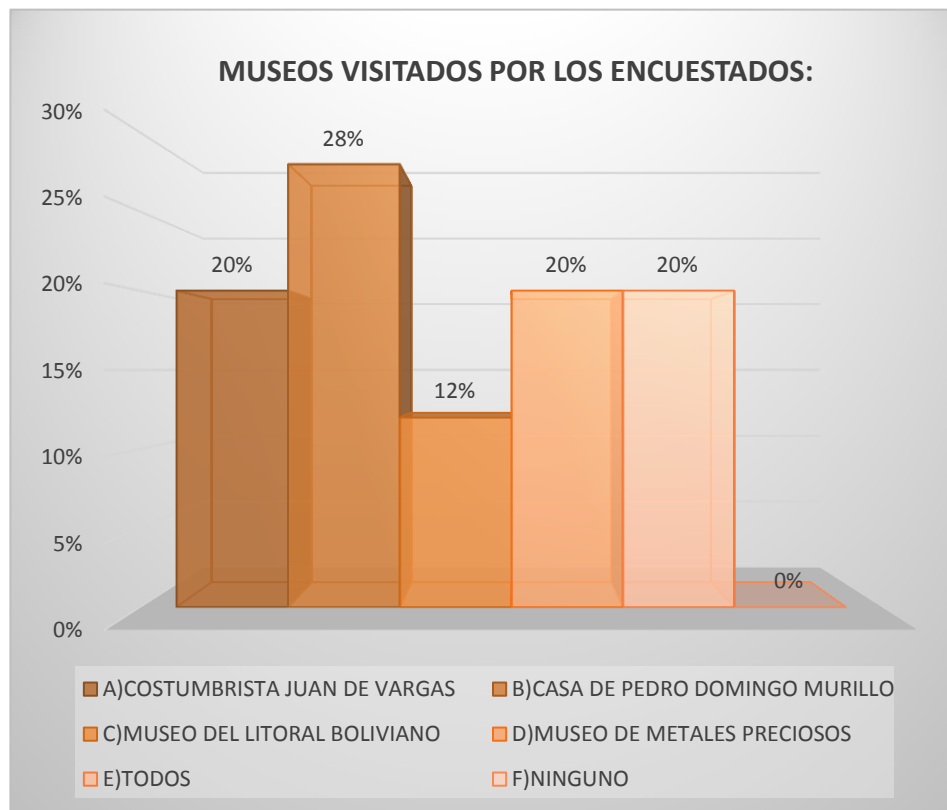
## Capítulo V

### 5. Diagnostico

#### 5.1 Encuestas

##### 5.1.1 Encuestas a Turistas extranjeros

**Grafico 1: Museos visitados por los encuestados**

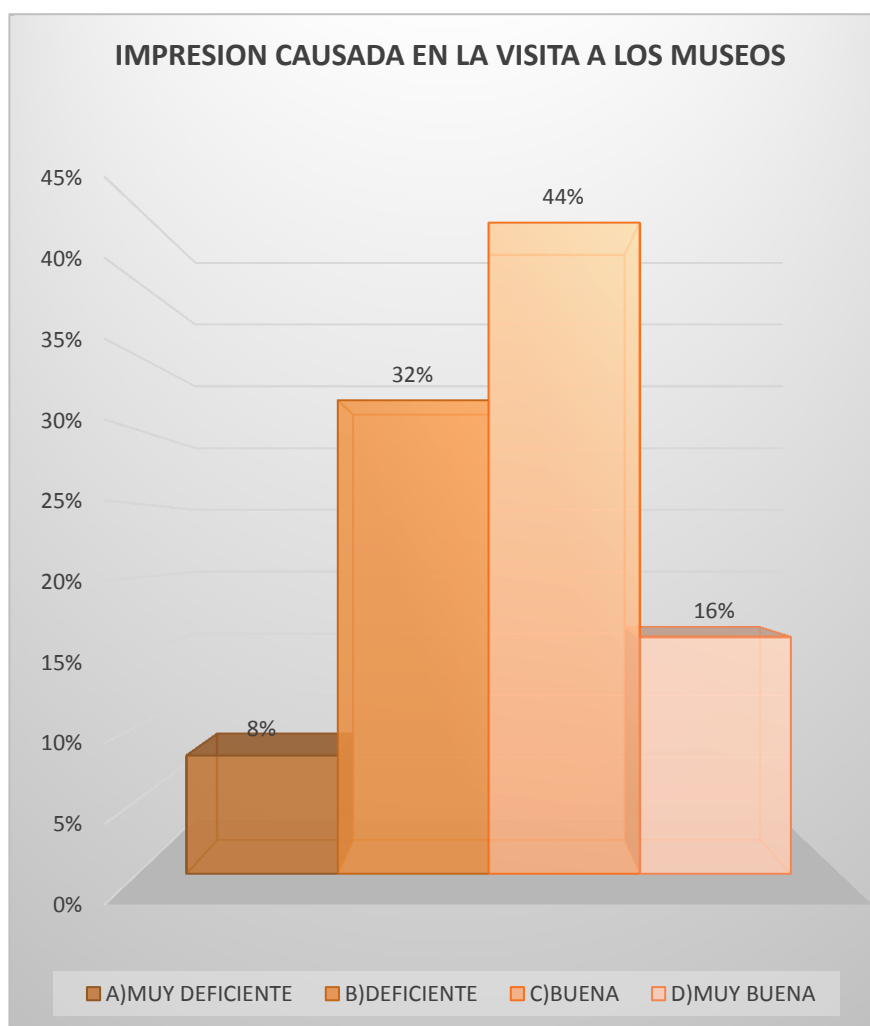


Fuente: Elaboración propia

Dentro de todos los museos visitados por los turistas extranjeros encuestados, se puede ver que el museo con más visitas es la “Casa de Pedro Domingo Murillo”, esto debido al interés que muestran por conocer al personaje histórico y lo que representa para la ciudad de La Paz. Además de las piezas que se exhiben en dicho lugar.



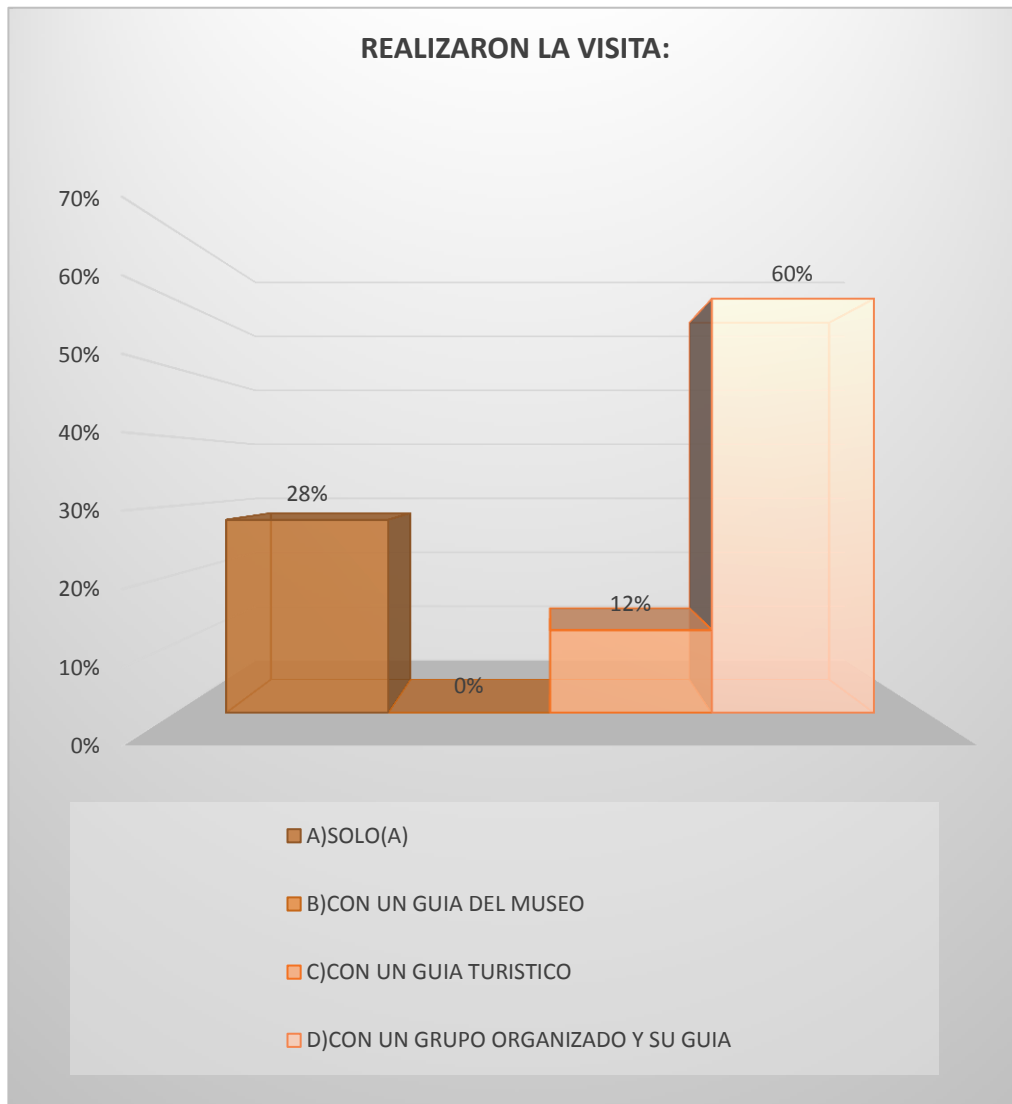
**Grafico 2: Impresión causada en la visita a los museos**



Fuente: Elaboración propia

El 40% de los encuestados, quedó con la impresión de una visita deficiente a los museos del tema de investigación. Y menos del 50% con una buena impresión, por tanto, es necesario realizar mejoras durante la visita para subsanar las deficiencias que no permiten que el museo tenga una mejor imagen ante los visitantes.

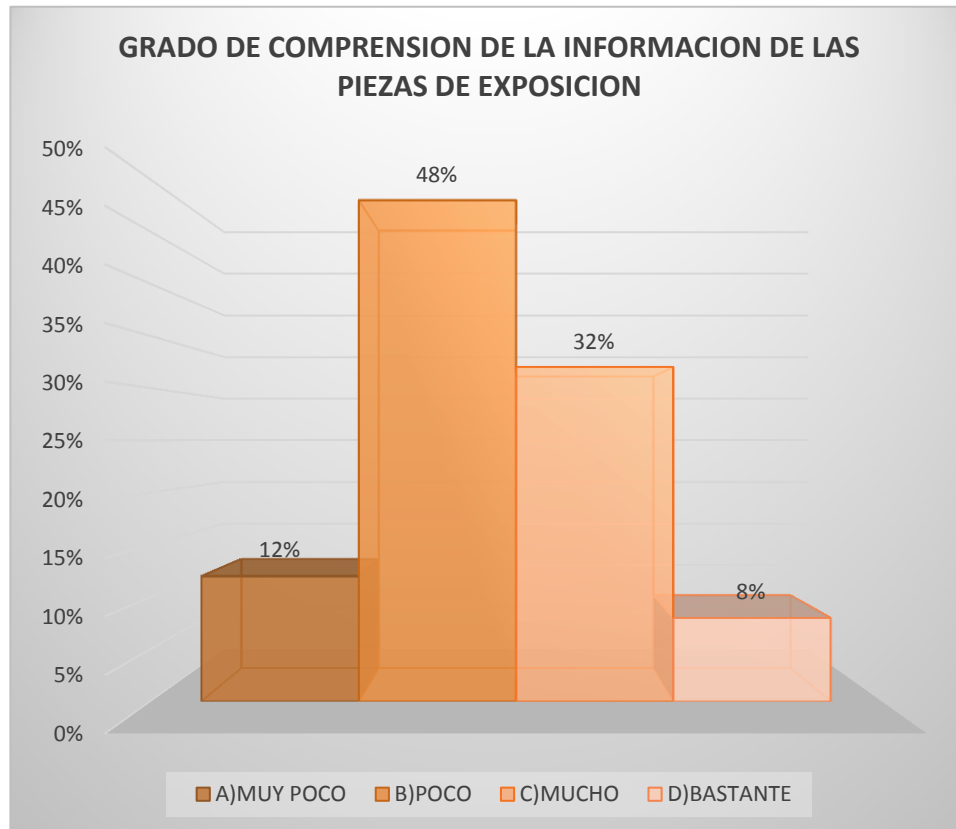
**Grafico 3: Realizaron la visita**



Fuente: Elaboración propia

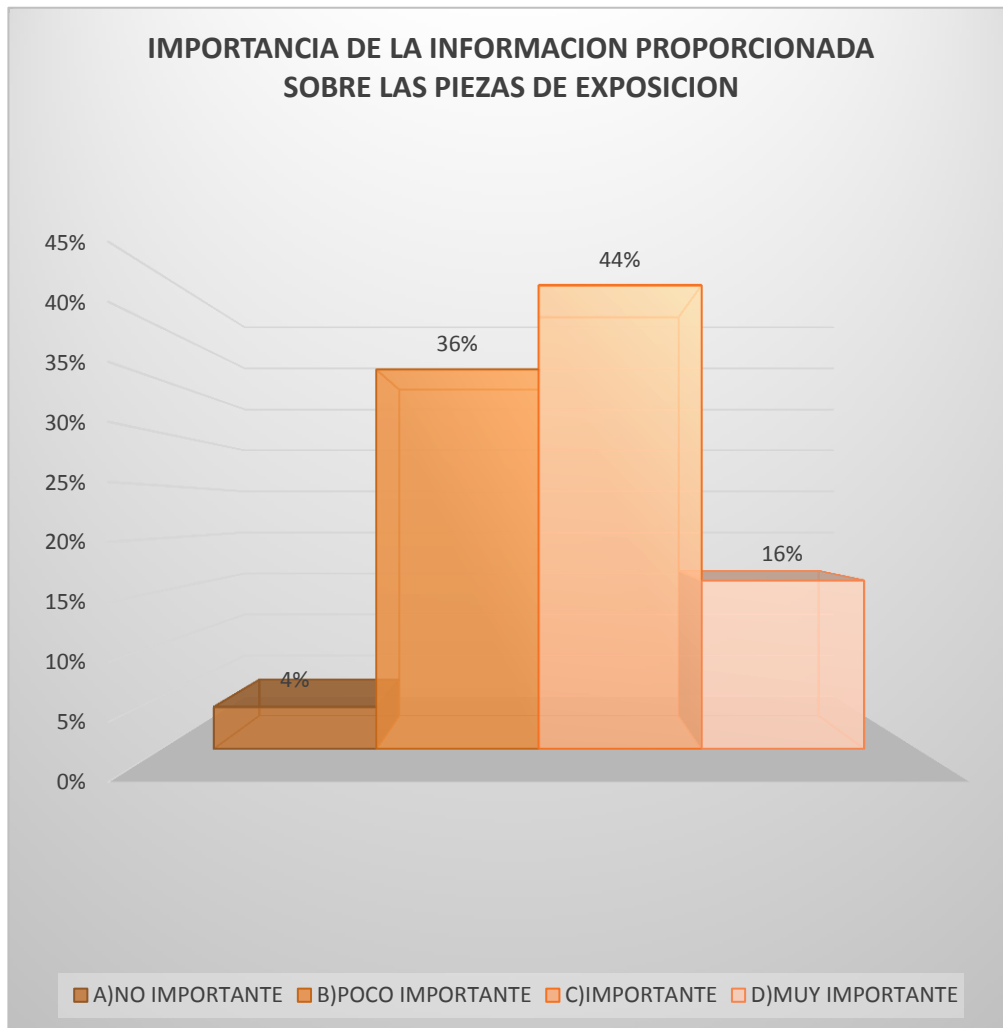
El 60% realizó la visita con un grupo organizado y su guía, y el 0% lo hizo con un guía del museo puesto que no se cuenta guías pertenecientes a los museos que puedan brindar este servicio. Lo que hace necesario que el museo pueda implementar el servicio de guías para que los visitantes conozcan más durante el recorrido.

**Grafico 4: Grado de comprensión de la información de las piezas de exposición**



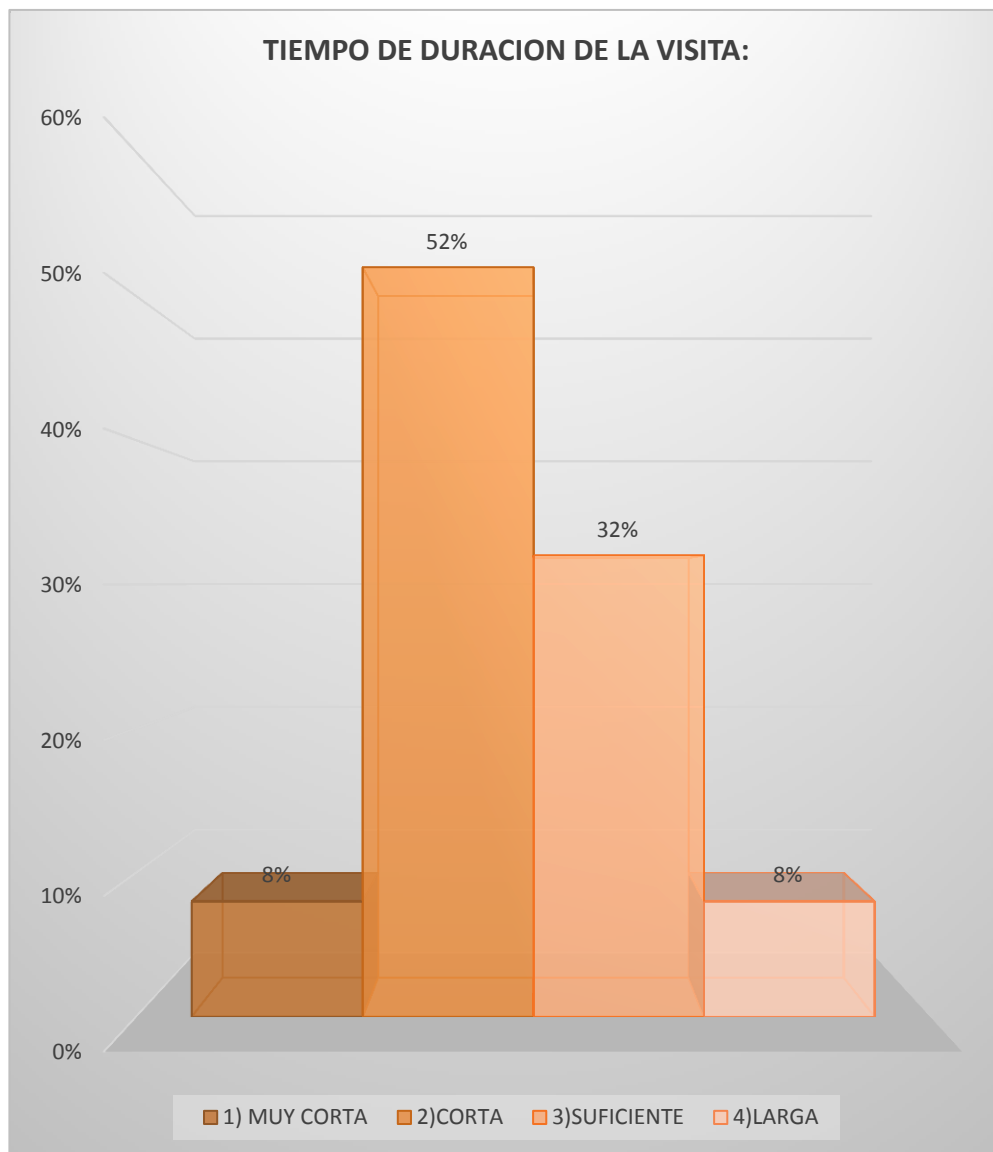
Fuente: Elaboración propia

El grado de entendimiento en la mayoría de los encuestados es poca 60%, puesto que la información que se brinda de cada una de las piezas no tiene traducciones a diferentes idiomas y a varios de los turistas extranjeros, se les dificulta entender el español. Por lo tanto, se necesita dar a conocer con un grado mayor de comprensión la información de las piezas de exposición, esto se puede lograr a través de la traducción de la información a diferentes idiomas.

**Grafico 5: Importancia de la información de las piezas de exposición**

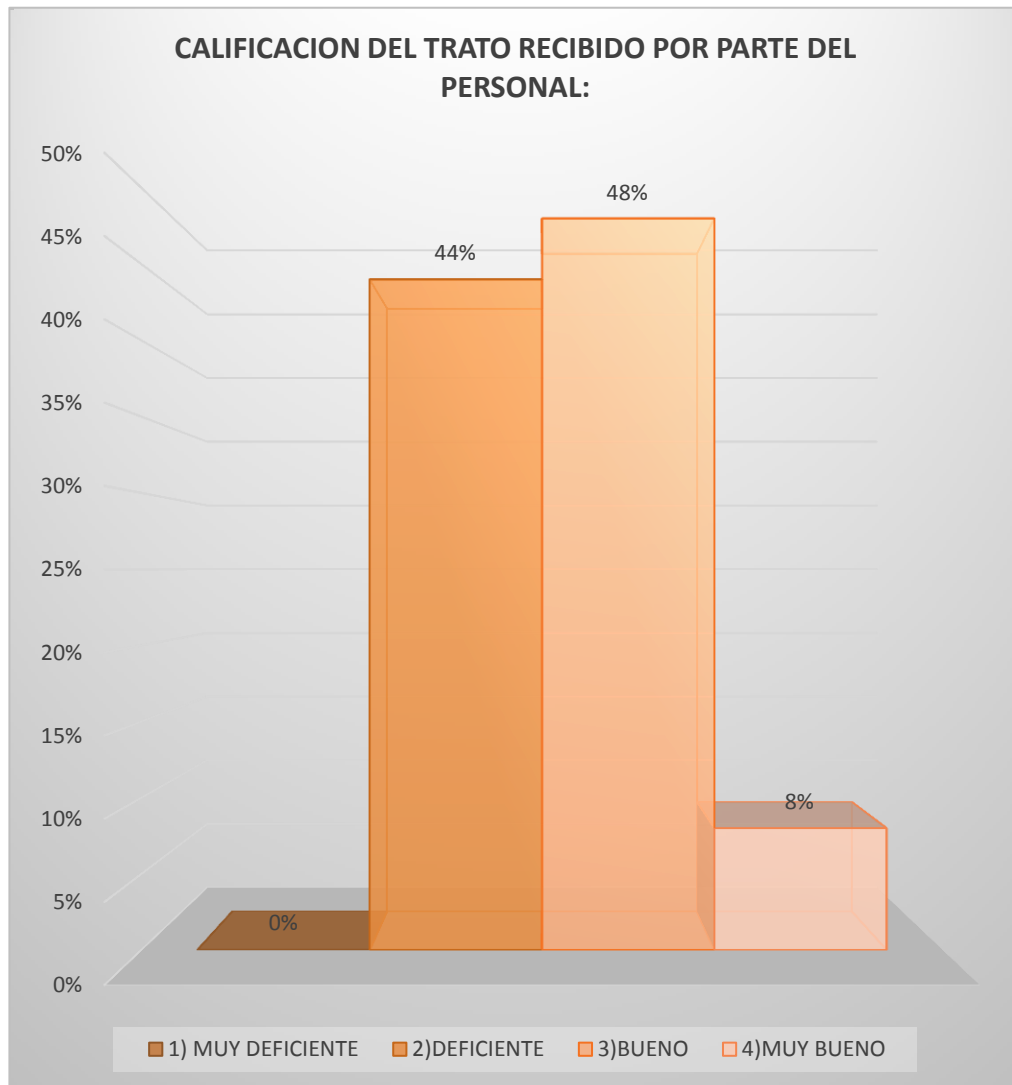
Fuente: Elaboración propia

La información que tiene cada pieza de exposición para el 44% es importante, pues sin la misma no se tendría idea de lo que se puede apreciar en cada uno de los museos, sin embargo, un buen porcentaje considera que la información es poco importante, es necesario el mejoramiento de los cuadros de información, así como de su presentación para poder atraer la atención de los visitantes y que tengan un mayor interés por aprender sobre cada una de las piezas de exposición y su significado.

**Grafico 6: Tiempo de duración de la visita**

Fuente: Elaboración propia

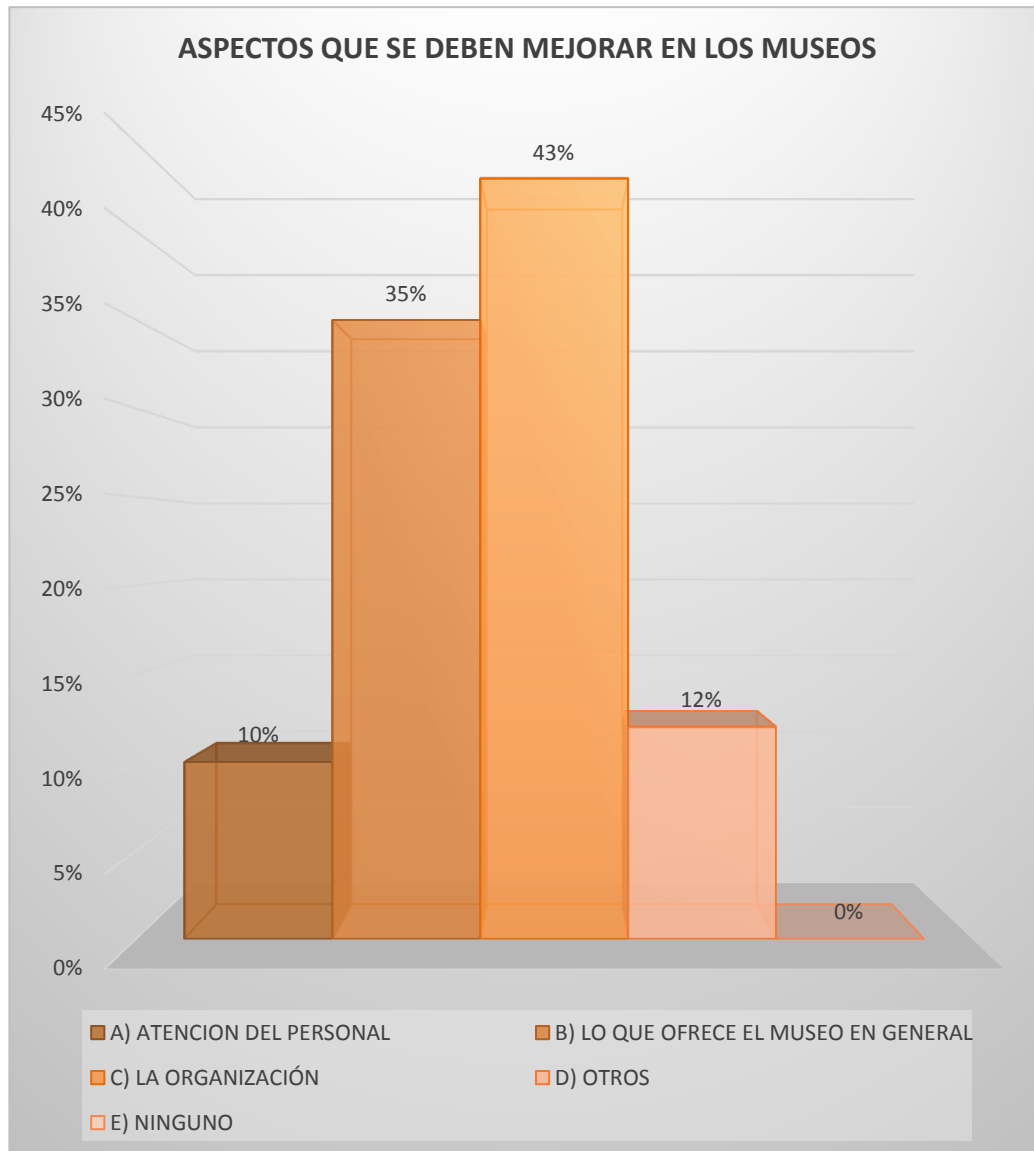
El 52% de los turistas extranjeros consideran que el tiempo de visita es corta, es necesario realizar un circuito, que pueda alargar el recorrido, con la ayuda de guías que contribuyan con las explicaciones de cada exposición, pues al realizar una visita en la que no existe guiaje y por cuenta de los turistas, es poco lo que pueden aprender sobre lo que representa cada museo y su exposición.

**Grafico 7: Calificación del trato recibido por parte del personal**

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la evaluación sobre el trato por parte del personal, se puede observar que un 44% considera que es deficiente, teniendo un 4% por ciento de diferencia respecto a los turistas que consideran como bueno el trato brindado por parte del personal de los museos. El personal a cargo necesita mejorar el trato a los visitantes para hacer su visita más grata, y mejorar el servicio en cada uno de los museos además de la atención que brindan.

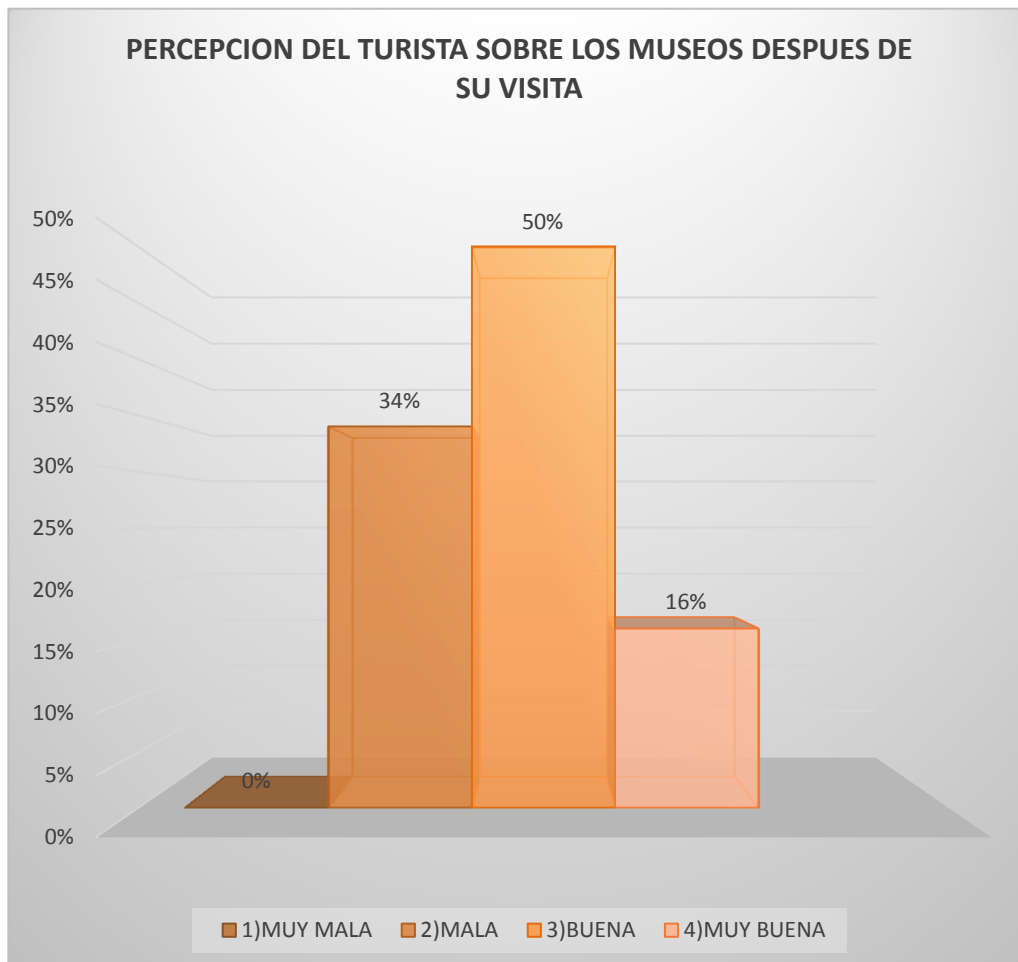
**Grafico 8: Aspectos que se deben mejorar en los museos**



Fuente: Elaboración propia

Ninguno de los encuestados considera que no haya aspectos que mejorar en los museos, más al contrario el 43% indica que se debe mejorar la organización en todos y cada uno de los museos que visitaron, puesto que el servicio en general es deficiente.

**Grafico 9: Percepción del turista sobre los museos después de su visita**



Fuente: Elaboración propia

El 50% de los visitantes encuestados, termino su visita con una buena percepción, sin embargo y de acuerdo a la pregunta anterior, hay varios aspectos que mejorar dentro de cada uno de los museos, por eso es necesario que se evalúen mediante sugerencias a los turistas cuales son las mayores deficiencias, para que sean atendidas y mejorar la experiencia de visita a los museos.



**Grafico 10: Personas que consideran los museos visitados como punto turístico**



Fuente: Elaboración propia

El 56% considera que es un punto turístico por las piezas de exhibición que pueden apreciarse y por lo que cada una representa, pues son piezas bastante valiosas por su historia, además de singulares e interesantes para quienes llegan a verlas.

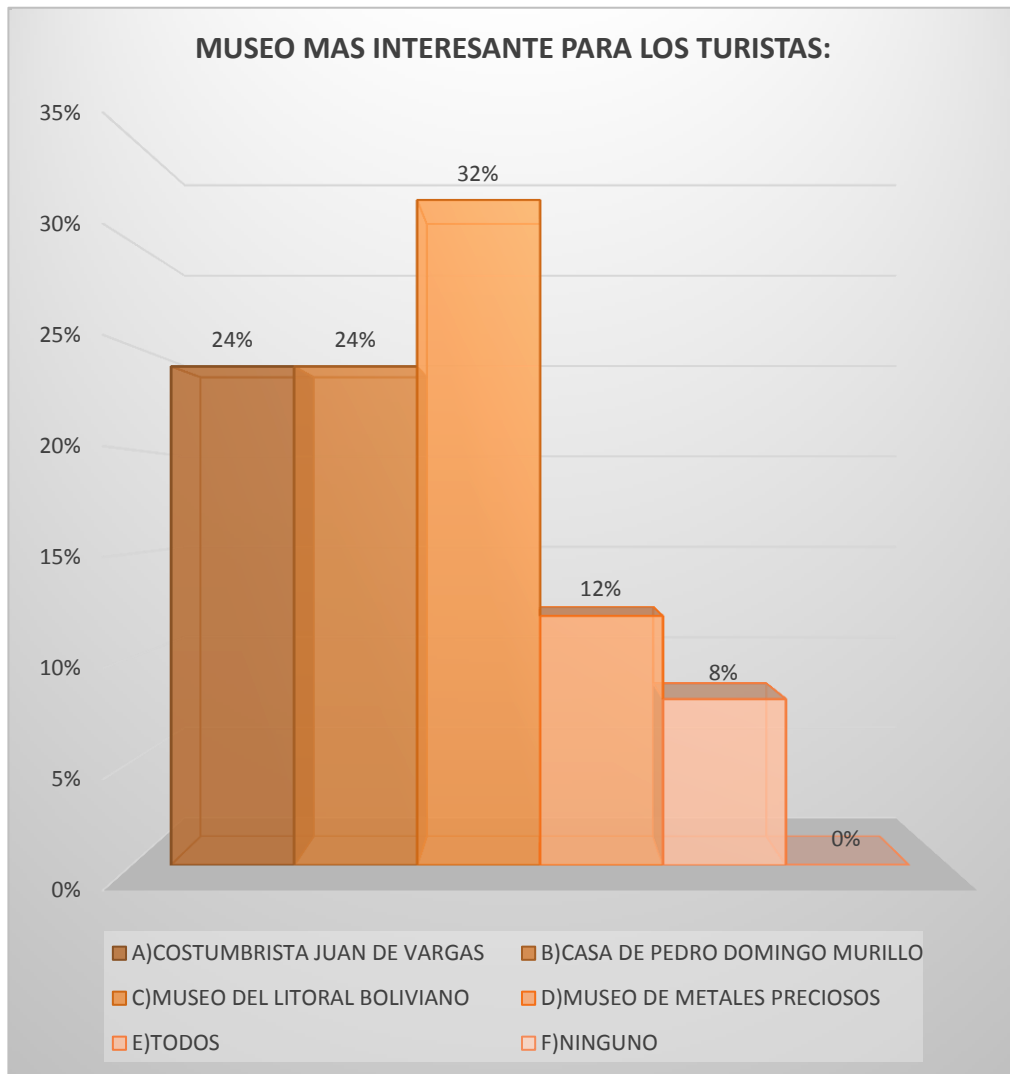
**Grafico 11: Turistas que volverían a visitar los museos**



Fuente: Elaboración propia

El gráfico refleja, que los turistas podrían volver de visita a los museos ya que para ellos son interesantes, además de que la ubicación de los mismos también es de su agrado, puesto que se encuentran en un lugar céntrico y específicamente en una calle con bastante historia que además representa al casco viejo de la ciudad de La Paz.

**Gráfico 12: Museo más interesante para los turistas**

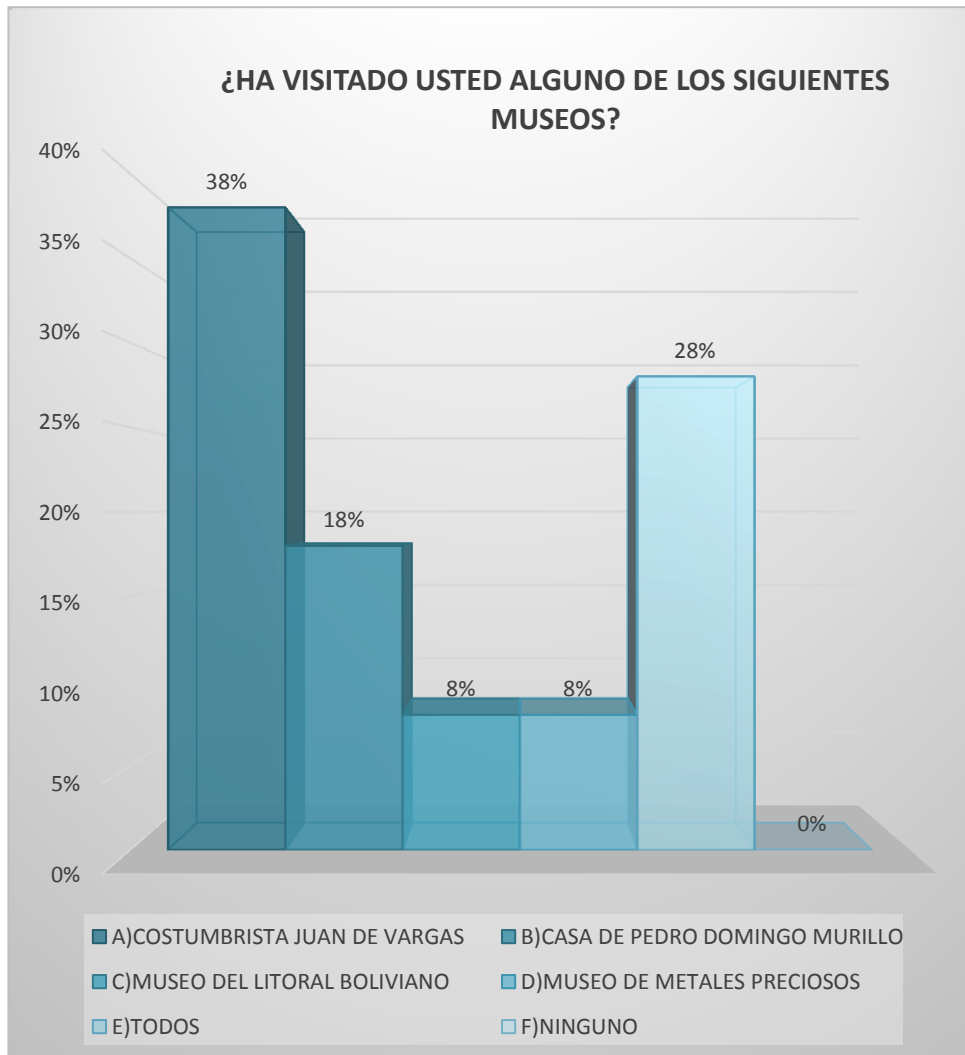


Fuente: Elaboración propia

El “Museo del Litoral Boliviano” es el más visitado por los turistas extranjeros, puesto que ellos están más familiarizados con la información que el mismo proporciona, ya que este museo representa la pérdida de la causa marítima de nuestro país un tema que actualmente llegó a organismos internacionales por el pedido de salida al mar por parte de nuestro país.

### 5.1.2 Encuesta a Turistas nacionales

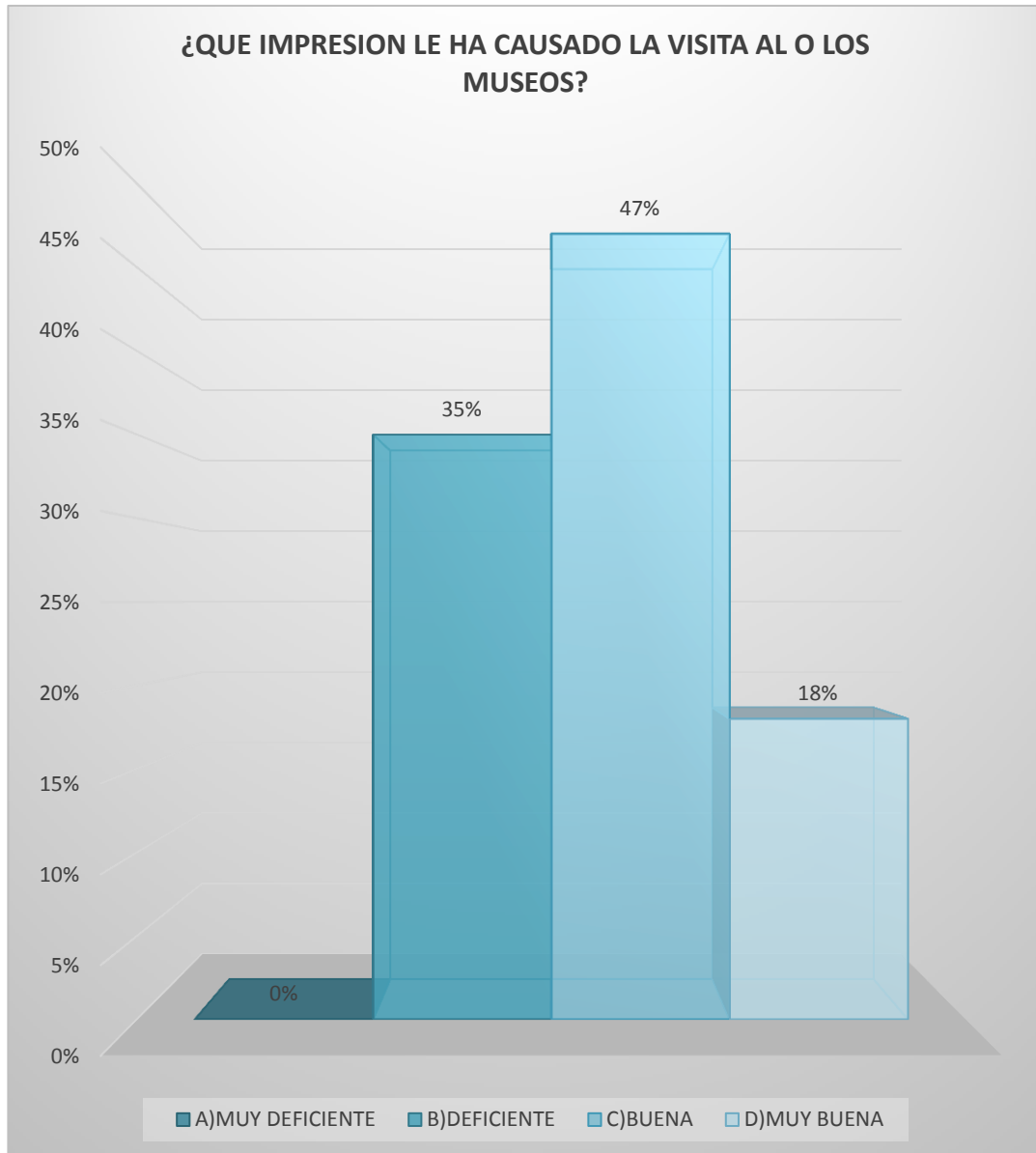
**Gráfico 13: Museos visitados por los turistas**



Fuente: Elaboración propia

El 38% de los turistas nacionales encuestados indican que han visitado el museo “Costumbrista Juan de Vargas”, debido a que es el primer museo y donde se adquieren las entradas para la visita de los siguientes, mismos que en algunos casos no se llegan a visitar por distintas razones expuestas por parte de los visitantes.

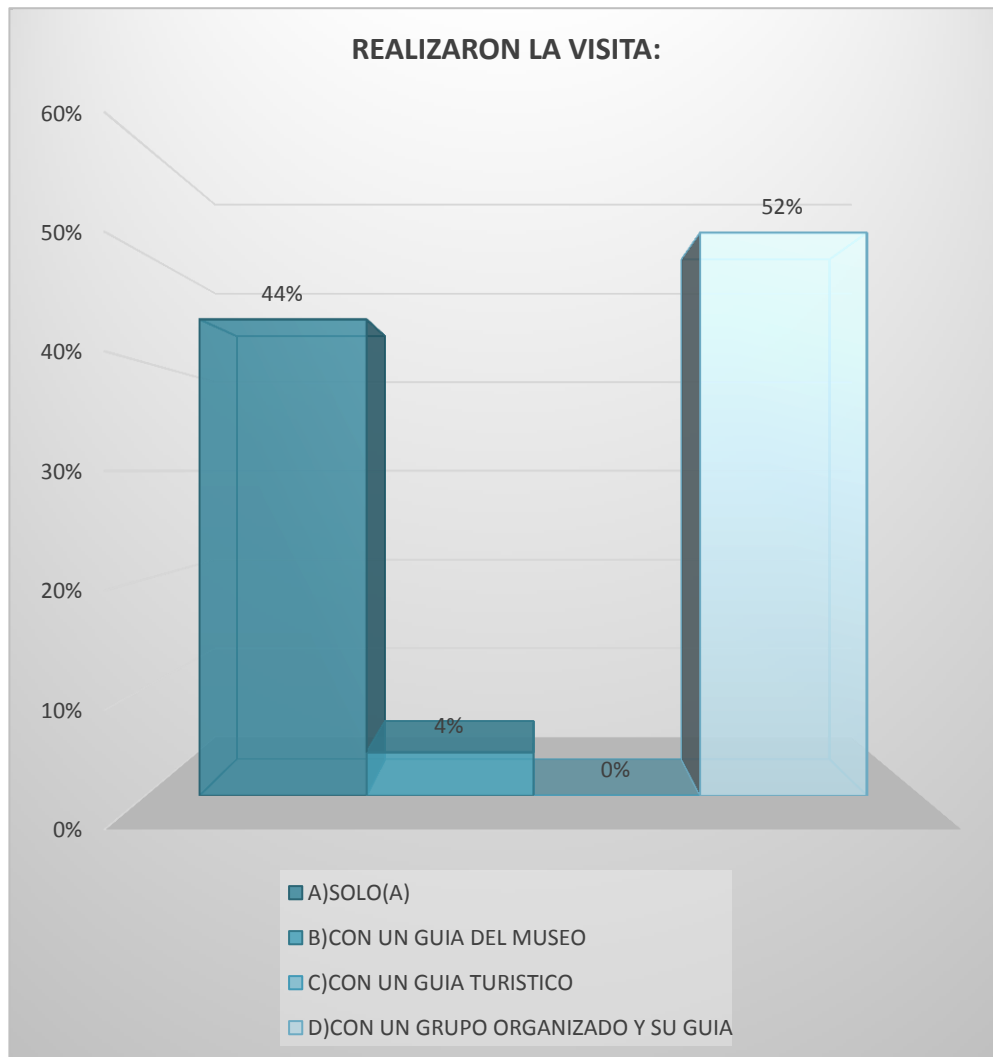
**Grafico 14: Impresión causada luego de la visita a los museos**



Fuente: Elaboración propia

El número de personas que califican la visita como deficiente representa a un 35% de los encuestados, lo que es preocupante teniendo en cuenta que en temporada alta aumenta considerablemente la visita de turistas a los museos, justamente porque se los considera como turísticos.

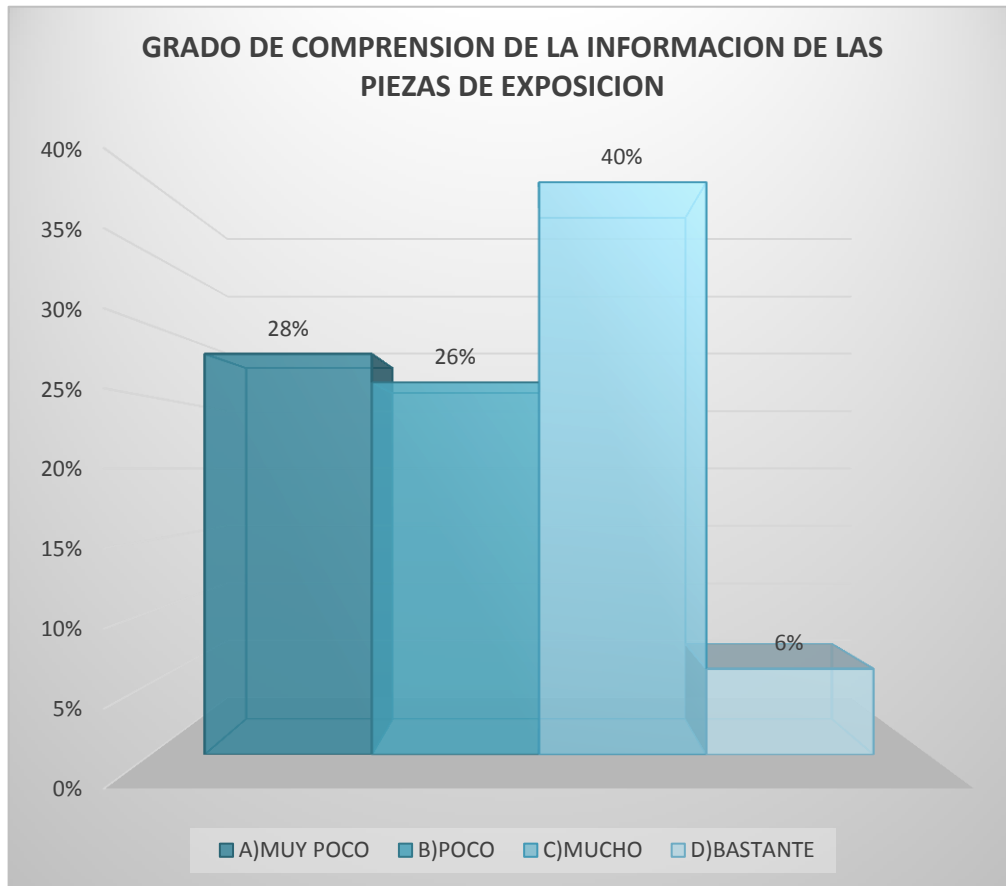
**Grafico 15: Realizaron la visita**



Fuente: Elaboración propia

Al igual que en el caso de la encuesta a turistas extranjeros, podemos ver que el 0% de los encuestados, realizó la visita con un guía del museo, por tanto, se hace necesaria la implementación del servicio de guiaje por parte de los museos.

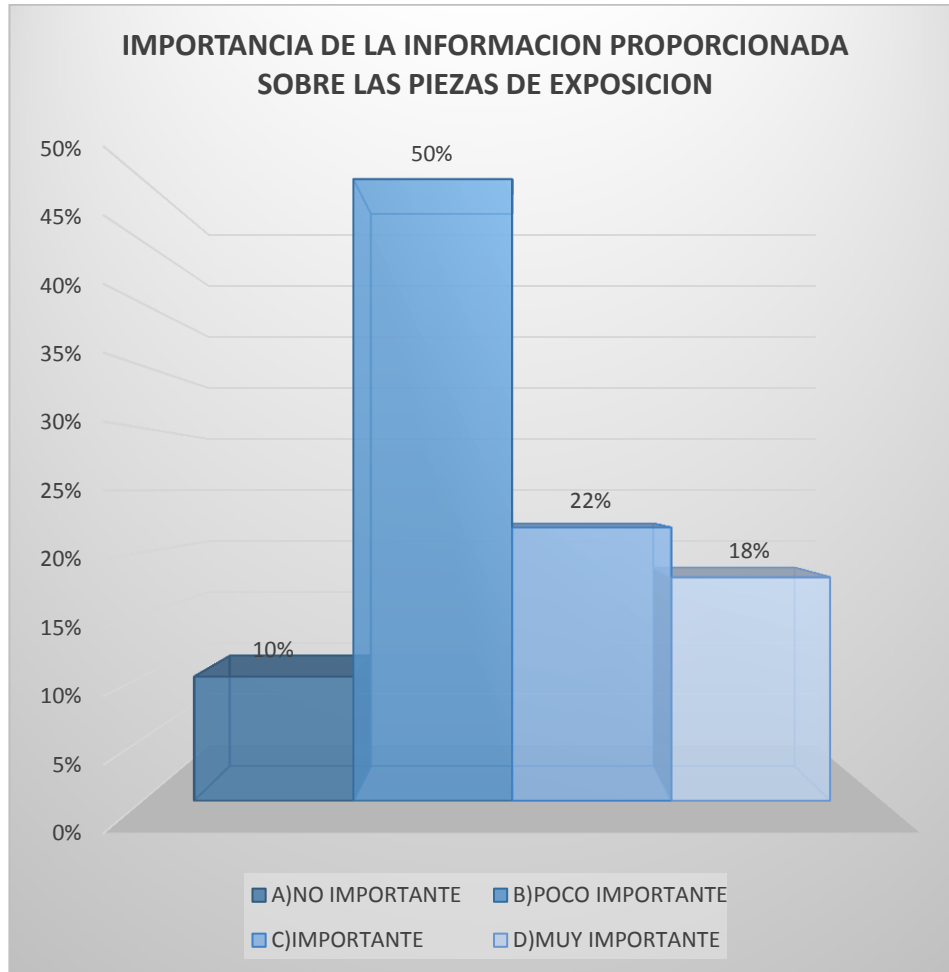
**Grafico 16: Grado de comprensión de la información de las piezas de exposición**



Fuente: Elaboración propia

La encuesta refleja que el 40% tiene poco entendimiento sobre la información de las piezas de exposición, por tanto, se debe mejorar la presentación y la información que se tiene junto a cada pieza en los museos para mejorar el grado de comprensión.

**Grafico 17: Importancia de la información proporcionada sobre las piezas de exposición**

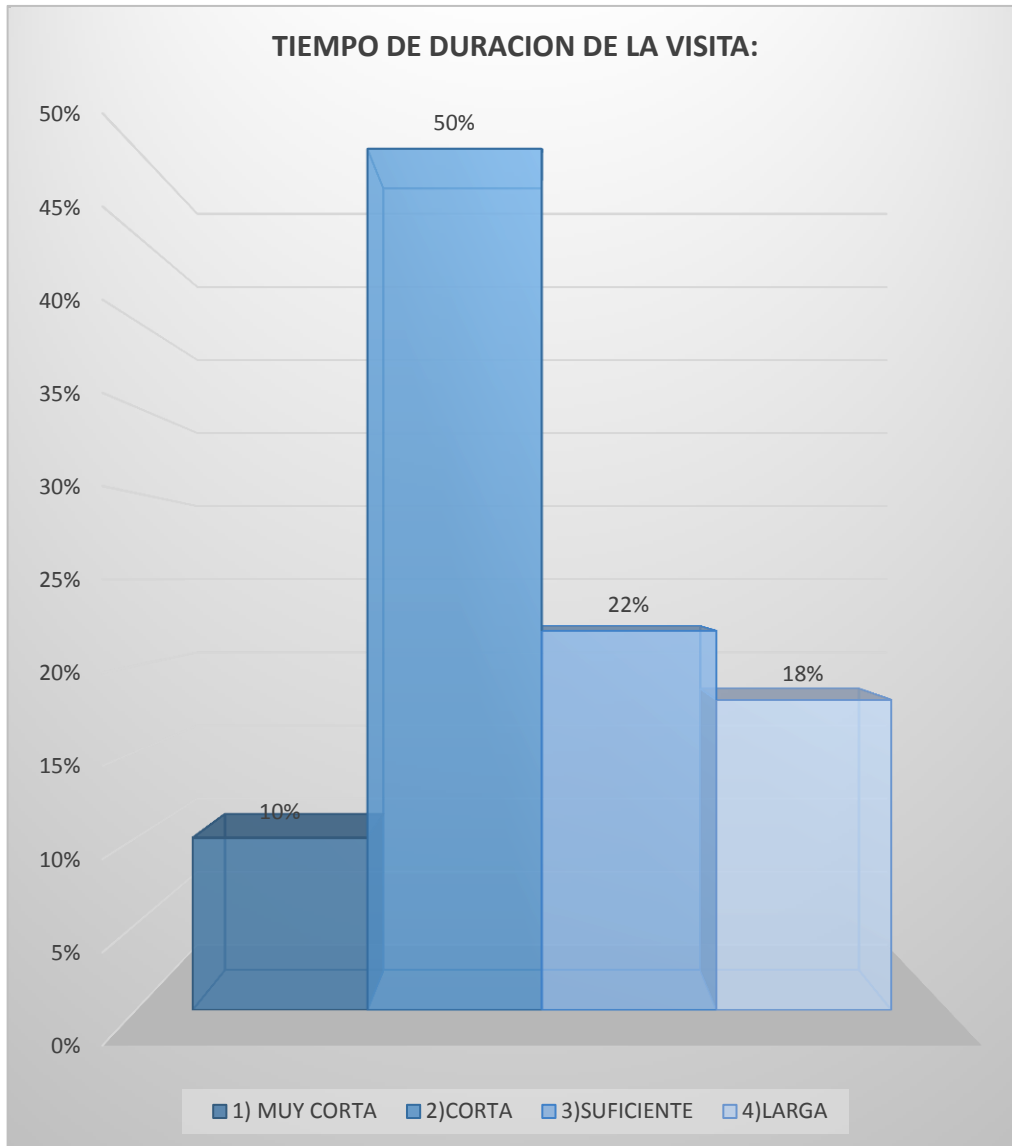


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la información recolectada a través de las encuestas, los turistas indican que la información es poco importante puesto que por el tipo de presentación muchos de ellos se limitan a ver las piezas, pero no a leer la información de las mismas, ya que en muchos casos no está clara o es demasiado pequeña por lo que los visitantes prefieren dejar de lado la información, por eso es necesario que se mejoren los cuadros informativos.



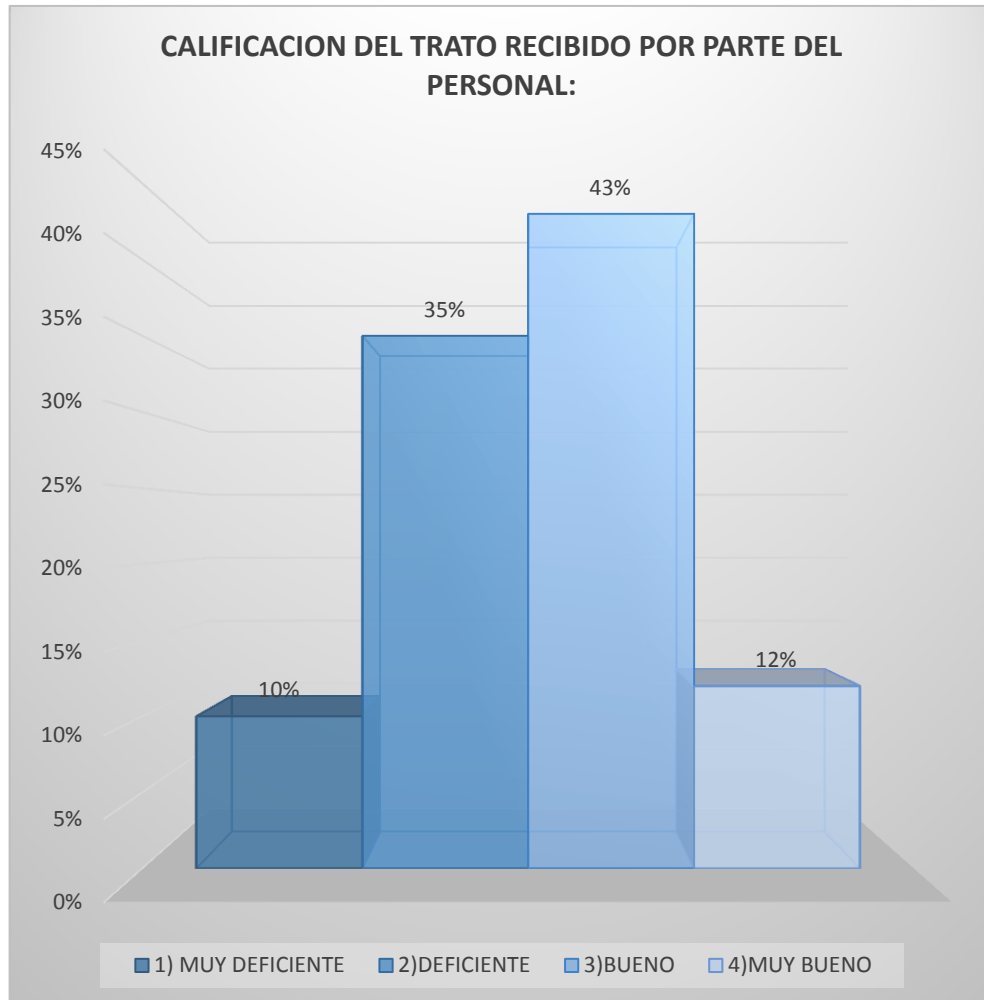
**Grafico 18: Tiempo de duración de la visita**



Fuente: Elaboración propia

En el 50% de los casos, la visita es corta debido a que no hay un circuito ni guías que aporten al recorrido, y que puedan enriquecerlo, brindando información sobre lo que se expone en los museos y que también de esta manera se mejore el servicio del personal para tener una experiencia que el visitante no pueda olvidar.

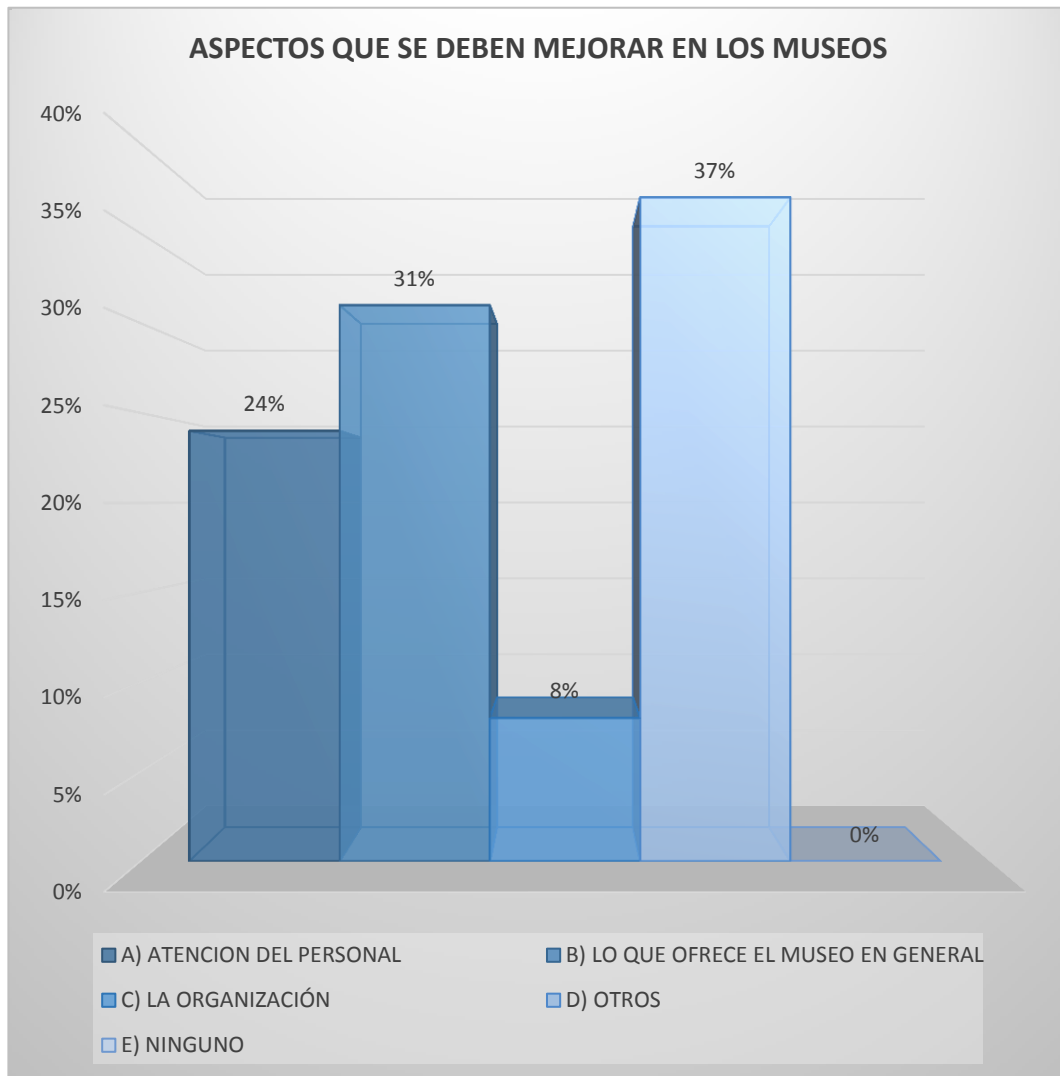
**Grafico 19: Calificación del trato recibido por parte del personal**



Fuente: Elaboración propia

El trato del personal que se encuentra en los museos es bueno de acuerdo a los resultados de la encuesta, sin embargo, un 43% sugiere que se debe mejorar, pues el trato del personal al visitante puede lograr que el turista tenga un interés por recomendar la visita a otros turistas, o en su defecto que realicen una segunda visita.

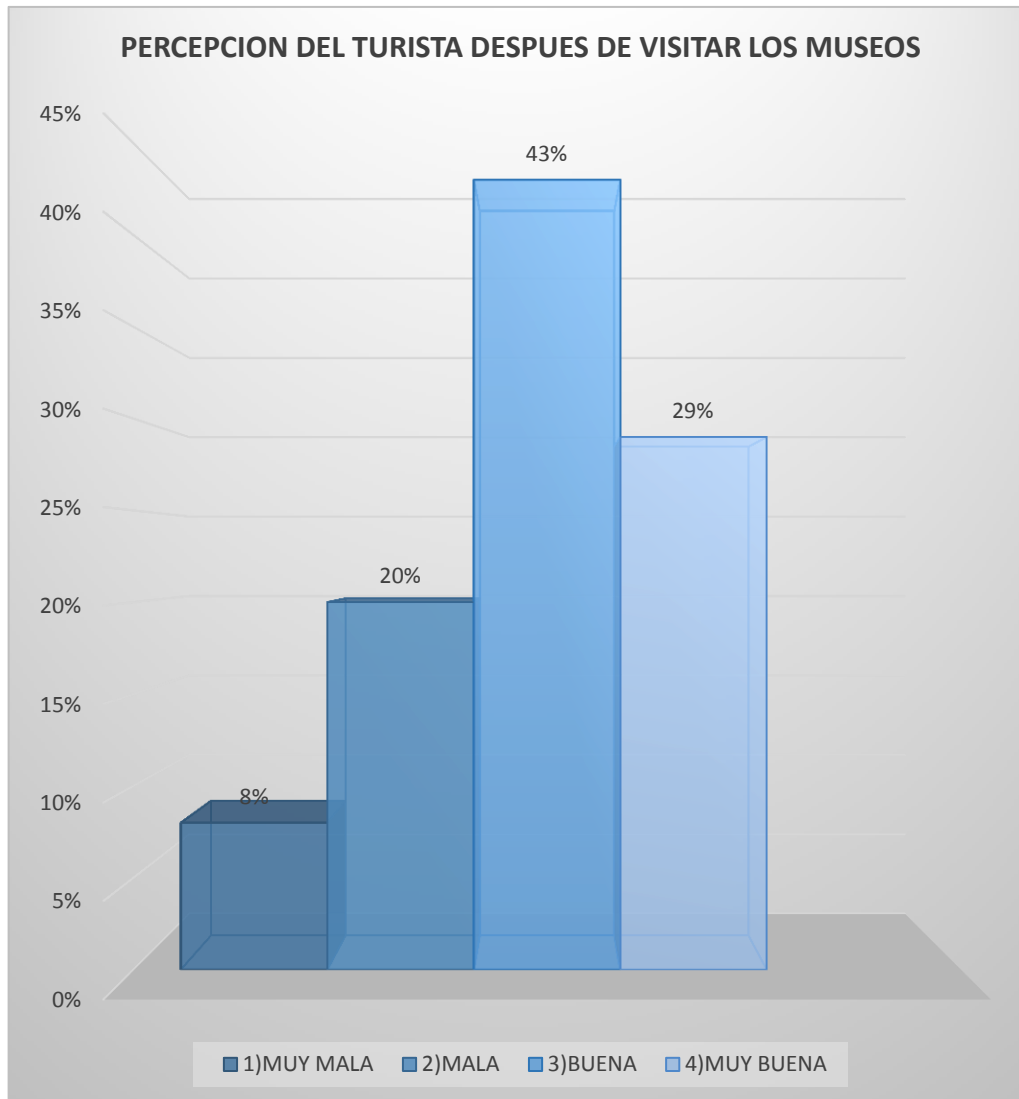
**Grafico 20: Aspectos que se deben mejorar en los museos**



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta, los museos deben tener bastantes mejoras, empezando por la organización, ya que, al no contar con el servicio de guías en los museos, el turista realiza un recorrido sin orden y por lo tanto solo para y ve las piezas expuestas, sin conocer lo que cada una representa, pues son pocos los visitantes que se toman el tiempo de leer la información, misma que además en varios casos no existe o es imperceptible.

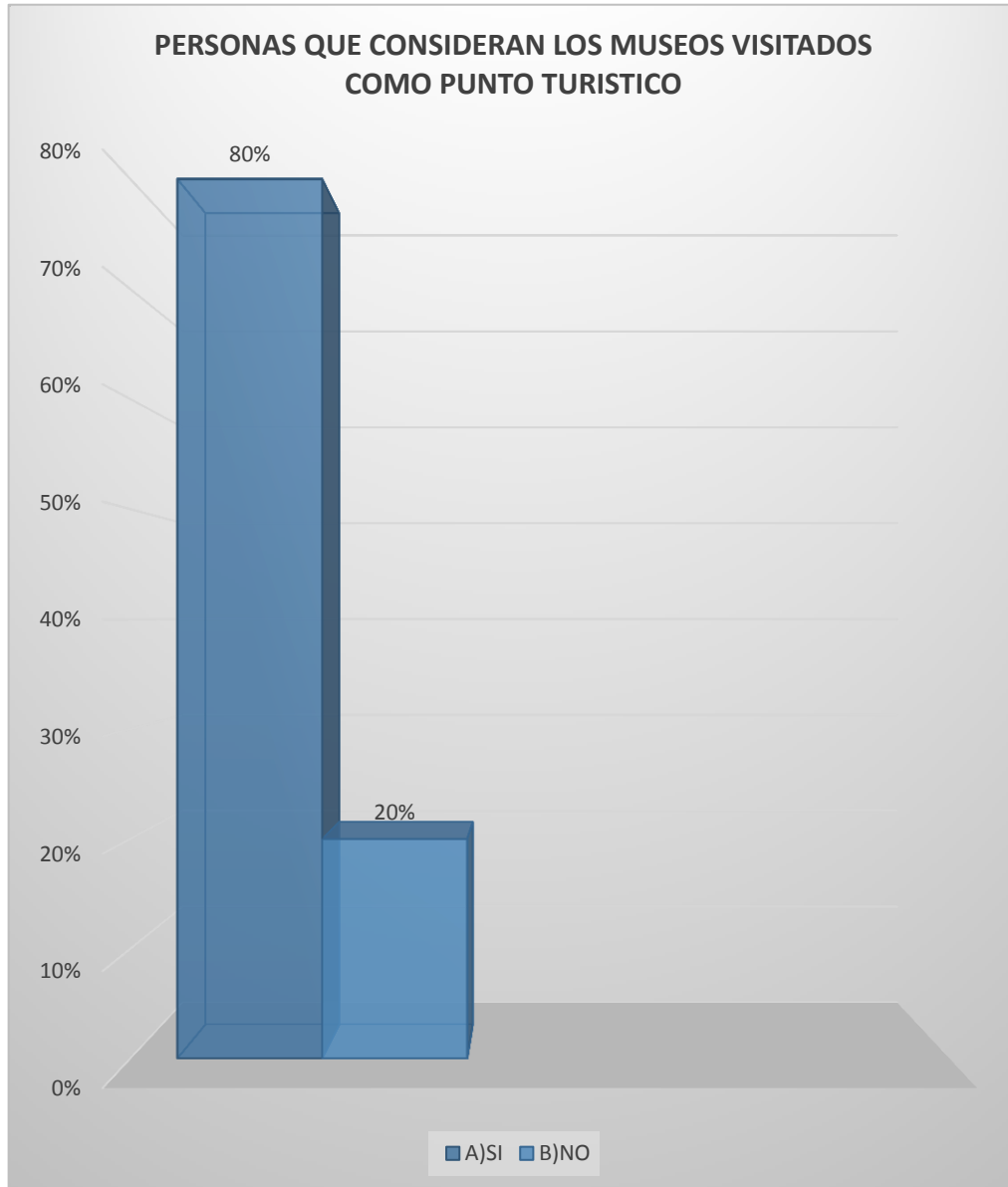
**Grafico 21: Percepción del turista después de su visita**



Fuente: Elaboración propia

A pesar de la buena percepción de los turistas, el 20% la califica como mala, por tanto, se debe tomar en cuenta que es lo que sugieren mejorar para que posteriormente la percepción de los visitantes mejore a favor de los museos e incentive a mejorar el número de visitas.

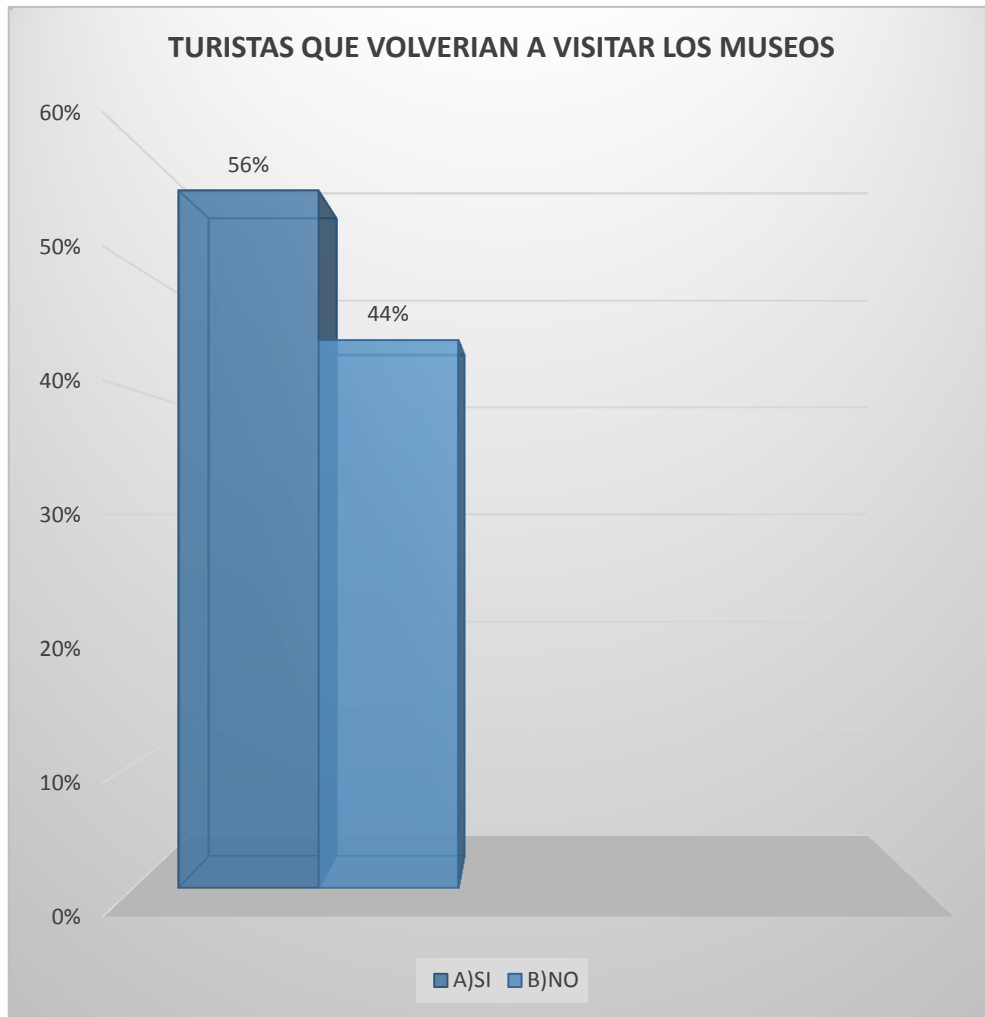
**Grafico 22: Personas que consideran los museos visitados como punto turístico**



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los turistas que visitaron los museos, consideran que, a pesar de las falencias, son un punto turístico por diferentes factores, como ser las piezas de exposición, la ubicación y la infraestructura en especial de la casa de Pedro Domingo Murillo.

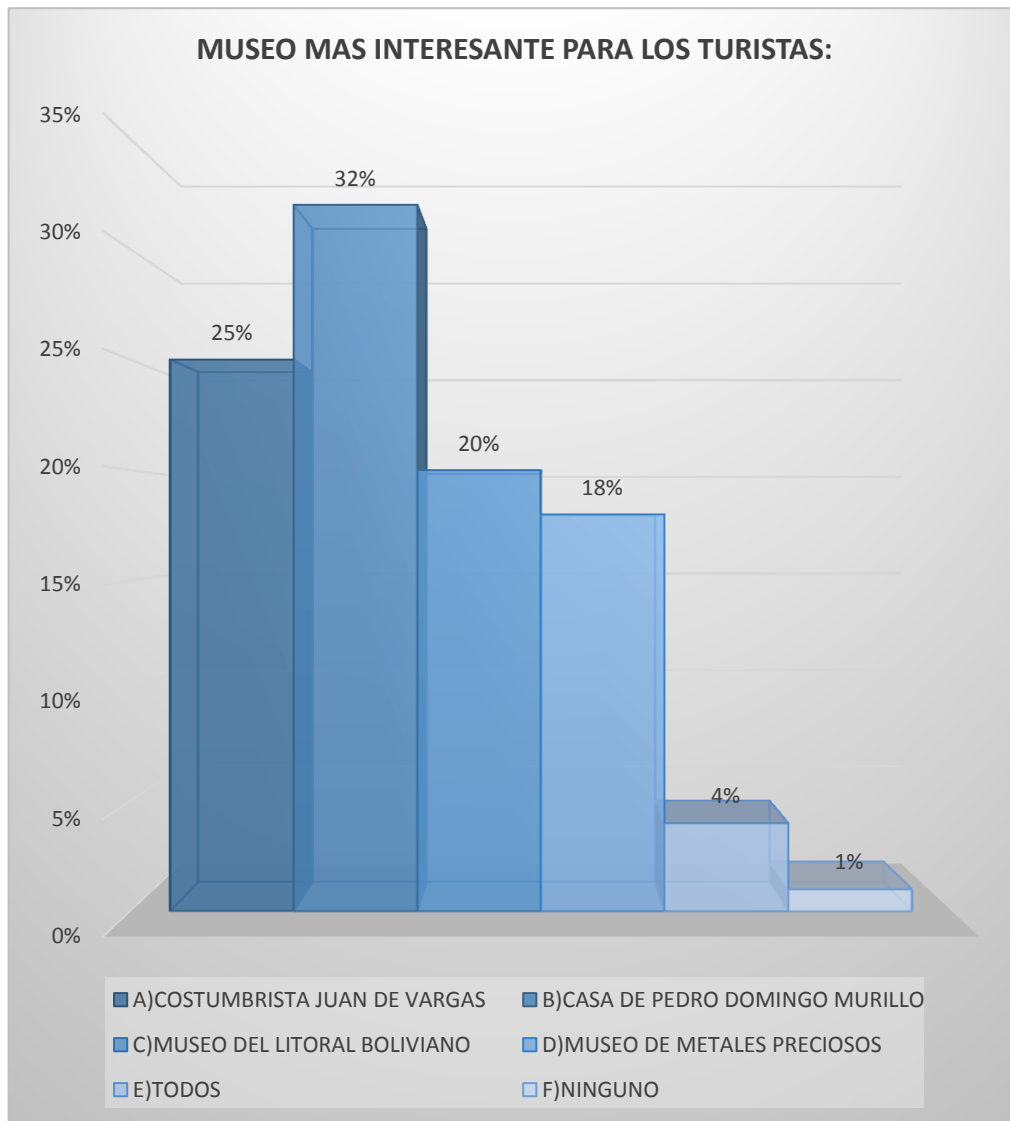
**Grafico 23: Turistas que volverían a visitar los museos**



Fuente: Elaboración propia

El 56% de los turistas, volverían a visitar los museos, ya que les parecen interesantes las piezas singulares de las colecciones en cada uno de los museos.

**Grafico 24: Museo más interesante para los turistas**



Fuente: Elaboración propia

Para la mayoría de los turistas nacionales que visitaron todos los museos, el más interesante fue el del litoral boliviano, pues refleja una parte importante de la historia boliviana, por ser además la representación de la pérdida marítima de Bolivia.

## 5.2 Docimasia de hipótesis

**Tabla 5: Docimasia de hipótesis**

Variable	Dimensión	Indicadores	Aprueba	Rechaza
Oferta Turística	Atractivo Turístico	¿Qué impresión le ha causado la visita a los museos?		X
		¿Usted realizó la visita solo o con un guía del museo?	✓	
		La duración de su visita fue ¿corta, suficiente?	✓	
		¿Cómo calificaría el trato recibido por parte del personal a cargo de los museos?	✓	
		¿Cuál es la percepción que tiene sobre los museos luego de su visita?	✓	
		¿Considera que los museos que visito son un punto turístico?		X
	¿Volvería a realizar una visita a los museos?		X	
	Patrimonio Turístico	¿Considera que hay aspectos que mejorar dentro de los museos que visito?	✓	
Afluencia de Turistas	Publicidad	La información de las piezas de exposición ¿le ha parecido comprensible?	✓	
		la información proporcionada sobre las piezas de exposición para usted es ¿beneficiosa o no beneficiosa?	✓	

$\frac{\text{Casos Favorables}}{\text{Casos Posibles}} = \frac{7}{10} = 70\%$

Casos Posibles = 10

De acuerdo al resultado obtenido en las encuestas, de 10 preguntas 7 aprueban la hipótesis planteada en la investigación, lo que representa a un 70% de aprobación.



## CAPITULO VI

### PROPUESTA

## **Capítulo VI**

### **6. Propuesta**

#### **6.1 Introducción**

La propuesta de un modelo para mejorar los servicios en los museos de investigación, surge del trabajo de campo realizado en los mismos, además de las respuestas en las encuestas hechas a los turistas visitantes.

Existen varias deficiencias en cuanto a los servicios se refiere, entre las principales podemos citar: la falta de personal capacitado para guiar los recorridos en los museos, la falta de señalización, la falta de actividades que puedan realizarse aparte de las exposiciones permanentes y el mejoramiento de la información de las piezas que se exponen.

#### **6.2 Objetivo**

El principal objetivo de esta propuesta, es el de mejorar los servicios en los museos municipales ubicados en la calle Jaén de la ciudad de La Paz.

#### **6.3 Capacitación de personal**

Ninguno de los museos de la investigación cuenta con personal que preste el servicio de guiaje durante el recorrido, por lo que los turistas realizan la visita de manera independiente o con un guía turístico, lo que no contribuye a que tengan una información certera y correcta de todo lo que se expone y del significado de cada pieza o de lo que representa cada museo. Lamentablemente el único personal con el que cuentan los museos es el encargado de controlar el ticket de entrada a cada museo. Es por eso que se hace necesaria la capacitación de personal que pueda ofrecer un mejor servicio al turista para hacer que su visita se convierta en una buena experiencia, que además ayudara a que el interés por conocer los museos sea mayor.

Para esto planteamos el siguiente cronograma de capacitación, que además debe realizarse anualmente para actualizar los conocimientos del personal.

<p>Capacitación de personal: Museo Costumbrista Juan de Vargas, Museo del Litoral Boliviano, Museo de Metales Preciosos, Museo Casa de Pedro Domingo Murillo</p> <p>Este curso intenta contribuir a la formación del personal de los museos citados, puesto que albergan gran cantidad de patrimonio, respecto a los criterios y acciones básicos necesarios para la preservación del mismo, así como el mejoramiento del trato los visitantes.</p>	
<p>Objetivos:</p> <p>Que los participantes del curso:</p> <p>Interpreten los conceptos básicos de museo, preservación de colecciones y conservación preventiva.</p> <p>Comprendan los pasos de prevención, monitoreo, bloqueo, respuesta y recuperación en la conservación preventiva.</p> <p>Identifiquen los agentes de deterioro que pueden afectar al patrimonio de sus instituciones.</p> <p>Conozcan el patrimonio de los Museos</p> <p>Reflexionen sobre los usos del museo de los diferentes visitantes, como guiarlos y su incidencia en los espacios y colecciones.</p>	
<p>Inscripción: del 1/7 al 15/7/2017</p> <p>Duración: Dos encuentros semanales en los meses de agosto y septiembre de 2017.</p> <p>Horario del curso: lunes y martes de 9:30 a 12:30 Hrs.</p> <p>Modalidad: teórico-práctico</p>	<p>Asistencia: 75% de asistencia obligatoria.</p> <p>Certificación: Entrega de Certificado al finalizar el curso.</p>

<p>El curso estará a cargo de docentes en el área de antropología, museos, gestores culturales, guías profesionales.</p>	
<p>Unidades temáticas:</p> <p>Unidad 1: Museos, y patrimonio</p> <p>¿Qué son los museos? Los museos y sus colecciones. El concepto de patrimonio. Las áreas de trabajo y sus funciones. Los visitantes y usuarios del Museo.</p> <p>Unidad 2: Conservación y Museología</p> <p>Definición de conservación museológica. Definición de conceptos básicos: Preservación, Conservación preventiva.</p> <p>Unidad 3: Organización y planificación de la conservación museológica</p> <p>La conservación como función específica del museo. ¿Cómo planificar e implementar planes de conservación (manejo de plagas, sistemas de iluminación, control ambiental, seguridad, etc.)? Organización y estructuras de funcionamiento. Presupuestos.</p> <p>Unidad 4: Acciones de preservación. Metodologías de evaluación.</p> <p>La evaluación del museo desde diferentes niveles: entorno, edificio, salas de almacenaje y exhibición, colecciones. Amenazas dentro de la colección. Mantenimiento de las colecciones: limpieza, elaboración de pautas de manipulación y transporte de piezas. Control e inspección de las colecciones.</p> <p>Unidad 5: Agentes de Deterioro</p> <p>Agua, fuego, fuerzas físicas, humedad relativa incorrecta, radiaciones, temperatura incorrecta, plagas, contaminantes, disociación, robo y vandalismo.</p> <p>Unidad 6: Las necesidades de los visitantes en relación con la conservación.</p> <p>Usos de las colecciones en función de la diversidad de visitantes: como guiar a los</p>	

visitantes, eventos, personas con discapacidad visual, visitas de grupos de adultos mayores y familias.

#### **6.4 Letreros de señalización en los museos**

Las salas de exposición, así como los ambientes de los museos en general, no cuentan con una señalización adecuada para quienes los visitan, por lo tanto, es necesario el mejoramiento de los letreros de señalización que además deben estar en español e inglés.

Se define como letrero al conjunto de palabras escritas para informar a la población respecto a la restricción, los daños y la prevención y como señalamiento al conjunto de elementos en los que se combina una forma geométrica, un color de seguridad, un color contrastante, un símbolo y un texto, con el propósito de que la población identifique los mensajes de restricción, información y prevención.

De acuerdo a la ISO 9001 de IBNORCA, el criterio para establecer las medidas es la distancia máxima de observación, punto visual más lejano a donde se ubiquen los señalamientos, que es independiente de las dimensiones del establecimiento.

Los materiales para fabricar los letreros deben tener una calidad que garantice su visualización, soportar un mantenimiento que permita conservarlos en buenas condiciones tanto de color, forma y acabado, además deben permitir ser observables bajo cualquier condición de iluminación y dichos materiales no deben ser nocivos para la salud. Cuando el letrero sufra un deterioro que impida cumplir con el cometido para la cual se creó, debe ser reemplazado.

**Tabla 6: Dimensiones mínimas de las señales**

Distancia de visualización	Dimensión mínima según forma geométrica de la señal				
	Superficie mínima $2[S > L/2000]$	Cuadrado (por lado)	Círculo (diámetro)	Rectángulo	
(metros)	(cm <sup>2</sup> )	(cm)	(cm)	Base (cm)	Altura (cm)
5	125	11.2	12.6	13.7	9.1
10	500	22.4	25.2	27.4	18.3
15	1 125	33.5	37.8	41.1	27.4
20	2 000	44.7	50.5	54.8	36.5
25	3 125	55.9	63.1	68.5	45.6
30	4 500	67.1	75.7	82.2	54.8
35	6 125	78.3	88.3	95.9	63.9
40	8 000	89.4	100.9	109.5	73.0
45	10 125	100.6	113.5	123.2	82.2
50	12 500	111.8	126.2	136.9	91.3

Fuente: IBNORCA (CATÁLOGO DE NORMAS BOLIVIANAS 2016)

La aplicación de colores en los señalamientos será conforme a lo que se dispone en la siguiente tabla

**Tabla 7: Utilización de colores**

Color de seguridad	Color de contraste	Categoría	Significado
Rojo	Blanco	Restictivo	Alto, Prohibición
Azul	Blanco	Informativo	Información

Fuente: IBNORCA (CATÁLOGO DE NORMAS BOLIVIANAS 2016)

**Tabla 8: Ejemplos de señalización**



- Los letreros de no fumar deben estar en todos los ambientes cerrados de los museos.



- El letrero de punto de información debe estar ubicado en la entrada a cada uno de los museos.



- Cada letrero debe estar en la puerta se servicios higiénicos en los museos.



- Cada escalera debe estar señalizada para el cuidado de los visitantes.





- Todas las salidas de emergencia deben tener señalización.



- Los letreros de prohibición de consumo de alimentos deben estar en todas las áreas de los museos.



- Los letreros de no pasar, deben estar ubicados junto a las piezas para su resguardo.



- Cada letrero de no tocar debe ser colocado junto a cada una de las piezas de exposición, en todos los museos.



- El letrero de no fotografiar, debe estar colocado a la entrada de cada museo, así como en los ambientes cerrados donde se realizan las exposiciones

Fuente: Elaboración propia

### **6.5 Actividades para implementar en los museos**

Para poder aumentar el interés en el público, al igual que las visitas, se necesita implementar distintas actividades en los museos; además de las exposiciones permanentes, que incentiven al público a querer ser parte de las mismas y de esta manera hacer conocer más sobre los museos.

**Tabla 9: Modelos de taller para un Museo**

Lugar	Taller	Objetivo	Materiales
Museo de metales preciosos	Joyera antigua y moderna. – Técnica de martillado y repujado	A partir de observar piezas de orfebrería elaboradas con la técnica de martillado y repujado, los visitantes elaboraran sus propias joyas con algunos diseños precolombinos.	Papel dorado o lina de bronce, alambre de bronce, tijeras, cincel o de punta gruesa o puntilla.

Fuente: Elaboración propia

De la misma manera, se pueden realizar temáticas en fechas especiales, ya sean festivas o conmemorativas.

## 6.6 Mejoramiento de la información de las piezas de exposición

Pueden ser redactados por el personal del museo, expertos en los objetos y las obras expuestas o por personal externo.

Es recomendable utilizar un lenguaje: (Roberto, 2011)

- Similar al del oral. Así, el lector se podrá identificar con lo que se dice, sin olvidar que se trata de una situación formal.
- Espontaneo y convincente, ya que la lectura tiene que ser fácil.

- Directo, Si se utiliza terminología específica que puede resultar vacía de contenido para el visitante o que puede impedir que el visitante entienda el mensaje, se tendrá que explicar en la medida de lo posible. Se pueden combinar elementos informativos con información más precisa y técnica. Así, de esta forma, se informa al participante y se amplía el conocimiento del experto.
- Educado y cordial. Si se muestra esta intención en el escrito, el lector responderá de forma positiva. Eso se mostrará en la elección de palabras, y no en escribir valoraciones personales. Se tienen que usar los adjetivos y los adverbios con moderación.
- Correcto y sin faltas. Se tiene que vigilar con la gramática y la ortografía. No puede haber errores ni incongruencias, si no carecerá de profesionalidad y el lector se podrá distraer del contenido.

En principio, el español es una lengua internacional y de gran alcance. Sin embargo, el auge del inglés como lengua franca es indiscutible. Es bueno tener en cuenta quiénes son nuestros visitantes potenciales y cuál queremos que sea el alcance de nuestra colección antes de escoger el idioma de la cartelería.

Además de los aspectos generales que definen potencialmente a nuestro público objetivo, hay otros aspectos que pueden aplicarse a casi todos los visitantes y que repercuten en la redacción de la cartelería:

- Son curiosos y están motivados para aprender
- Pasan menos de 30 segundos observando la obra
- Tienen habilidades de persuasión subdesarrolladas
- No suelen estar familiarizados con la terminología especializada de todos los objetos
- Esperan ser atraídos por el texto

- Tienen un conocimiento limitado, lo cual puede afectar a su “diversión”

La gente suele quedarse con ideas de los carteles, no con fechas o hechos detallados. A menudo, la cartelería está tan cargada de nombres, fechas y lugares que el mensaje principal se pierde. Por eso, se aconseja seguir este esquema: tema y mensaje. Antes de redactar, debemos tener presente la idea principal, los objetivos comunicativos, la audiencia y los requisitos del tono y la voz.


Debemos destacar la relación entre el cartel y la obra. El cartel debe motivar a los visitantes a observar, entender y disfrutar de la obra. El lector puede estar distraído y cansado, pero también busca identificarse con el autor, la obra o los habitantes de la época, por lo cual, debemos facilitar esta conexión del público con el objeto de la exposición.

No hay un tipo de letra en concreto que se utilice siempre en estos casos. Eso sí, es recomendable utilizar siempre el mismo tipo de fuente para todos los textos de una misma sala o exhibición y utilizar una fuente clásica, ya que ofrecerá elegancia a los textos, y a la vez, no distraería al lector del contenido de los textos.

Se tiene que tener en cuenta quién es el lector. No se pueden poner a la misma altura las etiquetas y paneles de un museo para niños que uno para un público general. Como la cartelería se lee normalmente de pie, lo ideal sería encontrar la media de altura de los visitantes y situar los paneles y etiquetas de forma que quedasen al mismo nivel que la vista de un visitante de altura media. Normalmente se acostumbran a poner en torno a 1,4 o 1,5 metros de altura.

Si se tienen que poner más abajo por cuestiones de espacio es recomendable inclinar la cabeza hacia arriba, para evitar que el visitante tenga que bajarse. Además, así, se incrementa la iluminación de la cartelería. Para facilitar una lectura cómoda, se recomienda no colocar la cartelería al suelo o debajo de objetos de la exposición ni bajar de los 70cm de altura.

**Grafico 25: Ejemplo de cuadro de información de una pieza de exposición**


<p style="text-align: center;"><b>EL EKEKO Y EL MUNDO DE LAS ILLAS</b></p> <p>La Alasita es el tiempo en que se celebra la generosidad de la tierra, el Ekeko es el símbolo de abundancia, un pequeño hombre que carga diferentes objetos en miniatura.</p>
<p style="text-align: center;"><b>THE EKEKO AND THE WORLD OF THE ILLAS</b></p> <p>The Alasita is the time in which the generosity of the earth is celebrated; the Ekeko is the symbol of abundance, a small man who loads different miniature objects.</p>

Fuente: Elaboración propia

## 6.7 Implantación de buzón de sugerencias

Mediante la implantación de un buzón de sugerencias, se podrá evaluar la satisfacción del cliente posterior a la visita, esto además servirá para que de esta manera los empleados de los museos puedan identificar las falencias en el servicio que brindan para su mejoramiento. A través de las sugerencias, quejas y comentarios realizados por los clientes, se podrá saber cuáles son las debilidades que tienen los museos.

Para llevar a cabo la mencionada evaluación, se deberá elaborar un formulario que debe ser llenado por los visitantes al finalizar su recorrido por los museos.

**Grafico 26: Formulario de evaluación para el visitante**

<b>Nacionalidad:</b>
<b>Edad:</b>
<b>Fecha:</b>
<b>1.- Cual es su grado de satisfacción después de su visita?</b>
a) muy satisfecho
b) satisfecho
c) poco satisfecho
d) insatisfecho
<b>2.- El trato que recibió por parte del personal del museo fue:</b>
a) muy bueno
b) bueno
c) malo
d) muy malo
<b>3.- La información recibida, para usted fue:</b>
a) completa
b) incompleta
<b>4.- Que es lo que más le agrado de su visita?</b>
<b>5.- Que es lo que menos le agrado de su visita?</b>
<b>6.- Que aspectos considera que se deben mejorar?</b>

Fuente: Elaboración propia

## **6.8 Creación de Dípticos informativos de cada museo**

La creación de dípticos con la información de cada uno de los museos, será para que el visitante tenga una idea de que es lo que se exhibe en cada museo, estos deben ser entregados en los puntos de ingreso.

### **Grafico 27: Ejemplos de dípticos informativos**





## 6.9 Creación de una tienda de souvenirs

Ninguno de los museos de la investigación cuenta con una tienda de souvenirs, por lo que se propone una implantación de una tienda que cuente con souvenirs relacionados con los museos como ser: postales, llaveros, tazas, poleras, gorras, etc. para que cada turista tenga la posibilidad de conservar un recuerdo posterior a su visita.



Fuente: Tiendas de souvenirs

## CAPITULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## Capítulo VII

### 7 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

- En la presente investigación, se llega a las siguientes conclusiones
- Los Museos de la calle Jaén administrados por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, tienen bastantes deficiencias en cuanto al servicio de oferta turística se refiere, esto debido a la falta de interés por parte de las personas encargadas de su administración y debido a la escasez de recursos económicos.
- Ausencia de innovación, dinamismo, tecnología, y mejora del servicio por parte del personal, demostrando un desinterés por satisfacer las necesidades del visitante y rebasar sus expectativas.
- Falta de capacitación del personal del museo.
- Carencia de guías, los cuales puedan ayudar a los turistas durante su recorrido ofreciéndoles una explicación del museo.
- La importancia de un museo está en su capacidad de transformación ante el público, su comportamiento y el interés que muestra por agradarle al visitante.
- Se pudo comprobar la hipótesis de la investigación, puesto que se necesita mejorar en todos los aspectos la oferta turística, para atraer más visitantes y tener una mayor afluencia de los mismos.
- Existe una falta de información en las piezas de exposición y de los pocos cuadros de información, ninguno tiene una traducción que pueda ayudar a los visitantes extranjeros a entender lo que están viendo.
- Los cuadros informativos de las piezas de exposición son pequeños y en la mayoría de los casos no están bien ubicados.
- Ausencia de letreros de señalización en todos los museos, tanto en las salas de exposición como en las áreas comunes, no existe un circuito que ayude al visitante a seguir un recorrido en orden.

- Es necesaria la mejora de los museos y su oferta turística para poder incrementar sus visitas.
- Los museos forman parte importante de la historia, siendo un punto principal de atracción y visita de los turistas durante su estancia en la ciudad La Paz, por tanto; es esencial que se busquen soluciones inmediatas para mejoramiento de los mismos.

## **7.2 Recomendaciones**

En base a la investigación realizada, se hacen las siguientes recomendaciones:

- Mejorar la oferta turística basándose en la propuesta realizada en la presente tesis de grado.
- Realizar capacitaciones para todo el personal de los museos para brindar un servicio de calidad al visitante.
- Mostrar la estética del museo, es decir criterios de presentación de las obras, la distribución de los objetos, la decoración y ambientación de cada sala debe ser mejor.
- Mejorar la cartelería de cada pieza de exposición, contando con una traducción para los visitantes extranjeros, así como la señalización de cada museo cumpliendo con los estándares de cada letrero en cuanto a tamaño y ubicación.
- Contar con un personal capacitado para educar al visitante y de esta manera tener una mejor comunicación con él para identificar sus necesidades.
- Renovar la propuesta de actividades del museo para atraer público de diferentes edades.
- Ser más dinámico y salir de la monotonía en la que se encuentra.
- Realizar estudios que ayuden al museo a identificar sus deficiencias y sus necesidades para conseguir un nivel óptimo de servicio.
- Mejorar la oferta turística de los museos de la calle Jaén, obteniendo mayor afluencia de visitantes.

## ANEXOS

## Anexos

### Anexo 1: Patio Museo Casa de Murillo



Fuente: [www.google.com](http://www.google.com)

### Anexo 2: Exposición Museo Costumbrista



Fuente: [www.google.com](http://www.google.com)

**Anexo 3: Modelo de Encuesta**

EDAD: \_\_\_\_\_

PAIS: \_\_\_\_\_

---

**1.- ¿HA VISITADO ALGUNO DE LOS SIGUIENTES MUSEOS?**

- A) MUSEO COSTUMBRISTA JUAN DE VARGAS
- B) MUSEO CASA DE PEDRO DOMINGO MURILLO
- C) MUSEO DEL LITORAL BOLIVIANO
- D) MUSEO DE METALES PRECIOSOS
- E) TODOS
- F) NINGUNO

**2.- ¿QUE IMPRESIÓN LE HA CAUSADO LA VISITA A LOS MUSEOS? ¿POR QUE?**

- A) MUY DEFICIENTE
- B) DEFICIENTE
- C) BUENA
- D) MALA

**3.- USTED REALIZO LA VISITA**

- A) SOLO (A)
- B) CON UN GUIA DEL MUSEO
- C) CON UN GUIA TURISTICO
- D) CON UN GRUPO ORGANIZADO

**4.- LA INFORMACION DE LAS PIEZAS DE EXPOSICIÓN ¿LE HA PARECIDO COMPRENSIBLE?**

- A) MUY POCO
- B) POCO
- C) MUCHO
- D) BASTANTE



**5.- LA INFORMACION PROPORCIONADA SOBRE LAS PIEZAS DE EXPOSICION PARA USTED ES:**

- 1) NO IMPORTANTE
- 2) POCO IMPORTANTE
- 3) IMPORTANTE
- 4) MUY IMPORTANTE

**6.- LA DURACION DE SU VISITA FUE:**

- 1) MUY CORTA
- 2) CORTA
- 3) SUFICIENTE
- 4) LARGA

**7.- ¿COMO CALIFICARIA EL TRATO DEL PERSONAL RECIBIDO POR PARTE DEL PERSONAL A CARGO DEL O LOS MUSEOS QUE VISITO?**

- 1) MUY DEFICIENTE
- 2) DEFICIENTE
- 3) BUENA
- 4) MUY BUENA

**8.- DENTRO LAS SIGUIENTES OPCIONES, ¿QUE ASPECTOS SE DEBEN MEJORAR DENTRO DEL O LOS MUSEOS QUE VISITO?**

- A) ATENCIÓN DEL PERSONAL
- B) LO QUE OFRECE EL MUSEO EN GENERAL
- C) LA ORGANIZACIÓN
- D) OTROS \_\_\_\_\_
- F) NINGUNO

**9.- ¿CUAL ES LA PERCEPCION QUE TIENE SOBRE EL O LOS MUSEOS, DESPUES DE SU VISITA?**

- 1) MUY MALA
- 2) MALA
- 3) BUENA
- 4) MUY BUENA

**10.- ¿CONSIDERA QUE LOS MUSEOS QUE VISITO SON UN PUNTOS TURISTICO?**

- A) SI
- B) NO

**11.- ¿VOLVERIA A REALIZAR UNA VISITA A EL O LOS MUSEOS? ¿POR QUE?**

- A) SI
- B) NO

**12.- ¿CUAL DE LOS MUSEOS LE PARECIO MAS INTERESANTE? ¿POR QUE?**

- A) MUSEO COSTUMBRISTA JUAN DE VARGAS
- B) MUSEO CASA DE PEDRO DOMINGO MURILLO
- C) MUSEO DEL LITORAL BOLIVIANO
- D) MUSEO DE METALE PRECIOSOS
- E) TODOS
- F) NINGUNO

## Bibliografía

- Amostegui, Lucia (2002). *El Museo como Instrumento de Aprendizaje*. Colombia: Norma.
- Ampuero, Angel (2005). *Administración de Turismo*. Mexico: Trillas.
- Boero Rojo, Hugo (1998). *La Paz y sus Alrededores*. La Paz: Los Amigos del Libro.
- Cavero, Margot (1992). *Museología General*. La Paz: Mensaje.
- Gombrich, Eugenio (2006): «El Mu-set>: pasado, presente y futuro».230-252
- Hernandez S., Roberto (2001). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez S., Roberto (2011). *Metodología de la Investigación*. Mexico: MCGraw Hill.
- Iturri, Gonzalo (1999). *Guía de Museos de la ciudad de La Paz*. La Paz: Anthropos.
- Kotler, Phillip (2005). *Marketing*. Brasil: Sem Segredos.
- Lee Young, Paula (2007). *The Musaeum of Alexandria*. Francia: 18 Century
- Mesa Q., Jose (2000). *Museos de Bolivia*. La Paz: Illimani.
- Mesa, José y Quisbert, Teresa (2000). *Museos de Bolivia* texto impreso:13
- Organización Mundial del Turismo (2003). *Desarrollo Sostenible del Ecoturismo*. Una compilación de buenas prácticas en las PYME. OMT, Madrid.
- Rojas M., Luis (2008). *Características de la Oferta y la Demanda*. Punta Arenas: Magallanes.
- Revista General de Información. (2002). 85-97.
- Turismo, O. M. (1996). *Guía práctica de turismo*. Madrid: OMT.
- Shouten, Eduardo (2002): «La función educativa del Museo: un desafío Permanente» *Museu*, n, 156: 240-243

<http://aprenderlyx.c> (Luis, 2008) (Revista General de Información, 2002)  
(Paula, 2007)om/tipos-de-metodologia-de-investigacion/

[http://Museo\\_costumbrista\\_Juan\\_de\\_Vargas.org](http://Museo_costumbrista_Juan_de_Vargas.org) (Jose, 2000) (Hugo, 1998)

<http://unwto.org/es>

[www.boliviaentusmanos.com/turismo/.../museo-costumbrista-juan-de-vargas.html](http://www.boliviaentusmanos.com/turismo/.../museo-costumbrista-juan-de-vargas.html)

<http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo>

<http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>

<http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>

[http://www.bolivia.com/empresas/cultura/Museo\\_Arqueologia/index.asp](http://www.bolivia.com/empresas/cultura/Museo_Arqueologia/index.asp)

[www.la-razon.com/la.../Museo-Metales-Preciosos-San-Sebastian\\_0\\_1651634876.html](http://www.la-razon.com/la.../Museo-Metales-Preciosos-San-Sebastian_0_1651634876.html)

[http://www.museos.us/exposiciones/historia/virtuales/origen\\_del\\_museo/](http://www.museos.us/exposiciones/historia/virtuales/origen_del_museo/)