



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE TURISMO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN TURISMO**

TEMA:

**PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL MUSEO NUCLEAR
CORPORACIÓN CIUDAD ALFARO, MONTECRISTI**

AUTOR:

CALDERÓN ZAVALA ARANCHA ANJULY

TUTORA:

DRA. MABEL FONT ARANDA

MANTA, 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El actual trabajo de investigación se realiza como requisito previo a la obtención del título de licenciada en turismo en la universidad laica Eloy Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto pertenece exclusivamente a Calderón Zavala Arancha Anjuly en calidad de autora del Proyecto de investigación titulado "Puesta en valor del patrimonio cultural Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, Montecristi" en caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes Y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

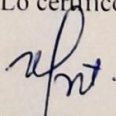
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Calderón Zavala Arancha Anjuly legalmente matriculada en la carrera de Turismo, período académico 2022-2025, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es "Puesta en valor del patrimonio cultural Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, Montecristi".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 06 de agosto de 2025

Lo certifico



Dra. Mabel Font Aranda

Docente Tutora

Área: Turismo

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado "Puesta en valor del patrimonio cultural Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, Montecristi", ha sido realizado y concluido por la estudiante Calderón Zavala Arancha Anjuly; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

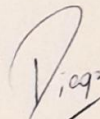
Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:



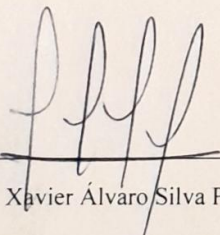
Ing. Ángela Farfán Tigre, Mg.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



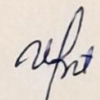
Ing. Diego Guzmán Vera, Mg.

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Dr. Xavier Álvaro Silva PhD.

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Dra. Mabel Font Aranda, PhD.

DOCENTE TUTOR

Calderón Zavala Arancha Anjuly

ESTUDIANTE

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por permitirme tener salud y vida, a mi familia por su apoyo incondicional, por ser siempre ese motor que me ayuda y me alienta a seguir adelante. Que este esfuerzo sea un ejemplo de que los sueños si se cumplen, con dedicación, esfuerzo y perseverancia.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis abuelos Carlos Zavala y Reina Chancay, por su apoyo incondicional y por creer en mí durante todo mi camino universitaria. A mis tías Viviana Zavala, Evelyn Zavala y Sofia Zavala, quienes siempre han estado presentes para brindarme su respaldo e impulsarme a alcanzar mis sueños y metas. De igual manera le agradezco a mi tutora de tesis la Dra. Mabel Font Aranda por brindarme sus valiosos conocimientos y orientación durante este periodo.

Muchas gracias a todos, los quiero.

RESUMEN

La puesta en valor se encarga de la recuperación de grandes patrimonios, actualización de espacios expositivos y sus necesidades museográficas, conservación de archivos, bibliotecas y bienes culturales nacionales. Sobre esta premisa, el objetivo de la investigación es evaluar la puesta en valor del patrimonio cultural del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, como base para la propuesta de estrategias que mejoren su rol y funcionamiento. A pesar del valor histórico y cultural de los elementos patrimoniales que posee, no se han optimizado las estrategias para su promoción, divulgación y conservación, lo que ha limitado el impacto cultural y turístico en el cantón. El estudio sigue un paradigma constructivista, aspira a entender la realidad mediante la interacción e interpretación del hilo en el que se lleva a cabo la investigación. El enfoque cuali-cuantitativo con alcance exploratorio descriptivo, se aplicaron a partir de instrumentos como entrevistas a directivos y gestores culturales, asimismo encuestas a visitantes, lista de chequeo y registro fotográfico. Los resultados permiten crear estrategias que priorizan la mejora de la promoción, la accesibilidad, la vinculación comunitaria, la gestión interna y la innovación tecnológica, alineando las acciones con las expectativas del visitante y los objetivos institucionales. Convirtiéndose en base para un plan estratégico participativo que impulse al museo como un verdadero centro de memoria viva, accesible, inclusivo y significativo para la comunidad local y los visitantes.

Palabras clave: patrimonio cultural, turismo cultural, museos, puesta en valor, y estrategia

ABSTRACT

The valorization process involves the recovery of major heritage sites, updating exhibition spaces and their museographic needs, and preserving archives, libraries, and national cultural assets. Based on this premise, the objective of this research is to evaluate the valorization of the cultural heritage of the Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro as a basis for proposing strategies to improve its role and operation. Despite the historical and cultural value of its heritage elements, strategies for their promotion, dissemination, and conservation have not been optimized, which has limited their cultural and tourism impact in the canton. The study follows a constructivist paradigm, aiming to understand reality through the interaction and interpretation of the thread within which the research is carried out. The qualitative-quantitative approach, with an exploratory-descriptive scope, is applied through instruments such as interviews with directors and cultural managers, as well as visitor surveys, a checklist, and photographic records. The results allow for the creation of strategies that prioritize improving promotion, accessibility, community engagement, internal management, and technological innovation, aligning actions with visitor expectations and institutional objectives. This becomes the basis for a participatory strategic plan that promotes the museum as a true center of living memory, accessible, inclusive, and meaningful for the local community and visitors.

Keywords: cultural heritage, cultural tourism, museums, enhancement, and strategy

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido	
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	2
CERTIFICACIÓN	3
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	17
1.1 Patrimonio cultural	17
1.2 Turismo cultural	19
1.3 Museo	21
1.4 Puesta en valor de los museos	23
1.5 Estrategias para la puesta en valor de los museos	24
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	26
2.1 Aspectos generales de la investigación	26
2.2 Metodología utilizada	26
2.3 Metodología utilizada	28
2.4 Descripción de los pasos e instrumentos	29
Paso 1: Análisis de la filosofía institucional.....	29
Paso 2: Diagnóstico patrimonial.....	31
Paso 3: Investigación de percepciones	33
Paso 4: Modelado de estrategias.....	35
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37
3.1 Análisis de la filosofía institucional del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro.....	37
3.2 Diagnóstico la situación actual del museo	41
3.3 Análisis de las percepciones de los visitantes	46
3.4 Identificación de estrategias para la mejora	62
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	67

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	27
Tabla 2	28
Tabla 3	29
Tabla 4	31
Tabla 5	33
Tabla 6	34
Tabla 7	41
Tabla 8	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	17
Figura 2.....	18
Figura 3.....	20
Figura 4.....	22
Figura 5.....	23
Figura 6.....	24
Figura 7.....	30
Figura 8.....	37
Figura 9.....	38
Figura 10.....	39
Figura 11.....	44
Figura 12.....	45
Figura 13.....	45
Figura 14.....	46
Figura 15.....	47
Figura 16.....	48
Figura 17.....	49
Figura 18.....	50
Figura 19.....	51
Figura 20.....	52
Figura 21.....	53
Figura 22.....	54
Figura 23.....	55
Figura 24.....	56
Figura 25.....	56
Figura 26.....	57
Figura 27.....	58
Figura 28.....	59
Figura 29.....	59
Figura 30.....	60
Figura 31.....	61

INTRODUCCIÓN

El turismo cultural se ha vuelto una forma exclusiva de viajar, distinta del turismo masivo, ya que ofrece un sentido de prestigio, haciendo que viajar se sienta como una oportunidad para enriquecer los conocimientos. Según Ostelea (2020) el turismo con el tiempo se ha convertido en una de las actividades más relevantes a nivel global. Hoy en día, este sector ha generado una gran cantidad de ingresos en todos los países. De acuerdo con CEMERI (2022) el turismo cultural busca proporcionar una experiencia que permita al visitante cumplir sus expectativas sobre un lugar antes de visitarlo, ofreciéndole la oportunidad de establecer un contacto auténtico con los valores y la historia locales.

El patrimonio cultural inmaterial se considera valioso e importante en la función aquí, ya que mediante tal patrimonio el turista puede encontrar en contacto con los visitados autenticidad y cercanía y los propios visitantes lo consideran un valor agregado (Espeso-Molinero, 2019). Desde una perspectiva social, el patrimonio es parte de la historia y la esencia de la cultura, simbolizan la identidad de una región o país. Se trata del proceso de reconocimiento en el sentido de pertenencia grupal o territorial (Molinero, 2019). El patrimonio cultural inmaterial representa un elemento que puede hacer especial cada viaje. No se trata solo de un lugar o una costumbre, sino de la sensación de estar conectados con algo real y genuino, con las personas y su historia.

De acuerdo con el Ministerio de Cultura y Patrimonio (2020) al preservar y difundir las huellas del pasado, los museos son una expresión de nuestra memoria y diversidad cultural, y contribuyen al ejercicio pleno de los derechos culturales y al aprendizaje colectivo. Por otro lado, el Ministerio de Cultura y Patrimonio (2022) menciona que cerca de 700.000 bienes culturales son propiedad de toda la población en los museos de Ecuador. El arte colonial y las expresiones del arte moderno y contemporáneo reflejan la historia, formas de vida, religiosidad, así los museos son importantes ya que expresan maneras de seguir manteniendo, valorando y compartiendo la identidad cultural del país.

El museo ha cambiado de ser visto como simplemente un depósito de memoria colectiva que debe preservarse a ser considerado como una institución que genera, comparte y facilita el acceso al conocimiento, al mismo tiempo que contribuye al desarrollo de la sociedad (Open Geek, 2019). Ha habido un aumento notable del turismo cultural en las últimas décadas, que incluye la cantidad de museos a nivel mundial (Mairesse, 2022). Los museos han evolucionado mucho con el tiempo, este cambio es evidente en el auge del turismo cultural, que ha llevado a un aumento notable en el número de museos en todo el mundo. Han dejado ser simples exhibiciones, ahora las personas buscan estos sitios para aprender y conectar con las herencias que han dejado las generaciones pasadas.

La investigación se *justifica* desde distintos ámbitos:

En el aspecto *teórico* la sistematización de diferentes preceptos y de la red de conceptos, se muestran en una nueva configuración que sirve de base para comprender el resto de informe.

En el ámbito *práctico* se evalúan las estrategias que utiliza el museo para preservar y difundir su patrimonio, con el fin de identificar qué tan efectivas son y cómo pueden mejorarse para garantizar su impacto. Lo que se busca es comprender bien cómo está funcionando el Museo Ciudad Alfaro en la actualidad e identificar las estrategias que usan para cuidar y valorar el patrimonio cultural están resultando.

En el aspecto *metodológico* porque la secuencia de pasos, los métodos, técnicas e instrumentos expresados en esta investigación, sirven de guía para otros trabajos similares.

Se justifica en el ámbito *económico*, porque el patrimonio cultural del museo puede ser un pilar fundamental para el desarrollo turístico local, al poner en valor su patrimonio cultural, tiene la capacidad de atraer visitantes tanto nacionales como internacionales, generando oportunidades de desarrollo social.

Se *justifica legalmente* la investigación contribuye evidenciar el cumplimiento de las políticas de preservación y difusión del patrimonio cultural en el Museo Nuclear Corporación Ciudad

Alfaro, recomendando mejoras en su aplicación para asegurar la adecuada conservación y valorización del patrimonio.

Con respecto a lo **ambiental**, cuidar el museo también es una manera de cuidar el medio ambiente, al mantener el museo y su entorno, se asegura que tanto el patrimonio cultural como el entorno de Montecristi sigan siendo apreciados por las generaciones futuras.

El **planteamiento del problema** se centra en la puesta en valor del patrimonio cultural del Museo Nuclear Ciudad Alfaro enfrenta desafíos que dificultan su eficacia. A pesar del valor histórico y cultural de los elementos patrimoniales que posee, no se han optimizado las estrategias para su promoción, divulgación y conservación, lo que ha limitado el impacto cultural y turístico en el cantón. (Anexo 1. Aprobación para el desarrollo del Trabajo de Titulación y Anexo 2. Árbol de problemas).

Esta investigación tributa al proyecto institucional "Activación del patrimonio comunitario para el desarrollo local turístico sostenible.

De acuerdo con el análisis del árbol del problema se aprecia que los **síntomas** son la reducción del número de visitantes y el bajo nivel de reconociendo.

Las **causas** condicionantes son: falta de estrategias de promoción, débil conservación del patrimonio, escasa colaboración con actores, carencia de presupuesto para mantenimiento del museo.

De lo anterior se deriva la **formulación del problema** ¿Cuál es estado actual de la puesta en valor del patrimonio cultural en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, Montecristi que sirva de línea base para maximizar su impacto?

El **objeto de investigación** es la puesta en valor de los museos, mientras el **campo de acción** la evaluación del estado actual de la puesta en valor del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro y el planteamiento de estrategias de mejoras.

La *idea por defender* de este proyecto es que la evaluación del estado actual de la puesta en valor del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro facilita la identificación de estrategias para la mejora de su rol y funcionamiento.

La *variable independiente* es la evaluación del estado actual de la puesta en valor del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro y la *dependiente* la identificación de estrategias para la mejora de su rol y funcionamiento.

Objetivo general. Evaluar la puesta en valor del patrimonio cultural del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, como base para la propuesta de estrategias que mejoren su rol y funcionamiento.

Objetivos específicos

1. Determinar el marco teórico referencial para la evaluación de la puesta en valor de los museos.
2. Diagnosticar el estado actual de la puesta en valor del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro.
3. Identificar las estrategias que mejoren su rol y funcionamiento.

Síntesis del diseño metodológico

Esta investigación sigue un paradigma constructivismo, aspira a entender la realidad mediante la interacción e interpretación del hilo en el que se lleva a cabo el proyecto. El enfoque cuali-cuantitativo, combina métodos cualitativos para captar percepciones y significados, junto con métodos cuantitativos que permiten medir y analizar datos de manera objetiva.

El alcance exploratorio descriptivo, permite indagar aspectos que no han sido suficientemente investigados en profundidad, en este caso, la puesta en valor del patrimonio cultural del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro y en cuanto al tipo de investigación, esta es transversal, ya que se recopila la información en un solo momento del tiempo (primer semestre de 2024), y es aplicada, ya que busca implementar estrategias para mejorar la puesta en valor del museo.

Se utiliza información primaria obtenida de la ficha técnica de registro de visitantes al museo durante el primer semestre de 2024 y se aplica una encuesta a una muestra por conveniencia, seleccionando a aquellos visitantes disponibles que permitan recabar información sobre sus experiencias y opiniones del museo. Además, se captan vivencias de actividades desarrolladas en el museo durante el desarrollo del proyecto de investigación.

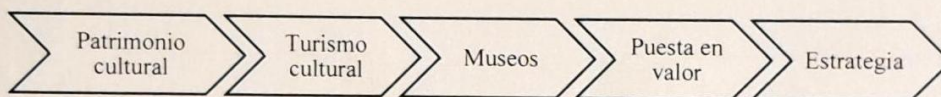
La estructura del documento se divide tres partes principales en el *Capítulo I* se muestran los aspectos teóricos, en el *Capítulo II* se hace alusión al diseño metodológico, métodos y técnicas utilizada y el último *Capítulo III* se muestran los resultados obtenidos mediante todo el proceso de investigación.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

En esta parte del informe de investigación se muestran los fundamentos teóricos acerca de los conceptos esenciales que deben abordarse. Estas palabras son patrimonio cultural, turismo cultural, museos, puesta en valor, y estrategia. Estos conceptos son fundamentales para entender el diseño metodológico. El hilo conductor muestra la lógica de estas palabras primordiales para el desarrollo de la investigación (Figura 1).

Figura 1

Hilo conductor del Capítulo 1



Nota: Calderón Zavala, 2024

1.1 Patrimonio cultural

Según Pérez et al. (2022) el patrimonio cultural es ese conjunto de tesoros heredados que se disfruta en el presente. Incluye desde edificios y objetos hasta celebraciones, rituales y paisajes naturales. Cuidarlo permite preservar nuestra identidad y diversidad para que futuras generaciones también puedan disfrutarlo. Por su parte Chang-Vargas (2019) lo concibe como una herencia y construcción histórica colectiva, identitarios, dinámico, que se adapta al contexto. Es algo vivo y cambiante, que nos ayuda a entender quiénes somos y de dónde venimos, al mismo tiempo que se adapta al mundo.

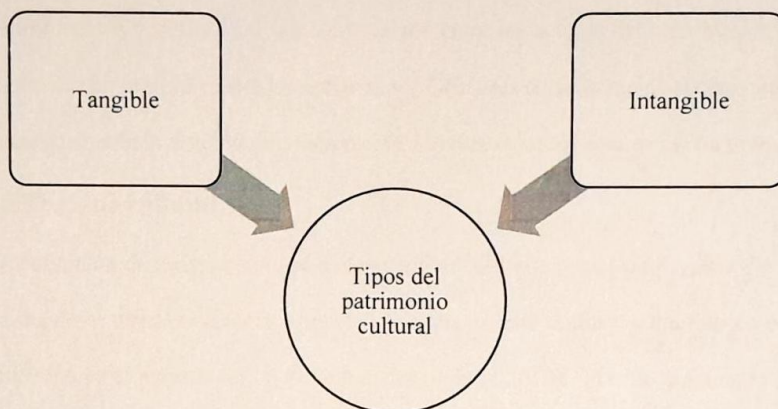
El patrimonio es una construcción histórica antigua, con componentes culturales materiales e inmateriales, el cual otorga valores especiales y representativos de las culturas propias (Chang-Vargas, 2019). Es importante recalcar que éste se ha convertido en un atractivo de relevancia para el turismo (Toselli, 2019). También este tipo de patrimonio, con su riqueza de elementos materiales e

inmateriales, representa la esencia de las culturas y sus valores únicos, conectando a las personas con la identidad y tradiciones de cada lugar.

El patrimonio cultural se clasifica de diferentes formas, en la Figura 2 se observa una propuesta, frecuentemente utilizada.

Figura 1

Clasificación del patrimonio cultural



Nota: Calderón Zavala según García (2023)

De acuerdo con el mismo documento un patrimonio cultural “material abarcaba objetos que perduran en el tiempo y que es posible palparlos, por otro lado, inmaterial se reconoce como herencia cultural a las fiestas, tradiciones y creencias, que generan elementos de identidad a la sociedad actual” (Pérez-García et al., 2023). Para el turismo es una oportunidad el patrimonio cultural ya que favorece el desarrollo en distintos ámbitos y escenarios (Chang-Vargas, 2019). Desde el enfoque del turismo, este patrimonio no solo impulsa el desarrollo cultural y social, sino que ofrece oportunidades económicas y de crecimiento en diversos contextos, fortaleciendo las comunidades locales y los turistas.

En la actualidad el patrimonio cultural juega un papel fundamental en la promoción del desarrollo social, político, económico y cultural de cualquier población, valorándose continuamente generación tras generación y permitiendo a la sociedad desplegar sus capacidades de reflexión (Ostelea, 2020). Este es una realidad viva y en constante evolución, se convierte en una necesidad

para que la identidad tenga referentes vitales y auténticos; y sea riqueza social que trascienda en el tiempo y para la historia (Fonseca & Brull, 2020). Además, no solo preserva la historia, sino que impulsa la reflexión, fortaleciéndose como un legado dinámico que trasciende en el tiempo, es esencial para el desarrollo integral de la sociedad, influyendo en ámbitos sociales, políticos, económicos y culturales.

Desconocer los significados, contextos y funcionamiento del patrimonio cultural generan carencias informativas y obstaculiza la comunicación entre los actores del turismo (Chang-Vargas, 2019). La falta de comprensión sobre los escenarios y funciones no solo impide el conocimiento sobre su valor, sino que también dificulta la colaboración efectiva entre los actores del turismo.

1.2 Turismo cultural

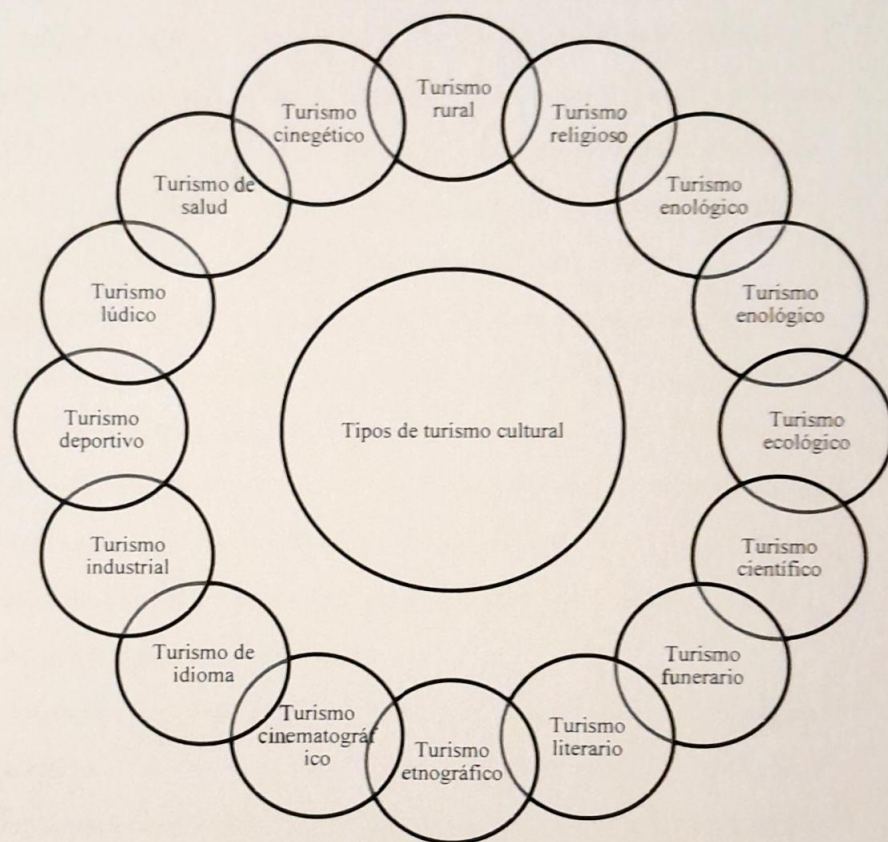
La definición de turismo cultural incluye actividades que consideran aspectos culturales de un destino donde el turista presencia, aprende y estudia en este ámbito, adquirido como producto turístico que incluye el respeto por las comunidades (Falero, 2019). Por mucho tiempo la sociedad ha considerado como una forma de turismo alternativo, su definición sigue estando sometida a constante debate al tratarse de un concepto varios y complejo (Espeso -Molinero, 2019). Conlleva potencialidades evidentes en materia de cohesión social toda vez que promueve el afianzamiento de las identidades locales (Bonomi, 2022). Es una forma especial de viajar que respeta los lugares y sus comunidades, ayudando a fortalecer las identidades locales y promoviendo la unión entre las personas.

Para Espeso -Molinero (2019) el turismo cultural tiene como motivación principal para los visitantes el consumo de productos culturales intangibles y tangibles de una localidad o destino, implica experimentar un aprendizaje. La Subsecretaría de Turismo de México (2022) destaca que el turismo cultural utiliza recursos existentes en los destinos, cuya premisa es conservarlos bien. Esta forma de hacer turismo conecta a los turistas con la historia y tradiciones locales, es generador de ingresos, pero requiere conservar los recursos existentes para mantener su valor para turistas y comunidades.

En la Figura 3 se observa los tipos de turismo cultural que existen

Figura 2

Tipos de turismo



Nota. Calderón Zavala, 2024 a partir de CEUPE (2023)

En la figura 3 se muestran los tipos de turismo cultural que existen, relacionado con las creencias, costumbres y hábitos de las personas y espiritual.

El turismo impulsa el desarrollo y encuentro entre culturas, el respeto mutuo y comparte conocimiento, agregando a lo anterior, se asiste una concepción ética del turismo cultural (Falero Folgoso, 2019). Al ser un motor de desarrollo y un vínculo entre culturas, fomenta no solo el intercambio de conocimiento y el respeto mutuo, sino que también promueve una visión ética en el ámbito cultural.

1.3 Museo

El museo ha evolucionado de forma permanente para sobrevivir, y en ese proceso no ha hecho sino apreciar la diversidad cultural del mundo a través de la exhibición de objetos de diferentes épocas (Jiménez-Blanco, 2023). Son instituciones que conmemoran hechos históricos, que preservan las colecciones de la memoria, diversas y distintas, y nos ofrecen el contexto y el enfoque para investigarlas y conservarlas (Galán-Pérez, 2020). Preservan la diversidad cultural y la historia, adaptándose al tiempo, nos permiten investigar y conservar el pasado, ofreciendo contextos que nos ayudan a entender y valorar nuestro legado.

El museo conserva, investiga, recopila y muestra el patrimonio cultural. Es una parte importante del entorno cultural humano y un lugar relevante. Además, es una manera más del patrimonio cultural (Li, 2020). Por otra parte, González de Oleaga, (2019), menciona que los museos trabajan con la capacidad de asombro, con recursos para sensibilizar a los visitantes. Es la cultura material de los objetos lo que los ha distinguido de otros espacios de representación. A través de los objetos, nos sensibilizan y nos permiten conectar con nuestro pasado de manera única, es una manera de conservar y mostrar el patrimonio cultural.

Existen diversas clasificaciones de los museos, las que están dadas por las temáticas, propósitos sociales, Arte, Antropología, Ciencias, Generales, etc (Romero et al., 2021).

El museo de hoy no debe alejarse de su connotación de centro de inclusión, investigación, debate o espacio integrador de los conocimientos que el ser humano ha desarrollado como ente social teniendo como punto de partida su patrimonio cultural (Ostelea, 2020). "Un museo es un establecimiento sin ánimo de lucro, al servicio de la sociedad, que investiga, recopila, conserva y exhibe el patrimonio material e inmaterial, fomentando la diversidad". Permitiendo experiencias cognitivas profunda, la reflexión y el intercambio de conocimientos (ICOM, 2022). El museo contemporáneo debe ser mucho más que un lugar de exhibición; es un espacio inclusivo y activo que fomenta el intercambio de conocimientos y la reflexión profunda.

Existen distintos criterios sobre la clasificación de museos, el patrimonio que se exhibe puede organizarse en la manera en la que se perciben las colecciones y las perspectivas donde se presentan la información.

Figura 3

Clasificación de los museos

Museos de Arte	Museos de Historia	Museos de Ciencias Naturales
Museos de Ciencia y Técnica	Museos de Antropología (Arqueología, Etnografía y Folklore)	Museos pluridisciplinarios no especializados
Museos especializados (en memoria de algún representante del arte, biográfico...)	Museos educacionales. (materiales documentales acerca de la historia de la pedagogía)	Museos regionales Ecomuseos.

Nota. Calderón Zavala, 2024 a partir de Vaneduc (2020)

Juegan un papel fundamental en la culturalización de la ciudadanía y contribuyen a la educación formal, no formal e informal (Torres et al., 2021). En las primeras épocas de conservación y valoración del patrimonio, se intervino con los rudimentos de la época, que en la actualidad han avanzado en criterios y tecnologías (Moreno, 2019). A lo largo del tiempo van ejerciendo un papel esencial en la educación y la culturización. A través de los nuevos avances tecnológicos han hecho que se siga conservando el patrimonio, lo que hace que haya beneficios culturales, sociales y económicos para las comunidades.

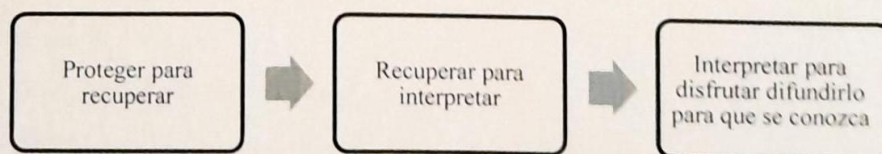
1.4 Puesta en valor de los museos

Puesta en valor se encarga de la recuperación de sus grandes patrimonios, actualización de espacios expositivos y sus necesidades museográficas, conservación de archivos, bibliotecas y bienes culturales nacionales, etc. (Ministerio de Cultura de Argentina, 2020). Ha servido en los últimos años para seguir protegiendo parte de nuestro patrimonio cultural, para incentivar la conservación y a veces la creación de costumbres populares (Moreira Santos, 2023). Esta lucha sobre la protección de las costumbres locales y el legado histórico se logra mediante la restauración, modernización y conservación de bienes y espacios.

Las iniciativas sobre la educación patrimonial desde el museo, preserva una puesta en valor del patrimonio cultural, buscando destacar su gran valor en los ámbitos social, cultural, económico y político (Gallardo et al., 2003). Antiguamente la puesta en valor del patrimonio histórico se consideraba que el testimonio era solamente el lugar donde se produjo el acontecimiento, el resto como una carga y la circunstancia como un contra mensaje (Moreno, 2019). Los excesivos desafíos de revitalización y puesta en valor comprenden no solo mitigar su deterioro físico, sino se requieren estrategias que fomenten su activación y valoración. (Villanueva, 2023). En tiempos remotos, la conservación se enfocaba precisamente en los lugares de los hechos, actualmente la puesta en valor se promueve mediante estrategias que promueven y aseguran su relevancia duradera.

Figura 4

Pasos para puesta en valor



Nota. Calderón Zavala, 2024 a partir de Patrimonio Inteligente (2018)

Hoy en día existen varios pasos para proteger la puesta en valor del patrimonio cultural. Ha contribuido significativamente en la sociedad, a la activación de las economías locales, impulsando así el crecimiento del sector turístico (Fernández, 2019). Existe un escenario favorable para la puesta en valor turístico del patrimonio cultural de las ciudades medias (Troitiño, 2015). Al paso del tiempo se ha obtenido un buen impacto en la sociedad, favoreciendo así al desarrollo económico y al turismo de cada localidad.

1.5 Estrategias para la puesta en valor de los museos

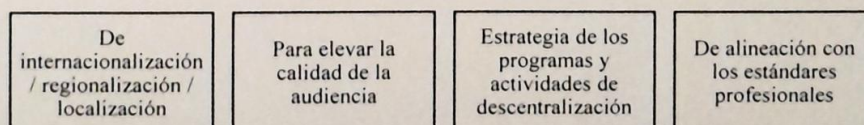
La puesta en valor en turismo es la puesta en marcha de estrategias para que un lugar turístico sea potencializado, lo cual se debe estar implementando servicios, infraestructura, para convertir a un sitio en destino (Botello, 2010). Las Estrategias son los medios para lograr los objetivos inmediatos, cada una se basa en una serie de tareas precisas a cargo de personas capacitadas con los medios necesarios (UNESCO, 2011). La puesta en valor en turismo implica implementar estrategias que mejoren un lugar turístico ya que son áreas didácticas que enseñan sobre el patrimonio, la identidad cultural.

Poseen necesidades específicas ya sea en relación con el público al que se dirige, ya sea por las características de lo que expone y su museografía, hasta las estrategias que usa para atraer más visitantes (Morales, 2014). Las estrategias en este ámbito se enfocan en realizar tareas específicas por un personal capacitado, transformando así a los museos en destinos o espacios atractivos.

En la figura se observan diversas estrategias para la puesta en valor en museos, EVE Museografía (2020) menciona 4 estrategias:

Figura 5

Estrategias para la puesta en valor



Nota. Calderón Zavala, 2024 a partir de Eve Museografía (2020)

Las estrategias tienen como objetivos lograr una mayor apertura en los museos para toda la ciudadanía, mejorar los canales de distribución y sobre todo impulsar la promoción de estas instituciones (Fernández Alles, 2019). Por otra parte, Moleiro et al. (2022) mencionan que una de las estrategias para promover la puesta en valor, está la creación de espacios creativos donde visitantes y residentes puedan interactuar. La preservación del patrimonio vivo se mantiene mediante la planificación y ejecución de actividades y estrategias, con el fin de asegurar dicho patrimonio para su propio beneficio y el de generaciones actuales (UNESCO, 2011). La creación de espacios dinámicos para conectar al visitante con los locales logrando así mejoras en su promoción.

En este capítulo se ha delineado los fundamentos teóricos esenciales, abordando conceptos claves como patrimonio cultural, turismo cultural, museos, puesta en valor y estrategias. El análisis de estos conceptos permite comprender su importancia en el marco del desarrollo cultural, social y económico. Este marco teórico, por lo tanto, está articulado para el desarrollo metodológico que guiará la presente investigación.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se describen los tipos de metodología a seguir, técnicas y herramientas. Este apartado busca respaldar el proceso investigativo sobre las estrategias para la puesta en valor del patrimonio cultural en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro.

2.1 Aspectos generales de la investigación

La investigación se enmarca en el paradigma constructivista, el cual busca comprender la realidad a través de la interacción y la interpretación de los actores involucrados. Este paradigma permite analizar las percepciones y significados que los visitantes y gestores del museo atribuyen al patrimonio cultural, facilitando una comprensión de su valoración y conservación. Valenciano Canet (2022), menciona que, desde esta perspectiva, en la investigación constructivista, el sujeto y el objeto de estudio van a interactuar de forma tal, que se influyen mutuamente; la persona que estudia y el conocimiento son inseparables.

Por otra parte, el estudio adopta un enfoque cuali-cuantitativo. Por un lado, los métodos cualitativos permiten captar las experiencias, opiniones y percepciones de los visitantes y responsables del museo. Por otro lado, los métodos cuantitativos proporcionan datos objetivos sobre la afluencia de visitantes y otros indicadores relevantes.

La investigación tiene un alcance exploratorio-descriptivo, porque en el ámbito. exploratorio indaga aspectos poco estudiados en relación con la puesta en valor del patrimonio cultural del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro. Es descriptivo, ya que busca caracterizar el estado actual del museo y las estrategias empleadas para su conservación y promoción. Además, el estudio es transversal, dado que la recolección de datos se realiza en un momento específico (primer semestre de 2024), y aplicado, ya que se pretende generar estrategias de mejora para el museo.

2.2 Metodología utilizada

En investigaciones previas de diferentes autores, sobre la puesta en valor del patrimonio cultural en museos, se ha empleado una variedad de enfoques metodológicos que combinan técnicas

cualitativas y cuantitativas. Estos estudios han destacado la importancia de evaluar tanto las percepciones de los visitantes como los datos objetivos relacionados con la gestión museística (Tabla 1).

Tabla 1

Aspectos metodológicos de investigaciones afines

Autor(es) y Año	Objetivo del estudio	Enfoque metodológico	Métodos, técnicas, herramientas	Resultados relevantes para el Tema
Gallardo, et al. (2003)	Evaluar estrategias de educación patrimonial en museos regionales	Estudio cualitativo de casos múltiples	- Observación en museos participantes - Entrevistas a educadores museales - Análisis comparativo de estrategias educativas	Se comprobó que la educación patrimonial fortalece la valoración cultural en las comunidades
Fernández Alles (2019)	Proponer estrategias de marketing para potenciar museos históricos	Investigación cualitativa con análisis documental y entrevistas	- Revisión documental de planes museísticos - Entrevistas a responsables de museos - Benchmarking cultural	Se plantearon estrategias de promoción y puesta en valor cultural
Moreira Santos, (2023)	Analizar el estado de conservación y proponer estrategias de puesta en valor del patrimonio local	Investigación cualitativa con entrevistas y observación de campo	- Entrevistas a actores locales - Observación directa en sitios patrimoniales - Revisión de documentos históricos y normativas	Se identificaron prácticas de conservación y se propusieron acciones para mejorar la gestión cultural
Villanueva (2023)	Diagnosticar el estado de conservación del museo y proponer estrategias de activación cultural	Estudio de caso cualitativo-descriptivo	- Observación del patrimonio museístico. - Entrevistas a gestores culturales - Observación participativa de actividades	Se evidenció la necesidad de revitalizar espacios museísticos mediante nuevas estrategias culturales

Nota: Calderón Zavala, 2025 elaborado a partir de los autores

Estos aspectos reflejan la importancia metodológica de incorporar enfoques cualitativos, como la participación de actores claves, como base para una gestión del patrimonio cultural más efectiva en los museos.

2.3 Metodología utilizada

La metodología empleada en esta investigación se basa en un enfoque cuali-cuantitativo y sigue una serie de pasos estructurados para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados (Tabla 2).

Tabla 2

Pasos metodológicos para el desarrollo de la investigación

Pasos	Descripción	Métodos, técnicas, herramientas
1. Análisis de la filosofía de la institución.	Aspectos generales e históricos del museo. Revisión de la misión, visión y objetivos institucionales del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro para su enfoque patrimonial.	Analítico - sintético Revisión de documentos oficiales. Entrevista a directivos Entrevista a colaboradores
2. Diagnóstico la situación actual del museo.	Se identifican las condiciones de conservación, presentación y gestión del patrimonio cultural exhibido.	Observación directa del museo. Listade chequeo Registro fotográfico. Analítico – sintético a partir de las fichas de registro del visitante.
3. Análisis de las percepciones de los actores.	Identificación de las opiniones y expectativas de los actores clave (visitantes, gestores).	Encuestas a visitantes. Estadística descriptiva
4. Identificación de estrategias para la mejora	Propuesta de estrategias para mejorar la puesta en valor, conservación, promoción y educación patrimonial.	Entrevista a directivos Entrevista a colaboradores Encuesta a visitantes

Nota: Calderón Zavala, 2025 para los fines de esta investigación.

2.4 Descripción de los pasos e instrumentos

A continuación, se describen los pasos seguidos en el desarrollo de la investigación, así como los instrumentos aplicados para la recolección y análisis de información.

Es importante recalcar que los instrumentos se toman y se ajustan del MINTUR, 2018 y de Boylan y Woollard, 2006. Los instrumentos utilizados, permiten recabar información sobre la puesta en valor del patrimonio cultural del Museo Nuclear de la Corporación Ciudad Alfaro y ya han sido validados y aplicados en numerosos museos

Paso 1: Análisis de la filosofía institucional

Se realiza una revisión de los documentos y planes estratégicos del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro para identificar su marco conceptual y operativo. Este análisis se complementa con entrevistas semiestructuradas con administrativos y colaboradores clave del museo, con el objetivo de explorar su interpretación de los valores patrimoniales y la alineación con las prácticas actuales. La triangulación entre fuentes documentales y testimonios permitirá reconstruir la trayectoria de la institución.

La tabla 3 muestra la estructura de la entrevista aplicada para la recopilación de información, dirigida al directivo de la institución y colaboradores. Este instrumento se diseña bajo un enfoque semiestructurado, combinando preguntas predeterminadas para explorar temas emergentes, lo que enriquece el análisis integral de la puesta en valor del patrimonio cultural.

Tabla 3

Instrumento para la entrevista

Entrevista
Apreciado directivo de la institución Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro agradecemos responda esta entrevista que tiene como objetivo verificar si la institución una filosofía institucional: misión, visión, valores, objetivos, políticas. Y cómo responde a la puesta en valor del patrimonio cultural. De antemano agradezco por tomarse unos minutos de su tiempo.
Datos personales
Nombre del entrevistado:
Género:

Ocupación:

- ¿Existe filosofía declarada en la institución de existir cuándo y cómo se declaró?
 ¿Cómo la filosofía de la institución tributa a la puesta en valor del patrimonio cultural?
 ¿Cómo define la misión del museo en relación con la preservación y difusión del patrimonio cultural en Montecristi?

Nota: Calderón Zavala, 2025 elaboración propia

Se emplea la metodología del MINTUR, 2018, para realizar el análisis crítico de la filosofía institucional establecida (Figura 7). Este instrumentó es utilizado en empresas sin embargo sirve de guía para instituciones públicas como lo es el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro

Figura 6

Instrumento para la construcción de la filosofía empresarial

Herramienta para la gestión de la calidad turística				Version: 1
Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha de elaboración:	Fecha de aprobación:	Código: DCCT-ADM-HOCT-04
PROCESO DE CONSTRUCCION DE LA FILOSOFIA TURISTICA				
Nombre del establecimiento:		Responsable:		
Fecha:				
Filosofía Empresarial: Misión, Visión, Objetivos, Valores y Políticas				
1. Defina la Misión de su negocio considerando las siguientes preguntas: ¿Cuál es nuestro negocio? ¿Quién es nuestro cliente y dónde está? ¿Qué es considerando de valor por el cliente?, ¿Como agregamos valor para el cliente? ¿Cuál es la razón de ser de nuestro establecimiento? El enunciado de misión debe ser corto, preciso, contundente. Misión:				
2. Defina la Visión de su negocio considerando las siguientes preguntas: ¿Cómo ve a su organización dentro de unos 3 a 5 años? ¿Que logros importantes espera tener en este periodo? ¿Que tipo de retos provocarían un esfuerzo colectivo de todos? El enunciado de Visión, debe ser concreto, y representar una Macro Meta que tenga el poder de inspirar al equipo. Visión:				
3. Defina los Objetivos de su negocio considerando las siguientes preguntas: ¿Que es lo que se ha propuesto alcanzar en el corto-mediano plazo? ¿Para qué se ha propuesto alcanzar ese propósito? ¿Como se logrará el propósito planteado? El enunciado de los objetivos, debe ser concreto, cuantificable y requiere ser medido. Objetivos:				
4. Defina los valores del negocio considerando las siguientes preguntas: ¿Cuales son los principios que los líderes consideran esenciales? ¿Que es lo más valorado dentro del quehacer cotidiano del establecimiento? ¿Que debe ser respetado dentro de la organización en el camino de lograr la visión y misión del establecimiento? El enunciado de los valores limitan a orientar el comportamiento de las personas y deben ser descritos claramente. Valores:				
5. Defina la política del negocio considerando las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos? ¿Que deseos cumplimos a nuestros clientes? ¿Cómo nos distinguimos en el mercado? ¿Qué valores defendemos? ¿Como trabajamos en equipo? El enunciado de la política debe tomar en cuenta las reglas y directrices básicas que permiten declarar los principales generales del establecimiento. Las políticas:				

Nota: filosofía empresarial (Ministerio de Turismo, 2018)

Paso 2: Diagnóstico patrimonial

Este paso consiste en una evaluación técnica y perceptual de la puesta en valor del patrimonio cultural del museo, mediante la observación directa y la documentación fotográfica. Se aplican encuestas estructuradas a visitantes para cuantificar su percepción sobre la exhibición, accesibilidad. Estos datos se complementarán con el análisis de registros administrativos del museo, como reportes de afluencia y mantenimiento.

El objetivo que tiene el instrumento de lista de chequeo es realizar control para garantizar que no se olvide nada importante durante el proceso de ejecución, verifica de manera sistemática el estado de conservación y funcionalidad de los espacios patrimoniales que ofrece el museo (Tabla 4).

Tabla 4

Lista de chequeo de la gestión del museo

Indicadores	Cumplimiento			Observaciones
	Total (1)	Parcial (0.5)	No (0)	
I. Colecciones y Conservación				
1. Políticas de adquisición y colecciones actualizadas y rigurosas.				
2. Inventario completo, actualizado y accesible.				
3. Niveles adecuados de almacenamiento.				
4. Conservación preventiva.				
5. Restauración cuando se requiere.				
6. Seguridad física y digital de las colecciones.				
II. Exposiciones				
7. Plan de exposiciones a corto y largo plazo.				
8. Diseño de exposiciones accesible y atractivo.				
9. Materiales de interpretación: claros, informativos y atractivos con variados idiomas.				
10. Evaluación sistemática del impacto de las exposiciones.				
III. Gestión de Personal				
11. Estructura organizacional con roles y responsabilidades precisas.				
12. Oportunidades de capacitación y desarrollo profesional.				

13. Evaluaciones periódicas del desempeño				
V. Educación y Programas Públicos				
14. Gestión eficientemente de los recursos materiales.				
15. Programas educativos variados y atractivos a diferentes segmentos.				
16. Programas y el museo accesible para personas con diversas capacidades.				
17. Participación en la comunidad.				
VI. Marketing y Comunicación				
18. Plan de marketing del museo.				
19. Página web actualizada y activa en redes sociales.				
VII. Infraestructura y Seguridad				
20. Mantenimientos regulares de la infraestructura.				
21. Planes de seguridad y evacuación claros y actualizados				
22. Accesibilidad Física y otras necesidades especiales.				
23. Identificación y gestión de los riesgos potenciales.				
VIII. Gobernanza y Planificación Estratégica				
24. Claramente definida la filosofía de la empresa.				
25. Existencia de un plan estratégico a largo plazo.				
26. Funcionamiento eficaz de la junta directiva o consejo.				
27. Evaluaciones institucionales periódicas.				

Nota: Elaborado a partir de Boylan y Woollard, 2006

El registro fotográfico se basa en seleccionar visualmente en qué condiciones se encuentra actualmente el museo, en cuanto a su infraestructura, presentación museográfica y recursos patrimoniales.

Los pasos para seguir una toma de fotografía según Cordero Valdés y del Valle Tabatt (2020). son: definir la colección a fotografiar, elaborar cronograma de trabajo, determinar los posibles objetos a fotografiar, verificar que estén ingresados a la colección y estén inventariados.

La ficha de registro del visitante en sistematizar los datos que ya existen sobre la afluencia de visitas para así poder identificar los patrones de comportamientos con la percepción del patrimonio.

Paso 3: Investigación de percepciones

Se profundiza en las perspectivas cualitativas mediante entrevistas con gestores culturales del museo. Estas técnicas permiten identificar expectativas, críticas y sugerencias no capturadas en las encuestas (Tabla 5).

Tabla 5

Instrumento para la entrevista

Entrevistas con gestores culturales

Estimado gestor de la institución Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro agradecemos responda esta entrevista que tiene como propósito profundizar los procesos de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural.

Gracias por su tiempo y valiosa colaboración en esta investigación.

Datos personales:

Nombre:

Cargo:

¿Como define el papel del museo en la conservación del patrimonio cultural local?

¿Qué debilidad o limitaciones enfrenta el museo

¿Qué mejoras propondría para fortalecer la relación entre el museo y la comunidad local?

¿Qué tipo de recursos considera prioritarios para implementar nuevas estrategias de valorización patrimonial?

Nota: Calderón Zavala, 2025 elaboración propia

Se realiza encuestas a visitantes del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, utilizando el muestreo no probabilístico por conveniencia, en vista a la disponibilidad y accesibilidad de los visitantes durante los horarios de atención del museo. Ya que su colaboración es primordial para la construcción de las estrategias para la activación de la puesta en valor del museo

Este tipo de muestreo es apropiado para investigaciones exploratorias (Tabla 6)

Tabla 6

Encuesta a visitantes

El presente cuestionario forma parte del proyecto de investigación titulado “**Puesta en valor del Patrimonio Cultural Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro**”, elaborada con la finalidad de conocer su experiencia sobre la visita a al Museo, con el objetivo de fortalecer y mejorar la puesta en valor del patrimonio cultural del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro.

Lo invitamos a responder el presente formulario y agradecemos su tiempo al contestar cada ítem.

Edad:

15 a 24 años

25 a 34 años

35 a 44 años

45 a 54 años

55 a 50 años

Mas de 60 años

Género:

Masculino

Femenino

Otro _____

Lugar de procedencia: Extranjero _____ Sierra _____ Galápagos _____ Amazonía _____
Costa No Manabí _____ Costa Manabí _____ Montecristi _____ Cantón de
Manabí _____

Motivo de visita:

Turismo

Educación

Evento

Otro _

Indicadores	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
El museo ofrece un mensaje claro sobre su compromiso con los visitantes					
Existe información accesible sobre horarios y servicios					
Las señalizaciones para llegar al museo son adecuadas (vehículos y peatones)					
El ingreso al museo es claro y accesible para todo tipo de personas					

El personal del museo es amable y brinda buena orientación					
Se brinda información clara sobre baños, guardarropa, salas y servicios generale					
Hay actividades específicas para niños, familias o personas con necesidades especiales					
Se informa sobre el tiempo disponible antes del cierre del museo					
Se permite o se informa claramente si se pueden tomar fotografías					
Hay suficiente información sobre los objetos y exposiciones (carteles, guías, etc.)					
Existen espacios para sentarse o descansar durante la visita					
Los sanitarios son accesibles, limpios y funcionales					
Es fácil identificar al personal del museo si se requiere asistencia					

¿Cuáles fueron los tres aspectos que más le gustó de su visita?

Mencionar tres aspectos que considera que el museo debería mejorar

¿Qué estrategias sugiere para mejorar el museo en la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural?

Recomendarías el museo

Sí
No

Nota: Modificado del manual de encuestas para visitantes, 2018

Paso 4: Modelado de estrategias

A partir de los hallazgos previos, se desarrollan propuestas concretas mediante un proceso iterativo que incluirá talleres participativos con actores clave para diseñar soluciones, y una matriz de

priorización para seleccionar estrategias según su viabilidad técnica, presupuestaria y alineación con los objetivos institucionales.

Se aplica una matriz de priorización debido a que permite valorar, las alternativas propuestas. El uso de la matriz no solo permite ordenar las estrategias identificadas en los talleres, sino que también contribuye a una gestión cultural más eficiente, al orientar la ejecución de acciones realistas y alineadas con los principios institucionales.

Se construyen tres criterios fundamentales como la factibilidad de esta manera se considera la posibilidad de implementar la estrategia, tomando en cuenta los recursos disponibles como humanos, técnicos. Alineación estratégica, se analiza el nivel de alineación de la estrategia con la misión, visión y objetivos del museo.

Se califica en estos dos criterios con una escala donde 1 es pésimo y 5 es excelente. De esta forma, se garantiza que la ejecución de las estrategias este alineada con las capacidades institucionales del museo y las demandas de sus visitantes.

Este aspecto se respalda en la información recopilada mediante las preguntas abiertas de la encuesta aplicada a los visitantes, las cuales permiten identificar sugerencias y aportes precisos para la formulación de propuestas orientadas a mejorar la conservación y la puesta en valor del patrimonio cultural de la institución.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos mediante la aplicación de los métodos, técnicas y herramientas, declarados en cada paso metodológico explicado en el Capítulo II.

3.1 Análisis de la filosofía institucional del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro

El Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro, se encuentra ubicado en Montecristi, provincia de Manabí. Su localización es importante, ya que se ubica en la zona alta de Montecristi, en un entorno natural, donde se refuerza su simbolismo patrimonial. Este fue creado con el propósito de rendir homenaje a la figura del general Eloy Alfaro Delgado, destacando su legado liberal y la historia política del país. En 2008 fue sede de la Asamblea Constituyente que redactó la Constitución de Montecristi. Actualmente, funciona como un espacio cultural que alberga exposiciones históricas, un mausoleo, archivos, biblioteca y actividades educativas orientadas a preservar la memoria histórica del Ecuador.

Figura 7

Ubicación Geográfica del Museo Nuclear Ciudad Alfaro.



Nota: Google Earth

La construcción de la filosofía institucional del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro se basa en una clara orientación hacia la conservación, difusión y valorización del patrimonio cultural, considerando los lineamientos propuestos por el instrumento del Ministerio de Turismo (2018).

Figura 8

Filosofía Institucional

Misión

Adquirir, conservar, estudiar, exponer y difundir bienes culturales y patrimoniales, a través de la construcción colectiva de la identidad mediante la resignificación de hechos y vivencias socialmente compartidos por personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Visión

Ser un referente sobre la historia y prácticas culturales y patrimoniales, a través de los procesos museológicos innovadores, participativos y colaborativos para la comunidad y público en general.

Objetivos institucionales

1. Proporcionar una visión de la historia entendida como un concepto amplio y multidisciplinario.
2. Articular la Red de Museos para garantizar la circulación y el acceso a los diversos servicios culturales.
3. Documentar, estudiar y gestionar en condiciones adecuadas los bienes culturales y patrimoniales que custodia el Museo y facilitar su accesibilidad y difusión.
4. Crear actividades y dinámicas que ofrecen servicios complementarios, que permitan rentabilizar el equipamiento de la institución.
5. Promover servicios de calidad de las instituciones que integren la Red de Museos.

El análisis de la filosofía existente permite advertir que:

La *misión* fue formulada destacando las funciones esenciales de un museo patrimonial: adquirir, conservar, estudiar, exponer y difundir bienes culturales, con un enfoque participativo que promueve la construcción colectiva de la identidad. Este enfoque responde a las preguntas del instrumento sobre el propósito del establecimiento, el valor agregado para el cliente y la razón de ser de la institución, colocando al patrimonio como eje central de su accionar.

La *visión* se orienta hacia el futuro, proyectando al museo como un referente nacional en historia y prácticas culturales mediante procesos museológicos innovadores, colaborativos y vinculados con la comunidad, lo que cumple con el requisito de plantear una meta inspiradora a mediano plazo.

Los *objetivos*, por su parte, detallan las metas específicas del museo, entre ellas la promoción del conocimiento arqueológico, la salvaguarda del patrimonio histórico y documental, la difusión de

la memoria social y el fortalecimiento del sentido identitario a través del patrimonio, en sintonía con lo que exige el instrumento respecto a metas claras, cuantificables y medibles.

Sin embargo, aunque la filosofía evidencia un alto compromiso con la gestión del patrimonio cultural y está fundamentada en términos de misión, visión y objetivos, presenta debilidades en cuanto a la formulación de los valores y las políticas institucionales.

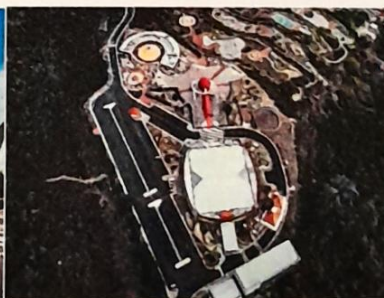
El instrumento del Ministerio de Turismo señala que los valores deben ser descritos claramente como principios que orientan el comportamiento de los colaboradores, lo cual no se encuentra definido de forma explícita en la filosofía actual del museo, aunque se puede inferir la presencia de valores como la inclusión, la memoria histórica y la identidad cultural. Del mismo modo, no se presenta una sección específica de políticas que enuncie las directrices básicas de funcionamiento interno, atención al público, trabajo en equipo o responsabilidad institucional, elementos necesarios para declarar los principios rectores del establecimiento. Esto limita la posibilidad de establecer una coherencia completa entre lo que el museo declara como su razón de ser y cómo espera que su equipo actúe en función de ello.

Figura 9

Fotos del museo



Nota: Calderón Zavala, 2025



Nota: Google Earth, 2025

Mediante unas entrevistas a actores claves dentro del museo, específicamente a la directora, y tres gestores culturales se obtienen las siguientes opiniones:

La directora Lcda. Tanita Sixtina Ureta Santos manifiesta que la institución cuenta con una filosofía declara desde el año 2017. Esta filosofía institucional según indica, se compone de una

misión, visión, valores y principios que guían todas las acciones del museo, desde lo administrativo hasta lo expositivo “Nuestra filosofía busca fomentar una ciudadanía consciente y orgullosa de su legado histórico. Esta orientación permite que las actividades del museo se enfoquen no solo en la conservación de objetos, sino en la luchas y vivencias que forman parte del patrimonio cultural”

La directora también señala que la misión institucional busca acercar al visitante a la historia y a la identidad local mediante experiencias significativas que conecten lo cultural con lo cotidiano. De esta forma, el museo se convierte en un espacio donde los recuerdos se activan y se comparte, promoviendo también la valoración del patrimonio desde una mirada participativa.

En complemento se analizan las entrevistas de los gestores culturales, con el objetivo profundizar la puesta en valor del patrimonio cultural. Si bien los gestores tienen claridad sobre el objetivo del museo y valora su rol de conservación del patrimonio; los guías manifiestan conocer los principios que rigen la gestión del museo y afirman que su labor diaria está alineada con dichos lineamientos. El guía Freddy López expresa lo siguiente: “Sabemos que el museo tiene una misión importante, que es preservar la historia y educar al visitante. Cada recorrido es una oportunidad para transmitir ese mensaje con respeto y responsabilidad.”

Por otra, Yahaira Santacruz asistente demuestra conocimiento de los objetivos institucionales y expresa que su trabajo administrativo contribuye directamente a que el museo funcione como espacio de conservación y difusión cultural “Sabemos que no solo se trata de conservar objetos, sino de conectar a las personas con su historia. Desde mi área también apporto a ese propósito.”

De esta manera, los gestores reconocen que la filosofía institucional está presente en el accionar diario del museo. Consideran que el trabajo en equipo, el respeto por el legado histórico y el compromiso con la comunidad son pilares que se refuerzan constantemente en la institución.

Esto evidencia que existe una apropiación clara de la filosofía institucional por parte del personal, lo que contribuye positivamente al proceso de puesta en valor del patrimonio cultural.

3.2 Diagnóstico la situación actual del museo

La evaluación mediante una lista de chequeo como parte fundamental del diagnóstico, se realiza una observación directa del museo, lleva a cabo a través de recorridos por los diferentes espacios de la institución (Tabla 7).

Tabla 7

Resultados de la lista de chequeo

Indicadores	Cumplimiento			Observaciones
	Total (1)	Parcial (0.5)	No (0)	
I. Colecciones y Conservación				
1. Políticas de adquisición y colecciones actualizadas y rigurosas.		X		
2. Inventario completo, actualizado y accesible.	X			
3. Niveles adecuados de almacenamiento.		X		
4. Conservación preventiva.			X	La conservación preventiva no está aplicada de manera continua y sistemática
5. Restauración cuando se requiere.		X		
6. Seguridad física y digital de las colecciones.		X		
II. Exposiciones				
7. Plan de exposiciones a corto y largo plazo.			X	No existe un plan de exposiciones a corto y largo plazo que oriente la programación
8. Diseño de exposiciones accesible y atractivo.		X		
9. Materiales de interpretación: claros, informativos y atractivos con variados idiomas.		X		

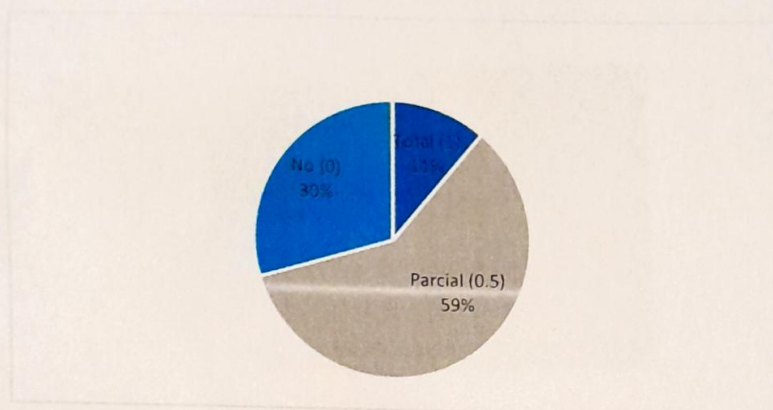
10. Evaluación sistemática del impacto de las exposiciones.			X	
III. Gestión de Personal				
11. Estructura organizacional con roles y responsabilidades precisas.	X			
12. Oportunidades de capacitación y desarrollo profesional.		X		
13. Evaluaciones periódicas del desempeño.		X		
V. Educación y Programas Públicos				
14. Gestión eficientemente de los recursos materiales.			X	Recursos materiales no gestionados de forma eficiente
15. Programas educativos variados y atractivos a diferentes segmentos.		X		
16. Programas y el museo accesible para personas con diversas capacidades.		X		
17. Participación en la comunidad.		X		
VI. Marketing y Comunicación				
18. Plan de marketing del museo.		X		
19. Página web actualizada y activa en redes sociales.		X		
VII. Infraestructura y Seguridad				
20. Mantenimientos regulares de la infraestructura.		X		
21. Planes de seguridad y evacuación claros y actualizados			X	Planes de seguridad y evacuación no claros o desactualizados
22. Accesibilidad Física y otras necesidades especiales.			X	

23. Identificación y gestión de los riesgos potenciales.			X	
VIII. Gobernanza y Planificación Estratégica				
24. Claramente definida la filosofía de la empresa.	X			
25. Existencia de un plan estratégico a largo plazo.		X		
26. Funcionamiento eficaz de la junta directiva o consejo.		X		
27. Evaluaciones institucionales periódicas.			X	Ausencia de evaluaciones institucionales periódicas que permitan medir avances
Totales	3	16	8	

A partir de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la lista de chequeo, fue posible elaborar la figura 11, que permite visualizar de manera cuantitativa el grado de cumplimiento de los distintos indicadores evaluados. Esta herramienta fue fundamental para identificar tanto las fortalezas como las debilidades del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro en relación con su gestión patrimonial, educativa, organizativa y de infraestructura.

Figura 10

Representación gráfica de resultados

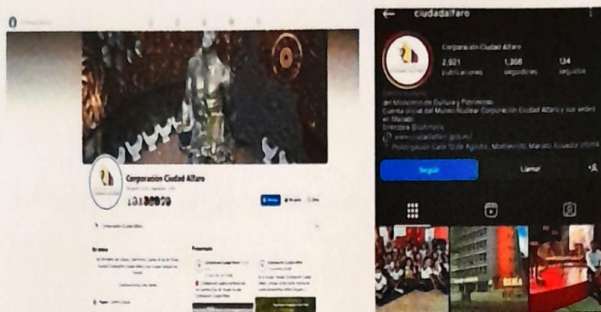


Nota: Elaboración propia a partir de la lista de chequeo aplicada en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025

El análisis de la lista de chequeo me permitió identificar que, aunque existen iniciativas positivas en marcha, la falta de cumplimiento total en la mayoría de los indicadores revela la necesidad de una intervención estructurada y priorizada, que asegure la conservación del patrimonio y potencie la conexión del museo con sus públicos diversos.

A partir de los resultados obtenidos con la lista de chequeo se evidencian que se requieren fortalecer varios aspectos del Museo Nuclear de la Corporación Ciudad Alfaro que son de gran importancia para su funcionamiento, como la conservación preventiva, la accesibilidad total, la evaluación sistemática de las exposiciones y la implementación de un plan estratégico sólido.

Con base a la investigación, la autora percibe la poca presencia digital y la ausencia de un plan de marketing, lo que provoca que el museo tenga poca visibilidad y limite su alcance y conexión con nuevos públicos. También se identificó la necesidad de invertir en capacitación del personal y en el mantenimiento de la infraestructura.

Figura 11*Sitios web del museo**Nota: Fotos obtenidas de redes sociales Facebook e Instagram*

La institución necesita una mayor planificación estratégica, más integración con la comunidad y mejoras en su gestión operativa para potenciar el valor de su patrimonio y mejorar la experiencia de quienes lo visitan.

Por otra parte, se realiza un registro fotográfico con el objetivo de documentar visualmente el estado de las instalaciones, las áreas, la infraestructura general, así como aspectos relacionados con la accesibilidad, y conservación de espacios.

Este registro fotográfico permite respaldar los hallazgos del análisis de la lista de chequeo y ofrece una evidencia útil para elaborar propuestas concretas para la investigación.

Figura 12*Exteriores del museo**Nota: Fotos de los exteriores y del tren del Museo Nuclear de la Corporación Ciudad Alfaro.*

El diagnóstico realizado a través de la observación directa, la lista de chequeo, el registro fotográfico y el análisis de las fichas de visitantes, permite obtener una visión amplia y objetiva sobre

el estado actual del Museo Nuclear de la Corporación Ciudad Alfaro. Si bien se identifican avances importantes en aspectos como el diseño expositivo, la estructura organizativa y la limpieza general del espacio, también se evidencian debilidades estructurales, técnicas y de gestión que limitan el pleno desarrollo del museo. En las imágenes presentadas en el anexo 3 se observa el estado actual de las instalaciones, donde se incluyen fotografías de los espacios internos y externos del museo

3.3 Análisis de las percepciones de los visitantes

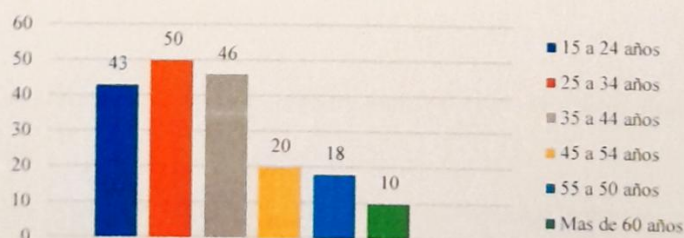
Como parte de este diagnóstico, se analizan fichas de registro de visitantes correspondientes a varios eventos y recorridos realizados en el museo durante el primer semestre de 2024. Se utilizó la herramienta de inteligencia artificial *ChatGPT* (OpenAI, 2025), para procesar y analizar los resultados obtenidos, la cual facilitó la organización y síntesis de la información recogida.

La descripción de la muestra no probabilística por conveniencia se aplicó a 187 visitantes, las encuestas fueron desarrolladas de forma presencial dentro de la institución, aprovechando la afluencia de público en recorridos y talleres, según se detalla en el anexo 4. El apoyo del personal del museo facilitó el acercamiento con los visitantes quienes mostraron predisposición a participar, la aplicación de las encuestas se realizó en el mausoleo, con el apoyo de los gestores culturales que permitieron el desarrollo fluido del proceso.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en relación con este indicador (Figura 14).

Figura 13

Edad



Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

El análisis del perfil etario de los encuestados revela una clara predominancia de públicos jóvenes y adultos jóvenes, entre 15 y 44 años. Este dato es altamente significativo para la gestión museal, ya que estos segmentos suelen tener mayor capacidad de movilidad, uso de tecnologías, y actitudes más innovadoras.

Por el contrario, se evidencia poca participación de personas mayores de 45 años, lo que podría deberse a varios factores como accesibilidad física, falta de contenidos dirigidos a sus intereses, falta digital. Sin embargo, este segmento posee una valiosa memoria viva y capacidad crítica que puede enriquecer el enfoque patrimonial del museo si se logra integrarlo de forma adecuada.

Para comprender mejor las características de la población estudiada, la figura 15 se muestra la distribución de género entre los participantes. Este segmento de la descripción demográfica es fundamental para contextualizar los hallazgos y discusiones posteriores, ilustrando visualmente la disposición de los encuestados según su identificación de género.

Figura 14

Género

Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

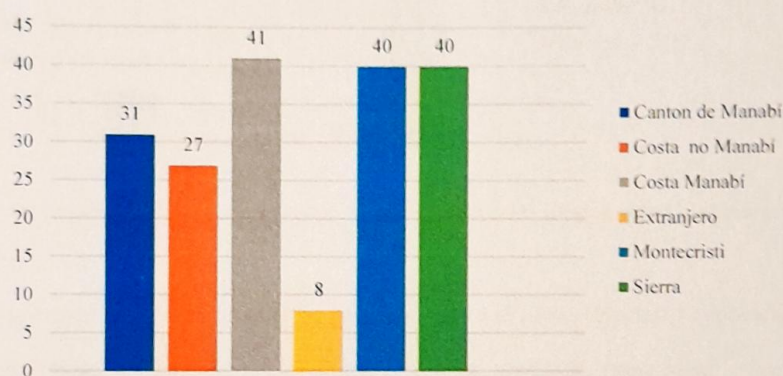
Los resultados reflejan una ligera mayoría femenina entre los visitantes del museo. Asimismo, la identidad entre géneros permite sostener que el museo se percibe como un espacio

seguro, inclusivo y socialmente equilibrado, lo cual resulta fundamental para consolidar su función social como institución abierta y democrática.

La procedencia de los participantes es un dato demográfico relevante que permite entender la diversidad geográfica de la muestra y contextualizar los resultados dentro de un ámbito local, nacional o internacional. A continuación, en la figura 16 se presenta la distribución de los participantes según su lugar de origen.

Figura 15

Lugar de procedencia



Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Los resultados indican una fuerte presencia de personas provenientes de la Costa Manabí. Esto sugiere que el Museo Nuclear mantiene una relación sólida con su entorno geográfico, cumpliendo un papel clave en la difusión cultural y la identidad provincial.

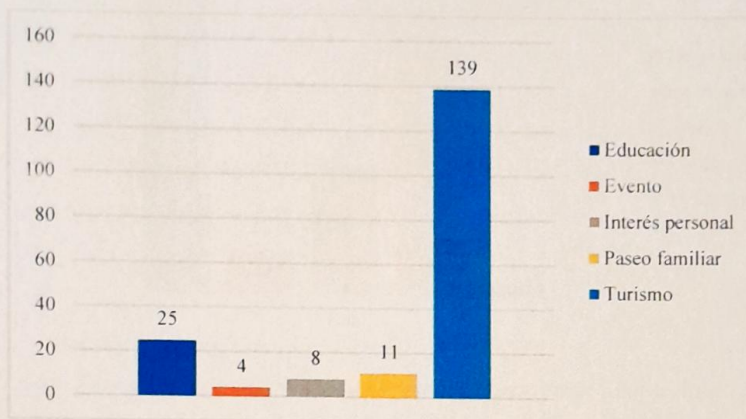
Por otro lado, la Sierra representa y evidencia que el museo también logra atraer públicos de otras provincias del país. La institución ha logrado proyectarse más allá de su contexto local, captando el interés de personas provenientes de lugares distantes, lo cual puede estar relacionado con turismo, educación o referente patrimonial a nivel nacional.

La figura 17 permiten comprender mejor el perfil de los visitantes y su motivación. El museo debe aprovechar la gran afluencia turística para sensibilizar a los visitantes sobre la importancia del

patrimonio cultural que resguarda el museo, transformando su experiencia en algo más que un simple recorrido.

Figura 16

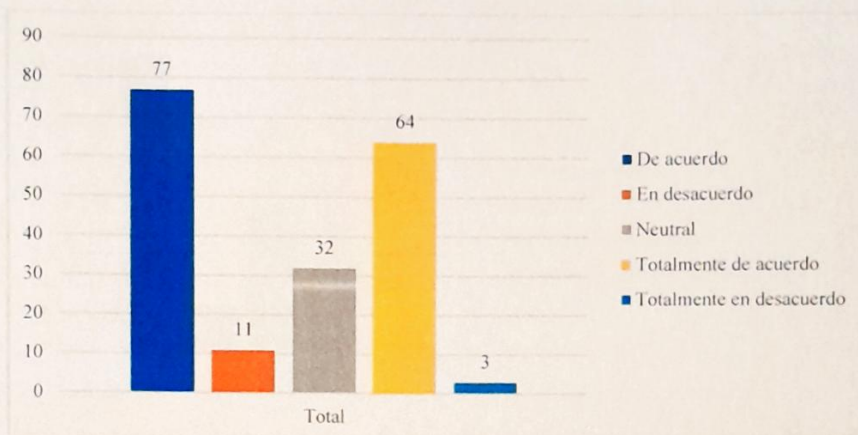
Motivo de visita



Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

El principal motivo por el cual las personas visitan el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro es el turismo, esto sugiere que el museo se percibe, ante todo, como un atractivo, más que como un espacio de aprendizaje formal o de investigación patrimonial. También acude por motivos educativos, aunque es un porcentaje menor frente al turismo. Existe una baja asistencia por eventos, es necesario diversificar la agenda cultural con talleres, charlas y exposiciones temporales. De esta manera los datos evidencian una marcada predominancia del turismo como razón de visita, seguido por otros motivos en proporciones significativamente menores.

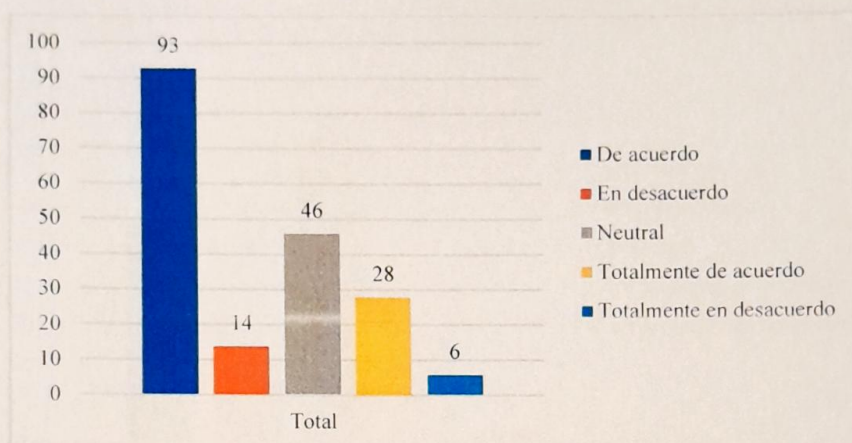
Para conocer cómo los visitantes perciben el compromiso institucional del museo, se evaluó si consideran que este ofrece un mensaje claro sobre su compromiso con el público (Figura 18).

Figura 17*Mensaje claro sobre el compromiso del museo con los visitantes*

Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

La mayoría de los visitantes está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que el museo comunica su compromiso con el público, lo que refleja un esfuerzo institucional por proyectar una imagen clara. Sin embargo, una parte menor se mantiene neutral o en desacuerdo, lo que sugiere que aún hay margen para mejorar la forma en que se transmite este mensaje, tal vez mediante señalética más visible o mensajes más directos en la entrada y redes sociales.

Una parte esencial de la experiencia del visitante en cualquier museo es contar con información clara, visible y fácilmente entendible sobre los horarios de atención y los servicios disponibles. La figura 19 analiza si los visitantes encuentran fácilmente esta información al planificar o realizar su visita.

Figura 18*Existencia de información accesible sobre horarios y servicios*

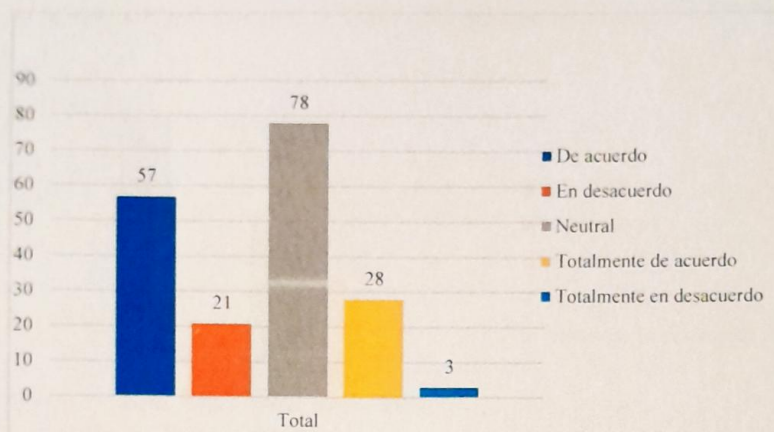
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Este gráfico muestra que la mayoría de los encuestados considera que la información sobre horarios y servicios es clara y accesible. Es una señal positiva, ya que este aspecto es fundamental para la experiencia del visitante. Aun así, un grupo reducido de visitantes expresó desacuerdo o se mantuvo neutral, lo cual puede indicar que la información podría reforzarse, especialmente en plataformas digitales o en la entrada del museo.

El acceso físico a los espacios culturales, especialmente museos ubicados en sitios patrimoniales, forma parte fundamental de una experiencia completa. En este caso, se evalúa si la señalización externa, tanto para vehículos como para peatones, resulta adecuada y suficiente para guiar al visitante hasta el Museo (Figura 20).

Figura 19

Señalizaciones adecuadas para llegar al museo (vehículos y peatones)



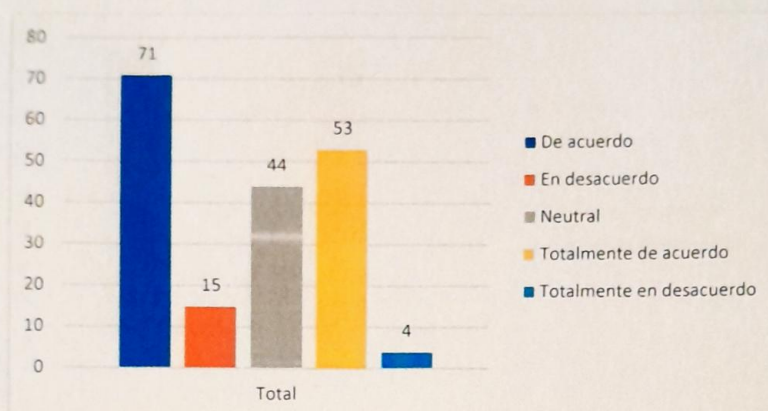
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Las respuestas están mayoritariamente divididas entre quienes están de acuerdo y quienes son neutrales. Esto indica que, si bien algunos visitantes encuentran fácil el acceso, otros no tienen una percepción tan clara. Por lo tanto, se recomienda revisar la señalización externa y evaluar la visibilidad y cantidad de letreros o referencias desde rutas principales, tanto para vehículos como para peatones.

La figura 21 busca medir la percepción del visitante respecto a la claridad y facilidad para ingresar al museo, considerando diferentes condiciones físicas y necesidades de movilidad. Un ingreso bien planificado y adaptado no solo garantiza inclusión, sino que también transmite respeto hacia la diversidad de públicos y reafirma el valor social del patrimonio cultural.

Figura 20

El ingreso al museo es claro y accesible para todo tipo de persona



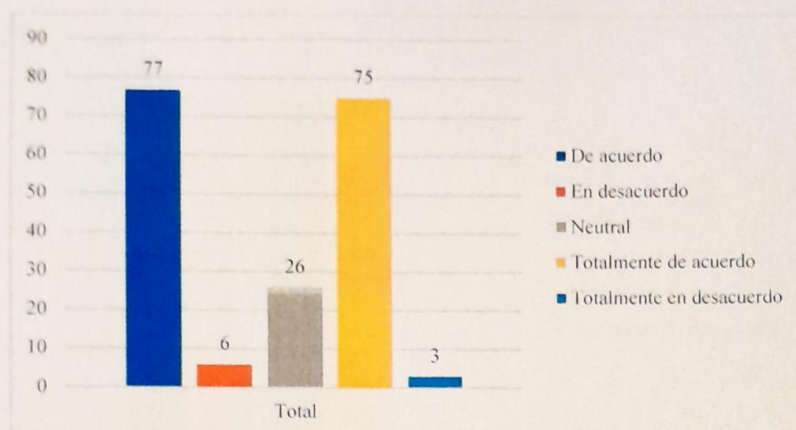
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Los datos reflejan una percepción positiva, ya que la mayoría indica que el acceso al museo es comprensible y adaptado. Sin embargo, hay un porcentaje significativo de respuestas neutras o en desacuerdo. Esto sugiere que sería beneficioso evaluar si realmente se están considerando aspectos de accesibilidad universal como rampas, entradas amplias o señalética inclusiva para personas con discapacidades.

Por otra parte, el personal de atención y guía cumple un rol clave en la interpretación del patrimonio, brindando orientación, seguridad y una imagen institucional positiva. La figura 22 analiza cómo perciben los visitantes la actitud del personal del museo, considerando su amabilidad, disposición y capacidad para resolver dudas o acompañar el recorrido.

Figura 21

El personal del museo es amable y brinda buena orientación.



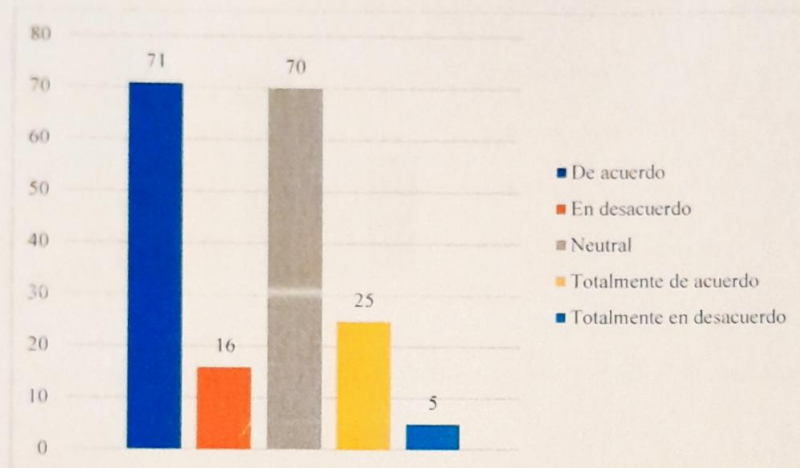
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Se observa una valoración bastante positiva. La mayoría de los visitantes están satisfechos con el trato del personal, lo que es un punto clave para la buena experiencia en museos. Esto resalta la importancia de mantener capacitado al equipo humano, ya que su actitud impacta directamente en la percepción del patrimonio y del museo como espacio educativo y cultural.

Asimismo, los aspectos logísticos y de orientación dentro del museo son fundamentales para una visita cómoda y sin contratiempos. La figura 23 explora si el público considera que hay información suficiente y clara sobre la ubicación de baños, salas expositivas y otros servicios generales. Aunque puede parecer un detalle menor, esto forma parte del ambiente acogedor y de la funcionalidad general del espacio.

Figura 22

Se brinda información clara sobre baños, salas y servicios generales.



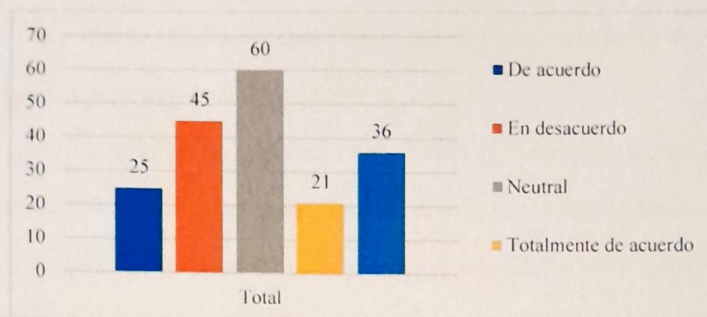
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

La mayoría de los visitantes considera que la información básica está bien señalizada, aunque también hay respuestas neutrales. Esto puede interpretarse como una buena base, pero con posibilidades de mejorar la claridad o ubicación de estos avisos, especialmente en momentos de alta afluencia o en recorridos con visitantes nuevos.

Evaluar este punto permite reflexionar sobre la diversidad de experiencias y la capacidad del museo de adaptarse a las demandas sociales, ya que una institución cultural comprometida con la puesta en valor del patrimonio debe diseñar propuestas inclusivas para diversos tipos de públicos (Figura 24).

Figura 23

Hay actividades específicas para niños, familias o personas con necesidades especiales.



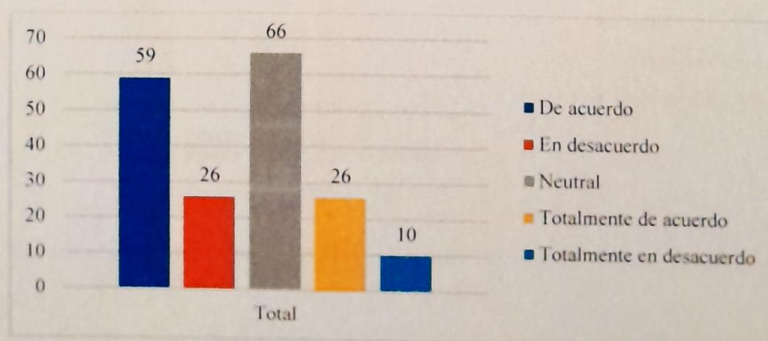
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Se observan opiniones más divididas, aunque algunas personas están de acuerdo, también hay un número considerable de respuestas neutrales o en desacuerdo, indica que muchos visitantes no han notado o no han tenido acceso a estas actividades. Se sugiere fortalecer y promocionar las actividades inclusivas para que sean más visibles y aprovechadas.

La variable permite conocer si el museo comunica adecuadamente sus horarios y si los visitantes se sienten informados con anticipación. Esta acción, aunque sencilla, demuestra respeto por el visitante y compromiso con su experiencia de aprendizaje y disfrute cultural (Figura 25).

Figura 24

Se informa sobre el tiempo disponible antes del cierre del museo.



Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

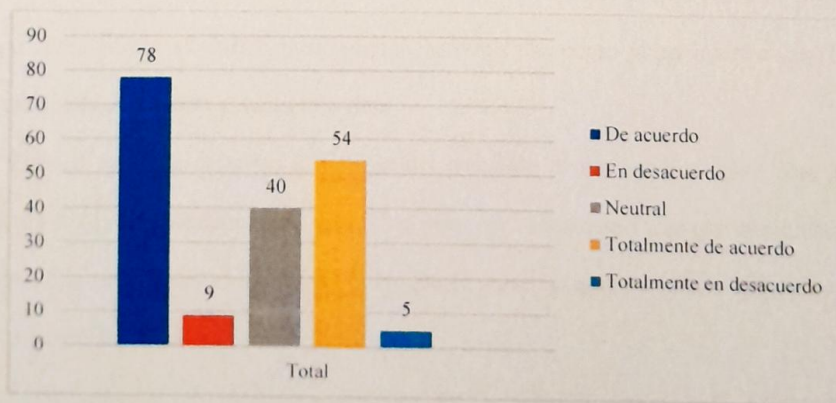
Los resultados son positivos, con muchas personas satisfechas con la información recibida sobre el horario de cierre. Esto indica que el museo ha logrado comunicar bien los aspectos. No obstante, las respuestas neutrales indican que es útil reforzar esta información verbalmente al ingreso o por medio de carteles y anuncios digitales.

La toma de fotografías en espacios patrimoniales es una práctica común y muy valorada por los visitantes. Sin embargo, es necesario establecer normas claras sobre su uso para proteger los objetos y respetar los derechos de autor o criterios curatoriales. Este gráfico muestra si el museo comunica de forma efectiva las políticas sobre fotografía, lo cual también influye en la relación del público con el entorno patrimonial.

La toma de fotografías en estos espacios es una práctica común y muy valorada por los visitantes. Sin embargo, es necesario establecer normas claras sobre su uso para proteger los objetos y respetar los derechos de autor. La figura 26 muestra si el museo comunica de forma efectiva las políticas sobre fotografía, lo cual también influye en la relación del público con estos entornos patrimoniales.

Figura 25

Se permite o se informa claramente si se pueden tomar fotografías

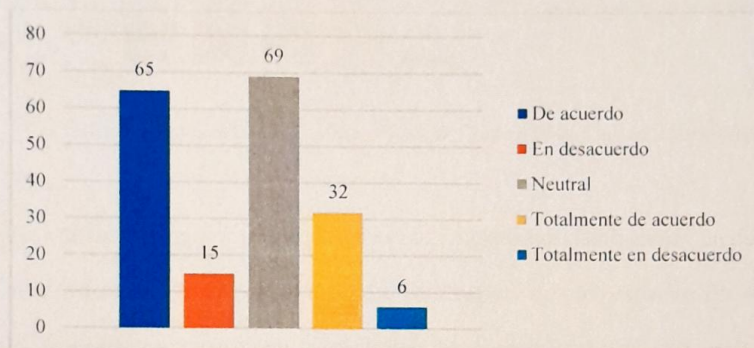


Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Una gran mayoría señala que el museo comunica de forma clara si se pueden tomar fotos, lo cual genera confianza y evita malentendidos. Este aspecto es muy valorado por los visitantes y debe mantenerse como buena práctica. Aun así, el pequeño porcentaje en desacuerdo sugiere revisar si esta información es visible desde el inicio de la visita.

Figura 26

Suficiente información sobre los objetos y exposiciones (carteles, guías, etc.).



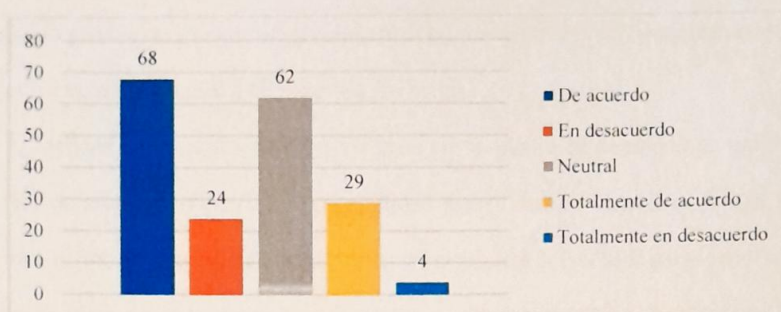
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Este gráfico muestra una percepción positiva, con una mayoría de personas de acuerdo o totalmente de acuerdo. Aun así, un grupo de visitantes expresó que la información podría ser más completa. Esto podría abordarse incorporando herramientas como guías interactivas, fichas con mayor profundidad o visitas guiadas temáticas.

Ofrecer áreas de descanso a lo largo del recorrido es una medida clave para mejorar la experiencia de visita, especialmente para adultos mayores, niños o personas con movilidad reducida. La figura 28 analiza si los visitantes perciben que el museo cuenta con estos espacios adecuados, cómodos y bien distribuidos.

Figura 27

Existen espacios para sentarse o descansar durante la visita.



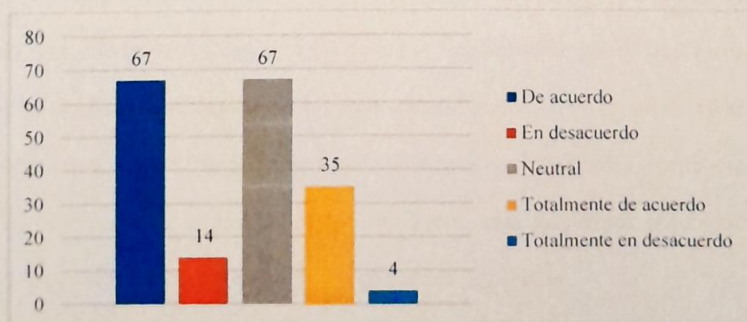
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

En este caso, aunque muchos visitantes están satisfechos, también hay un número importante que se mantuvo neutral o no está de acuerdo. Esto sugiere que los espacios de descanso no están distribuidos estratégicamente o son insuficientes. Es fundamental para mejorar la comodidad del recorrido, sobre todo para personas mayores o con movilidad reducida.

La infraestructura sanitaria es parte fundamental de cualquier espacio público bien gestionado. La limpieza, funcionalidad y accesibilidad de los baños reflejan el nivel de atención al visitante y el compromiso con una experiencia digna (Figura 29).

Figura 28

Los sanitarios son accesibles, limpios y funcionales.



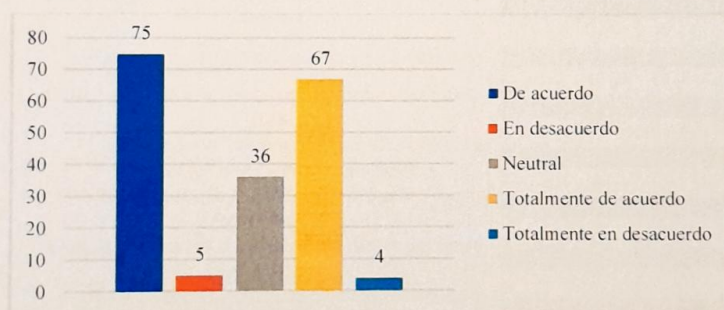
Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

La percepción general es positiva, lo que demuestra que el museo ha gestionado adecuadamente este aspecto básico pero importante. Aun así, una pequeña parte de los visitantes tiene dudas o no lo percibió así, lo que implica que se debe mantener el nivel de mantenimiento y asegurar que todos los visitantes accedan fácilmente a los baños.

La calidad de la experiencia del visitante en un museo se compone de múltiples factores, siendo uno de los más cruciales la disponibilidad y facilidad de identificación del personal para ofrecer apoyo. Sobre la percepción de los visitantes respecto a la facilidad para identificar al personal cuando se requiere ayuda la figura 30 presenta los resultados obtenidos, desglosando las respuestas de los encuestados en diversas categorías de acuerdo y desacuerdo.

Figura 29

Facilidad para identificar al personal del museo si se requiere asistencia



Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro elaboración Calderón Zavala, 2025.

Los resultados sobre la facilidad para identificar al personal del museo cuando se requiere asistencia. Durante las encuestas, muchas personas manifestaron que es fácil reconocer al personal, gracias a su disposición en los diferentes espacios. Sin embargo, un grupo de visitantes expresó que en ciertos momentos no había personal visible para resolver inquietudes o brindar acompañamiento.

A continuación, se presentan los resultados más relevantes obtenidos a partir de las respuestas, organizados por cada una de las preguntas planteadas.

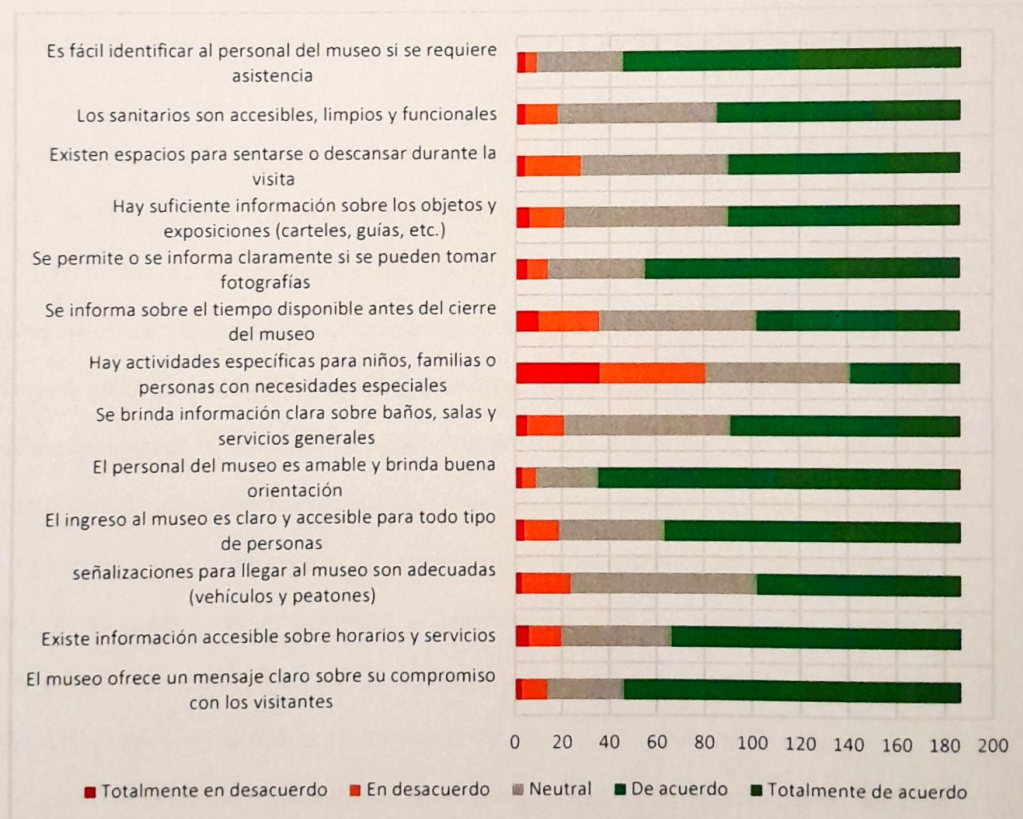
Sobre los *tres aspectos que más gustó de la visita*, los principales aspectos más valorados corresponden a: el contenido histórico, la forma en que les transmiten la historia de Eloy Alfaro, así como la atención del personal y de los guías, sin dejar atrás el ambiente natural que rodea el museo.

Respecto *tres aspectos que el museo debería mejorar*, los entrevistados sugieren implementar estrategias de promoción para así atraer visitantes, mejorar la señalización externa e interna, también se propone incorporar actividades interactivas y mejorar la infraestructura.

A continuación, se presenta un gráfico de barras apiladas que resume los principales aspectos mencionados por los visitantes en relación con su experiencia en el museo (Figura 31).

Figura 30

Percepción del visitante sobre la experiencia y servicio del museo



Nota: Encuestas aplicadas en el Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro Elaboración Calderón

La mayoría de los visitantes tuvo una experiencia agradable, por su eficiencia y eficacia al momento de brindar información. Sin embargo, las recomendaciones de mejora se centran en temas de promociones y la infraestructura, estrategias de diferenciación lo que indica que el museo debe adaptarse a nuevas perspectivas,

3.4 Identificación de estrategias para la mejora

Las respuestas a la pregunta sobre qué estrategias sugiere para mejorar el museo en la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural, permiten cumplir el objetivo específico tres.

Las estrategias propuestas apuntan principalmente a reforzar el valor educativo y tecnológico del museo. Se recomienda la organización de talleres culturales y programas dirigidos a estudiantes, así como generar contenidos digitales que permita difundir el legado histórico de forma más dinámica. Además, se sugiere implementar códigos QR con información y fortalecer la conexión cultural con la comunidad.

Las percepciones de los visitantes del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro evidenció una valoración positiva hacia la atención del personal, la claridad de la información y el contenido histórico ofrecido no obstante se identificaron desafíos como la señalización deficiente, la falta de actividades inclusivas y la escasa promoción digital los visitantes en su mayoría jóvenes resaltaron la importancia de integrar tecnología y programas educativos para enriquecer la experiencia museística estos hallazgos destacan la necesidad de adaptar las estrategias del museo a las expectativas del público fortaleciendo así su conexión con la comunidad y la puesta en valor del patrimonio cultural.

Se concluye que el museo aún no cuenta con un sistema consolidado de seguimiento y evaluación de su público visitante. Aunque se registran datos básicos como fecha, número de asistentes y tipo de evento, no se recoge información cualitativa que permita interpretar con profundidad la experiencia del visitante ni su percepción sobre la oferta cultural del museo.

Además, se sintetizan las estrategias encaminadas a mejorar la experiencia del visitante, mejorar la gestión interna, potenciar la visibilidad institucional y fortalecer los vínculos con la localidad. Ellas buscan responder a las debilidades identificadas, aprovechar las oportunidades

detectadas y consolidar al museo como un espacio cultural de referencia que contribuya activamente a la valoración del patrimonio histórico ecuatoriano.

Estrategias de promoción, visibilidad y transformación digital

Desarrollar un plan integral de marketing digital que incluya campañas activas en redes sociales, una página web actualizada y la creación de un canal de YouTube con videos sobre la historia y salas del museo. Complementar con el desarrollo de una aplicación de realidad aumentada y recorridos virtuales con contenido educativo que permitan explorar el museo desde cualquier lugar. Incorporar códigos QR en salas cerradas para acceder a trivias patrimoniales, cápsulas audiovisuales y visitas virtuales dirigidas especialmente a públicos jóvenes.

Participación comunitaria y dinamización cultural

Fomentar la creación de espacios de participación ciudadana donde la comunidad pueda aportar objetos y testimonios para ser parte de las exposiciones. Establecer alianzas con escuelas y artesanos locales para desarrollar talleres, organizar actividades culturales y educativas en comunidades. Promover concursos escolares, ferias temáticas y estaciones interactivas que motiven la participación activa de niños, familias y visitantes en general. Involucrar a voluntarios en proyectos culturales que fortalezcan el vínculo del museo con la sociedad.

Mejora de la infraestructura y servicios inclusivos

Habilitar y mejorar el museo principal y sus espacios físicos para garantizar la accesibilidad universal, incluyendo rampas, señalética inclusiva y espacios de descanso. Implementar rutas patrimoniales que incluyan pictogramas y señalización adaptada para adultos mayores, personas con discapacidad y familias. Asegurar que las instalaciones cumplan con altos estándares de accesibilidad y comodidad para todos los visitantes.

Alianzas institucionales y promoción estratégica

Gestionar alianzas con instituciones y empresas privadas para el mantenimiento y desarrollo del museo. Establecer convenios con Instituciones de educación superior, participar en ferias culturales y turísticas, colaborar con instituciones culturales y sumar rutas turísticas que incluyan la

visita al museo. Potenciar la promoción a través de redes sociales, aeropuertos y colaboración con influencers para ampliar el alcance y atraer nuevos públicos.

La tabla 8 cruza información obtenida de diferentes fuentes.

Tabla 8

Frases textuales asociadas a las estrategias

Estrategias	Opiniones de la directora	Opiniones de los gestores	Opiniones de los visitantes
<i>Transformación digital y accesibilidad virtual</i>	“Crear un canal de YouTube con videos sobre la historia y salas del museo”	“Desarrollar una app de realidad aumentada y recorridos virtuales con contenido educativo”	“Uso de códigos QR en salas cerradas, trivias patrimoniales, cápsulas audiovisuales y visitas virtuales para jóvenes”
<i>Participación comunitaria y dinamización cultural</i>	“Fomentar espacios donde la comunidad aporte con objetos y testimonios que puedan formar parte de las exposiciones”	“Crear alianzas con escuelas, realizar talleres con artesanos, y organizar actividades en comunidades”	“Cuentos, concursos escolares, ferias temáticas, mural participativo, estaciones interactivas y actividades itinerantes”
<i>Mejora de infraestructura y servicios inclusivos</i>	“Habilitar el museo principal, mejorar espacios físicos y ampliar zonas de descanso”	“Implementar rutas temporales, señalética artística, accesibilidad para personas con discapacidad”	“Banca patrimonial, sombra, zonas infantiles, pictogramas, rutas adaptadas para adultos mayores y familias”

<i>Alianzas institucionales y promoción estratégica</i>	“Gestionar apoyo y alianzas con empresas privadas para el mantenimiento y desarrollo del museo”	“Establecer convenios con universidades, participar en ferias, colaborar con instituciones culturales”	“Promoción del museo en redes sociales, aeropuertos, rutas turísticas y colaboración con influencers”
<i>Estrategias de diferenciación</i>			“Crear actividades que vayan de acuerdo a la edad con de los visitantes.

Las estrategias planteadas buscan abordar las debilidades identificadas en el diagnóstico potenciando los aspectos positivos del museo y alineándolos con las expectativas de los visitantes la combinación de mejoras en promoción accesibilidad gestión interna y vinculación comunitaria permitirá transformar al Museo en un referente cultural dinámico e inclusivo capaz de preservar y difundir efectivamente el patrimonio histórico de Ecuador.

Las propuestas recogidas se convierten en la base para un plan estratégico participativo que impulse al museo como un verdadero centro de memoria viva, accesible, inclusivo y significativo para la comunidad local y los visitantes.

CONCLUSIONES

La evaluación del estado actual de la puesta en valor del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro facilita la identificación de estrategias para la mejora de su rol y funcionamiento, por tanto, se cumple el objetivo general de la investigación.

El patrimonio cultural, los museos en el turismo cultural, su puesta en valor y las estrategias constituyen ejes conectados que permiten percibir la importancia de la gestión cultural como herramienta clave para fomentar la educación, identidad y desarrollo local.

El diseño metodológico cuali-cuantitativo, con alcance exploratorio-descriptivo, permite recoger percepciones y datos concretos de visitantes y gestores demostrando su aplicabilidad en otros contextos patrimoniales y turísticos.

La caracterización del museo refleja su relevancia como institución cultural y educativa, con recursos patrimoniales valiosos, pero con limitaciones en señalización, accesibilidad, promoción y actividades inclusivas que permitan el cumplimiento de su rol, proyección y alcance.

La fase de diagnóstico identifica fortalezas dentro del Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro como la riqueza histórica, la atención del personal y la organización interna, pero también debilidades en promoción digital, mantenimiento, actividades interactivas y aprovechamiento de públicos diversos.

Las estrategias propuestas priorizan la mejorar para la experiencia del visitante, con actividades inclusivas que sean visibles y accesibles para los turistas, mejorando la gestión interna, y potenciando la visibilidad institucional y fortaleciendo los vínculos con el cantó, todo esto alineando las acciones con las expectativas del visitante y los objetivos institucionales.

RECOMENDACIONES

Implementar un plan de marketing digital con campañas permanentes en redes sociales, página web actualizada y señalización externa clara, para ampliar la visibilidad del museo, facilitar su acceso y atraer tanto visitantes nacionales e internacionales.

Ampliar la oferta cultural y educativa mediante actividades inclusivas dirigidas a niños, familias y personas con necesidades especiales, complementadas con una difusión activa, que permita diversificar los públicos y fortalecer la participación comunitaria en la vida cultural del museo.

Desarrollar un programa de capacitación constante para el uso de tecnologías, mediación cultural y conservación preventiva, acompañado de evaluaciones periódicas, con el fin de garantizar la calidad del servicio y la actualización de conocimientos.

Incorporar tecnologías interactivas como códigos QR y recursos de realidad aumentada, que faciliten el acceso a información detallada, mejoren la experiencia de visita y fortalezcan la conexión del público con el patrimonio cultural exhibido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonomi, E. (2022). Modelos territoriales de turismo cultural Experiencia de la región Toscana, Italia.
https://eurosocial.eu/wp-content/uploads/2022/06/Herramienta_106_PS_Modelos-territoriales-turismo-cultural-Toscana_.
- Boylan, P., Woollard, V. (2006). Manual del instructor. *Cómo administrar un museo: Manual práctico*. UNESCO.
- Chang-Vargas, G. V. (2019). Entre la retórica y la ruta: la relación patrimonio y turismo cultural en la carta de ICOMOS. *Revista Pasos*. 17 N.o 2. Págs. 389-408. Abril-Junio.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.027>
- Cordero Valdés, L. y del Valle Tabatt F. (2020). Protocolo de documentación visual para objetos de museo. Centro de Documentación de Bienes Patrimoniales.
 ISBN 978-956-244-501-6. <https://www.ibernuseos.org/wp-content/uploads/2021/02/protocolo-documentacion-visual.pdf>
- Espeso -Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. Vol. 17 N.o 6. Special Issue. *Revista Pasos*. Págs. 11011112. 2019 <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>
- EVE Museo. (2020, junio 02). *Estrategias de gestión de museos*.
<https://evemuseografia.com/2020/04/14/estrategias-de-gestion-de-museos/>
- Falero Folgoso, F. J. (2019). El patrimonio histórico artístico ante el turismo Cultural: una aproximación crítica desde la historiografía del arte, en *Anales de Historia del Arte* n° 29 (2019), 443-458
- Fernández Alles, M. T. (2019). Las estrategias de marketing en la planificación y gestión del patrimonio cultural militar: Vol. 17 N.o 2. Págs. 327-341. Vol. 17 N.o 2. Págs. 327-341. Abril-Junio <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.023>
- Fonseca Martinez, A., Brull González, M. (2020). Patrimonio cultural e identidad en las universidades. *Universidad y Sociedad* [online]. vol.12, n.5, pp. 328-336. Epub 02-Oct-2020. ISSN 2218-3620.

- Galán-Pérez, A., Vieira, E. (2020). Museos memoriales, museos diferentes: buscando claves para su conservación. *Diferents. Revista De Museus*, (5), 36-55.
<https://doi.org/10.6035/Diferents.2020.5.3>
- Gallardo, M., Ojeda, J., Alfaro, L. (2003). Educación patrimonial desde el museo: iniciativas de promoción y puesta en valor del patrimonio cultural en la X Región. *Conserva* N.º 7
- ICOM. (2023). *El ICOM aprueba una nueva definición de museo*. Recuperado de
<https://icom.museum/es/news/el-icom-aprueba-una-nueva-definicion-de-museo/>
- Jiménez-Blanco, M. (2023, mayo 23). Una historia del museo en nueve conceptos.
https://www.catedra.com/primer_capitulo/una-historia-del-museo-en-nueve-conceptos.pdf
- Li, Y. (2020). Museos y Marketing: una controversia ante nuevas estrategias, *Esic Market Economics and Business Journal*, 51(1), 209-234. Doi: 10.7200/esicm.165.0511.41
- Ministerio de Cultura de Argentina. (2020, abril 17). *Puesta en valor*. Obtenido de
<https://www.argentina.gob.ar/cultura/patrimonio/puesta-en-valor#:~:text=Puesta%20en%20valor%20es%20un,culturales%20nacionales%3B%20la%20renovaci%C3%B3n%20de>
- MINTUR. (2018). Herramientas para la gestión de la calidad turística. *Filosofía Empresarial*.
- Moleiro, D., Breda, Z., Carneiro, M. (2022). Apropriação do Espaço Público na Cidade de Aveiro - Estratégias para Maximizar os Benefícios e Minimizar os Impactes Negativos da Apropriação de Espaços Públicos pelos Visitantes. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, nº 67 2024, 41-62. <https://doi.org/10.59072/rper.vi67.544>
- Morales Carmona, I., & Freitag, V. (2014). Los Museos en el Siglo XXI: nuevos retos, nuevas oportunidades. *Revista Digital do LAV*, 7(1), 30-49
- Moreira Santos, V. T. (2023, sept 14). *Puesta en valor del patrimonio cultural, material del cantón jipijapa*. Universidad Estatal del Sur de Manabí. Repositorio UNESUM.
<https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4835>

- Moreno, C. (2019). Memoria y Patrimonio de nuestra tierra, nuestra gente y su cultural. Libro digital. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/carlos_moreno_-_reflexiones_memoria_y_patrimonio_libro_digital_1.pdf
- Ochoa Romero, M. E., Erráz Alvarado, J. L., Ordoñez Ocampo, B. P., & Espinoza Freire, E. E. (2021). Los museos en la enseñanza de Historia. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(4), 439-444. <http://ref.scielo.org/s6rgjh>
- Ostelea. (2020, agosto 11). *Turismo cultural: qué es, tipos y ejemplos*. Ostelea. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-cultural-que-es-tipos-y-ejemplos>
- Ostelea. (2020, mayo 11). *Patrimonio cultural: Una riqueza por descubrir*. Ostelea. https://www.ostelea.com/sites/default/files/2020-05/Patrimonio_Cultural.pdf
- Pastor Pérez, A., & Díaz-Andreu, M. (2022). "Evolución de los valores del patrimonio cultural". *Revista de Estudios Sociales* 80: 3-20. <https://doi.org/10.7440/res80.2022.01>
- Patrimonio Inteligente. (2018). *La puesta en valor del patrimonio cultural*. Recuperado el 11 de diciembre de 2024, de <https://patrimoniointeligente.com/la-puesta-en-valor-del-patrimonio-cultural/>
- Patrimonio Inteligente. (2018). *La puesta en valor del patrimonio cultural*. Recuperado el 11 de diciembre de 2024, de <https://patrimoniointeligente.com/la-puesta-en-valor-del-patrimonio-cultural/>
- Pérez-García, A.; Caamaño Franco, I. & González Lezcano, M. E. (2023). Harmful interventions against cultural heritage and their impact on tourism. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 21 N.o 2. Págs. 271-288. abril-junio 2023 <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.018>
- Torres Merchán, N. Y., Vargas Aguilar, E. E., Pineda Caro, D. Y., Pedreros Benavides, E. Y. (2021). *Pedagogía museística para la educación científica*. Colombia: Editorial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC.

- Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *Revista Pasos*. Vol. 17 N.o 2. Págs. 343-361. Abril-Junio <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.024>
- Troitiño Torralba, L. (2015). La dimensión turística del patrimonio cultural de la ciudad de Lorca (Murcia, España). *Cuadernos de Turismo*, Núm. 36. 389-414 Julio-Diciembre. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.231061>
- UNESCO. (2011, Julio 07). *Museos comprometidos con el patrimonio local*. UNESCO. <https://www.unesco.org/sanjose>
- Valenciano Canet, G. (2022). Alcances del constructivismo como paradigma en la investigación. *Wimb Lu*, 17(2), 151-168. <https://doi.org/10.15517/wl.v17i2.53581>
- Villanueva, C. (2023). Estrategias integrales de conservación: puesta en valor del Museo de la Ciudad, Villa Dolores, Córdoba, Argentina. *Avances*, 32, 393-413. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/avances/article/view/41683>

ANEXOS

Anexo 1

*Aprobación para el desarrollo del Trabajo de Titulación en el Museo Nuclear Corporación
Ciudad Alfaro*

Manta, 30 de agosto de 2024

Sixtina Ureta Santos

Directora de Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro

Estimada:

Por medio de la presente, me dirijo a usted con el fin de solicitar formalmente su autorización para desarrollar mi proceso de Titulación (proyecto de investigación) con el tema "Puesta en Valor del Patrimonio cultural".

Mi investigación tiene como objetivo identificar formas efectivas de revalorizar Ciudad Alfaro, transformándola en un destino clave tanto para el turismo y como para para la educación.

Agradezco de antemano su consideración y quedo a la espera de su respuesta.

Atentamente,

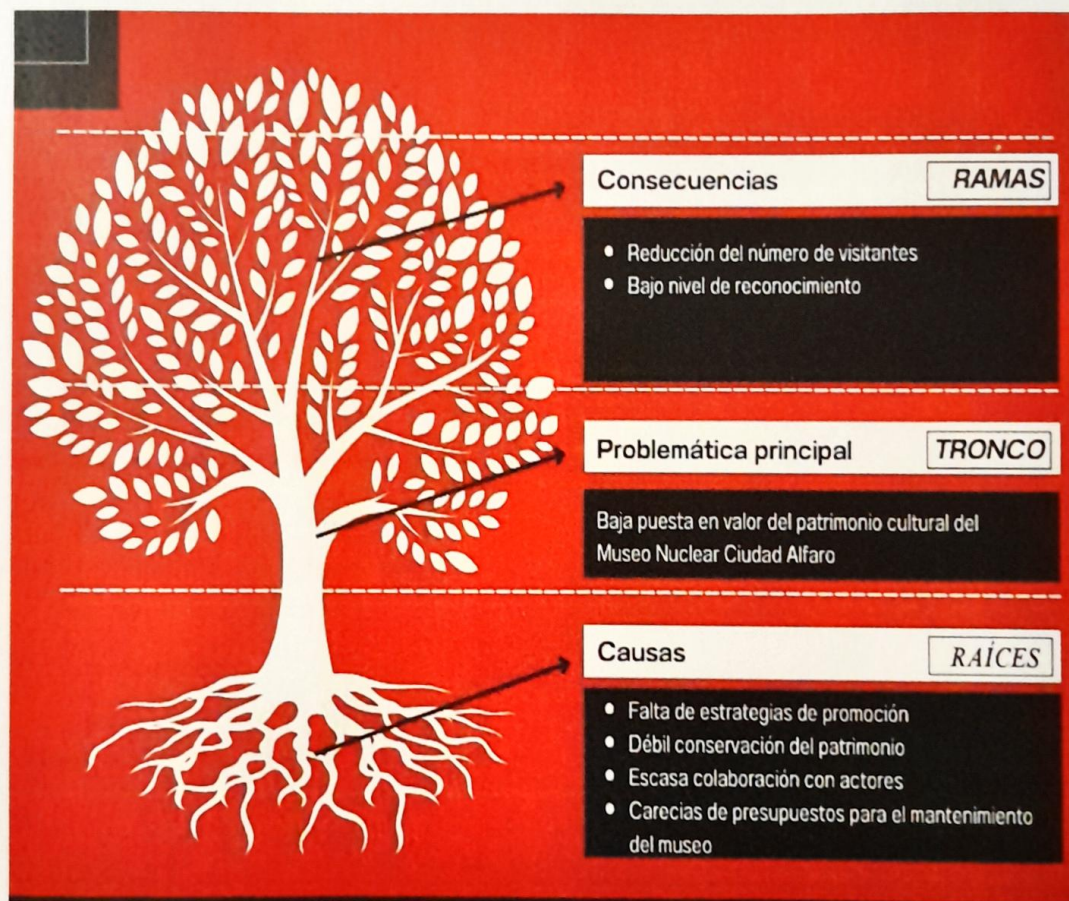
Anjuly Calderon
Arancha Anjuly Calderon Zavala

1314374842

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi
Carrera de Turismo

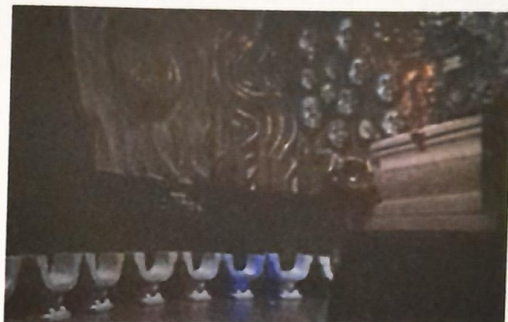
RECIBIDO
20/08/24
C. SANCHEZ

Anexo 2

Árbol de problemas

Anexo 3.

Fotografía de espacios interno y externos del museo

**Anexo 4**

Grupo de visitantes y encuestados, taller

