



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

**“EL MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO CORONEL FÉLIX
LUQUE PLATA COMO PRODUCTO TURÍSTICO DE
GUAYAQUIL”**

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentada por:

PAMELA FERNANDA CÁRDENAS DÁVILA
JESSICA ROXANA QUIJIJE ARIAS

GUAYAQUIL – ECUADOR

2008

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por brindarnos la sabiduría necesaria para realizar esta investigación; a nuestros padres y hermanos, quienes han sido seres incondicionales en nuestras vidas; a nuestros amigos, quienes nos ofrecieron su apoyo inmediato y a nuestros profesores, quienes durante estos años han compartido sus conocimientos. De manera especial agradecemos a la Master Carla Ricaurte, por su excelente dirección investigativa, al Lcdo. Peter Rodríguez, al Ing. Alejandro Chanabá, al Arq. Parsival Castro, al Ing. Gina Andrade y a la Ing. Dianna Pauta, quienes brindaron su tiempo para enriquecer esta investigación y al personal que labora en el Museo del Bombero liderado por el Capitán Alfonso Andrade.

DEDICATORIA

Al concluir con este paso de mi vida, siento que la nostalgia y los recuerdos vienen a mi memoria, son muchos, y digo nostalgia porque siento que una parte de mi alma se quedará en los pasillos de Turismo, y nunca volverá. Me voy contenta y realizada como profesional, pero este logro no hubiera sido posible sin el apoyo y amor de mis padres y de mí hermano, a ellos en especial les dedico esta tesis, a quienes amo y considero los pilares fundamentales de mi vida. De manera en especial quiero dedicar esta tesis a mis amigos, quienes siempre me apoyaron incondicionalmente en la realización de esta tesis, a Karlita, Zally, Paúl, y Antonio, los quiero.

Pamela Cárdenas Dávila

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en grata retribución del esfuerzo de quienes han caminado junto a mi hacia el logro de esta meta, aquellos que han creído en mi y han depositado su sublime confianza en mis manos para llegar a ser alguien de bien, ellos que lo merecen todo, mis padres; a los seres inseparables de mi mente y corazón, mis hermanos, mi cuñada y mis familiares; a quienes han compartido conmigo momentos irrepetibles e inolvidables, mis amigos; a Luann Brown, quien creyó en mí y me brindó esta oportunidad y a mi compañera de tesis, Pamela, con quien formé un gran equipo de trabajo. A todos va este trabajo porque han estado conmigo en los momentos cuando más los necesite, es hora de demostrarles mi cariño con esta muestra de afecto. ¡Dios los bendiga siempre!

Jessica Roxana Quijije Arias

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

M Sc. Jerry Landívar

Presidente del Tribunal

M Sc. Carla Ricaurte

Directora de Tesis

Lcdo. Fernando Mayorga

Miembro Principal

Arq. Parsival Castro

Miembro Principal

DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a su autoras, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”.

Pamela Cárdenas
Autora de la Tesis

Jessica Quijije
Autora de la Tesis

RESUMEN

El desarrollo urbanístico de Guayaquil está brindando tanto a sus habitantes como foráneos una mejor calidad de vida, seguridad en sus espacios y áreas de recreación, pero en especial un alto nivel de desarrollo turístico que incentiva cada vez más la visita de turistas a la ciudad y la inversión en nuevos proyectos en mejora de la comunidad guayaquileña. Por esta razón es necesario que Guayaquil mejore y aumente la oferta de productos turísticos, uno de ellos es el Museo del Bombero Ecuatoriano “Coronel Félix Luque Plata”, ubicado en la zona regenerada de la Plaza Colón.

Esta investigación busca diseñar una propuesta que permita convertir al Museo del Bombero Ecuatoriano en un producto turístico, utilizando como herramienta la nueva museología, que busca la creación de centros culturales participativos, dinámicos e integrados.

En el capítulo uno se encuentra los marcos de la investigación y la metodología de la investigación. Dentro de los marcos de investigación tenemos: el marco contextual denota la importancia de los bomberos en la historia de Guayaquil; el marco referencial precisa que el desarrollo

urbanístico de la ciudad ha empezado a atraer mayor cantidad de turistas y por el cual se debe procurar la creación de productos turísticos; y el marco conceptual puntualiza las nociones referentes a la museología tradicional, la nueva museología y el producto turístico. Por último se explica la metodología utilizada a lo largo de este trabajo investigativo.

En el capítulo dos se describe al Museo del Bombero Ecuatoriano “Coronel Félix Luque Plata” (MBE) desde el punto de vista de los elementos de los museos, como lo son el edificio, las colecciones, el personal y los visitantes.

El tercer capítulo caracteriza al MBE tomando como herramienta a los elementos de la nueva museología que son el territorio, el patrimonio y la comunidad. En el cuarto capítulo se analiza al MBE como producto turístico de la ciudad, considerando los componentes: atractivo turístico, infraestructura y servicios turísticos.

Para finalizar, se diseña una propuesta que tiene como objetivo ofrecer ideas para establecer un proceso museal del MBE, que por falta de éste no se ha desarrollado como producto turístico el objeto de estudio. Esta propuesta debe ser analizada e implementada por un equipo interdisciplinario y con futuras investigaciones, avaladas por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, y llevarla a su consecución.

ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	vii
Índice General.....	ix
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Figuras.....	xiv
Índice de Gráficos.....	xvi
Índice de Anexos.....	xvii
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1. Marcos de la Investigación y Metodología.....	3
1.1 Marco Contextual y Referencial.....	3
1.1.1 Marco Contextual.....	3
1.1.2 Marco Referencial.....	17
1.2 Marco Conceptual de la investigación.....	23
1.2.1 Museología Tradicional.....	23
1.2.1.1 El Museo.....	26
1.2.2 La Nueva Museología.....	41
1.2.2.1 Características de la Nueva Museología.....	47
1.2.2.2 Proceso Museal.....	49
1.2.3 Producto Turístico.....	51

1.3	Metodología de la Investigación.....	60
CAPÍTULO 2. Descripción del Museo del Bombero Ecuatoriano Coronel Félix Luque Plata.....		63
2.1	Edificio.....	68
2.2	Colecciones.....	74
2.3	Personal.....	84
2.4	Mercado Actual (Visitantes).....	87
CAPÍTULO 3. Características de la Nueva Museología.....		96
3.1	Territorio.....	96
3.2	Patrimonio.....	98
3.2.1	Patrimonio Relevante del Museo del Bombero Ecuatoriano...101	
3.3	Comunidad Meta.....	113
3.3.1	Segmentación Demográfica.....	115
CAPÍTULO 4. El Museo del Bombero Ecuatoriano Coronel Félix Luque Plata como Producto Turístico de Guayaquil.....		121
4.1	Atractivo Turístico.....	121
4.2	Infraestructura.....	124
4.2.1	Infraestructura Interna.....	124
4.2.2	Infraestructura Externa.....	127
4.3	Servicios Turísticos.....	139
4.3	Análisis FODA del MBE como producto turístico de Guayaquil.....	141

CAPÍTULO 5. Propuesta del Proceso Museal según la Nueva Museología en el Museo del Bombero Félix Luque Plata.....	145
5.1 Eje de la Motivación.....	146
5.1.1 Primer Eje de la Motivación.....	146
5.1.1 Segundo Eje de la Motivación.....	148
5.2 Guión Museográfico.....	150
5.3 Expografía.....	167
5.4 Nueva Imagen.....	175
5.5 Propuesta de producto turístico.....	183
CONCLUSIONES.....	186
RECOMENDACIONES.....	188
ANEXOS.....	189
BIBLIOGRAFÍA.....	197

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I	Cuadro de Clasificación de Atractivos Turísticos.....	57
Tabla II	Infraestructura Interna.....	58
Tabla III	Salas de la Planta Baja del MBE.....	71
Tabla IV	Salas de la Planta Alta del MBE.....	73
Tabla V	Indumentaria.....	75
Tabla VI	Equipos y Herramientas.....	76
Tabla VII	Maquinaria.....	77
Tabla VIII	Otros.....	78
Tabla IX	Piezas del Museo Bombero Ecuatoriano.....	80
Tabla X	Aspectos Positivos y Negativos de los Elementos del MBE....	95
Tabla XI	Identificación de los Clientes Potenciales.....	114
Tabla XII	Características del Atractivo y su Perfil.....	123
Tabla XIII	Frecuencia de Buses, Terminal Terrestre.....	132
Tabla XIV	Leyenda de la Figura N° 24.....	135
Tabla XV	Análisis FODA del Atractivo Turístico “Museo del Bombero Ecuatoriano”.....	142
Tabla XVI	Análisis FODA de la Infraestructura del “Museo del Bombero Ecuatoriano”.....	143

Tabla XVII	Análisis FODA de los Servicios Turísticos del “Museo del Bombero Ecuatoriano”.....	144
Tabla XVIII	Ejes de la motivación.....	146
Tabla XIX	Sectores planta baja.....	148
Tabla XX	Sectores planta alta.....	149
Tabla XXI	Propuesta de Guión Museográfico del MBE.....	151
Tabla XXII	Descripción de los Servicios Complementarios Propuestos del MBE.....	184

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Plano de los incendios de octubre de 1896 y julio de 1902 en Guayaquil.....	12
Figura N° 2	Resumen de incendios que han afectado Guayaquil.....	14
Figura N° 3	Máquina sistema vapor.....	16
Figura N° 4	Propuesta de la Nueva Museología por Lacouture.....	47
Figura N° 5	Componentes del Producto Turístico.....	55
Figura N° 6	Fachada del Museo del Bombero Ecuatoriano.....	64
Figura N° 7	Foto en los carros del Museo del Bombero.....	66
Figura N° 8	Carros motobombas del Museo del Bombero.....	67
Figura N° 9	Plano Planta Baja del MBE.....	70
Figura N° 10	Plano Planta Alta del MBE.....	73
Figura N° 11	Organigrama del Museo del Bombero Ecuatoriano.....	84
Figura N° 12	Plaza Colón, Museo del Bombero Ecuatoriano.....	98
Figura N° 13	Planta Proveedora de Agua, 1905.....	100
Figura N° 14	Máquina a Vapor Aspiazu N° 18.....	103
Figura N° 15	Máquina Sistema Guimbalete, Salamandra.....	104
Figura N° 16	Máquina Compañía Unión.....	105
Figura N° 17	Carrito de mano Gallito.....	107

Figura N° 18 Máquina a Vapor Compañía 9 de Octubre.....	108
Figura N° 19 Máquina a Vapor Compañía Olmedo.....	109
Figura N° 20 Bombas Donkers.....	110
Figura N° 21 Central de Alarma, Museo del Bombero.....	111
Figura N° 22 Campana, Museo del Bombero.....	112
Figura N° 23 Puerto de Guayaquil.....	128
Figura N° 24 Vista interior del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.....	130
Figura N° 25 Terminal, Corredor Principal.....	131
Figura N° 26 Vías de acceso al Museo del Bombero.....	134
Figura N° 27 Estructura de los Buses – Metrovía.....	136
Figura N° 28 Estación Metrovía.....	137
Figura N° 29 Mapa del recorrido de la Metrovía.....	138
Figura N° 30 Propuesta de los VII sectores de la planta baja del MBE.....	165
Figura N° 31 Planta alta, Propuesta para el Museo.....	166
Figura N° 32 Logo propuesto para el MBE.....	178
Figura N° 33 Tagline propuesto para el MBE.....	179
Figura N° 34 Propuesta de Producto Turístico Museo del Bombero Guayaquileño.....	183

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Mercado Real.....	87
Gráfico N° 2	¿Conoce la relación entre el desarrollo de Guayaquil en la historia y los incendios que la devastaron?.....	89
Gráfico N° 3	¿Crees tú que dentro del recorrido se ha mostrado la relación antes mencionada.....	90
Gráfico N° 4	¿Qué fue lo que más te gustó del Museo del Bombero?.....	90
Gráfico N° 5	¿Qué parte del recorrido te pareció menos interesante.....	91
Gráfico N° 6	¿Cuánto tiempo le tomó hacer todo el recorrido del Museo?.....	92
Gráfico N° 7	¿Qué recuerdos le gustaría encontrar en el Museo?....	93
Gráfico N° 8	¿Qué servicio adicional te gustaría encontrar en el Museo?.....	94

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1	Diseño de la Encuesta dirigida al Mercado Real.....	190
Anexo N° 2	Diseño de la Entrevista dirigida a Expertos.....	191
Anexo N° 3	Cálculo del Tamaño de la Muestra para diversos niveles de error.....	192
Anexo N° 4	Cuestionario de la entrevista dirigida al Lcdo. Peter Rodríguez, especialista en marketing turístico.....	193
Anexo N° 5	Ficha de Atractivo MBE.....	194

INTRODUCCIÓN

El tema de tesis aprobado para esta investigación fue el *Museo del Bombero Ecuatoriano “Coronel Félix Luque Plata” como Producto Turístico de Guayaquil*. Este lugar recoge parte de la historia de los bomberos de Guayaquil, y permite transmitir a propios y extraños fragmentos de esos días donde la ciudad tuvo que soportar devastadores flagelos a orillas de su río, por eso es importante que los guayaquileños conozcan la historia de su ciudad.

Para la investigación se delimitó como área de estudio del proyecto al Museo del Bombero Ecuatoriano “Coronel Félix Luque Plata”, ubicado en la Plaza Colón en el Barrio de Las Peñas, de la parroquia Carbo Concepción en la ciudad de Guayaquil. Se realizó una cronología de los incendios más importantes en Guayaquil, desde el año de 1536, cuando ocurre el primer incendio, hasta la actualidad. Y se diseñó una propuesta utilizando los conceptos de la nueva museología y del turismo.

El objetivo general de este trabajo fue diseñar una propuesta de un proceso museal para convertir al Museo del Bombero Ecuatoriano “Coronel Félix Luque Plata” en un producto turístico a partir de la nueva museología, la misma que permite emprender el diseño y realización de un centro cultural dinámico, participativo e integrado. Para alcanzar lo antes planteado se trazaron los siguientes objetivos específicos: construir el “eje de la motivación” que motive y conecte al público con el objeto de la exposición; producir un guión con ordenación, fabulación y motivación; que transmita un conocimiento, llame la atención mediante la exposición y cree emociones en los visitantes del Museo del Bombero; establecer la expografía con códigos, arquitectura, espacio abierto, mobiliario y tiempo de recorrido, con base en la nueva museología; y el último fue crear una imagen como producto turístico, para posicionar y promocionarlo como uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad.

La falta de este proceso museal en las instalaciones del MBE y su actual imagen son factores que perjudican su desarrollo como producto turístico cultural de Guayaquil.

CAPITULO 1

MARCOS DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

1.1 MARCO CONTEXTUAL Y REFERENCIAL

1.1.1 MARCO CONTEXTUAL

Capítulo indispensable en la Historia del Cuerpo de Bomberos, es el relato cronológico de los incendios. Aunque no se señalarán cada uno de ellos, sí se mencionarán los de mayor importancia, para resaltar el origen y progreso del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil durante cuatro siglos; desde el primer APAGAFUEGO, que no era bombero propiamente; hasta los actuales “legionarios de la casaca

roja”, y desde los humildes capachos de cuero hasta los poderosos elementos de hoy.

La historia del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG) parte de aquel lejano día de 1536, cuando los chonos¹ dieron al traste con el primer intento de ubicar Guayaquil en el litoral, como puerto para San Francisco de Quito.

Guayaquil, con los primeros bohíos pajizos y de caña de los conquistadores, se inició en los incendios, aún antes de que los bravos e irreductibles huancavilcas, en la postrera tentativa de recuperar su AILLU, en 1541, convirtieran en cenizas el primer caserío de 1537, fundada por Orellana.²

Entre 1541 y 1600 ocurrieron unos seis incendios de relativa magnitud; en uno de ellos volvió a quemarse la única iglesia, “La Lonja” o Plazita del Mercado y dos pulperías vecinas de la iglesia; más tarde, la ciudad padeció otros cinco incendios generales hasta 1756, donde se redujeron a cenizas más de cien casas en cada uno . El

¹ Fieros guerreros que se disputaban con los punaes el cetro de la rebeldía.

² CHÁVEZ Franco, Modesto, Historia del Cuerpo de Bomberos, Tomo 1, Segunda edición, 1985.

primero de ellos ocurrió en 1624, el segundo en 1632, este último destruyó el puerto y la Marina Real. En 1636 se desarrolló otro voraz flagelo, sorprendiéndolos a media noche. En 1678 se quemaron todas las casas del Barrio Las Peñas, y el quinto aconteció en 1707 a las 7 de la noche, donde al menos 130 casas desaparecieron en dos horas.³ Aunque Baleato (1887) señala que para esta época existieron 12 incendios generales.

La causa de los incendios fueron distintas en cada caso: como peleas entre esposos, descuido en la cocina, venganza, etc, pero siempre fueron víctimas de destrozos porque los elementos de construcción de las casas eran de fácil combustión. El río Guayas fue siempre la fuente proveedora de agua, ya que ésta y el lodo, que se llevaba en capachos de cuero, provenía del río o de alguno de los tantos esterillos que desaguaban al río o que se habían originado en la construcción de algún barco, porque debe recordarse que por aquella época la ciudad terminaba a la altura de la actual calle pichincha y que muy pocas casa habían invadido el sector de la orilla, así que los armadores no tenían el menor escrúpulo en utilizar el espacio vacío para instalar parrillas y construir sus navíos.

³ Revista Mi Guayaquil, "Guayaquil y su historia", II parte, 2005

Después de esto los Guayaquileños seguían siendo víctimas del fuego, en 1764 un incendio destruyó más de la mitad de la población, se quemaron alrededor de 200 casas valiosas en cuyos bajos se encontraban los establecimientos de comercio de mayor consideración. Este incendio es conocido como el "*Fuego Grande*", las pérdidas avaluaron en 2'000.000 de pesos, relativamente por la extensión del poblado de entonces, fue tan grande como el de 1896.

Después de aquel voraz incendio el Cabildo Porteño emitido varias ordenanzas para la reedificación de la ciudad, estas son:

Primero.- Que en la reedificación de la ciudad, ante todo se delinee las calles en forma regular para evitar recovecos o calles tortuosas o estrechas que dificultan el libre acceso de los vecinos y defensores de la ciudad, en caso de un incendio, al mismo tiempo que facilitan por la proximidad de las casas unas con otras, la propagación del fuego.

Segundo.- Que las nuevas casas que se construyan sean de quincha, adobes, ladrillos, bajareque o de cal y piedra, según lo permita el terreno y las condiciones económicas de los propietarios.

Tercero.- Que no se construyan cocinas altas en los fondos o parte posterior de las casas, sino en tierra y a distancia de las mismas, como aconsejaba el Procurador General García Cáceres en su informe.

Cuarto.- Prohibir la construcción de casas de paja en las cercanías de la ciudad, con admonición de que las que se hubiesen salvado del Fuego Grande sean cubiertas con tejas en el término preciso que fijase el Gobernador a quien se le dan las gracias, muy debidas, por la eficacia, actividad y diligencias, que ha demostrado en el presente lamentable infortunio.

Fueron varios los intentos por proteger a Guayaquil de innumerables flagelos, pero fue en el año de 1825 cuando se estableció la Junta de Seguridad Mutua, esta es la fecha que puede considerarse como el momento en que nació el Cuerpo de Bomberos puesto que entonces se organizó la lucha contra incendios en forma sistemática. Años más tarde la Junta de Seguridad Mutua había comprobado cuan útil podía ser una entidad que sistematizaba la defensa contra los incendios en base de una organización estable.⁴

En el año de 1835, el Presidente de la República, Vicente Rocafuerte crea el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, como una Institución organizada con grupo de ciudadanos que formaban y auspiciaban compañías de bomberos dotándolas de local y máquinas a vapor que eran importadas de Estados Unidos y Europa, creándose compañías como la Neptuno, Salamandra, Unión, Sirena, Intrépida, Olmedo,

⁴ Actas del Cabildo de Guayaquil, XXXI:553, XXXII:50, 57, 62

Rocafuerte, Luzarraga, Guayas, que hoy son parte de la historia de los bomberos de Guayaquil.

Continuando con la cronología, los incendios no pararon, siguieron aumentando, en 1841 ocurrió algo similar al incendio de 1764; en 1873 una llamarada destruyó el Hospital Militar y un centenar de viviendas, fue muy peligroso debido a su proximidad al *Polvorín* – explanada en la depresión entre las colinas de Santa Ana y el Carmen, por donde se transita a la Atarazana. El susto general fue enorme, como es de suponer, y sólo los bomberos afrontaron la muerte. Conspirado el peligro mayor, los mismos bomberos, acompañados de varios particulares salvaron los enfermos del hospital, llevándolos a la hacienda Atarazana, se destacó entre esos valientes filántropos el guayaquileño don Javier Marcos.

Continuaron los incendios en Guayaquil, el 26 de octubre de 1890 se suscitó en los almacenes Gainsborg otro incendio, destruyendo valiosas propiedades y tiendas de comercio en el sector del Malecón.

El 12 de febrero de 1895 redujo a cenizas 8 manzanas entre las calles Pichincha, Boyacá y Municipalidad, propagándose en la iglesia San Agustín hasta destruir 80 casas en pocas horas.

Nadie se imaginaba que ocurriría el incendio más grande y desastroso de Guayaquil un año después. El 5 y 6 de octubre de 1896 aconteció el incendio más cruel de todos, ninguno se le comparó. Este empezó en el almacén de lencería denominado “La Joya” situado entre las calles de Malecón, Pichincha, Illingworth y Aguirre⁵, las campanas sonaban, pero como dos noches anteriores hubiera un incendio en el Malecón y aún los escombros dieran lugar a continuar las alarmas, entonces todos creían que la voz de fuego obedecía a esta causa, por lo que nadie puso atención en primer momento. Contigua a la manzana donde el fuego tuvo su origen, estaba el Palacio de Gobierno, en el que iba a reunirse pocos días después la *Convención Nacional*, pero como aquel edificio estaba separado hacia el sur por la anchura de la calle Aguirre y el incendio no avanzó ni un palmo en ese sentido, se salvaron las oficinas públicas en tanto que la hoguera se lanzaba hacia el norte y al oeste con rapidez vertiginosa. Se rumoró que por tal motivo el incendio fue provocado sin considerar la dirección del viento.

Era la medianoche y el viento soplaba en dirección sur – oeste lo que determinó feroz desastre. El fuego devoraba todo lo que encontraba a

⁵ CHÁVEZ Franco Modesto, Historia del Cuerpo de Bomberos, Tomo 1.

su paso, importantes edificios como el Banco Comercial y Agrícola, el Banco del Ecuador, el Club de la Unión, el colegio San Vicente, el Hotel Europa, la Pastelería Italiana, la nueva y elegante Botica Francesa, templos, varios almacenes comerciales y viviendas desaparecieron. Era el día 6 y la ciudad ardía en llamas; el fuego avanzaba hacia el Barrio Las Peñas y 28 manzanas también desaparecieron de la superficie.

Las compañías de bomberos contaban con: 18 bombas; de las cuales tres eran a vapor, las demás de guimbaletes⁶; la Columna de Hacheros, la Guardia de Propiedad, el sistema de pozos y esclusas, y los pequeños grifos de agua potable en las calles más centrales. También se contaba con el sistema de alarmas campanas *ad libitum*, que servía para empavorecer hasta las estatuas y hacer correr y alborotar hasta los árboles. Es importante recalcar que las bombas de guimbaletes secaban un pozo en pocos minutos y las bombas de vapor sólo podían alimentarlas o trabajar por su cuenta hasta las dos o tres primeras calles paralelas al río. En las afueras eran inútiles, tanto por su peso, poco transportable por malas calles, cuanto que con su poder, un pozo era para ellas un vaso de sorbete. Los bomberos ya

⁶ Palanca de la bomba

nada podían hacer, todo era inútil, con un incendio de esa magnitud, jamás imaginado, Guayaquil necesitaba ya algo más rápido.

A partir de esa fecha el Cuerpo de Bomberos tomó mayor protagonismo en función de bajar los índices de desastres y no volver a pasar por el incendio de 1896.

El Incendio llamado *Del Carmen*, según los primeros datos del 19 de julio, destruyó en quince horas, 26 manzanas con 700 casas, dejando 15.000 personas sin techo y 12'000.000 de sucres en pérdida, incluyendo lo sufrido en los comercios y en el depósito de la Aduana. Modesto Chávez compara estos datos con los del Incendio de 1896 en el ardieron 89 manzanas con 1.200 edificaciones, 25.000 personas quedaron sin hogar y las pérdidas llegaron a los 45'000.000 de sucres. (Ver figura N° 1).

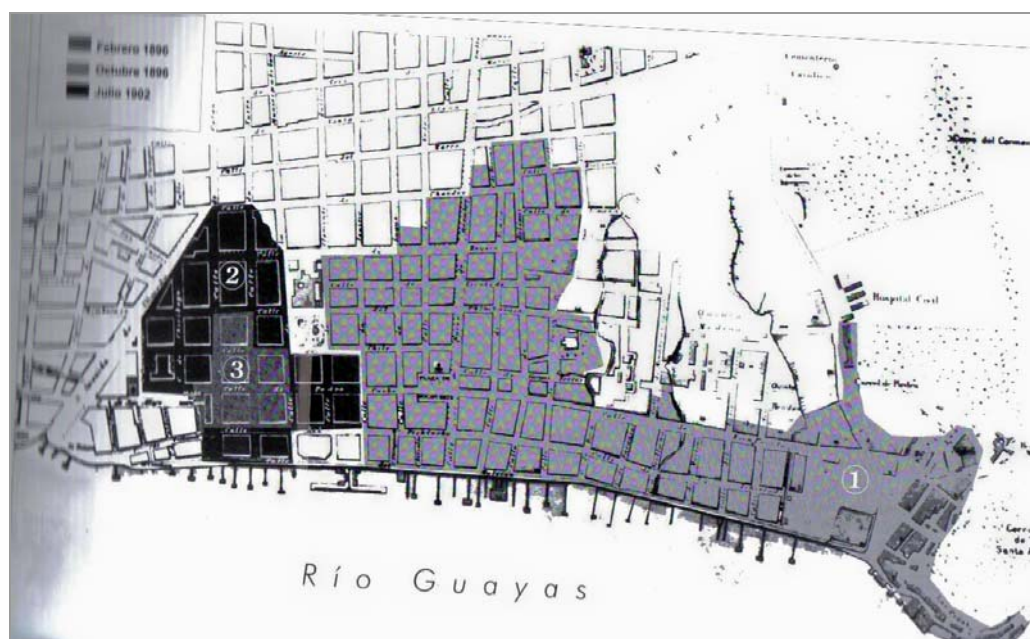


Figura N° 1 Plano de los incendios de octubre de 1896 y julio de 1902 en Guayaquil.
Fuente: Guía Histórica de Guayaquil, Tomo 4.

El Incendio Del Carmen empezó en Pichincha y Municipalidad (Diez de Agosto), en el depósito de aguardiente de *Palmiro Noriega*, abarcando por el norte hasta Aguirre, por el sur hasta la Av. Olmedo, por el oeste por la calle Chanduy (García Avilés) y por el este, el Malecón; y acabó al día siguiente a las dos de la tarde. Chávez opina que lo que lo detuvo por el norte fue la pampa dejada por el incendio de 1896 y por el sur y el oeste las amplias avenidas de Olmedo y Boyacá. Entre las edificaciones importantes destruidas, a parte de los aproximadamente 65 locales comerciales, se contaba el Hospital, la

Cárcel, la Universidad, el Palacio Episcopal, el Colegio La Providencia, el Colegio Vicente Rocafuerte, recién reconstruido después de su incendio en 1899, mismo caso que las Iglesias de San José y de San Agustín en proceso de reconstrucción por recientes incendios; la oficina y los talleres del diario El Telégrafo, ubicados en la calle Pedro Carbo, que recibieron albergue en las instalaciones de su competencia: *EL Grito del Pueblo*.

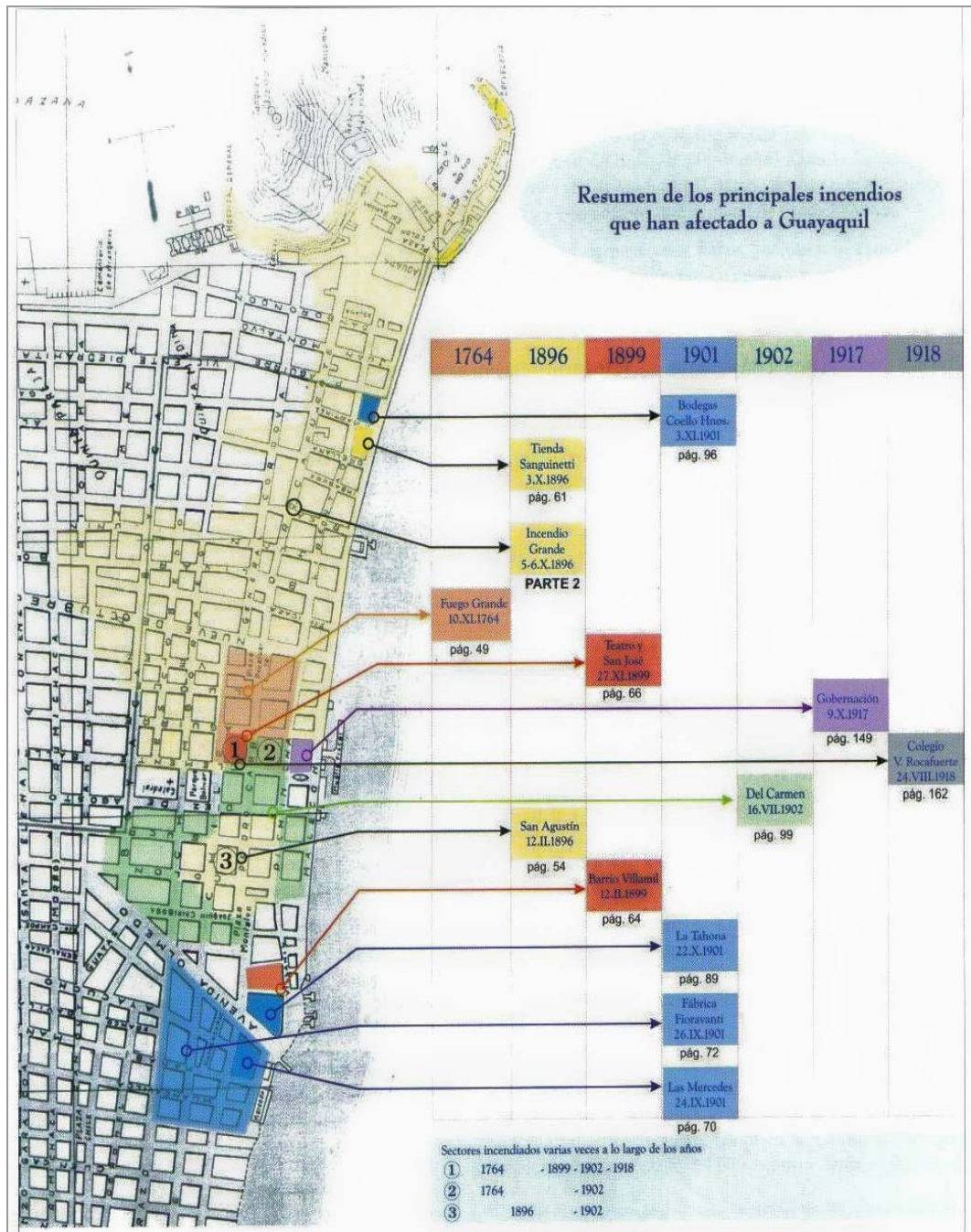


Figura Nº 2 Resumen de incendios que han afectado Guayaquil.
Fuente: Guía Histórica de Guayaquil, Tomo 4.

En 1904 aparece el Coronel Félix Luque Plata, bombero con espíritu altruista que años da pie a que se bautice con su nombre al Museo del Bombero Ecuatoriano (MBE). Luque obtuvo extender su jurisdicción a toda la provincia y fundó compañías y columnas en Daule, Nobol, Balzar, Colimes, Yaguachi, Milagro, Naranjito y Samborondón.

El coronel fue un hombre trascendental en esa época, quien contribuyó de forma desinteresada en terminar la construcción de la Planta Provedora de Agua, que fue inaugurada en 1905, durante la jefatura del Coronel Geo Chambers Vivero.

Años más tarde, por 1927, se inició la formación de un museo característico de bombero, para lo cual se comenzó por adquirir el último uniforme y las condecoraciones del fallecido ayudante Manuel Herrera, y la máquina de sistema guimbalete *Compañía Salamandra*, la última reliquia que quedaba de los antiguos tiempos, con 61 años de servicio hasta el año 1926. El 25 de julio de 1982 se inaugura el Museo del Bombero Ecuatoriano "Coronel Félix Luque Plata", siendo el lugar donde se guarda la historia de los bomberos de cientos de años, escrita con fuego y sangre, en la que ellos, desafiando cualquier

adversidad, combatieron las llamas, con antiguos y escasos materiales de la época, en los grandes incendios que relata la historia.

Años más tarde, durante la administración del Coronel Jaime Cucalón fueron totalmente reparadas y ampliadas las instalaciones del museo, conservando su antigua arquitectura, y guardando celosamente las donaciones realizadas por las familias de estos ejemplares protagonistas, quienes se despojaron de sus recuerdos para que formen parte de las reliquias que hoy en día se exhiben en sus vitrinas.



Figura N° 3 Máquina sistema a vapor.
Fuente: www.visitaguayaquil.com

Los incendios de los últimos años han mostrado que el Benemérito Cuerpos de Bomberos cuenta con los equipos para hacer frente a los incendios, los más importantes de estos últimos decenios fue el del Teatro Olmedo en 1930, el del diario El Universo en 1978 y el de la Bahía en 1997.

Para finalizar esta cronología se puede decir que los bomberos nacieron con la ciudad, crecieron junto a su historia y actualmente siguen sirviendo a los ciudadanos, avizores de los incendios y desgracias, pero al mismo tiempo educando a los niños, jóvenes y adultos a prevenirlos y ser parte de ellos responsablemente.

1.1.2 MARCO REFERENCIAL

Guayaquil es una ciudad con tendencias a reconstruirse una y otra vez, ya sea por pestes, incendios o piratas, esta hermosa ciudad ha sido devastada por múltiples ocasiones. No sólo las invasiones, y los incendios tuvieron arruinada a Guayaquil por tanto tiempo, el gran abandono por parte de las administraciones municipales hace muchos años atrás fueron las culpables inmediatas de que la ciudad quedara en ese entonces en la más deplorable humillación ante el país y el resto de América, catalogada como una de las ciudades más

peligrosas del Ecuador, una fama que afectó profundamente la llegada de turistas, ya que su imagen estaba deteriorada y los alcaldes de esa época hicieron muy poco para recuperarla y embellecerla.

En esas últimas décadas, debido a ese abandono terrible, Guayaquil se había convertido en una ciudad poco atractiva para los turistas, quienes sólo llegaban aquí como punto de distribución para las Islas Galápagos.

Desde la administración del Ing. León Febres Cordero, Guayaquil se ha visto envuelto en un proceso de regeneración urbana importante; su imagen constituye un modelo de progreso, orgullo y constancia para el resto de ciudades latinoamericanas que quieren un cambio positivo para su perfil e identidad ciudadana, dentro de su área nacional y mundial. Como menciona Wong (2003):

El proceso de regeneración urbana es una de las herramientas más eficaces que se emplean para cambiar la imagen y estructura urbana de la ciudad de Guayaquil, en las áreas que por desuso, por indolencia administrativa o por circunstancias de orden social se deprimieron, al igual que los centros tradicionales de muchas ciudades modernas, víctimas del urbanismo periférico y de la facilidad de transporte.

Ante este estado de cosas y luego del reordenamiento administrativo de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, se inician una serie de acciones convenientes a regenerar la ciudad, tomando como base de acción los lineamientos y recomendaciones de los planes de regeneración de otras ciudades exitosas. Es así que continúa la ejecución del proceso de regeneración urbana que hoy está viviendo Guayaquil liderado por el Alcalde Jaime Nebot; y por medio del cual se están recuperando amplias zonas del área central, logrando un considerable incremento del turismo nacional e internacional que viene propiciando el incremento de la actividad comercial y turística en la ciudad.

La regeneración urbana en Guayaquil ya dejó de ser un experimento olvidado y aislado, más bien ahora se ha convertido en un verdadero instrumento de recuperación y de progreso; la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil ha concebido auspiciar sus condiciones y hace de la regeneración una decisión para transformar y mejorar la ciudad en una forma integral.

En tan solo doce años se ha logrado cambiar radicalmente a esta ciudad, a través de un proceso de regeneración estratégico y bien

estructurado, empleando las herramientas que estaban a la mano y buscando alcanzar, con pasos firmes los objetivos y metas planteadas.

El proceso de regeneración urbana ha sido un salto grande y eficaz para la ciudadanía en general, desde inicios de su proyecto hasta la actualidad, los guayaquileños cuentan con espacios de entretenimiento en zonas donde no eran visitadas por ser inseguras y poco atractivas. Lugares como el Malecón 2000, Malecón del Salado, Cerro Santa Ana, el centro de la ciudad, plazas, parques, mercados, avenidas, entre otros, son ejemplo puntuales de este proceso urbanístico, que ahora no sólo son visitados por los guayaquileños sino también por los extranjeros. Es necesario que Guayaquil empiece a desarrollarse como producto turístico, para que el turismo se convierta en un aliado más para dinamizar la economía de la ciudad.

Por lo antes mencionado se recomienda crear, desarrollar y mejorar atractivos turísticos en la ciudad, uno de ellos es el Museo del Bombero Ecuatoriano “Coronel. Félix Luque Plata”, ubicado en la Plaza Colón, la misma que se encuentra ubicada en las faldas del Cerro Santa Ana, en un conjunto arquitectónico de 11000 m²⁷, que agrupa la

⁷ Fuente: Wong Chauvet, Daniel: Experiencia Guayaquil, Regeneración Urbana:79

Plaza del Bombero, el Busto a Francisco de Orellana, el teatro al aire libre “José de la Cuadra”, la reconstruida escuela Gonzalo Llona y el primer templo de la ciudad, la iglesia de Santo Domingo.

El desarrollo urbanístico de Guayaquil proveerá tanto a sus habitantes como foráneos una mejor calidad de vida, seguridad en sus espacios y áreas de recreación, pero en especial un alto nivel de desarrollo turístico que incentivará cada vez más la visita de turistas a la ciudad y la inversión en nuevos proyectos en mejora de la comunidad guayaquileña.

Hoy en día las políticas de desarrollo urbano involucran de manera directa, tanto en la concepción de proyectos, como en su desarrollo y posterior evaluación a las comunidades que se ven potencialmente beneficiadas por el porvenir de una ciudad. Sin ser la excepción, tanto en la teoría como en la práctica los procesos y, particularmente los proyectos reconocen en la participación ciudadana un factor importante para el éxito.

Una estrategia de generación de proyectos no puede ser concebida por un grupo de personas o de funcionarios, sino que debe contar dentro de su agenda con la directa participación de instituciones y organizaciones importantes de la ciudad y de la comunidad. La regeneración y emprendimiento de nuevos proyectos turísticos involucra la recuperación del patrimonio histórico y cultural que yace en el sentimiento colectivo que cualquier transformación en Guayaquil no debe interrumpir contra ese sentir ciudadano.

1.2 MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 MUSEOLOGÍA TRADICIONAL

¿Qué es la museología tradicional? Es la disciplina social que estudia los museos en cuanto a su historia, su rol en la sociedad, sus sistemas de investigación, conservación, educación y organización, las relaciones con el medio ambiente y la clasificación de los diferentes tipos de museos.⁸

Los objetivos para un proyecto museológico son: plantear la narración cronológica de las salas, incorporar nuevas piezas de las colecciones y eliminar la exhibición temática, esto último quiere decir que no se presenten en cada área piezas de una sola colección, sino que se cuente una historia a partir de los objetos de las colecciones.

Según Santacana (2005), el concepto de museografía, contrariamente al de museología, es mucho más concreto. La museografía es la actividad, disciplina o ciencia (según se considere) que tiene como objeto principal las exposiciones, su diseño y ejecución, así como la

⁸ SANTACANA Mestre, Joan, Museografía Didáctica, Barcelona, 2005.

adecuación y museización de determinados espacios para facilitar su presentación o comprensión.

Es decir, la museografía es la manera de exhibir los objetos para los visitantes. Las personas que trabajan en esta área son las encargadas de diseñar el montaje de las piezas teniendo en cuenta el espacio, la luz, el medio ambiente, sus características y sobre todo lo que un museo quiere comunicar a través de ellas.

El montaje museográfico busca lograr un equilibrio entre la arquitectura del edificio y la exhibición de las piezas. De esta manera, la historia que se cuenta en cada sala está determinada, en buena parte, por las características arquitectónicas de éstas; a su vez, el tipo de museografía a realizar: el diseño de vitrinas, el tipo de materiales, la clase de iluminación y los parámetros de conservación.⁹

El museógrafo es la máquina de pensar, el mismo propone un determinado espacio, en el cual se debe concretar un determinado tipo de intervención, no puede mantenerse al margen de las variables económicas, de organización y gestión que hagan la propuesta viable.

⁹ Tomado de http://www.museonacional.gov.co/exposiciones_permanentes.html

En la museografía los parámetros para juzgar una exposición se basan en: **funcionalidad y estética**.¹⁰

Funcionalidad.- Es hasta cierto punto evaluable: accesos, fluidez, circulación, etc.

Valores estéticos.- Por el contrario son eso, valores, no se rigen por la dictonomía científica de verdadero/falso, sino por la dictonomía de bonito/feo, bueno/malo.

No se puede valorar científicamente una exposición por sus valores estéticos, podría decirse que si al público le gusta es que realmente la exposición es válida. Sin embargo, eso es siempre relativo ya que si lo que se pretende es una exposición en masas, la educación y los gustos del gran público no acostumbra a ser compatibles con los de los diseñadores avanzados, que trabajan para públicos muy fidelizados y a menudo minoritarios.

La museografía sería, en consecuencia, la inteligencia en mostrar los objetos, en diseñar artefactos, en organizar el espacio y en diseñar imágenes virtuales para mostrar y hacer comprensible un determinado objeto de estudio. La museografía estudiaría en consecuencia las técnicas, de todo tipo, que permiten la optimización de la

¹⁰ SANTACANA MESTRE , Joan, Museografía Didáctica: 2005.

comunicación comprensiva y se encargaría de formar técnicos e investigadores en este campo de conocimiento.¹¹

1.2.1.1 El Museo

La conservación del Patrimonio Cultural contribuye al fortalecimiento histórico, espiritual, cultural e investigativo de un pueblo o región; esta herencia dejada por nuestros antepasados en tiempo y espacio a las futuras generaciones, es la imagen viva de que alguna vez existieron grandes grupos humanos que lucharon por la paz, la educación, la igualdad de derechos, el arte y el porvenir de una nación que ahora se esmera por contar esas historias, recoger sus vestigios, obras y monumentos para exhibirlos en lugares sagrados y propicios para su cuidado y protección.

El Museo, es el ejemplo más real de conservación y preservación, dentro de él están las muestras y legados de los antepasados, los cuales se exhiben ahora con orgullo, realzando las raíces y costumbres de los pueblos dentro de un

¹¹ SANTACANA MESTRE , Joan, Museografía Didáctica: 2005.

centro cultural que tiene como objetivo primordial la educación y recreación de sus turistas que acuden a visitarlo regularmente.

En 1974, el I.C.O.M., Consejo Internacional de los Museos, en su XI Asamblea General definió al museo como:

Una institución permanente, no lucrativa, abierta al público, al servicio de la sociedad y su desarrollo, que adquiere, conserva, investiga y principalmente exhibe, los testimonios materiales del hombre y de su medio ambiente, con fines de estudio, educación y deleite.

Se tomará como punto de partida esta definición no sólo porque fue elaborada por el máximo organismo internacional en materia de museos, sino también porque permite tener una visión completa de la institución museística.

El museo es una institución cuyos orígenes se remontan al mundo antiguo; en Grecia encontramos dos instituciones: *el Museum* y *la Pinakotheka*, los cuales estaban destinados a reunir y mostrar al público objetos a los que se les considera con un alto valor estético, histórico y pedagógico.¹²

¹² Tomado de www.mailxmail.com/curso/vida/conservacionbienesculturales/capitulo2.htm, Conservación del Patrimonio Cultural.

De las dos instituciones, la Pinakotheka, es donde se conservan estandartes, cuadros, obras de arte; mientras que en el Museum alejandrino se agrupó todo el saber de la humanidad. Existieron ahí salas de exposición, biblioteca, teatro, zoológico. En la edad media, la iglesia se preocupó por reunir y concentrar los testimonios de la vida cultural en los monasterios y templos, que luego se convirtieron en lugares de estudio y conservación.

Más tarde, reyes y príncipes se interesan en la colección de obras de arte y objetos históricos; estas colecciones reales, junto con los tesoros eclesiásticos son la base de los museos que hoy ya conocemos, nacieron como tales en 1793 en Francia, cuando el gobierno revolucionario decretó la nacionalización de los bienes de la corona y abrió las puertas del Palacio del Louvre para que pueda ser visitado por el pueblo.¹³

A partir de ese momento, y a lo largo de todo el siglo XIX, se empiezan a crear los más famosos museos europeos, los cuales han pasado a caracterizar un tipo de museo debido a

¹³ Revista Digital Nueva Museología, Historia del Museo, 2007

sus actividades de ese siglo, el museo clásico, con sus salas permanentes llenas de objetos antiguos, el museo que permanece igual a través del tiempo.

A principios del siglo XX, el auge de los museos en los Estados Unidos significó el comienzo de una nueva concepción de la institución, como museos. La museología norteamericana propone un museo esencialmente educativo, dinámico, abierto a los cambios y circunstancias, y con gran participación del público. Se diversifica increíblemente la temática museística, nacen los museos abiertos, eco-museos, museos de sitio, museos de ciencia y tecnología, cada uno de ellos con características propias y únicas que hacen de ese centro cultural un espacio para la recreación, el estudio y generación de nuevas investigaciones.¹⁴

Los museos se empiezan a valorar, pero no sólo por el detalle de sus construcciones, la diversidad y riqueza de sus piezas, sino por la función social que ellos pasan a cumplir. Algunos museos aportan un valor agregado a su comunidad, y entre ellos se forma una relación muy cercana que los convierte en

¹⁴ Tomado de www.mailxmail.com/curso/vida/conservacionbienesculturales/capitulo2.htm, Conservación del Patrimonio Cultural

grupos activos dispuestos a realizar actividades de interés para sus habitantes, ofreciendo un servicio adicional a la colectividad. En consecuencia, hoy en día se tiende a no diseñar museos en abstracto. Los museos actuales se conciben en función de las necesidades y expectativas, para dar respuesta a sus inquietudes particulares.

Los Elementos del Museo

Los elementos del museo son cuatro: *el edificio, las colecciones, el personal y el público*.¹⁵

- **EL EDIFICIO**

El edificio deber tener una serie de condiciones para que éste pueda cumplir sus funciones a cabalidad. Así mismo, el edificio destinado a museo puede tener varios orígenes como son:

¹⁵ Universidad Nacional Educación a Distancia, UNED, Madrid.

a.- Un edificio o construcción que tenga valor intrínseco, que se considere monumento, por su valor estético, por manifestar una buena expresión de un estilo o técnica arquitectónica. En este caso el mismo tendría doble función: el edificio como monumento y el edificio como museo, albergando las colecciones, por lo tanto la museografía debe adaptarse a los espacios internos disponibles, sin alterar su estructura original.

b.- Un edificio que tenga valor de referencia histórica; es decir, que en él hubiera sucedido un hecho relevante, importante, significativo desde el punto de vista histórico, dándole categoría de bien cultural o de monumento, siendo este tan importante para incluirlo en el Inventario Nacional de Bienes Culturales o de Patrimonio Cultural, que aunque no sean obras ejemplares de la arquitectura de una época, es decir, no tienen valor intrínseco, su valor esté dado por su referencia histórica.

c.- Un edificio construido específicamente para funcionar como museo, el mismo tiene la ventaja de que, supuestamente, es construido, de acuerdo a las funciones que va a desempeñar el museo; es decir tomando en cuenta sus diversos usos, estableciendo una relación armónica entre la forma y la función, previendo espacios para depósitos, exposición, talleres, oficinas, esparcimiento del público visitante, área de servicios y mantenimiento; siendo precavidos en las normas mínimas de conservación; como la iluminación, una buena circulación, seguridad, etc.

Dada la historia del museo, vinculada a la existencia de grandes colecciones de obras de arte y objetos valiosos, depositados en palacios y residencias privadas, el museo tradicional frecuentemente está situado en edificaciones que si bien tienen un gran valor artístico e histórico, no siempre reúnen las condiciones necesarias para la atención del público y para la comodidad de éste. Hoy en día se tiende a construir edificios especialmente diseñados para el funcionamiento de los museos, en los

que han sido previstas todas las necesidades de esta compleja institución.

- **LAS COLECCIONES**

Las colecciones son conjuntos de objetos (bienes culturales) que tienen un interés científico, histórico o estético, estos a su vez pueden tener un valor intrínseco o extrínseco. Como se ve por ejemplo en las colecciones de cerámica arqueológica, lítica, pintura, etc. En algunos casos son objetos heterogéneos identificados por el nombre de las personas que las reunió o coleccionó.¹⁶

Las raíces de la afición a coleccionar determinados objetos o a conservar determinadas ruinas quizás se hundan en la prehistoria de los pueblos. Sin embargo, desde que existe memoria escrita se puede rastrear y percibir la afición de la mayoría de las culturas a conservar objetos con la finalidad de venerarlos o de dar testimonio de algunas hazañas; así, monarcas, faraones, grandes sacerdotes o déspotas de todos los tiempos han

¹⁶ Universidad Nacional Educación a Distancia, UNED, Madrid.

practicado la afición por coleccionar algún tipo de objetos.

Otro tipo de objetos que han sido y son objeto de coleccionismo: se trata de los objetos sagrados. Entendemos por objetos sagrados aquellos cuya función y significado van más allá de la materia. Las reliquias son siempre objetos sagrados, bien sea porque se les atribuyen poderes sobrenaturales, bien porque su significado los hace merecedores de una especial veneración. El despojo de los mártires, los objetos que han sido tocados por los santos o que han pertenecido a los mismos han gozado de veneración por parte de millones de fieles de muchas religiones pasadas y presentes.¹⁷

Aunque las colecciones de algunos museos del siglo XIX tuvieron su origen fundamentalmente en el saqueo y despojo por parte de países colonizadores a pueblos sometidos, para sustentar prestigio y poder, hoy en día las colecciones nacen de una voluntad de estudio y

¹⁷ SANTACANA Mestre, Joan, Museografía Didáctica, Barcelona, 2005

confrontación, por lo tanto, deben ser más el reflejo de una política coherente de adquisiciones, que de la casualidad.

En nuestro mundo actual, existen reliquias sagradas que si bien no pertenecen estrictamente al ámbito de lo religioso, son adquiridas y atesoradas por multitud de adeptos: nos referimos a objetos, ropa, o elementos pertenecientes a personas mitificadas por la cultura, el espectáculo o la política.

Las colecciones de los museos actuales constituyen la más variada gama de objetos posibles al definir su temática, cada museo orienta el campo para sus colecciones que luego se incrementan en la medida de las necesidades y posibilidades.

- **EL PERSONAL**

Hoy en día se considera que el trabajo museístico constituye una disciplina especializada tanto desde el punto de vista teórico como desde el metodológico. En

gran medida son los propios museos las escuelas donde se forma en sus niveles básicos este personal especializado que se distribuye dentro de la institución de acuerdo a las áreas de atención que se derivan de las funciones fundamentales que cumple todo museo.

El museo como institución encargada de conocer, preservar, proteger y difundir el patrimonio del cual es guarda y custodia, debe contar con una estructura de personal capacitada y suficiente para cumplir y desarrollar las metas y objetivos definidos en su misión, así como la responsabilidad que ello significa.¹⁸

Las funciones del personal que trabaja en el museo deberán ser ajustadas según las características particulares de cada una de las instituciones. Es importante aclarar que la intención no es ofrecer una estructura estándar de cargos administrativos, técnicos y/o profesionales, sino establecer una referencia general. Una misma persona puede ejercer varias funciones dentro del museo y especialmente cuando se refiere a

¹⁸ Universidad Nacional Educación a Distancia, UNED, Madrid.

museos pequeños. En el caso de museos de gran escala se tiene que ampliar y ajustar no sólo el número de personas necesarias sino las funciones que éstas ejerzan. Sin embargo, es importante resaltar que en el museo el trabajo en equipo e interdisciplinario es esencial.

El personal del museo debe estar familiarizado con la historia de la institución, sus funciones y metas, además de conocer las leyes que protegen el patrimonio nacional, las recomendaciones nacionales e internacionales sobre la protección de bienes culturales, tanto muebles como inmuebles, las reglas éticas de ejercicio profesional, etc., con el objeto de cumplir su misión de protección del patrimonio.

En todo museo existen conservadores y restauradores, que tienen la misión de cuidar de las colecciones y velar por su conservación. Investigadores que trabajan en los distintos campos temáticos de que se ocupa el museo. Personal encargado de la difusión, es decir de las publicaciones y exposiciones, y personal encargado de

las tareas educativas, todas estas tareas se cumplen de manera articulada y el personal del museo trabaja formando un equipo, de manera que las actividades de un área no obstaculicen ni entren en conflicto con las necesidades y actividades de otras.

- **EL PÚBLICO**

El público tampoco es un todo homogéneo, es variado y diferente, se podría clasificar de la siguiente manera: estudiantes; los cuales están conformados por preescolares, escolares, alumnos de educación media y superior. Público especializado, entre los que se hallan investigadores, estudiosos y artistas. Público en general como profesionales, maestros, amas de casa, obreros, empleados, campesinos, etc. Finalmente merecen una mención especial los turistas, quienes conforman ese segmento de visitantes al museo que hacen que este se integre firmemente a la oferta turística de un lugar.

Si se toma en cuenta la variedad de público que visita al museo, se llega a la conclusión que se podría diferenciar

programas dirigidos, específicamente a algunas de estas áreas. Es difícil utilizar un lenguaje común para todo tipo de público y satisfacer todas las necesidades de información que este tenga. Pero si queremos llegar a un público en un momento determinado, o a un segmento de éste, debemos empezar por realizar un estudio del lenguaje, como del contenido que vamos a transmitir. En este sentido se pueden diferenciar tres tipos de niveles de información en la comunicación museística: general, especializada y específica.¹⁹

Funciones del Museo

Las funciones esenciales del museo son cinco: coleccionar, conservar, investigar, difundir y educar. De importancia significativa es el exponer, y de allí uno de los fines primordiales del museo como tal y la principal con respecto al público, pues es el puente de comunicación entre el personal del museo, la colección y el visitante. Las exposiciones temporales e itinerantes han contribuido a elevar la importancia de las

¹⁹ SANTACANA MESTRE, Joan, Museografía Didáctica, Barcelona, 2005.

actividades que ejercen los museos en el campo de la cultura y la educación.

Las exposiciones también son objeto de clasificación, de acuerdo a su temporalidad y carácter, por su temporalidad se clasifican en: permanentes, temporales e itinerantes, mientras que por su carácter pueden ser retrospectivas, antológicas, individuales, colectivas, temáticas de interés histórico y de serie.

1.2.2 NUEVA MUSEOLOGÍA

En Latinoamérica la relación que ha existido entre los museos y la comunidad es de mucho tiempo, pero eso no quiere decir que haya sido particularmente exitosa, más bien se ha caracterizado por una relación de buenas y malas experiencias. Pero sin lugar a duda, es en América Latina en comparación con el resto del mundo donde con mayor fuerza, convicción y permanencia se ha puesto de manifiesto el interés de los museos en hacer partícipe a la comunidad, y se han llevado a la práctica propuestas claras en este sentido.²⁰

Es relevante destacar la gran importancia y vigencia que ha tenido y sigue teniendo para la región los postulados de la Nueva Museología y el desarrollo de modelos propios que nos involucran para beneficio de todos los ecuatorianos y latinoamericanos en general.

Sin embargo, se debe tener presente que la propuesta de la Nueva Museología, es un llamado al cambio y a la reflexión de todos los museos contemporáneos y tradicionales; no se pretende necesariamente la creación de un nuevo tipo de institución sino la

²⁰ Revista ABRA de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional, Costa Rica, Diciembre 2003.

transformación de la presente, poniendo énfasis en la función social que todo museo debe cumplir.

En diversos foros internacionales por varias ocasiones se ha visto el profundo interés de las instituciones museológicas en desarrollar proyectos que le permita a la comunidad trabajar en la protección y conservación del patrimonio, dejándolos participar en las políticas y decisiones del museo al que representan. Obviamente no siempre estos anhelos y deseos por parte de las instituciones son llevados a la práctica en su totalidad, pero sin duda son indicadores de que se está haciendo conciencia a esta problemática.²¹

Según Felipe Lacouture (1994)

Las colecciones y los museos no han sido ajenos al movimiento político de las naciones. De esta manera, los grandes museos del mundo occidental, si bien surgen y se justifican en el desarrollo de las ciencias, su desenvolvimiento e importancia están vinculados a la expansión imperialista europea que culmina en el siglo XIX, cuando las naciones del norte del Atlántico imponían su voluntad y su explotación al mundo entero.

Las palabras que Lacouture nos expone en este párrafo son reales y creíbles, los museos y colecciones del norte, centro y sur América son

²¹ Revista ABRA de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional, Costa Rica, Diciembre 2003.

vestigios del pasado, debido a la conexión de las dos regiones, la oriental y occidental hace siglos atrás.

Gran parte de nuestras riquezas y tradiciones fueron saqueadas por los europeos: España, Francia, Portugal, Italia e Inglaterra se expandieron y conquistaron América dejando en estos lares algunas reliquias, pero no necesariamente materiales, sino una comunidad llena de costumbres extrañas, a más de una fuerte descendencia prolongada en toda Latinoamérica, que con el pasar de los años las hemos acogido como propias, cuidando el patrimonio en un territorio donde los únicos protagonistas son la comunidad participante, destinada a mantener su espacio y proteger su hábitat.

El revisionismo histórico junto con los movimientos sociales, políticos y culturales de los años setenta ponen en tela de juicio las bases de una historia oficial, lo que origina un fuerte cuestionamiento por parte de diversos sectores. En Chile, en 1972, de la reunión “La importancia y el desarrollo de los museos en el mundo contemporáneo”, es un llamado de alerta y crítica a los innumerables museos tradicionales, se exige un cambio y la aceptación de un compromiso.

Marta Dujovne (1996) se expresa claramente así:

La problemática que plantea el progreso de las sociedades en el mundo contemporáneo requiere una visión integral y un tratamiento integrado de sus múltiples aspectos (...) la decisión sobre las mejores soluciones y su ejecución no corresponde a un grupo de la sociedad sino exigen la participación amplia, consciente y comprometida de todos los sectores de la sociedad. El museo es una institución al servicio de la sociedad, de la cual es parte inalienable y tiene en su esencia misma los elementos que le permiten participar en la formación de la conciencia de las comunidades a las cuales sirven y a través de esta conciencia puede contribuir a llevar a la acción a dichas comunidades, proyectando su actividad en el ámbito histórico que debe rematar en la problemática actual: es decir anudando el pasado con el presente y comprometiéndose con los cambios estructurales imperantes y provocando otros dentro de la realidad Nacional respectiva.

Lastimosamente, sólo un año después (1973) y durante más de una década los países de América del Sur entrarían en el período más negro de su historia; lo que imposibilitó en varios de estos países y durante muchos años, el desarrollo de esta propuesta. La “Mesa de Santiago” se convertiría, en el transcurso de los años en un esclarecedor mensaje que los museólogos latinoamericanos han tratado de plasmar a través de diversas experiencias metodológicas en el marco de las propuestas de la Nueva Museología.

Los museos tradicionales son generalmente unas pequeñas y aburridas instituciones, adormecidas en medio de las comunidades,

que custodian los objetos sin saber por qué ni para qué, mientras permanecen ajenos totalmente a la suerte del patrimonio natural y cultural de sus propias comunidades.²²

Por los años setenta al interior de la UNESCO/ICOM comienza una corriente teórico-metodológica con propuestas de museólogos en la necesidad de renovar o incluso superar la institución museo, como tal. Estos planteaban la necesidad de generar diferentes experiencias, donde el museo integre como dinámica propia la investigación, preservación y comunicación del patrimonio natural y cultural con las comunidades, fortaleciendo así su identidad cultural.

Este nuevo movimiento llamada Nueva Museología tuvo su origen oficial en dos importantes reuniones, en 1971 se llevó a cabo la IX Conferencia Internacional del ICOM en Grenoble, Francia, donde se generó el concepto de Ecomuseo; y en 1972 en Santiago de Chile, organizada por la UNESCO, se acordó desarrollar experiencias con base en el concepto Museo Integral.

²² Revista ABRA de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional, Costa Rica, Diciembre 2003

Años después, en 1984 en Québec, Canadá, varios museólogos franco-canadienses y de diversas nacionalidades europeas, después de algunas reuniones convocadas por los primeros, realizaron el “I Taller Internacional sobre los Ecomuseos y la Nueva Museología” de la cual resultó la Declaración de Québec, considerado como el segundo documento importante del movimiento.

Pierre Mayrand (1985) lo declara así:

La nueva museología es algo más que un intento de innovación museológica permanente. Moviliza a quienes abogan por una transformación radical de las finalidades de la museología y, en consecuencia, preconiza una mutación profunda de la mentalidad y las actitudes del museólogo.

Los principales conceptos que integran la nueva museología según Felipe Lacouture (1995) lo sintetiza de la siguiente forma:

- Cada objeto tiene un significado
- El significado lo da el hombre
- El objeto deviene símbolo de una realidad
- El hecho museológico confronta al hombre con su realidad
- La realidad es la totalidad naturaleza-hombre

El Nuevo Museo confronta al Hombre con los elementos naturales, seres vivos, objetos y monumentos; transforma al museo tradicional de un edificio hace un territorio, de una colección hace un patrimonio regional y de un público hace una comunidad.

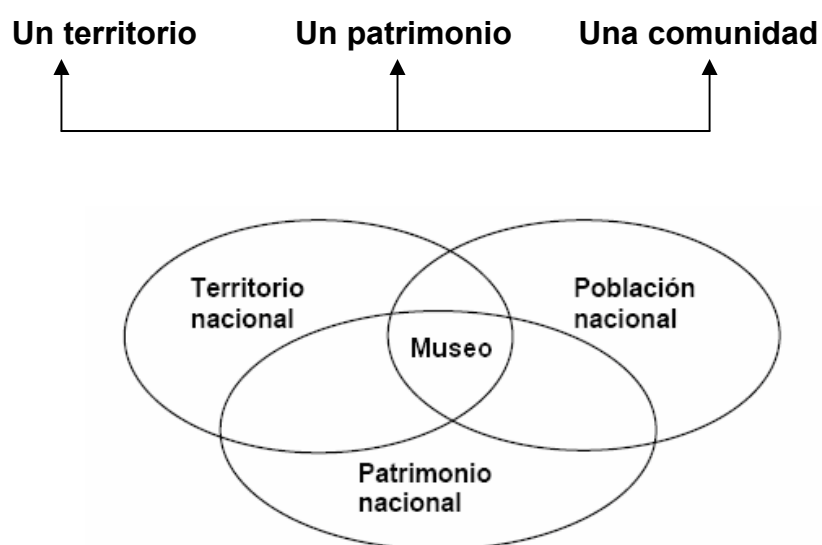


Figura N° 4 Propuesta de la Nueva Museología por Lacouture (1995)
Fuente: Tomado de la Revista ABRA del Instituto Latinoamericano de Museos, Edición 2003

1.2.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA NUEVA MUSEOLOGÍA

Las características de la nueva museología según Felipe Lacouture (1995) son tres:

1) Un territorio – región: Debido a la idea general de ampliar el edificio del museo hasta abarcar colecciones in-situ, o de extender las actividades del museo, al espacio geográfico donde este se ubica, vemos que en español se adapta mejor el concepto de “región”.

2) Un patrimonio (regional): Tomado de la ponencia presentada por José Luis Perea, *Memoria Histórica Colectiva y Comunitario* en México, patrimonio es:

El conjunto de bienes materiales, naturales y espirituales que posee la población de una región, representados por sus lugares, edificios y objetos históricos; sus manifestaciones artísticas, festividades tradicionales, conocimientos y técnicas de saber popular; formas de producción tradicional, entorno ecológico y su cultura oral.

3) Una comunidad (regional) participativa: El término comunidad tiene varios significados y pueden ser expuestos de diferentes formas, pero se la podría definir como un grupo que comparten intereses, vocabulario especializado y desarrollan actividades conjuntas tales como: deportivas, artísticas, científica, educativa, etc.

1.2.2.2 Proceso Museal

Para Felipe Lacouture (del Centro de Documentación Museológica, México, 1994), "el proceso museal debe preocuparse fundamentalmente por la transmisión de formas culturales y consecuentemente con su inculcación como utensilio privilegiado del desarrollo social".

Según Yunén (2004), el proceso museal tiene tres pasos fundamentales: el primero y el que debe mantenerse durante todo el proceso es la construcción del eje de la motivación, como su nombre lo indica es el factor que incentiva la visita al centro cultural y permite tener conectado al visitante con la exposición.

El segundo es la producción del guión museográfico, sirve para describir las piezas o elementos que se utilizan en la exposición y de esta manera mostrar el eje de la motivación, siguiendo la circulación y recorrido que realizan los visitantes al ingresar al museo.

El tercer paso es el establecimiento de la expografía, la misma que permite materializar los dos pasos anteriores y montar la exposición, Para implantar la expografía se debe considerar:

- El guión museográfico: como elemento para elegir los textos.
- Las colecciones: como objetos a mostrar.
- El espacio y el tiempo: para confrontar y observar; recorriendo con el cuerpo y penetrando en los espacios.
- El eje de la motivación: para conectar al objeto con el público.

La expografía utiliza los siguientes medios para producir un lenguaje museográfico:

- Códigos luminosos, cromáticos o textuales
- El continente arquitectónico
- El espacio abierto
- El mobiliario
- El tiempo para recorrer el espacio

En resumen, la exposición debe convertirse en una vivencia emotiva, donde los valores visuales se adaptarán para expresar

secuencias coincidentes con la narrativa. Espacio, luz, cromatismo y formas pueden ser usados adecuadamente para lograr experiencia dinámica y enriquecedora.

1.2.3 PRODUCTO TURÍSTICO

Como el objetivo de esta investigación es proponer un producto turístico, es necesario conceptualizar este término y sus componentes.

Un producto turístico es un conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado lugar o destino. Este producto forma parte de todo lo que contribuye a la satisfacción de sus clientes o consumidores, se puede analizar de la siguiente manera, lo que se vende son **satisfacciones** que esperan obtenerse por el consumo de ese **producto (o servicio)**.

Según Bayón (2004), el producto es una “cosa producida” o también “caudal que se obtiene de una cosa que se vende”. Como característica pueden señalarse que su consumo puede ser duradero o perecedero, y tiene un mayor componente

material tangible. El concepto de producto nace y es característico de la producción del sector secundario o industrial. Servicio es la “acción y efecto de servir” y también “utilidad o provecho”, en otra acepción es “organización y personal destinados a satisfacer necesidades del público “su consumo es instantáneo y tiene el mayor componente inmaterial o intangible. Es propio del sector terciario o de servicios.

De acuerdo a Fernández (1999) producto es un conjunto de bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de los turistas desde el momento que inician el viaje hasta que lo finalizan.

El producto, desde el punto de vista del marketing, es la primera y más importante de las variables de marketing mix.²³ Si una empresa no tiene el producto adecuado para animar su demanda, no puede llevar a cabo ninguna acción efectiva comercial. Es preciso decir que el producto es el punto de partida para toda estrategia de marketing. El **producto turístico** está constituido por un conjunto de bienes y servicios,

²³ Tomado de <http://www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml>, escrito por Juan de la Molina.

que se ponen a disposición de los turistas para su consumo directo; bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades de la industria turística, pero que el turista los percibe como uno solo.²⁴

COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Según Cárdenas (1986), en una concepción amplia, producto constituye todo lo que contribuye a la satisfacción de sus clientes o consumidores. En un análisis final, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de ese producto. El producto es el resultado de toda la acción del sistema. En una forma más clara: el producto turístico está conformado por los atractivos naturales, artificiales y los humanos. Estos últimos configuran la denominada hospitalidad, quizá más importante que los dos anteriores.

Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas; al entretenimiento y diversión; a las agencias de viajes; a las arrendadoras de

²⁴ BARRERA Ernesto, Turismo Rural, Capítulo 8, Los Recursos, los servicios y el Producto Turístico.

automóviles y, en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas.

Para completar el producto se requiere que los atractivos sean accesibles, ya sea por barco, avión, autobús o automóvil; de ahí la denominación con que se le conoce actualmente: *accesibilidad*.

Los tres componentes del producto turístico reflejan claramente la razón por la cual constituye un error realizar su promoción por separado, ya que en el fondo implica desintegrar el producto, aspecto que redundaría en una pérdida de los recursos financieros dedicados a este campo.

En su definición, Cárdenas considera que, el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado - para un confort material o espiritual- en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

Según Acerenza (1993)²⁵

Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

Para sintetizar, los componentes del producto turístico son: los atractivos turísticos, la infraestructura y los servicios turísticos.

(Ver figura N° 5)

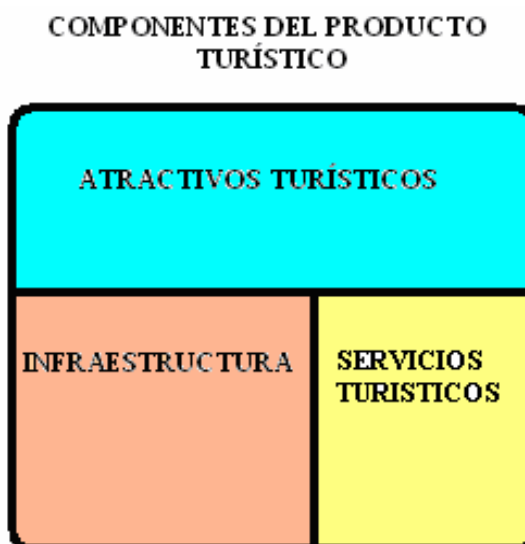


Figura N° 5. Componentes del producto turístico.
Fuente: Elaboración propia

²⁵ ACERENZA, Miguel. Promoción Turística: un enfoque metodológico. Editorial Trillas. 1993.

- **ATRACTIVO TURÍSTICO**

Un atractivo son todos los componentes naturales, artificiales y humanos, destacando los últimos ya que configuran la hospitalidad.

Boullón, (1985:28 – 29) define a los atractivos turísticos como aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico.

Se puede decir que representa la parte esencial del turismo, los atractivos turísticos constituyen el primer elemento o componente del producto turístico, al que se suman la infraestructura y los servicios turísticos.

De acuerdo al Sistema de Inventarios Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador²⁶, los atractivos Turísticos se clasifican en:

²⁶ Tomado del Módulo 1, Conociendo el sector turístico. Manual del Emprendedor Turístico, publicado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

TABLA I CUADRO DE CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Categoría	Tipo
<p>1. Sitios Naturales</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Montañas 1.2 Planicies 1.3 Desiertos 1.4 Ambientes lacustre 1.5 Ríos 1.6 Bosques 1.7 Aguas subterráneas 1.8 Fenómenos espeleológicos 1.9 Fenómenos geológicos 1.10 Costas o litorales 1.11 Ambientes marinos 1.12 Tierras insulares 1.13 Sistema de áreas protegidas
<p>2. Manifestaciones Culturales</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Históricas 2.2 Etnografía 2.3 Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas 2.4 Acontecimientos programados

Fuente: Elaboración propia con base en Sistema de Inventarios Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador

• INFRAESTRUCTURA

La infraestructura es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. La infraestructura, normalmente, sirve también de gestión de otras actividades económicas, además de resultar imprescindible para satisfacer necesidades sociales, señala Boullón (1985: 28 – 29).

La infraestructura se puede clasificar en interna y externa, de la siguiente forma según Boullón (1985: 28 – 29).

Infraestructura Interna: Esta infraestructura está localizada dentro de los límites de influencia del destino turístico.

TABLA II INFRAESTRUCTURA INTERNA	
Tipo	Subtipo
1. Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Terrestre • Aéreo • Acuático
2. Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Correo • Telégrafo • Teléfono
3. Sanidad	<ul style="list-style-type: none"> • Red de agua • Red de desagües • Recolección de basura • Salud
4. Energía	<ul style="list-style-type: none"> • Red Eléctrica • Combustible

Fuente: Elaboración propia

Infraestructura Externa: La infraestructura externa sirve a todos los destinos o sectores sin pertenecer específicamente a uno de ellos, pero contribuyen a enlazar un destino turístico con otro.

1. Aeropuertos
2. Carreteras
3. Puertos

- **SERVICIOTURÍSTICOS**

Según Acerenza (1991) se refiere al alojamiento en todas sus formas, industria de alimentos y bebidas, entretenimiento y diversión, agencias de viajes, alquileres de autos, especialmente al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas y servicios complementarios.

1.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Según el diccionario de La Real Academia de la Lengua Española, “investigación” es la realización sistemática de actividades intelectuales y experimentales con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia. En otras palabras, la investigación es un proceso que busca obtener información fidedigna para forjar, demostrar y utilizar el conocimiento.

La investigación ejecutada en este estudio es la clasificada como investigación aplicada; ya que tiene por objeto ampliar un conocimiento científico con una aplicación práctica.

En la investigación del Museo del Bombero Coronel Félix Luque Plata se utilizó el método de pensar hipotético-deductivo porque se observó el fenómeno a estudiar, se creó una hipótesis para explicar dicho fenómeno, se dedujo las consecuencias o proposiciones más elementales de la propia hipótesis, y se verificó o comprobó la hipótesis comparándola con la experiencia.

Los métodos de trabajo utilizados fueron: investigación documental e investigación de campo.

Dentro de la investigación documental se consultó documentos bibliográficos, hemerográficos, archivísticos y multimedia. Toda la documentación pertenece a las disciplinas de la historia de Guayaquil, la museología tradicional y nueva, la arquitectura y el turismo. Primero se localizó fuentes de información, las mismas que fueron ubicados en la Biblioteca Municipal de Guayaquil, el Museo del Bombero, la Biblioteca de la Licenciatura en Turismo de la ESPOL y la Biblioteca del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo; después se procesó la información y se extrajo los datos necesarios con apoyo en fichas bibliográficas, hemerográficas y cuaderno de apuntes.

En lo referente a la investigación de campo, se utilizó la observación científica participante en el MBE, lo que permitió conocer a profundidad el Museo del Bombero y manejar los datos con más exactitud, para realizar un análisis completo y diseñar una propuesta. Además las otras técnicas que se utilizaron en la investigación de campo fueron las encuestas (*ver Anexo 1*), y las entrevistas (*Ver Anexo 2*) dirigidas a informantes claves del museo y a los expertos.

La elaboración del informe constituyó la etapa final del proceso de investigación, en donde se definió como la presentación de los hallazgos

obtenidos en la investigación dirigida a la audiencia específica con un propósito particular. Por ello, la adecuada elaboración de la propuesta resultó fundamental para que los usuarios o destinatarios del estudio puedan comprenderlo y ser de utilidad.²⁷

²⁷ BIGNÉ Enrique, Marketing de Destinos Turísticos, Madrid 2000.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO “CORONEL FÉLIX LUQUE PLATA”

Museo del Bombero Ecuatoriano Coronel Félix Luque Plata fue creado el 25 de julio de 1982, en un pequeño espacio de las instalaciones de la antigua Planta Provedora de Agua de la ciudad de Guayaquil. Dada la importancia que tienen los bomberos en la ciudad, se concibe la idea de restaurar piezas y habilitar nuevas áreas para que se pueda brindar las comodidades necesarias para los visitantes y es así como el 03 de agosto de 2001, durante la administración del Primer Jefe del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, Jaime Cucalón de Icaza, se reinaugura las instalaciones del actual Museo del Bombero y empieza a funcionar un espacio que brinda a los guayaquileños y sus visitantes una alternativa de esparcimiento.

El Museo del Bombero Ecuatoriano se encuentra ubicado en el conjunto arquitectónico que abarca la Plaza del Bombero, el busto a Francisco de Orellana, el teatro al aire libre José de la Cuadra y la Iglesia Santo Domingo, en las faldas del Cerro Santa Ana. Atiende al público de miércoles a domingo, desde las 10h00 hasta las 17h00.



Figura Nº 6. Fachada del Museo del Bombero Ecuatoriano
Fuente: Tomado del Tríptico del MBE

Entre los servicios que brinda el MBE se pueden mencionar:

- a) Guianza
- b) Charlas de prevención contra incendios en colegios y en el museo
- c) Foto en los carros de bomberos, con el uniforme.

- d) Venta de recuerdos, camisetas y gorras del B.C.B.G²⁸
- e) Eventos sociales.

a) Guianza.- Los grupos, principalmente de escuelas y colegios particulares son guiados por la coordinadora del museo, se les ofrece charlas de prevención contra los incendios, como salvar vidas y en caso de emergencia llamar al 102.

En el caso que llegara alguien solo, o con más personas, el personal que recibe al turista le pregunta si quiere un guía o si prefiere hacer el recorrido solo, se le advierte que el servicio de guianza no tiene ningún costo.

b) Charlas de Prevención.- Estas charlas son dadas a los grupos escolares dentro del museo durante su recorrido; pero también se hacen fuera del mismo. Un grupo de bomberos asisten a las escuelas y colegios particulares y fiscales para ofrecer las charlas de prevención contra incendios, desastres naturales, y al mismo tiempo promocionar al museo.²⁹

²⁸ B.C.B.G, Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil

²⁹ Entrevista a la Coordinadora del museo

c) **Foto en los carros de Bomberos.-** Sin ningún costo los turistas pueden subirse a los carros motobombas y tomarse las fotos que quieran, si ellos gustan también pueden vestir los cascos y uniformes para que la foto sea más real y lucir como un bombero voluntario, aunque sea por un momento de su vida.



Figura N° 7 Foto en los carros del Museo del Bombero
Fuente: Elaboración propia



Figura Nº 8 Carros Motobombas, Museo del Bombero
Fuente: Elaboración propia

- d) Venta de gorra y camisetas del B.C.B.G.-** Si el turista desea llevarse un recuerdo material, puede adquirir gorras o camisetas del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil a un costo de 7\$ cada camiseta y gorra, todo esto es expendido en la oficina de administración.
- e) Eventos sociales.-** El museo en algunos casos ha prestado sus instalaciones para realizar eventos sociales, tales como: presentación de libros, celebración de cumpleaños, ceremonias cívicas, desfile de modas, y lanzamiento de marcas.

2.1 EDIFICIO

En 1896 ocurre el *Incendio Grande* en Guayaquil, esta catástrofe dejó la ciudad casi destruida y debido a la falta de un sistema efectivo de provisión de agua la ciudadanía en general se preocupa y toma medidas; es así que se reunieron los ciudadanos y bajo la dirección del Primer Jefe de los Bomberos, Miguel Hurtado, crearon la Junta Provedora de Agua, y se empieza la construcción de este edificio. En el lugar se instalaron tres bombas de gran potencia, las mismas absorbían el líquido de la tubería del agua potable y la almacenaban en tres enormes depósitos de acero ubicados en la parte superior del cerro Santa Ana, a una altura de 72 metros sobre el nivel de la ciudad, estos 3 tranques con una capacidad de almacenamiento de líquido de 3 millones de litros. El 01 de enero de 1905, después de juntar los recursos económicos de muchos Guayaquileños, se consigue poner en funcionamiento la Planta Provedora de Agua, bajo la administración del Primer Jefe Félix Luque Plata. Por lo antes expuesto el Museo del Bombero Ecuatoriano se emplaza en un lugar histórico, siendo una característica de lo museos tradicionales.

Según el Arquitecto Parsival Castro³⁰, a finales del siglo pasado, por razones económicas por un lado, pero por razones de que la mirada cultural había cambiado por otro lado; la arquitectura, que siempre ha sido compañera de la sociedad; venía haciendo edificios cada vez más simples, aunque esta investigación no sea el lugar para hablar del desarrollo de la historia de la arquitectura se puede decir que desde finales del siglo XIX y los primeros 50 años del siglo XX la arquitectura tuvo una tendencia a ser sencilla y apareció lo que se llama el movimiento moderno, por lo que la construcción de la Planta Provedora de Agua se inscribe dentro de los mejores cánones de este movimiento. La tendencia va marcada por estructuras de pórtico, grandes naves, tales como las construcciones fabriles que se estaban dando en Europa en esos días y la novedad son las grandes distancias sin necesidad de pilares, lo que en arquitectura se llaman luces.

El edificio del museo es una estructura de hormigón armado, que ocupa un área de 62.60 m de largo por 29.13 m de ancho y dividido en dos plantas. En la planta baja se localiza el área principal que contiene la mayor cantidad de las piezas, la mayoría expuestas en 10 vitrinas. Además se pueden identificar tres salas:

³⁰ Palabras expresadas durante la entrevista realizada el 11 de marzo del 2008.

- La primera sala cuenta con los óleos de los primeros jefes que administraron la institución a lo largo de su historia y con los reconocimientos recibidos por su loable labor.
- La segunda sala está dotada por la central de alarma que tenía la ciudad.
- La tercera sala permite a los niños visitantes conocer, por medio de un video, los diferentes incendios ocurridos en la ciudad en la última década; además aquí ellos aprenden, a través de cuadros explicativos, cómo reaccionar en caso de un incendio, el uso del número telefónico de emergencia 102 y la vestimenta del bombero.

En la planta baja también se encuentra la oficina de administración, el dispensario médico, los baños y la bodega de mantenimiento.

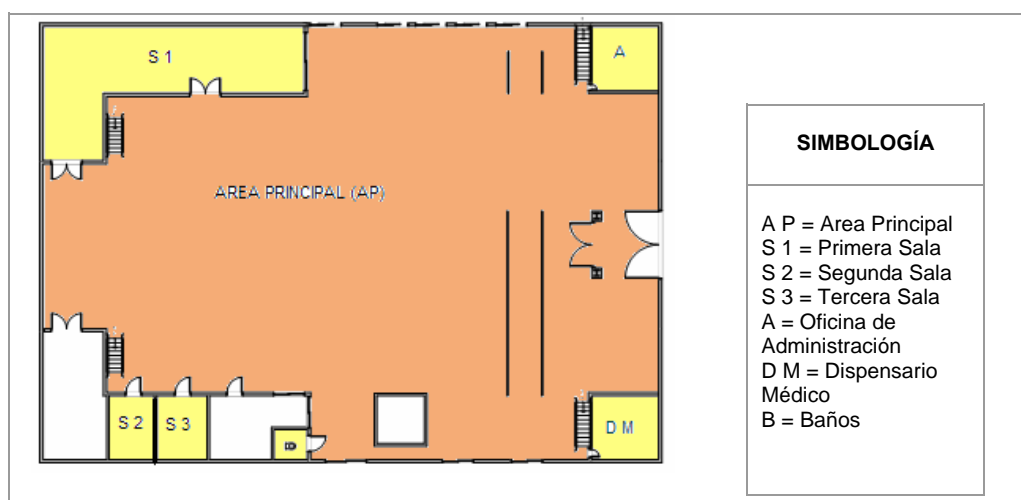


Figura N° 9 Plano Planta Baja
Fuente: Elaboración propia

TABLA III. SALAS DE LA PLANTA BAJA DEL MBE

<p>ÁREA PRINCIPAL</p>		
<p>SALA 1 Óleos Primeros Jefes</p>		
<p>SALA 2 Central De Alarmas</p>		
<p>SALA 3 Audivisual para niños</p>		

Fuente: Elaboración Propia

La planta alta no cubre el área total de la planta baja, lo que la ha marcado en tres secciones:

- La primera sección está distribuida en cuatro espacios separados por paredes de madera, el primero recrea uno de los salones de las compañías de los años treinta, el segundo muestra las fotografías y placas obtenidas durante las dos últimas administraciones del BCBG, el tercer y cuarto espacio expone los retratos de varios primeros jefes, incendios, jefes de brigadas y demás.
- La segunda sección honra a los bomberos voluntarios acaecidos durante el acto terrorista del 11 de septiembre del 2001 en los Estados Unidos de Norteamérica, por medio de cuadros con las portadas de los diarios más importantes del mundo incluyendo el diario local.
- Y por último, la tercera sección es un misceláneo de las piezas del Museo del Bombero Ecuatoriano. También en la planta alta se encuentran dormitorios para los bomberos voluntarios de la compañía que funciona en la parte trasera del museo.

Cabe mencionar que ninguna sala del museo tiene un letrero que identifique su nombre.



Figura N° 10. Plano Planta Alta
 Fuente: Elaboración propia

TABLA IV. SALAS DE LA PLANTA ALTA DEL MBE			
PRIMERA SECCIÓN			
			
SEGUNDA SECCIÓN			

Fuente: Elaboración Propia

2.2 COLECCIONES

Las colecciones de los museos son las evidencias que en el pasado existió una historia. Las muestras del Museo de Bombero fueron rescatadas, coleccionadas e historiadas en alrededor de treinta años, y este trabajo fue realizado por Cmdte. Hugo Avellaneda. Las piezas son históricas con un 100% de originalidad, hecha en materiales como bronce, metal, madera, hierro y tela.

Dentro del recorrido las piezas no tienen ninguna disposición cronológica, debido a que no se trabajó un proceso museal que permita establecer el orden de aparición de cada una de las piezas mencionadas en la historia del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.

El Museo actualmente dispone de un inventario de la colección de las piezas de uso interno y exclusivo para el control del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, por lo que para esta investigación se realizó un inventario general que se clasificó en cuatro categorías:

- Indumentaria: tiene que ver con todo lo relativo al conjunto de las piezas de la vestimenta usada por los bomberos.

TABLA V. INDUMENTARIA	
Botones	12
Cascos	183
Cinturones	3
Escarapela	47
Gorras	5
Hebillas	2
Palas	17
Trajes de combate	5
Uniformes	15
uniformes oficiales	11

Fuente: Elaboración Propia

- Equipos y herramientas de trabajo: son las piezas que eran utilizadas manualmente para las labores de combate de incendios.

TABLA VI. EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	
Bocina	18
Cajetín de alarma	1
Campanas	5
Destroyer de bronce	2
Equipos de radio	20
Escalera	1
Extintores	19
Farol	1
Hachas	3
Linternas	7
Manómetros	3
Mecheros	5
Mimeógrafo	1
Pitones	25
Radios portátiles	11
Reflectores	7
Sirenas	3
Tablero eléctrico	1
Teléfonos antiguos	17
Telégrafo náutico	1
Telescopio	1
Trípode	1
Válvula	1
Voltímetro	1

Fuente: Elaboración Propia

- Maquinaria: son el conjunto de elementos destinados a recibir y transformar energía, estas máquinas eran utilizadas por las distintas compañías básicamente para succionar el agua y apagar los incendios.

TABLA VII. MAQUINARIA	
Bombas a vapor	4
Bombas sistemas guimbaletes	3
Canastillas	4
Carros de defensa de incendio	10
Central de alarma	1
Challos	2
Conjunto de bombas donkers	1
Engranaje mecánico	1
Gallitos	6
Motor portátil a gasolina	1
Prensa	1
Sistemas automotores de alarma	4
Surtidores de gasolina	3
Torno	1

Fuente: Elaboración Propia

- Otros: estas son el resto de piezas que no pertenecen a ninguna de las otras categorías.

TABLA VIII. OTROS	
Adornos	4
Arcas de máquina	3
Astas	4
Banderines	44
Bastón	1
Cuadros de retratos unipersonales	184
Emblemas	4
Escudos	82
Fotos	240
Insignias	96
Juegos de comedor	3
Lámparas	6
Letreros	2
Librero	1
Libros	18
Medallas	98
Medallones	2
Oleos	33
Pirámides	5
Placas	149
Plano	1
Platillos	2
Platos de placas	3
Réplicas	8
Sillas de colores	57
Símbolos	8
Tambores	2
Trompetas	11
Vajilla	1

Fuente: Elaboración Propia

Actualmente el BCBG se encuentra realizando un inventario de las piezas del MBE para enviarlo y valorarlo por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, el mismo que está encargado de investigar, conservar, exhibir y promocionar el patrimonio cultural del país. Se puede mencionar que dentro de este atractivo se encuentran alrededor de 1600 piezas entre ellas se puede mostrar algunas. (Ver Tabla IX)

TABLA IX. PIEZAS DEL MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO

Ejemplo de máquinas de sistema guimbaleta.

Máquina de la Compañía Salamandra # 2



Ejemplo de máquinas bombas de sistema a vapor.

Máquina de la Compañía Aspiazu #18



Ejemplo de Gallito

Gallito donado por la Colonia China Naranjal



Ejemplo de Carros motobombas.

Vehículo del Cuerpo de Bomberos de Salinas – 1952



Conjunto de Bombas Donkers, que funcionaban en la Planta Proveedora de Agua



Destroyer de bronce



Ejemplo de uniformes.

Uniforme utilizado durante los incendios.



Ejemplo de extintores
Extintores de bronce del año 1940.



Ejemplo de Bocinas.
Bocinas de los Primeros Jefes del
BCBG



Ejemplo de medallas.
Medalla Estrella de Octubre Primera
Clase



Ejemplo de placas.
Placa de la Reinauguración del MBE.



Ejemplo de fotografía.
Niño Antígono Velazo

Fuente: Elaboración Propia

2.3 PERSONAL

El Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG) administra el Museo del Bombero, por lo que su personal se encuentra bajo los reglamentos y disposiciones de la institución que representa (Ver Figura N° 9). En un museo, como en cualquier otro establecimiento, el equipo humano que labora cumple un rol fundamental en el buen desempeño al momento de brindar los servicios.

El organigrama del Museo del Bombero es el siguiente:

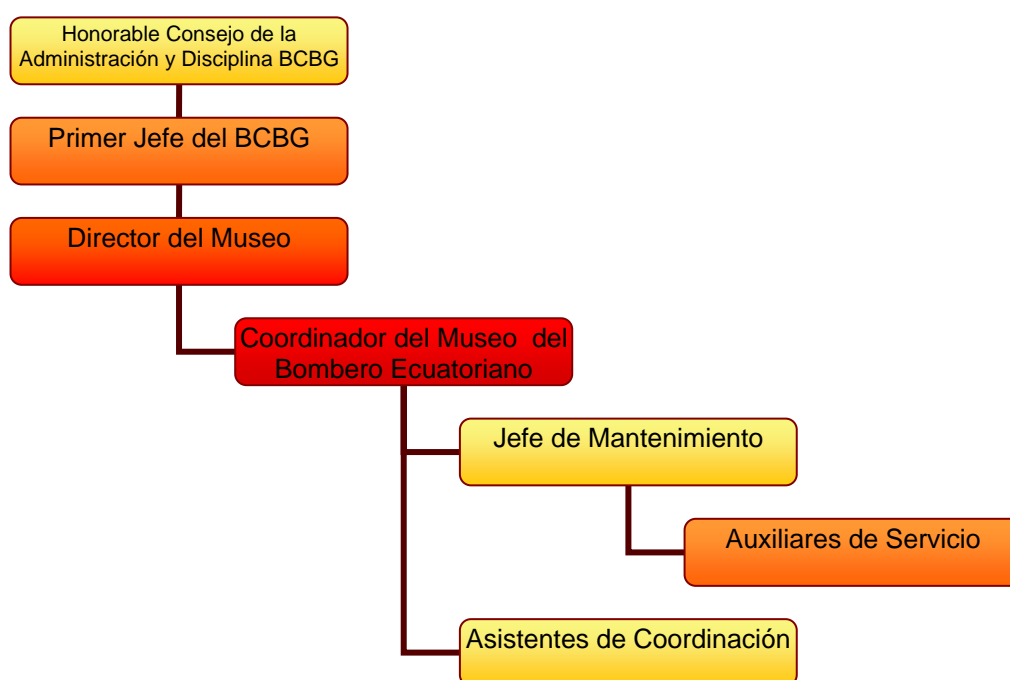


Figura N° 11 Organigrama del Museo del Bombero Ecuatoriano
Fuente: Elaboración propio con datos obtenidos de la coordinadora del MBE

El Honorable Consejo de la Administración y Disciplina del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil es la máxima autoridad en el organigrama, ya que en su seno se toman las decisiones más importantes que conciernen al buen desempeño del mismo.

El Primer Jefe del BCBG, quien lidera este grupo y bajo la responsabilidad de él no sólo se encuentra el Museo sino las distintas brigadas que se localizan en la ciudad, su función principal relacionada al museo es designar al director y además es el nexo entre el Honorable Consejo de la Administración y Disciplina y el Director del Museo.

El director es el encargado de representar formalmente el museo. Es el responsable de la administración de las colecciones, coordinar los programas culturales, administración y presupuesto, recursos humanos y servicios del museo.

El coordinador planifica y supervisa los actos administrativos del museo principalmente, pero además se encarga de:

- Las relaciones públicas
- Llevar la agenda de visita

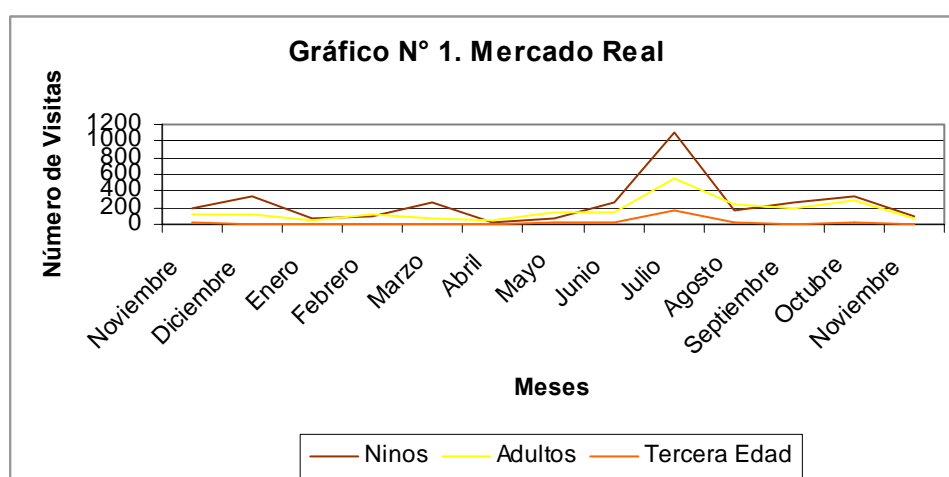
- Asignar y supervisar el trabajo de todos los empleados
- Manejo de la caja chica
- Cobro de entradas

Los asistentes de coordinación son dos actualmente y hacen las veces de secretarios y de guías.

El jefe de mantenimiento es quien se preocupa de conservar el buen estado de las instalaciones y las colecciones, asignando trabajo a los auxiliares de servicio para que se cumpla el objetivo requerido.

2.4 MERCADO ACTUAL (VISITANTES)

El Museo del Bombero está dirigido a un público en general, el cual está clasificado en niños, adultos y tercera edad. Según la información proporcionada por la administración del museo (*Ver Gráfico N° 1*), este recibe en mayor afluencia a niños de escuelas particulares, quienes lo concurren durante todo el año lectivo escolar; seguido por los adultos y en menor cantidad se encuentran las personas de la tercera edad.



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionado por el Museo del Bombero.

Este gráfico muestra los registros de visitas desde noviembre de 2006 hasta noviembre de 2007; y se observa que el mes que recibió la mayor afluencia de visitantes fue el mes de julio, con un total de 1113 niños, 541 adultos y 167 personas de la tercera edad, seguido por el mes de octubre con 339

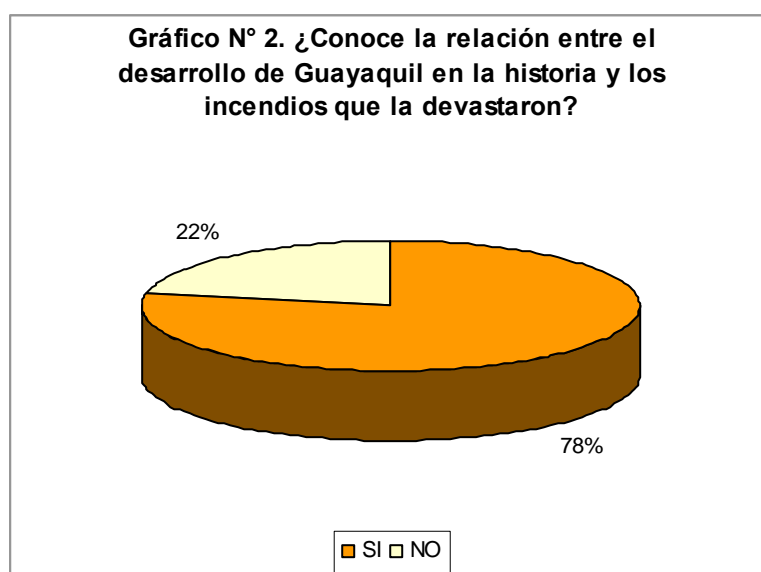
niños, 279 adultos y 19 personas de la tercera edad, ya que son los meses donde se celebran las fiestas de la ciudad de Guayaquil, lo que permite deducir que el público celebra las festividades guayaquileñas, acudiendo a lugares que recojan la historia de su ciudad. Durante el resto del año, la media de visitas mensuales se redondea en 300 personas.

El museo no cuenta con un plan de marketing que establezca las acciones a realizar para atraer al público, pero la coordinadora de la institución envía invitaciones a las escuelas particulares durante el mes de abril para que se programe una visita al mismo dentro del calendario estudiantil, para las escuelas fiscales la entrada es gratuita previa reservación. Otra manera de atraer al público es por medio de publicidad, como por ejemplo: tríptico del museo, libros de colorear para niños, folletos de la guía turística Infocity, mini guía de bolsillo de la Dirección Municipal de Turismo y en las distintas páginas web dedicadas a promocionar los atractivos turísticos de la ciudad y del país. Una forma especial de llamar la atención de la urbe porteña es a través de las casas abiertas que se emplazan en los centros comerciales en los meses de julio y octubre.

Según Bigné (2000), para una población total de 500 personas con un margen de error de 6%, el tamaño de la muestra es 83 (*Ver Anexo N° 3*), entonces se aplicó una regla de tres para calcular el tamaño de la muestra

de un población total de 300 personas, que son el número de visitantes promedio mensual en el MBE y se obtuvo una muestra de 50 personas. Es decir, para conocer las experiencias y expectativas del mercado real se realizaron cincuenta encuestas, considerando que la población total son las trescientas visitas que en promedio recibe el MBE

El 78% de los visitantes del MBE conocen que existe una relación entre el desarrollo de Guayaquil en la historia y los incendios que la devastaron. (Ver *Gráfico N° 2*)



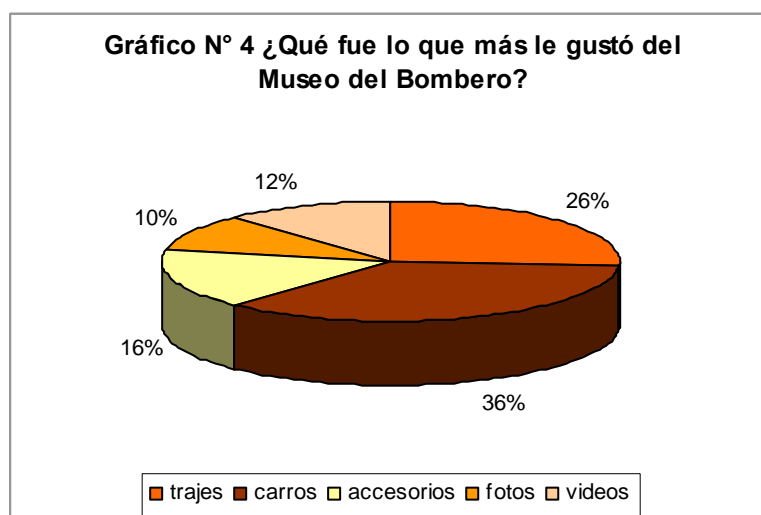
Fuente: Elaboración propia basados en los datos obtenidos de las encuestas realizada a los visitantes del MBE

Pero coinciden en un 72 % que esa relación no es mostrada en el MBE (Ver *Gráfico N° 3.*), y agregan en un 100 % que es importante darla a conocer.



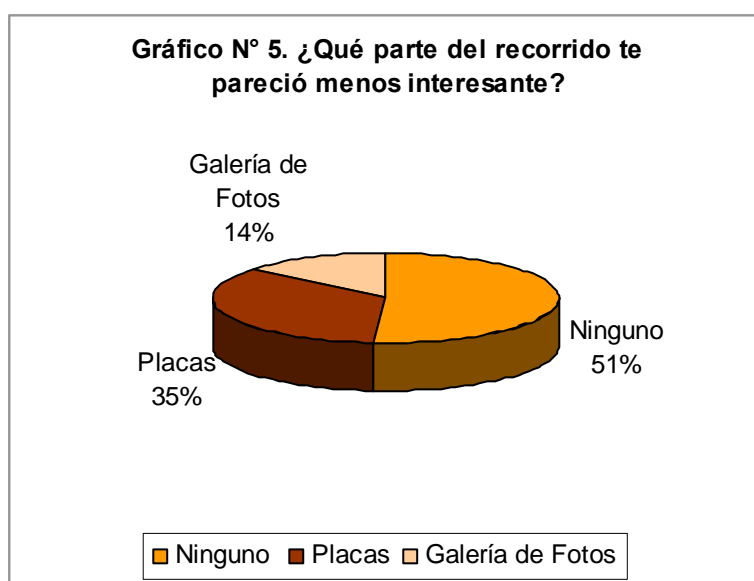
Fuente: Elaboración propia basados en los datos obtenidos de las encuestas realizada a los visitantes del MBE

El 36 % de visitantes gusta de los carros motobombas, seguido de los trajes que utilizan los bomberos durante sus labores (*Ver Gráfico N° 4.*)



Fuente: Elaboración propia basados en los datos obtenidos de las encuestas realizada a los visitantes del MBE

Si se cuestiona que parte del recorrido les pareció menos interesante, el 51% afirma que todo les pareció interesante pero el 35% considera que las placas son poco encantadoras de la atención. (Ver Gráfico N° 5.)



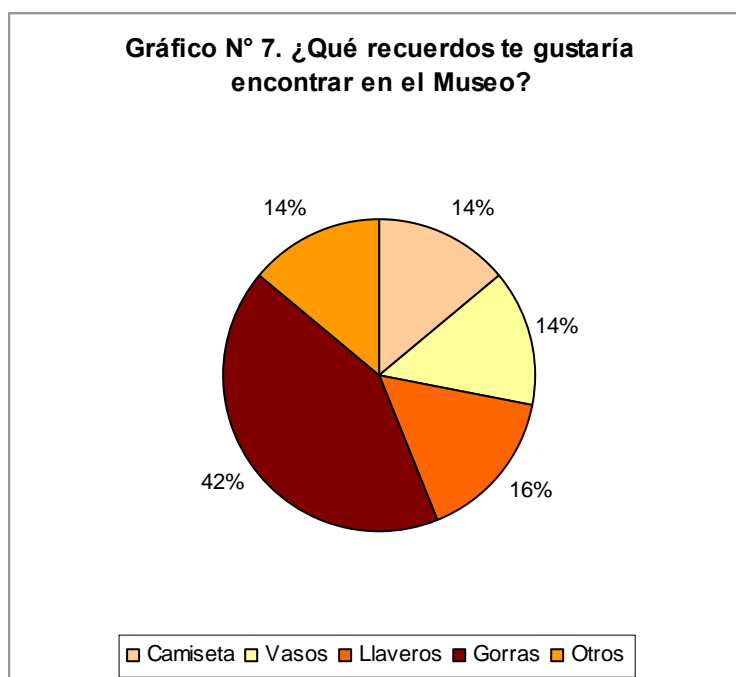
Fuente: Elaboración propia basados en los datos obtenidos de las encuestas realizada a los visitantes del MBE

El tiempo de recorrido del museo es de 45 minutos para la mayoría de los encuestados (Ver Gráfico N° 6.) y al finalizar dicho recorrido asegura el 100% que identifica al MBE con el color rojo.



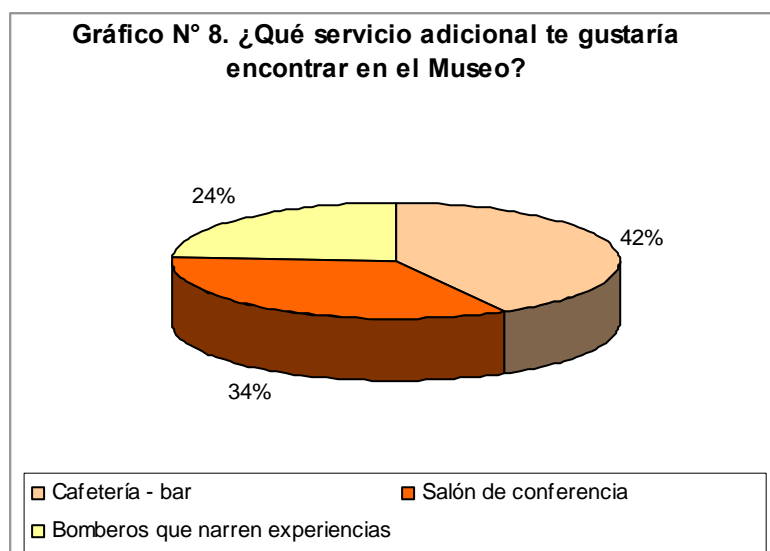
Fuente: Elaboración propia basados en los datos obtenidos de las encuestas realizada a los visitantes del MBE

Si se trata de los recuerdos materiales del MBE, a todos les gustaría adquirir un recuerdo, pero ninguno fue informado de que dentro de la oficina de administración se puede adquirir gorras y camisetas. Particularmente al 42% le gustaría adquirir gorras, seguido de los llaveros y en menor porcentaje vasos, camisetas y otros (*Ver Gráfico N° 7.*)



Fuente: Elaboración propia basados en los datos obtenidos de las encuestas realizada a los visitantes del MBE

En cuanto a los servicios adicionales que a los visitantes les gustaría encontrar en el MBE, el 42% asegura que serían bomberos narrando experiencias, seguida de un salón de conferencia y por último el 24% apreciaría la presencia de una cafetería. (Ver Gráfico N° 8.)



Fuente: Elaboración propia basados en los datos obtenidos de las encuestas realizada a los visitantes del MBE

Para finalizar se presenta una tabla que muestra los aspectos positivos y negativos de cada uno de los elementos del Museo del Bombero Ecuatoriano, la misma que servirá para identificar los puntos críticos y realizar una propuesta que ayude a mejorarlos. (Ver Tabla X)

TABLA X. ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE LOS ELEMENTOS DEL MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO		
	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
EDIFICIO	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar histórico. • Amplitud de espacio para montar una exposición. • Buena iluminación y ventilación. 	<ul style="list-style-type: none"> • En época de lluvia, entra gran cantidad de agua por las ventanas y moja el interior del edificio. • Mala utilización del espacio. • Necesita ser restaurado por un especialista para ser más atractivo a la vista.
COLECCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Colección histórica. • Originalidad 100%. • Variedad de piezas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición desordenada o en orden temático. • No reciben mantenimiento por profesionales. • No transmite una idea principal durante el recorrido. • No existe un recorrido con un tiempo.
PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Existe buena comunicación en el grupo. • Buena disposición para cumplir varios roles. 	<ul style="list-style-type: none"> • La coordinación centraliza la supervisión del trabajo de los empleados. • No es un equipo interdisciplinario. • No existen técnicos en guianza.
VISITANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Interesado en volver a visitar el atractivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estacionalidad de visita durante las fiestas de Guayaquil.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3

CARACTERÍSTICAS DE LA NUEVA MUSEOLOGÍA

En este capítulo se describe las características del Museo del Bombero, según la nueva museología, considerando lo mencionado en el capítulo 1. De esta manera no sólo se puede concebir al museo como un atractivo aislado sino como un centro cultural dinámico, participativo e integrado.

3.1 TERRITORIO

El territorio del Museo del Bombero no sólo está delimitado en su edificio, como su escenario principal; bajo el concepto de la nueva museología, el territorio abarca todo lo que lo rodea, involucrando a esa gran masa llamada museo, una comunidad participante que pase a ser parte del mismo con programas de acción permanentes.

El Museo del Bombero se encuentra localizado en un lugar estratégico, así que podría integrarse en un recorrido turístico patrimonial, pero lo que sucede en la actualidad es que al museo se lo ha visto como una isla, no se lo ha integrado con el Teatro José de la Cuadra, la Iglesia Santo Domingo y su plaza y al Barrio Las Peñas incluyendo la ESPOL; además, en los alrededores, especialmente la calle Rocafuerte deberían colocarse placas donde quedaban los antiguos callejones, como el callejón del descomulgado, *que cuenta la historia que un hombre mató a un cura por encontrarlo con su mujer, en ese entonces no se le podía poner la mano a un sacerdote, pero el sacerdote si podía ponerle la mano sobre la mujer de él.* Este conjunto arquitectónico debe tener un carácter más agradable, crear un proyecto para darle vida a cada uno de los atractivos nombrados, que llegaría a convertirse en el más hermoso remate de la zona rosa, en pocas palabras el entorno del museo se compone de la calle Rocafuerte y Loja, integrando la iglesia Santo Domingo, el busto de Orellana, el teatro, el Cerro Santa Ana y el museo.³¹

³¹ Entrevista al Arquitecto Parsival Castro, Marzo 2008

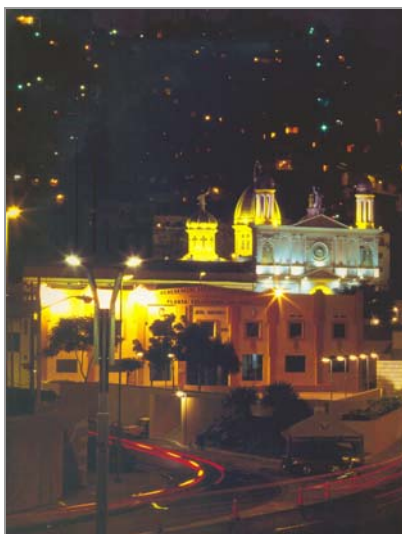


Figura N° 12 Plaza Colón, Museo del Bombero Ecuatoriano
Fuente: González Carlos, Guayaquil Siglo XXI, 2003

3.2 PATRIMONIO

Hoy en día el concepto patrimonio es un concepto abierto donde caben y se intuyen muy distintas posibilidades. Sin embargo, la concepción fundamental del patrimonio sigue siendo válida: el legado de los antepasados; pero para que ese pasado sea reconocido es preciso que sea significativo y que una determinada colectividad o sociedad lo reconozca como tal.³²

³² SANTACANA Joan, Museografía Didáctica, Barcelona, 2005.

Desde que la labor de los Alcaldes en Guayaquil se puso de manifiesto, hace doce años que empezó la regeneración de la ciudad, se han dado grandes pasos en ella, con calles arregladas, edificios conservados técnicamente, creación de lugares turísticos, mayor seguridad en sus áreas; pero nada brilla solo, porque es responsabilidad de todos los ciudadanos el involucrarse, tanto en la protección, conservación y la difusión del patrimonio.

El Museo del Bombero Ecuatoriano guarda una valiosa historia, un patrimonio que se refleja en sus máquinas, indumentaria y equipos de trabajo, los cuales fueron utilizados hace más de 170 años de servicio a la ciudad.

Dentro de la nueva museología las piezas que se conservan en el museo son consideradas un patrimonio; además del territorio que lo rodea. La propuesta de esta nueva tendencia museológica ha cambiado, ya no es considerado un edificio, sino un territorio, ya no son las colecciones del museo sino el patrimonio del territorio.

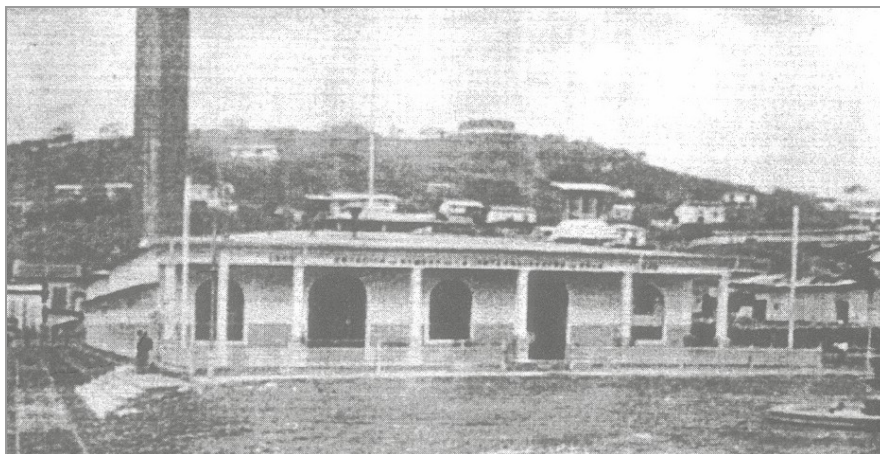


Figura Nº 13, Planta Proveedor de Agua, 1905
Fuente: Colección Imágenes Volumen 10, Banco Central del Ecuador.

En el discurso de inauguración del Museo del Bombero, hecho por el Comandante Hugo Avellaneda (2000), dice:³³

(...) Dios me extendió la vida, para poder ver la realización de mi sueño de más de treinta años, dedicado con una entrega total, a rescatar, coleccionar e historiar, objetos que hace la historia, venciendo muchas dificultades, propias de la humanidad(...) debo reconocer, que para este trabajo, me sirvió de “guía”, la historia del Cuerpo de Bomberos , escrita por el Dr. Modesto Chávez Franco (...) pues, sin historia no hay museo, hoy, esa misma historia se presenta en “VIVO”, a la vista de todos ustedes, con óleos, fotografías, campanas, llaves, condecoraciones, uniformes, equipos de trabajo, máquinas, etc., restaurados por esta administración y que recuerdan un pasado lleno de gloria, para ejemplo de las actuales y futuras generaciones bomberiles, es especial.

La importancia del patrimonio, aunque éste sea modesto, es objeto de un consenso cada vez más amplio. El reto que se plantea hoy en día es más

³³ Boletín de la Biblioteca Municipal de Guayaquil, Marzo del 2002

bien integrar mejor la protección, la valorización del patrimonio dentro de la perspectiva local de desarrollo.³⁴

3.2.1 PATRIMONIO RELEVANTE DEL MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO.

Dentro de la historia general del Cuerpo de Bomberos; una herencia que fue dejada a la institución, se hace hincapié a varios elementos que fueron de gran importancia en las épocas de 1800 y 1900, y que hoy deben ser consideradas de alto valor histórico debido a la duración de las mismas, y a su significado como tal para la población. Actualmente se encuentran algunas reliquias patrimoniales, entre las cuales están:³⁵

³⁴ LÓPEZ Rosa, Patrimonio Cultural y Turismo, Escuela de Hotelería y Turismo: "Alberto Delgado" de Villa Clara, tomado de www.monografias.com

³⁵ CHÁVEZ Franco, Modesto, Historia General de Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, Tomo 2, segunda edición, 1985.

- **Máquina Bomba Sistema a vapor Compañía Aspiazu N° 18**

Esta máquina de tracción manual y animal fue obsequiada por el filántropo guayaquileño y benefactor de la institución señor Pedro Aspiazu en el año de 1891 por ofrecimiento que hiciera a la ciudad un año anterior a nombre de la familia Aspiazu. La máquina a vapor llegó a Guayaquil el 12 de octubre de 1891, fue armada en el mismo día en la calle Aguirre y Malecón bajo la dirección de los señores Antonio Dum y Santiago Rodwood. El 7 de octubre de 1891 en Malecón y Bolívar se hizo la prueba con una presión de 120 libras por cien de hidráulicas a tres líneas de mangueras y tres pitones de 5 y 8 pulgadas. Esta valiosa máquina, que superaba a los de guimbalete tuvo destacadas actuaciones sobre todo en el incendio grande los días 5, 6 y 7 de octubre de 1896, que comenzó en el almacén *La Joya*. En 1913 le cambiaron el caldero y otros accesorios pedidos a Londres a la casa constructora por Julián Aspiazu ex – comandante de la compañía. Fue reconstruida en los talleres de la Planta Provedora de Agua del BCBG en agosto de 1941 como consta grabado en una placa metal de la constructora. La compañía Aspiazu Número 18 se fundó el 21 de septiembre de 1891 con una dotación de 120 hombres.³⁶

³⁶ Tomado de la placa ubicada junto a la máquina en el Museo del Bombero.



Figura N° 14 Máquina a Vapor Aspiazu N° 18
Fuente: Elaboración propia

- **Máquina de Sistema Guimbalete Compañía Salamandra N° 2**

Este tipo de máquinas de doble mortero de conducción manuable constituye una verdadera reliquia, perteneció a la Compañía Salamandra N° 2, fue adquirida en los Estados Unidos de Norteamérica como pedido especial enviado a Guayaquil el 18 de julio de 1856, cabe destacar que sólo para Suramérica se hicieron 8 de estas unidades. Para adquirirla fue financiada por el sistema de rifas, loterías y donaciones, labor realizada

por su comandante fundador Clemente Ballén de Guzmán, en la historia del Cuerpo de Bomberos se la conoce desde 1882, la cual era movida por la fuerza humana por medio de las palancas de hierro a los costados.³⁷



Figura N° 15 Máquina Sistema Guimbalete, Salamandra
Fuente: Elaboración propia

³⁷ Tomado de la placa ubicada junto a la máquina en el Museo del Bombero.

- **Máquina Bomba Sistema a Vapor Compañía Unión Nº 3**

Esta máquina de tracción animal llegó a Guayaquil el 3 de febrero de 1899 y le tocó participar en el gran incendio del carmen el 16 y 17 de julio de 1902, la compañía Unión Nº 3 fue fundada el 3 de julio de 1856, siendo su primer comandante el señor Voudavin, quien en 1845 fue juez de incendios, y máxima autoridad bomberil en aquella época. Esta máquina fue construida en Londres, Inglaterra en el gobierno del General Eloy Alfaro Delgado.³⁸



Figura Nº 16 Máquina Compañía Unión
Fuente: Elaboración propia

³⁸ Tomado de la placa ubicada junto a la máquina en el Museo del Bombero.

- **Carrito de Mano “Gallito” para conducir mangueras**

Este carrito de madera conocido como gallito, que corrió apresuradamente en las calles polvorientas de Guayaquil de entonces, estaba formado por dos ruedas y portando encima un molinete, en el cual se enrollaban varios tramos de mangueras de 2 ½ pulgadas, era empujado por bomberos y pueblo al lugar del incendio para que las mangueras sean conectadas a la máquina o hidrante, y luego empatarla al pitón para combatir el fuego.³⁹

Estos carros llamados gallitos se usaron desde que llegaron las máquinas rodantes de guimbaletes y a vapor en el siglo pasado, algunas compañías disponían de cuatro unidades en su equipo de trabajo, los hubo también de 4 ruedas. Por el año de 1917 se conocieron los primeros automotores y unos pocos donados a la institución se los equipó con manguera sobre un molinete para reemplazar a los gallitos. En el año 1936, los gallitos fueron donados a pueblos vecinos y los pocos que quedaron en la ciudad prestaban servicios de guardia al pie de un hidrante en la esquina del teatro del barrio, en las funciones nocturnas al mando de un oficial y tropa de guardia.

³⁹ Tomado de la placa ubicada junto a la máquina en el Museo del Bombero.



Figura N° 17, Carrito de mano Gallito
Fuente: Elaboración propia

- **Máquina Bomba Sistema a Vapor Compañía 9 de Octubre N° 11**

Esta máquina trabajaba con leña o carbón para producir el suficiente vapor y succionar el agua del río o pozo, y pulsarla por mangueras de 2 ½ pulgadas para combatir el fuego. Por su peso esta máquina era halada por acémilas, fue importada en el gobierno del general Eloy Alfaro en los

años 1899 y 1900, después del incendio grande siendo el primer Jefe el Coronel Miguel Hurtado Aguilera.⁴⁰



Figura N° 18 Máquina a Vapor Compañía 9 de Octubre
Fuente: Elaboración propia

- **Máquina Bomba Sistema a Vapor Compañía Olmedo N° 7**

Esta pesada máquina de tracción animal fue traída a Guayaquil en la administración del señor jefe Miguel Cabina Hurtado en 1899 en el gobierno del General Eloy Alfaro, participó en el pavoroso incendio del

⁴⁰ Tomado de la placa ubicada junto a la máquina en el Museo del Bombero.

Carmen el 16 y 17 de julio de 1902. Esta máquina llegó para reemplazar a una de sistema de guimbaleta adquirida en el año 1885, la Compañía Olmedo N° 7 fue fundada el 9 de octubre de 1865.

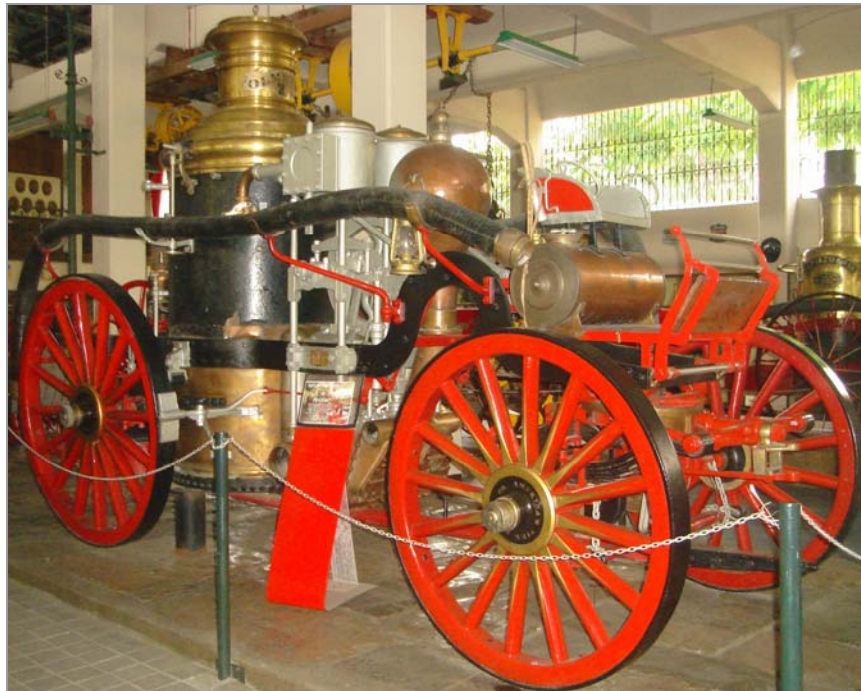


Figura N° 19 Máquina a Vapor Compañía Olmedo
Fuente: Elaboración propia

- **Bombas Donkers**

Gracias a la cierta perseverancia y actividad de los hombres que componían la junta de referencia, la obra para la provisión de agua del

Cuerpo de Bomberos quedó terminada y puesta al servicio el 01 de enero de 1905, siendo en ese entonces el presidente de la junta el señor Lizardo García. El servicio de provisión de agua se realizaba de la siguiente forma, tres bombas de gran potencia instalada en la estación proveedora de absorbía el líquido de la tubería del agua potable y la almacenaba en tres tanques de acero ubicados en la parte superior del Cerro Santa Ana a una altura de 72 metros sobre el nivel de la ciudad, estos tanques juntos tenían una capacidad de almacenamiento de líquido de tres millones de litros.⁴¹



Figura N° 20 Bombas Donkers
Fuente: Elaboración Propia

⁴¹ Tomado de la placa ubicada junto a la máquina en el Museo del Bombero.

- **Central de Alarma**

Localizada en la Planta Proveedor de agua, servía a los bomberos para estar enterados de los incendios que se presentaban en la ciudad, alrededor de las calles habían cajetines rojos, el ciudadano que veía un incendio rompía este cajetín y avisaba a la central para que llegara el personal de bomberos a apagar el incendio, dentro de este cajetín había un teléfono, este sistema fue puesto en marcha a partir de la administración del Coronel Aurelio Carrera en el año de 1940.



Figura N° 21 Central de Alarma, Museo del Bombero
Fuente: Elaboración propia

- **Campana de Hierro**

Esta campana aunque es pequeña y pasa un poco desapercibida en el Museo, es la pieza más antigua de todas, tiene más de 300 años, la guía acompañante contaba que la campana llegó un día al museo y no se sabe exactamente su procedencia, pero el único dato que suministraron es que este vestigio fue construido en el año 1700, tiene una cruz de alto relieve en su parte exterior, es una pieza totalmente original y de un alto valor histórico.⁴²



Figura N° 22 Campana, Museo del Bombero
Fuente: Elaboración propia

⁴² Información tomado de la Guianza en el Museo del Bombero, 2007.

3.3 COMUNIDAD META

La nueva visión museológica implica que la población interactúe, pero cuando se refiere a interactuar, significa que los dos actúen, que ni el museo se considere un agente pasivo y la comunidad un agente activo, para ambos casos se necesita tener bien claro el mercado meta que queremos atraer al museo, y así ofrecer actividades concretas según el perfil del visitante al museo.⁴³

En esta investigación se determinó que el mercado meta del museo sea multi- target, es decir que pueda ser asequible para todos; por lo tanto, se ha realizado una segmentación demográfica, la cual se divide basándose en aspectos como: edad, género, familia, turistas, educación e ingreso.⁴⁴

A continuación se mostrará una tabla que nos ayuda a identificar mejor el perfil de turistas que se desea atraer al museo, este modelo fue tomado del *Módulo 2: El plan de negocios turísticos, Manual del emprendedor Turístico*, publicado por el Ministerio de Turismo en el 2006.

⁴³ Entrevista realizada al Arquitecto e Historiador Parcival Castro, 2008.

⁴⁴ BELTRÁN Luz Cecilia, Módulo 4 Diseño y Comercialización de Productos Turísticos, Bogotá 2002.

TABAL XI, IDENTIFICANDO A LOS CLIENTES POTENCIALES		
Características de la demanda.		Perfil del Turista
1.	Procedencia de los visitantes: local, provincias aledañas y otras; países limítrofes y de la región; otros continentes	Principalmente turistas locales, además de recibir la afluencia de turistas nacionales e internacionales.
2.	Grupos de edad predominantes	Niños, adultos y tercera edad.
3.	Género: Femenino, masculino	Ambos
4.	Nivel de educación y profesión	Básica, Media y Superior
5.	Ingreso familiar promedio	Desde \$ 300 mensuales
6.	Viajan solos o con familia	Pueden llegar solos, en compañía de su familia o también grupo de turistas.
7.	Principales motivaciones	Distracción, interés por conocer la historia de Guayaquil junto con la historia del BCBG, y afición por los museos temáticos.
8.	Épocas del año en que se registran mayor afluencia de visitantes.	Julio y Octubre
9.	Duración promedio de la estadía de cada periodo vacacional	Litoral: Enero, febrero y marzo. Sierra y Oriente: Julio, Agosto y Septiembre.
10.	Gasto promedio por turista o excursionista	Desde \$ 0,25 hasta \$0,75 para la entrada. Si desea comprar una gorra el costo es de \$7.
11.	Servicios que valoran más los turistas	Guianza, Alimentación (Cafetería)
12.	Actividades favoritas de los turistas	Tomarse fotos, comprar souvenirs y participar en las actividades del atractivo.

Fuente: Elaboración propia

3.3.1 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

La segmentación demográfica que se plantea está basada en la opinión vertida en la entrevista realizada a un mercadólogo de la ciudad (Ver *anexo N° 4*), el Licenciado Peter Rodríguez, quien además de ser consultor de Marketing Turístico, es propietario de una operadora turística y tiene conocimiento del comportamiento del mercado turístico de Guayaquil. Él menciona que como museo se debe atraer a varios mercados, por lo tanto la segmentación se debe encaminar a atraer a los visitantes locales como son los niños, adultos, personas de la tercera edad, a los turistas nacionales e internacionales.

a) Visitantes Locales: Son las personas que habitan en la urbe y gustan de las visitas a los lugares turísticos de su ciudad. Se dividen en niños, adultos y tercera edad porque es la manera que el MBE ha dividido los visitantes para determinar los precios de las entradas, y las características de ellos son las siguientes:

- **Niños**

Niños de clase media, entre 8 y 12 años de edad. La mayoría estudia en escuelas particulares de Guayaquil. La escuela donde estudia cada dos meses realiza salidas de campo con los niños para conocer los atractivos de la ciudad, visitan parques

temáticos, museos, zoológicos, monumentos históricos durante todo el año lectivo. El promedio mensual de ingreso de sus padres en conjunto es entre \$ 600 y \$ 1500. Gustan de salir a pasear con sus padres los fines de semana y feriados, principalmente a centros comerciales, al Puerto Santa Ana y Malecón 2000.

- **Adultos**

Hombres y mujeres de clase media entre 16 y 50 años de edad. En el caso de los chicos más jóvenes de 16 a 30 años gustan de salir a farrear con sus amigos a la zona rosa y al Cerro Santa Ana la mayoría de fines de semana. Algunos trabajan en empresas privadas y el resto estudia en la universidad. Los que trabajan perciben una mensualidad entre \$ 200 a \$ 500. No tienen hijos así que utilizan su dinero para visitar centros comerciales, atractivos turísticos nuevos y salir con los amigos. En el caso de los adultos entre 31 y 50 años están casados, trabajan para empresas públicas y privadas, ganan una mensualidad entre \$ 400 y \$1,500, tienen responsabilidades económicas fuertes en su hogar. Por lo menos una vez al mes salen con su familia a visitar los centros comerciales y realizar una que otra compra que no exceda de su presupuesto. Gustan

mucho de acudir a lanzamiento de ferias, ya sean de turismo, equipos para el hogar, autos, artesanías, y muebles.

Aman inmensamente a Guayaquil, así no sean oriundos de esa ciudad, por lo que les gusta celebrar sus fiestas acudiendo a los atractivos turísticos de las zonas regeneradas.

- **Tercera Edad**

Este grupo de personas de clase media, acuden siempre acompañados de sus hijos o nietos. Reciben mensualmente su pensión de jubilados, el cual no les alcanza mucho para sus gastos, por lo que sus hijos le dan una cierta cantidad de dinero para sus gastos de medicina, alimentación y una que otra distracción dentro y fuera de la ciudad. Les encanta recorrer los lugares históricos de Guayaquil, y revivir sus viejos tiempos de juventud. Uno de sus lugares favoritos es el Barrio Las Peñas, la Plaza Colón y el Malecón 2000.

b) Turistas Nacionales

Familias de clase media de las principales ciudades del país, en especial Quito, Cuenca, Manta, Ambato, Santo Domingo, Portoviejo,

Riobamba, Ibarra y Machala. Estas familias están compuestas por 4 miembros: papá, mamá y dos niños. Los padres tienen entre 30 y 45 años de edad. Poseen un ingreso conjunto mensual de \$ 800 a \$ 3,000. El padre es empleado de una empresa privada o pública, que gusta viajar en compañía de su familia y hospedarse en hosterías y hoteles sencillos que cuesten desde \$ 10 por persona la noche de hospedaje.

Los viajes alrededor del país lo realizan en Cooperativas de Transporte, para distancias de más de 6 horas, y en su carro particular para distancias más cortas. La mayor cantidad de sus pagos las hace en efectivo, y sólo utiliza la tarjeta de crédito en casos especiales.

La madre es también empleada de una empresa privada o pública, pero se encuentra más a cargo de las actividades de sus dos hijos. Cuando se trata de organizar alguna fiesta o evento en la familia ella es la que se encarga de todo, los invitados, la comida, la decoración, etcétera. Por lo general ella es la que planifica y propone el lugar para salir de vacaciones en familia.

Los niños tienen entre 9 y 12 años de edad, estudiantes de colegios particulares de sus respectivas ciudades, practican actividades

extracurriculares como deportes e idiomas. Gustan de ver series televisivas de cadenas locales y de cable. Las vacaciones de este grupo familiar dura de 2 a 4 días, realizan actividades juntos, como visita a museos, parques temáticos, centro comerciales, atractivos naturales y actividades culturales, algunas veces con guías y otras sin ellos; les gusta comer en cualquier tipo de restaurantes , de comida típica o rápida.

c) Turistas Internacionales

Familias de no más de tres integrantes, provenientes de Norte América y Europa. Visitan nuestra ciudad, motivados por conocer los atractivos culturales y modernos que tiene Guayaquil, ver el Malecón 2000, el Hemiciclo La Rotonda, MAAC, Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, Cerro Santa Ana y la Plaza Colón. Permanecerán en la ciudad no más de 2 días, porque también quieren recorrer las costas ecuatorianas. Son adultos de entre 38 a 65 años.

En el caso de las parejas más jóvenes tienen un hijo entre 7 y 12 años. Ambos son profesionales y trabajan en empresas privadas. Poseen un ingreso mensual entre US\$ 4,000 Y US\$ 9,000. Viajan anualmente a destinos preferiblemente de Latinoamérica, motivados por comentarios que recibieron, Internet, ferias de turismo y televisión.

Gustan de hospedarse en hoteles y hosterías de 4 estrellas, que se encuentren cerca de los principales atractivos. Dominan muy poco el español, por lo que necesitarán un guía en sus respectivos idiomas. Les gusta experimentar los platos típicos de cada ciudad, siempre y cuando el restaurante esté presentable y aseado. Acostumbran a comprar recuerdos y souvenirs que mencionen los lugares que visitaron. Sus pagos lo realizan en efectivo para cantidades pequeñas, y con tarjeta de crédito para cantidades más grandes.

Las parejas mayores a 55 años viajan solas, pero poseen similares características. La gran mayoría son jubilados, ya no tienen muchas responsabilidades o gozan de periodos largos de vacaciones. Tienen un ingreso mensual de entre US\$ 6,000 y US\$ 12,000. Viajan anualmente, acostumbran a hacerlo con otras parejas de amigos y familiares. Gustan de actividades grupales, visitas guiadas a los diferentes atractivos, museos, galerías y centros comerciales, cenan en restaurantes de cocina nacional e internacional, y compran recuerdos para sus familiares; los pagos los realizan también con tarjeta de crédito y cheques de viajero.

CAPÍTULO 4

EL MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO “CORONEL FÉLIX LUQUE PLATA” COMO PRODUCTO TURÍSTICO DE GUAYAQUIL

4.1 ATRACTIVO TURÍSTICO

El Museo del Bombero Ecuatoriano consta dentro del inventario de Atractivos Turísticos del Guayas, realizado por el MINTUR (2006) y está tipificado en categoría de *Manifestaciones Culturales*; tipo *Realizaciones técnicas, artísticas y contemporáneas*, subtipo *Museo*, con una jerarquía de 2. (Ver anexo N° 5)

Los expertos consultados para esta investigación coinciden en decir que el museo del bombero está localizado en un lugar privilegiado, en una franja

eminentemente cultural, específicamente en una zona de museos reconocidos por la urbe.⁴⁵

Para evaluar la situación turística del atractivo se ha elaborado un cuadro que mide tales condiciones, tomado como ejemplo del Manual del emprendedor Turístico, publicado por el Ministerio de Turismo en el 2006.

⁴⁵ Entrevista a la Historiadora Jenny Estrada, Directora del Museo de la Música Popular Guayaquileña Julio Jaramillo Laurido

TABLA XII CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO Y SU PERFIL		
	CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO	PERFIL DEL ATRACTIVO
1.	¿Qué eventos organizados de la zona atraen más visitantes cada año?	Exposición de pinturas en el Barrio de las Peñas y la Plaza Colón, actividades artísticas en el Teatro José de la Cuadra.
2.	¿Qué servicios turísticos básicos brinda el atractivo?	Guianza, pero no con guías especializados
3.	¿Esos servicios son suficientes o existe todavía demanda insatisfecha?	No cuenta con una cafetería, auditorio, biblioteca, y estancia donde vendan algún recuerdo referente al museo.
4.	¿Qué piensan los usuarios de la relación calidad-precio de esos servicios?	La guianza no tiene ningún costo y los precios de las entradas los encuentran módicos, va desde \$0.25 hasta \$0.75 todo el año.
5.	¿La localidad cuenta con un centro de información turística?	No se cuenta con un centro de información turística en la localidad.
6.	¿El atractivo cuenta con un centro de información para turistas?	En el museo, los visitantes reciben la revista mensual de Guía turística Infocity de Guayaquil, pero centro como tal no dispone.
8.	¿A qué nivel del mercado está siendo promocionada la localidad: regional, nacional, internacional?	Local, Regional y Nacional
9.	¿Qué canales de comercialización se usan más a menudo?	No tienen canales de comercialización, ellos venden su atractivo directamente al público, se gestionan solos.
10.	¿Qué materiales de promoción y medios de comunicación se utilizan para publicitar el turismo en la zona?	No tienen letreros alrededor de su entorno, donde se identifique al museo. Las promociones las realizan en folletos, televisión, guías turísticas de bolsillo, a nivel local y nacional.

Fuente: Elaboración propia

4.2 INFRAESTRUCTURA

El museo del Bombero Ecuatoriano, localizado en la Plaza Colón, es un espacio cultural, debido a que su corteza terrestre ha sido intervenida por el hombre y actualmente distinta de lo que fue su fisonomía original, también llamado espacio adaptado.

El museo se encuentra en el corazón de Guayaquil, el espacio más visitado por los turistas nacionales e internacionales, una zona ampliamente regenerada que goza con los más grandes atractivos turísticos del puerto, pero existen más proyectos que se están desarrollando para incrementar su modernidad e infraestructura básica de servicios.

4.2.1 INFRAESTRUCTURA INTERNA

- a) **Transporte.-** El museo no dispone de ningún tipo de transporte privado para su personal, ni para los grupos que visitan el Museo. Todos los grupos que vienen de las escuelas o colegios vienen por cuenta propia, el museo no cubre ningún costo de transportación a los visitantes.

- b) Comunicaciones.-** Cuenta con servicio telefónico público y celular, los cuales se manejan desde la oficina de administración. Para realizar las actividades diarias y con bastante exactitud, los empleados se comunican por medio de radios portátiles, dentro y fuera del MBE.
- c) Sanidad.-** El museo recibe un constante mantenimiento, cada uno de sus espacios están limpios, los empleados que se encargan de la limpieza lo conservan impecable para la llegada de grupos de escuelas y colegios, los ancianos y demás turistas que acuden al museo diariamente.⁴⁶

La localización del Museo dentro de la parte regenerada de Guayaquil permite que su red de desagües y de agua sea eficiente, sin permitir ningún malestar a sus visitantes y peor aún a los habitantes de la zona aledaña al museo.

La recolección de basura en el museo se realiza todos los días, junto al museo se encuentra la Compañía de Bomberos, cada noche un personal del museo deja la basura a un cuartelero de la compañía, y éste se encarga de botarla cuando pasa el camión de la basura.⁴⁷

Además dispone de dos baños, para hombres y mujeres, cada uno

⁴⁶ Por Observación propia

⁴⁷ Entrevista a la Señora Jacqueline, Coordinadora del Museo del Bombero.

con su respectivo inodoro, lavamanos, espejo, papel para manos, ambos baños limpios y en buen estado.

- d) Salud.-** El personal del museo está sujeto a cualquier desgracia, y más aún cuando se trabaja con niños y ancianos, dispone de un botiquín de primeros auxilios en la oficina de administración y junto a la puerta de entrada del museo se encuentra el dispensario médico, donde los niños, adultos y ancianos que pasen por alguna molestia física en su visita podrán ser atendidos inmediatamente dentro del dispensario, sin ningún costo.

Las personas que laboran en el museo también puede atenderse en este dispensario.

- e) Energía.-** El museo del bombero cuenta con un buen alumbrado público por las noches, el hecho de estar dentro de una zona regenerada, los turistas tienen la facilidad y seguridad de caminar por la Plaza Colón debido a que existe una excelente iluminación y guardianía las 24 horas del día, todas estas facilidades otorgadas por el Municipio de la Ciudad.

Existe el caso en que se ha ido la energía eléctrica dentro del museo, para eso tienen las lámparas de emergencia alrededor de todo el

museo para desvirtuar la falta de luz en el lugar, pero esto serviría más en las noches, ya que la luz del sol que entra por las ventanas ilumina satisfactoriamente en gran parte de las instalaciones del museo; pero esto en las mañanas y tardes.⁴⁸

4.2.2 INFRAESTRUCTURA EXTERNA

El área correspondiente a la ciudad de Guayaquil es 32,440 hectáreas, pero solamente 18,000 de ellas están ocupadas por la ciudad y otros asentamientos.

- a) Puerto.-** El puerto de Guayaquil cuenta con una construcción moderna y adecuada que le permite brindar servicios a toda clase de naves, así como manipular y almacenar contenedores, o cualquier tipo de carga seca o refrigerada.

⁴⁸ Por observación propia

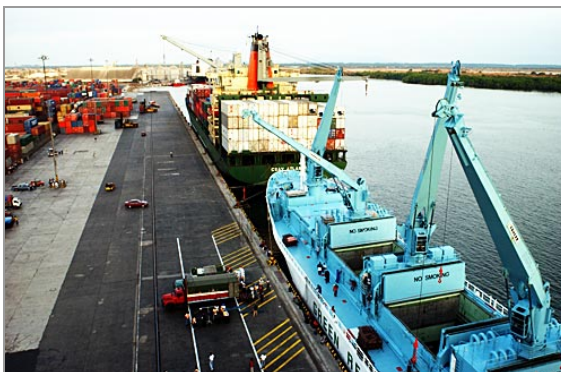


Figura N° 23 Puerto de Guayaquil

Fuente: Tomado de <http://www1.puertodeguayaquil.com/splash/elpuerto>.

La ubicación privilegiada del puerto le permite mover el 70% del total de la carga que moviliza el sistema portuario nacional y adicionalmente funciona como un incentivo para la captación de tráficos de las rutas del lejano oriente y del continente americano, especialmente los relativos a la costa del Pacífico. Asimismo, esta resulta muy conveniente para la concentración de cargas latinoamericanas destinadas a cruzar el canal de Panamá con destino a la costa oeste del continente o hacia Europa y África.⁴⁹

Este puerto posee una infraestructura apropiada para el desarrollo del comercio internacional, y cuenta con equipos adecuados para la realización de las operaciones diarias.

⁴⁹ Tomado de <http://www1.puertodeguayaquil.com/splash/elpuerto.html>, Consulta 11-01-08

El puerto, mediante la supervisión de la Autoridad Portuaria de Guayaquil presta a sus exigentes usuarios un servicio de calidad, requeridos por las naves y las mercaderías a través de las operadoras privadas.

Autoridad Portuaria de Guayaquil cuenta con sistemas automatizados y de alta tecnología que cubren las áreas de seguridad física e industrial; las cuales incluyen sistemas de control y vigilancia electrónica monitoreando las 24 horas durante los 365 días del año. Además está inmerso en el código de seguridad internacional PBIP⁵⁰ siendo uno de los primeros puertos que ha obtenido esta importante certificación internacional.⁵¹

b) Aeropuerto.- La terminal aérea internacional conocida anteriormente como Aeropuerto Internacional Simón Bolívar, fue renombrada como José Joaquín de Olmedo en el 2006, previa a la inauguración de sus nuevas instalaciones; llamada así en honor al poeta y prócer guayaquileño, primer alcalde de la ciudad.

El aeropuerto tiene 50.000 metros cuadrados de construcción, espacio en el que reciben diariamente a pasajeros nacionales e

⁵⁰ Código Internacional para la Protección marítima de los buques

⁵¹ Tomado de <http://www1.puertodeguayaquil.com/splash/elpuerto.html>, Consulta 11-01-08

internacionales. Además, es la puerta de entrada y salida hacia Galápagos, el mayor destino turístico que tiene el Ecuador.⁵²



Figura N° 24 Vista interior del aeropuerto José Joaquín de Olmedo
Fuente: es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Jos%C3%A9_Joaqu%C3%A9n_de_Olmedo

Se encuentra localizado a 5km del centro de la ciudad, en la Avenida de las Américas, dentro de un área que tiene a solo cinco minutos de tiempo a dos prestigiosos hoteles de grandes cadenas internacionales, como son, el Hotel Sheraton y Hilton Colon.

El aeropuerto, para comodidad de sus turistas, tiene a su disposición varias líneas aéreas dentro de sus instalaciones, goza de tener 19 counters ofreciendo las 24 horas sus servicios tanto a los habitantes

⁵² Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Jos%C3%A9_Joaqu%C3%A9n_de_Olmedo

nacionales como a los internacionales. La tasa aeroportuaria del José Joaquín de Olmedo es actualmente de \$26 para vuelos internacionales, y de \$ 4.20 para los vuelos dentro del país.

c) Nueva Terminal Terrestre, Jaime Roldós Aguilera.- La nueva terminal terrestre está totalmente remodelada, además con una mejor infraestructura, el diseño de sus instalaciones han dejado a los guayaquileños felices y con ganas de viajar, su frase promocional que motiva aún más, la Terminal Terrestre *“donde empieza la aventura”*.

Pero esta aventura sigue, la nueva terminal terrestre ofrece a todos sus visitantes el Outlet, un área de locales comerciales a precios cómodos, como para hacer de su viaje una experiencia inolvidable.



Figura N° 25 Terminal, Corredor Principal

Fuente:<http://www.hoy.com.ec/anio2007/fotos/jul/210707p4.gif><http://necatpace.org>

La ubicación de las cooperativas de transporte están mejor ordenadas, enumeradas lo que beneficia al turista a la hora de viajar y buscar la cooperativa que lo llevará a su destino. Por mencionar algunas están:

TABLA XIII FRECUENCIA DE BUSES - TERMINAL TERRESTRE			
COOPERATIVA	PROVINCIAL	REGIONAL	INTERNACIONAL
24 de Septiembre	X		
Aerotaxi		X	
Alausí CTA		X	
Baños		X	
Carlos Aray		X	
Centinela del Sur		X	
Chimborazo		X	
Cita Express		X	
CITIM	X		
COACTUR		X	
Costa Azul		X	
F.B.I		X	
Libertad Peninsular		X	
Rutas de América (Internacional)			X
Rutas Ormeño			X
Rutas Orenses		X	
San Francisco Oriental		X	
Señor de los Milagros	X		
Super Taxi Cuenca		X	
Trans. Esmeraldas		X	
Transporte Villamil		X	
Trasandina Express		X	
Turismo Oriental		X	
Ventanas		X	
Zaracay		X	

Fuente: Tomado de www.terminalterrestre.gov

d) Vías de acceso al Museo.- Guayaquil es una ciudad grande, de norte a sur se tiene que recorrer calles y avenidas largas para llegar a nuestro objetivo en particular, y si se desea visitar el Museo del Bombero, se tienen algunas vías de acceso que se pueden tomar de cualquier punto de la ciudad.



Figura N° 26 Vías de acceso al Museo del Bombero
Fuente: Revista This is Ecuador, No. 41

TABLA XIV LEYENDA DE LA FIGURA N° 24	
<p>● ATRATIVOS TURÍSTICOS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● El barrio Las Peñas ● El Cerro Santa Ana ● IMAX ● Malecón 2000 ● Malecón el Salado ● Palacio de Cristal ● La Torre del Reloj
<p>=== CALLES Y AVENIDAS DE ACCESO AL MUSEO.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● Malecón Simón Bolívar ● Avenida 9 de Octubre ● Calle 10 de Agosto ● Avenida Quito ● Calle Colón ● Avenida de las Américas ● Avenida Carlos Julio Arosemena ● Avenida Machala

Fuente: Elaboración propia

Todas estas calles y avenidas mencionadas, como se ven dentro del mapa, son vías que pueden ser tomadas junto con otras calles para llegar más rápido al destino, pero las señaladas son las más representativas tanto en el norte, centro y sur de la urbe.

A unos pocos metros de la Plaza Colón, lugar donde se encuentra el Museo del Bombero, está localizada la estación de la Metrovía – Estación Las Peñas, Troncal 1.

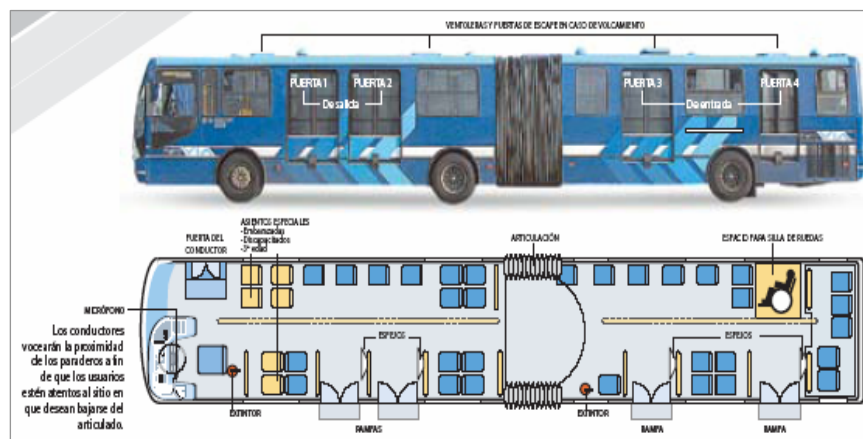


Figura N° 27 Estructura de los Buses – Metrovía
Fuente: www.eluniverso.com/data/recursos/documentos/

El 25 de julio el alcalde Jaime Nebot inauguró la primera de las siete troncales que conformarán el sistema, que entró en operación el 29 del mismo mes.

El sistema integrado de transporte masivo Metrovía tiene como fin el proveer un servicio ordenado de transporte público, teniendo como objetivo principal mejorar el nivel de servicio hacia el usuario, además de reducir la congestión y la contaminación ambiental.⁵³

Este nuevo servicio de transporte público conecta por medio de su recorrido con la parte sur y norte de Guayaquil, en tan solo 80 minutos.

⁵³ Tomado de <http://www.eluniverso.com/data/recursos/documentos/29985-r-lametrovia.pdf>

Por medio de ella llegan a esta parte de la ciudad un elevado flujo de personas, que al quedarse en esta estación, tienen a su alrededor algunos destinos turísticos que pueden visitar, debido a su tranquilidad al viajar y facilidad al llegar.

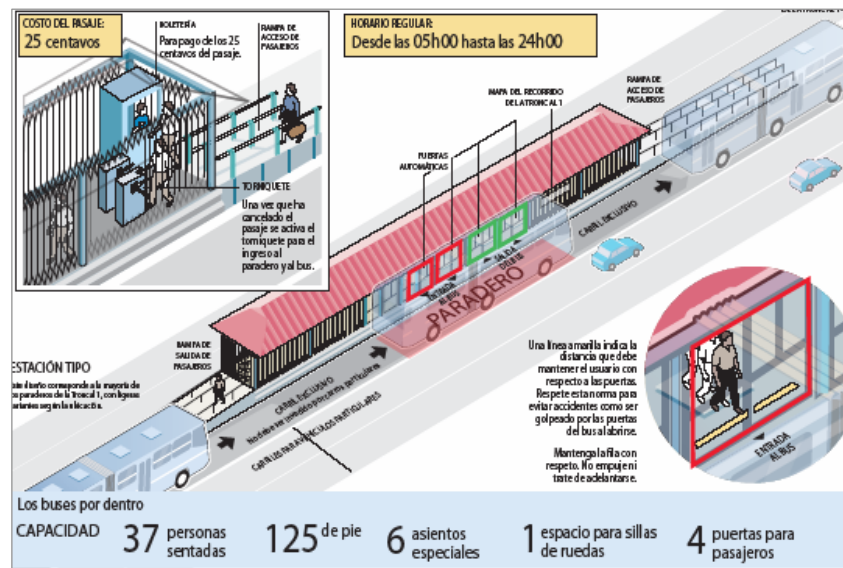


Figura N° 28, Capacidad de la Metro Via
Fuente: www.eluniverso.com/data/recursos/documentos

El recorrido inicia en la Terminal Guasmo Sur, a lo largo de 37 paradas, cada una ubicada a 400 metros de distancia, hasta la central Río Daule, en una extensión aproximada de 31,65 kilómetros de ida y regreso.

Los pasajeros tienen la oportunidad de cancelar el valor de \$0,25 en efectivo, o de sacar la tarjeta magnética recargable que se deslizará por un dispositivo electrónico ubicado en los torniquetes de cada parada.

Sin lugar a duda la vía de acceso más seguro y rápido para llegar al Museo del Bombero, es el sistema Metrovía, con estaciones en lugares puntuales de Guayaquil, que permiten al usuario trasladarse con facilidad a cualquier parte de la ciudad.



Figura N° 29 Mapa del recorrido de la Metrovía, Troncal 1

Fuente: Tomado de <http://www.eluniverso.com/data/recursos/documentos/29985-r-lametrovia.pdf>

4.3 SERVICIOS TURISTICOS

En lo que se refiere a los servicios turísticos, se puede acotar que Guayaquil cuenta con una amplia gama de establecimientos de alojamiento, alimentación y esparcimiento, además de agencias de viajes y guías turísticos, que se ponen a disposición para los turistas que la visitan.

Dentro de la zona del MBE, que está enmarcada entre las calles Malecón, Loja y Rocafuerte, los establecimientos de restauración y esparcimiento se encuentran ubicados a lo largo de las Escalinatas Diego Noboa y Arteta, y en el Barrios las Peñas; en el Cerro Santa Ana y en el Malecón 2000, frente a la ESPOL.

Entre los restaurantes que se encuentran en las escalinatas del cerro Santa Ana son: El Galeón de Arthur's, Café Galería Quimbita, Cangrejos El Mariscal, Comida Típica La Balsa, Piqueos Villamar, La Fogata, Ciudad Vieja, Piqueos Mástil, Varadero, Picantería Marea Alta, entre otros. Estos restaurantes son de tercera y cuarta categorías, y en su menú todos incluyen comida típica.

En cuanto a los establecimientos de esparcimiento, una variedad de bares están ubicados en el cerro Santa Ana, las discotecas más cercanas al área de estudio son las Proa, en el Malecón 2000 y todas las localizadas en la Zona Rosa de la ciudad.

4.4 ANÁLISIS FODA DEL MBE COMO PRODUCTO TURÍSTICO DE GUAYAQUIL

El MBE cuenta con el atractivo turístico, la infraestructura y los servicios turísticos para ser considerado como un producto turístico. Pero se debe mejorar ciertos aspectos para que atraiga a mayor cantidad de visitantes para posicionarlo como uno de los principales productos turísticos de la ciudad.

En cuanto al atractivo turístico se puede acotar *que si el museo tuviera un proceso museal y excelente promoción con una identidad o imagen renovada estaría ampliamente en la capacidad de convertirse en un producto turístico de Guayaquil*, goza de muchas fortalezas como atractivo turístico y su registro de visitas mensuales es de 300 personas, lo que puede significar que las personas si están interesadas en visitar este tipo de atractivos pero los factores antes mencionados están mermando su desarrollo. (Ver Tabla N° XV).

TABLA XV ANÁLISIS FODA DEL ATRACTIVO TURÍSTICO “MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO”				
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
ATRACTIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación Geográfica estratégica. • La relación de la historia de Guayaquil con la historia de los bomberos. • El BCBG es el más antiguo de Latinoamérica. • El valor de la entrada es asequible a todas las clases sociales. • Mensualmente recibe una media de 300 visitantes • Promueve e incentiva el civismo en la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración de las piezas por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, apoyado por la Presidencia de la República. • Encontrarse dentro de una ruta de museos, vendido dentro de un paquete turístico por operadoras de la localidad. • El crecimiento del turismo en Guayaquil. • El Ministerio de turismo está creando campañas que promueven el turismo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • La exposición no fue establecida por un proceso museal. • Falta promoción del atractivo a nivel local, regional y nacional. • No cuenta con una imagen gráfica independiente del BCBG. • Un atractivo turístico de baja jerarquía. • No planifica y ejecuta cronograma anual de actividades culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas sociales como narcotráfico y guerrilla en los países vecinos.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la infraestructura, tanto la interna como la externa, se puede decir que está en excelentes condiciones e incluso actualmente es una de las mejores de Latinoamérica. (Ver Tabla N° XVI).

TABLA XVI ANÁLISIS FODA DE LA INFRAESTRUCTURA DEL " MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO "				
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
INFRAESTRUCTURA DE ACCESO	<ul style="list-style-type: none"> • Localizado en un lugar de fácil acceso. • Infraestructura básica completa. 	<ul style="list-style-type: none"> • La regeneración urbana continúa mejorando la infraestructura en la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • El museo no dispone de una transportación particular para los grupos de colegios y turistas, pero se puede transporta por el sistema de transporte Metrovía. 	<ul style="list-style-type: none"> • El fuerte temporal de lluvia que ha afectado la región costa disminuirá la visita de posibles turistas nacionales.

Fuente: Elaboración propia

Si se refiere a los servicios turísticos, Guayaquil está dotada de una variedad de establecimientos de planta turística y en la zona aledaña al MBE se encuentra una pequeña oferta de cada tipo. (Ver Tabla N° XVII).

TABLA XVII ANÁLISIS FODA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL “MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO”				
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	<ul style="list-style-type: none"> Servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento cerca del atractivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Inversión en el sector turístico incrementa su oferta de productos y servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Los servicios complementarios son de tercera y cuarta categoría. 	<ul style="list-style-type: none"> Las nuevas leyes constitucionales del país interfieren en algunos sectores de turismo.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 5

PROPUESTA DEL PROCESO MUSEAL SEGÚN LA NUEVA MUSEOLOGÍA EN EL MUSEO DEL BOMBERO FÉLIX LUQUE PLATA.

El objetivo general de esta investigación es diseñar una propuesta para convertir al Museo del Bombero Ecuatoriano “Coronel Félix Luque Plata” en un producto turístico considerando la nueva museología como una herramienta que permita emprender la delineación y realización de un centro dinámico, participativo e integrado.

Se establece el proceso museal del MBE de acuerdo a los conceptos de la nueva museología, pero como esta investigación es realizada por especialistas en turismo, se ha consultado a expertos para plantear esta parte de la propuesta, que se compone del eje de la motivación, el guión museográfico y la expografía.

5.1 EJE DE LA MOTIVACIÓN

El primer paso para la generación del proceso museal es la determinación de su eje motivador, y en esta investigación se han detectado dos ejes motivadores que deben ser utilizados en conjunto para elaborar el guión museográfico.

Los dos ejes que corresponden a esta propuesta, mediante previa investigación y análisis, son los siguientes que se describen a continuación:

TABLA XVIII. EJES DE LA MOTIVACIÓN	
Primer Eje (Planta baja)	La relación entre el desarrollo de Guayaquil en la historia y los incendios que la azotaron
Segundo Eje (Planta alta)	Los bomberos de Guayaquil son los más antiguos de Latinoamérica

Fuente: Elaboración propia

5.1.1 PRIMER EJE DE LA MOTIVACIÓN

En el primer eje de la motivación, La relación entre el desarrollo de Guayaquil en la historia y los incendios que la azotaron, se establece siete incendios como los hitos históricos. De acuerdo a las investigaciones realizadas, estos incendios fueron los más

significativos en la historia de la ciudad no sólo por las pérdidas humanas y económicas que dejaron sino porque cambió la estructura arquitectónica de la ciudad y obligó a mejorar la tecnología para combatir los incendios.

Los incendios que representan el primer eje de la motivación son:

- El primer incendio de 1536
- El Fuego Grande de 1764
- El Incendio Grande de 1896
- El Incendio del Carmen de 1902
- El Incendio del Teatro Olmedo de 1930
- El Incendio del Diario El Universo de 1978
- El Incendio de la Bahía 1997

Para la representación de los hitos históricos se divide la planta baja en 7 sectores, donde se impulsarán el concepto central del primer eje de la motivación, uno de los sectores más importantes del primer eje es *el Sector Central*, debido a que se requiere del montaje de paredes y la adecuación de escenografías para representar los incendios ya mencionados.

TABLA XIX. SECTORES PLANTA BAJA	
PRIMER EJE DE LA MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso • Sector Central • Auditorio • Sala 102 • Biblioteca • Galería • Cafetería

5.1.2 SEGUNDO EJE DE LA MOTIVACIÓN

En el segundo eje de la motivación, Los bomberos de Guayaquil son los más antiguos de Latinoamérica, se explica que oficialmente el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil se funda en 1835 por el Presidente de la República Vicente Rocafuerte, por lo que son los más antiguo de Latinoamérica, aunque desde el primer incendio en 1536 hasta la actualidad han pasado más de 400 años de experiencia apagando incendios.

Para esto se muestran los casos del inicio y desarrollo de los Cuerpos de Bomberos de:

- La Boca, Argentina (155 años)
- Ponce, Puerto Rico (155 años)
- Valdivia, Chile (151 años).

- Lima, Perú (134 años)
- Bogotá, Colombia (112 años)

Para la representación del segundo eje de la motivación se han dividido 2 sectores en la planta alta, los cuales servirán para impulsar la idea central de este eje al público.

TABLA XX. SECTORES PLANTA ALTA	
SEGUNDO EJE DE LA MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Memorial a los Bomberos.• Sala Audiovisual Y Recreación Escénica.

5.2 GUIÓN MUSEOGRÁFICO

Se hace necesario plasmar las palabras de uno de los expertos consultados, el Arquitecto Parsival Castro⁵⁴, conocedor de la historia de Guayaquil, menciona que:

En el caso del Museo del Bombero (...), el guión museográfico debe poder mostrar los incendios y el desarrollo de Guayaquil con los incendios, es decir cómo la vida se fue modificando, como las calles se las volvieron a trazar y como las casas y los edificios cambiaron con las reconstrucciones a partir de los incendios.

El guión museográfico sirve para describir las piezas o elementos que se utilizan en la exposición y de esta manera mostrar los ejes motivadores del MBE, siguiendo en orden de circulación y recorrido que realizan los visitantes al ingresar al museo.

Es necesario acotar que para el montaje de la exposición del MBE en el año 2001, fecha de su re – inauguración, no se realizó un guión museográfico, entonces las personas que lo visitan no encuentran un eje motivador y no tienen una idea central de la exposición.

⁵⁴ Entrevista con el Arquitecto Parsival Castro, 2008

TABLA XXI. PROPUESTA DE GUIÓN MUSEOGRÁFICO DEL MBE

Guión Museográfico

Se pone énfasis en los dos ejes de la motivación, en la planta baja se muestra **la relación entre el desarrollo de Guayaquil en la historia y los incendios que la azotaron**, y en la planta alta se exhibe que **los bomberos de Guayaquil son los más antiguos de Latinoamérica**.

A partir de los ejes de la motivación se definen **IX sectores** o nudos temáticos. El orden del recorrido en el MBE es el siguiente:

I. Ingreso

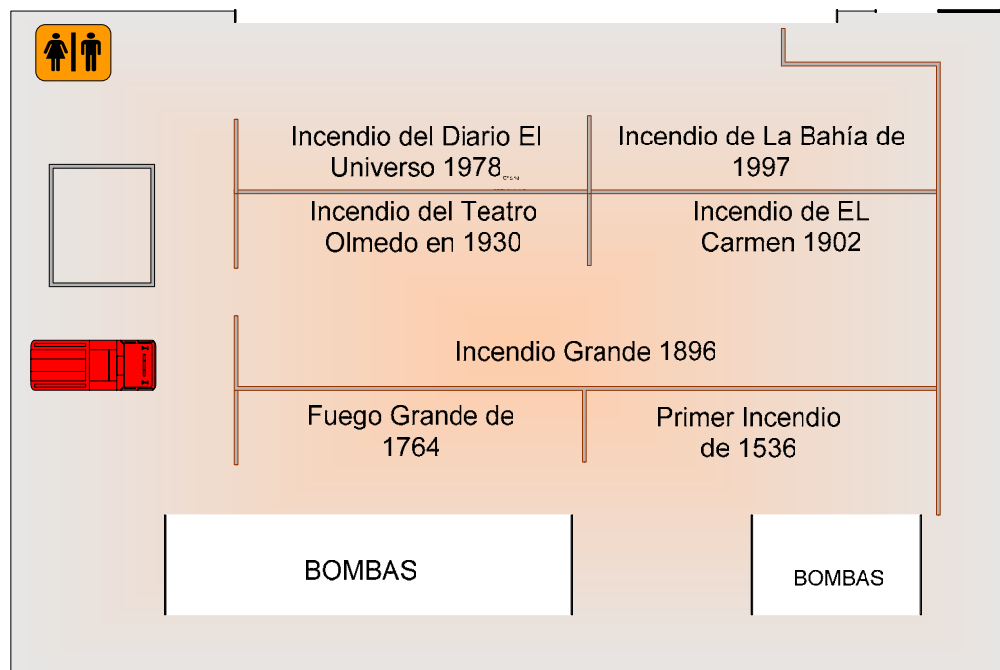


Cuando llega el visitante es recibido por la recepcionista y conducido hasta el guía, este último empieza dando la bienvenida y explicando brevemente las recomendaciones para el recorrido.

Se inicia el recorrido mostrando y describiendo el funcionamiento de las bombas de la antigua Planta Provedora de Agua. Aquí se menciona

que el edificio del Museo del Bombero fue el lugar donde funcionaba la planta ya mencionada y que por su importancia histórica se elige para que funcione el MBE y se mantiene la arquitectura del lugar porque recuerda las construcciones de la época fabril.

II. Sector Central:



Continuando con el orden de circulación se ingresa al sector más importante del primer eje de la motivación porque muestra gráficamente sus hitos históricos

Al inicio se exhibe un gráfico tridimensional del *Primer Incendio* de la ciudad, sufrido por el modesto caserío en 1536, donde el vecindario citadino, en largas filas de hombres y mujeres, pasaban de mano en mano el capacho o balde de cuero, para ir y venir con agua de las

zanjas o río hasta el fuego.

El siguiente espacio está dedicado al Fuego Grande, incendio ocurrido en 1764, para la representación de ésta área se exhibe un gráfico tridimensional de una casa pajiza quemándose, que fue donde se originó el incendio, muebles quemándose en las calles, edificios y plazas también.

Para decorar esta sección se utilizan las colecciones que están en el museo y que después de ese desastroso incendio se empezaron a adquirir: el casco de bomberos francés usado entre 1800 y 1850, la primera máquina sistema guimbalete que llegó a Guayaquil en 1780, esta tiene que ser una representación en madera en un tamaño de 60 x 60 cm., y la máquina sistema guimbalete Salamandra.

El guía tiene que explicar que después de este incendio se tomaron algunas precauciones en la reconstrucción de la ciudad, as mismas que fueron dadas por el Cabildo, en una de las paredes de ésta sección se observa una gráfica donde muestra a través de un dibujo cada material o sea el caso, la forma como cambiaron el diseño de las casas después de ese incendio, las cuales el guía hace mención.

Primero.- Que en la reedificación de la ciudad, ante todo se delinee las calles en forma regular para evitar recovecos o calles tortuosas o estrechas que dificultan el libre acceso de los vecinos y defensores de la ciudad, en caso de un incendio, al mismo tiempo que facilitan por la proximidad de las casas unas con otras, la propagación del fuego.

Segundo.- Que las nuevas casas que se construyan sean de

quincha, adobes, ladrillos, bajareque o de cal y piedra, según lo permita el terreno y las condiciones económicas de los propietarios.

Tercero.- Que no se construyan cocinas altas en los fondos o parte posterior de las casas, sino en tierra y a distancia de las mismas, como aconsejaba el Procurador General García Cáceres en su informe.

Cuarto.- Prohibir la construcción de casas de paja en las cercanías de la ciudad, con admonición de que las que se hubiesen salvado del Fuego Grande sean cubiertas con tejas en el término preciso que fijase el Gobernador a quien se le dan las gracias, muy debidas, por la eficacia, actividad y diligencias, que ha demostrado en el presente lamentable infortunio.

Antes de continuar con el recorrido el guía da unos minutos a los visitantes para que puedan tomarse fotos en el Carro Bomba con los trajes de bomberos.

Se continúa con la exposición del *Incendio Grande de 1896*. Se observa en el gráfico tridimensional tres etapas del incendio: la primera etapa cuando se inicia el incendio en el almacén de lencería La Joya, se menciona la razón por la que empieza el incendio, después; en la segunda etapa se observa los principales edificios, viviendas, almacenes comerciales quemándose y las personas corriendo, se utiliza como recurso las bombas a vapor Aspiazu y 9 de Octubre. En la última etapa se observa una gigantografía de la foto donde se observa la ciudad totalmente destruida después de tres días de incendio. Con todos estos recursos el guía debe relatar brevemente el pavoroso incendio que consumió a la ciudad y la dejó en la ruina total.

Para continuar con los incendios, se representa el incendio *Del Carmen de 1902*, El Incendio llamado *Del Carmen*, según los primeros datos del 19 de julio, destruyó en quince horas, 26 manzanas con 700 casas, dejando 15.000 personas sin techo y 12'000.000 de sucres en pérdida, incluyendo lo sufrido en los comercios y en el depósito de la Aduana. Modesto Chávez compara estos datos con los del Incendio de 1896 en el ardieron 89 manzanas con 1.200 edificaciones, 25.000 personas quedaron sin hogar y las pérdidas llegaron a los 45'000.000 de sucres. El Incendio Del Carmen empezó en Pichincha y Municipalidad (Diez de Agosto), en el depósito de aguardiente de *Palmiro Noriega*, abarcando por el norte hasta Aguirre, por el sur hasta la Av. Olmedo, por el oeste por la calle Chanduy (García Avilés) y por el este, el Malecón; y acabó al día siguiente a las dos de la tarde. Chávez opina que lo que lo detuvo por el norte fue la pampa dejada por el incendio de 1896 y por el sur y el oeste las amplias avenidas de Olmedo y Boyacá. Entre las edificaciones importantes destruidas, a parte de los aproximadamente 65 locales comerciales, se contaba el Hospital, la Cárcel, la Universidad, el Palacio Episcopal, el Colegio La Providencia, el Colegio Vicente Rocafuerte, recién reconstruido después de su incendio en 1899, mismo caso que las Iglesias de San José y de San Agustín en proceso de reconstrucción por recientes incendios; la oficina y los talleres del diario El Telégrafo, ubicados en la calle Pedro Carbo, que recibieron albergue en las instalaciones de su competencia *EL Grito del Pueblo*.

Para recrear esta escena se utilizan las colecciones existentes en el MBE utilizados en esta época, principalmente la forma de apagar los incendios con las máquinas bomba sistema a vapor Olmedo, la Unión y la 9 de Octubre.

En la siguiente sección se muestra una pintura en óleo del incendio en el teatro Olmedo de 1930, de una foto tomada por un aficionado, la cual está en la colección de imágenes N° 10 del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil publicado por el Banco Central del Ecuador. Aquí se utiliza la máquina carrito de mano o “gallito”, que fue adquirida por los años 1917 y eran conectadas a la máquina o hidrante, y luego empatarla al pitón para combatir el fuego.

El guía explica aquí brevemente el incendio del teatro y que sucedió después con el mismo, además explica como eran utilizados los “gallitos” por los bomberos en esa época.

Para cumplir con el primer eje de la motivación, se muestran los incendios más relevantes e impactantes de las últimas décadas, pero se hace énfasis en dos principalmente, los cuales también son representados gráficamente.

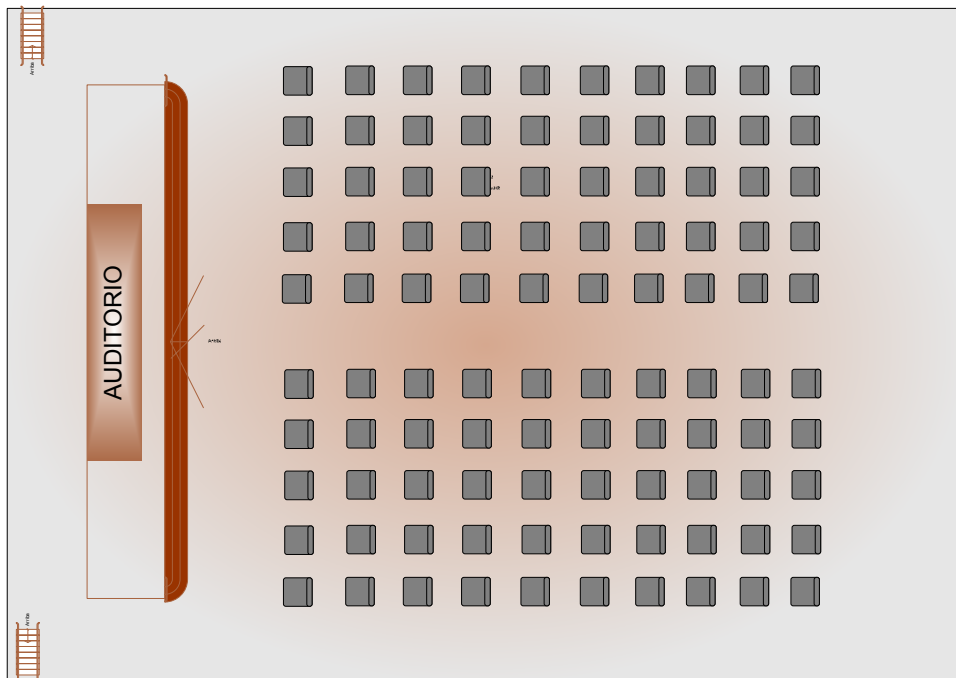
El guía utiliza como herramientas para explicar el incendio del diario El Universo una gigantografía de una foto, donde un grupo de personas sacan a unos heridos del grave incendio, y una pintura en óleo del edificio en llamas. Para recrear se utilizan los materiales que se utilizaron para apagar el incendio y las fotografías enmarcadas de este cruel flagelo.

Para finalizar el guía relata una de los incendios más graves del último período, el incendio de la Bahía de 1997, esta escena por lo impactante de las imágenes en fotos, es pintada sobre óleo, y decorada con pequeñas fotografías del flagelo. Para esta sección se recrea un puesto de venta de camaretas, silbadores, petardos, chispiadores y demás

artefactos que son fabricados con pólvora, que se expenden para la época de fin de año. Aquí el guía hace mucho hincapié en no fabricar y adquirir estos materiales.

La circulación del *Sector Central* se organiza de forma obligatoria, y no es autoguiado.

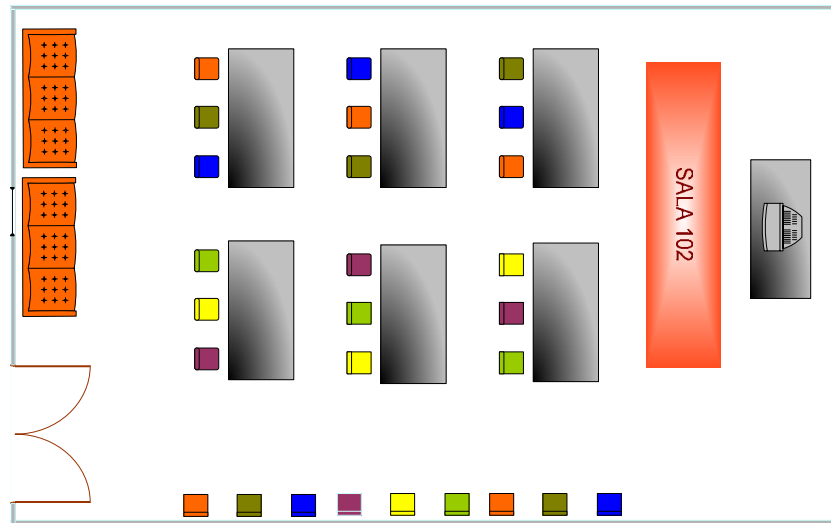
III. Auditorio



El guía debe mencionar que la idea principal del auditorio es ser una nueva alternativa para que los visitantes puedan interactuar en conferencias gratuitas relacionadas con la historia de Guayaquil, literatura ecuatoriana, y la cultura en general, de esta manera se ofrece un espacio para que la comunidad disfrute como un centro dinámico y participativo.

Se hace hincapié que además se brinda el servicio de alquiler del auditorio, el mismo que tiene la ventaja de ser de carácter rotativo, por lo que sólo tiene una plataforma desmontable (escenografía) y permite montar distintos eventos sociales como conciertos, desfiles de modas, lanzamientos de marcas, etc.

IV. Sala 102



Esta sala, dirigida para los niños visitantes, incentiva el uso del número de emergencia 102 (BCBG), muestra de manera animada los incendios más significativos e informa cómo actuar frente a un incendio.

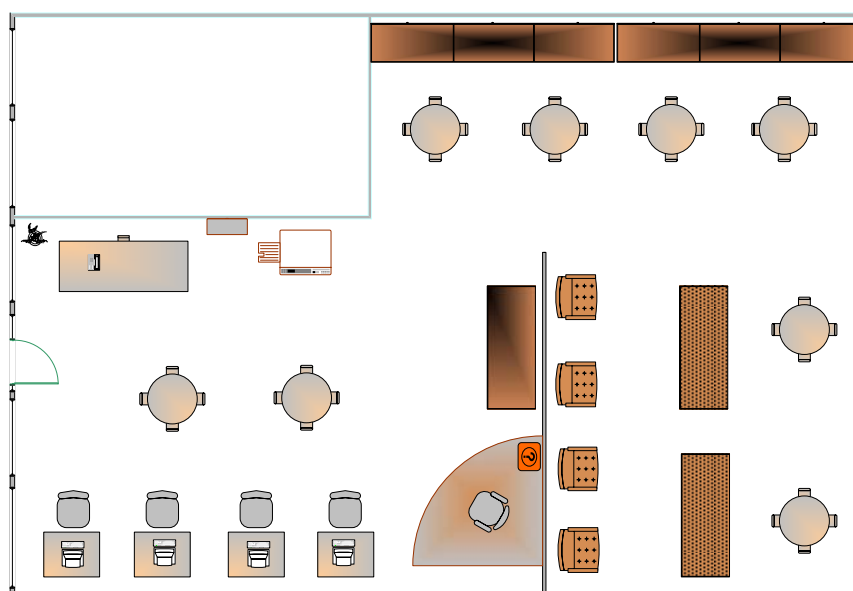
Al entrar los niños toman asiento y observan un video animado, con figuras hechas en plastilina, muestra los siete incendios más significativos ocurridos en Guayaquil.

Después el guía les enseña a los niños, a través de cuadros informativos en las paredes, cómo actuar frente a un incendio.

Se continúa repartiendo la *revista 102* a cada niño y se entregan lápices de colores por mesa, de esta manera se incentiva el uso del número de emergencia 102.

Al finalizar, se les indica que en la parte de atrás de la revista se encuentra un *Diploma de Bombero* que coloquen su nombre y que son los nuevos bomberos de honor de la ciudad.

V. Biblioteca



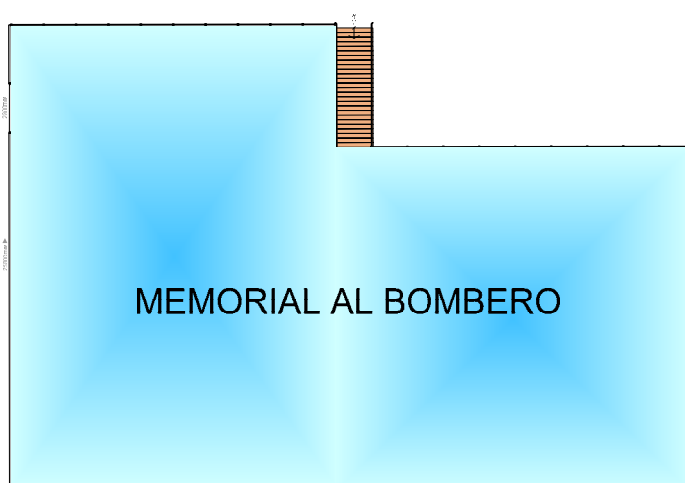
Al visitar la biblioteca, el guía constata si está o no ocupada. Si está ocupada, los visitantes sólo podrán observarla desde afuera y si no está ocupada, el guía les muestra las instalaciones.

En ambos casos, el guía explica otro de los servicios del MBE, la biblioteca. Ésta busca estimular la lectura de la historia de la ciudad y pone a disposición libros de la historia de Guayaquil, literatura y otras ramas afines.

Además del alquiler de computadoras, que sirven para complementar la investigación que se desea realizar. Alternativamente funciona una isla de información turística, donde los visitantes no sólo pueden pedir información sino también pueden comprar mapas turísticos, guías y demás.

Se acondiciona con fotos del Guayaquil Antiguo, principalmente las fotografías de los incendios ocurridos en la ciudad, para marcar que es una biblioteca temática de la historia de Guayaquil.

VI. Memorial al Bombero.

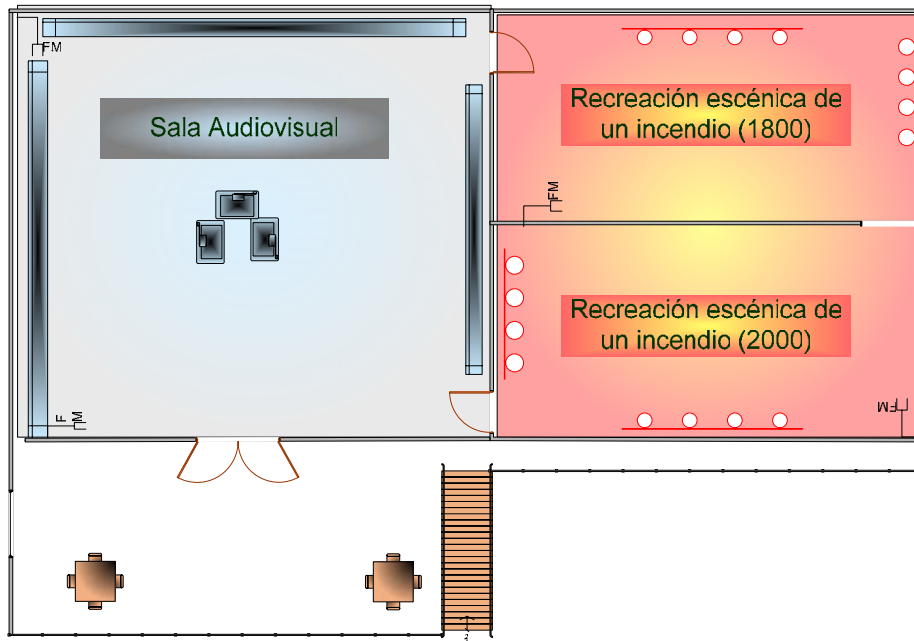


Al entra a este sector se lee la frase del Dr. Alfredo Baquerizo Moreno para los bomberos: *“El deber los condujo al heroísmo, el heroísmo los llevó a la muerte y la muerte les abrió la puerta de la gloria”*

Este sector rememora a los bomberos caídos en los distintos incendios en Guayaquil y en las ciudades de Latinoamérica, demostrando que los guayaquileños son los más antiguos en apagar fuegos a nivel de Latinoamérica, porque es aquí donde se muere el primer bombero.

Se hace un espacio especial a los bomberos acaecidos en el ataque terrorista del 9/11 en los EEUU de Norteamérica, como un honor que rinden todos los bomberos en el mundo.

VII. Sala Audiovisual y representación escénica



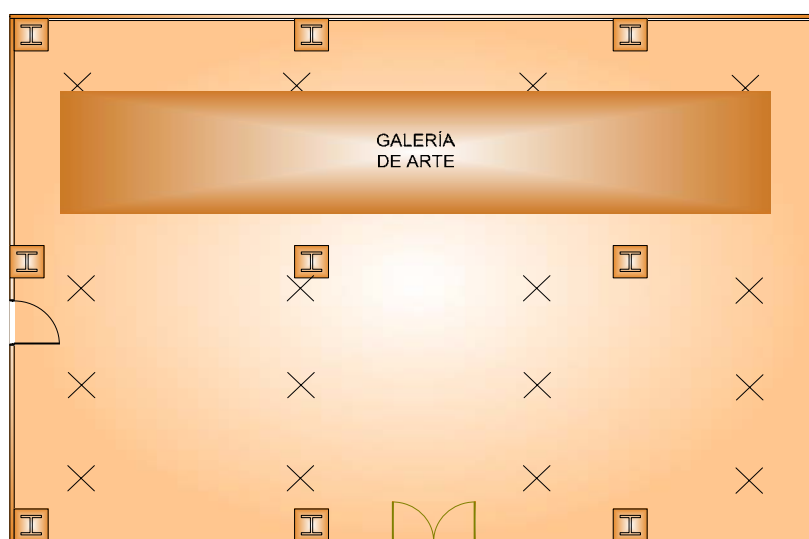
Está dividida en dos salas interconectadas que están totalmente cubiertas, las mismas plantean que los bomberos de Guayaquil son los más antiguos de Latinoamérica.

- a. Sala audiovisual: se presenta un documental de cinco minutos de la historia de los bomberos de Guayaquil y también marca el inicio de otros bomberos en Latinoamérica como son los caso de Bogotá y Buenaventura(Colombia), Lima (Perú), La Boca (Argentina), Ponce(Puerto Rico), Valdivia(Chile). La observación del documental se hace de pie.

b. Con una recreación escénica:

- En la primera sección se recrea cómo se apagaba el fuego en los primeros lustros, con la utilización de la central de alarmas, luces, efectos de sonidos, gigantografía en las paredes y maquinaria.
- En la segunda sección se muestra cómo se combate el fuego actualmente con la utilización de luces, efectos de sonidos, gigantografía en las paredes y maquinaria.

En ambas secciones se utilizan dos actores, que representan a bomberos, cada uno vestido de acuerdo a época.

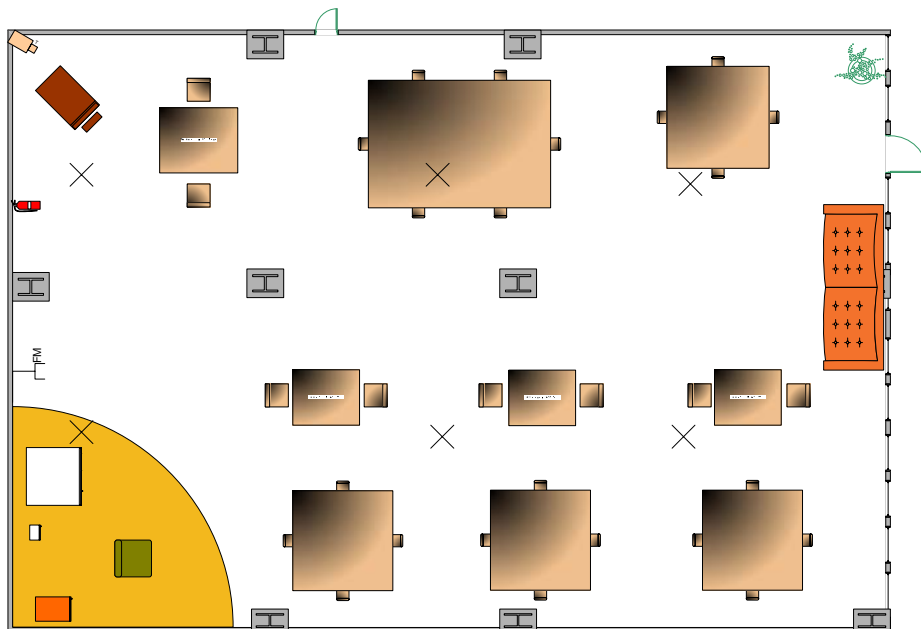
VIII Galería de Arte

Al llegar a la galería se les indica a los visitantes sobre la muestra que está en exposición. El recorrido de la galería es de dos formas: autoguiado o cargo del dueño de la exposición, para hacer este recorrido se les da un tiempo límite. Una vez concluido el tiempo se los conduce a la cafetería por medio de la puerta interna que conecta estos dos sectores.

Se propone que este sector renueve su exhibición; de pintura o escultura, etcétera, de artistas nacionales e internacionales; con una frecuencia entre seis meses y un año. La galería es alquilado a un precio asequible a nuevos artistas y el tiempo de la exposición

Tema Inicial: Exposición de óleos de los Primeros Jefes del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil y las insignias y condecoraciones recibidas.

IX Cafetería



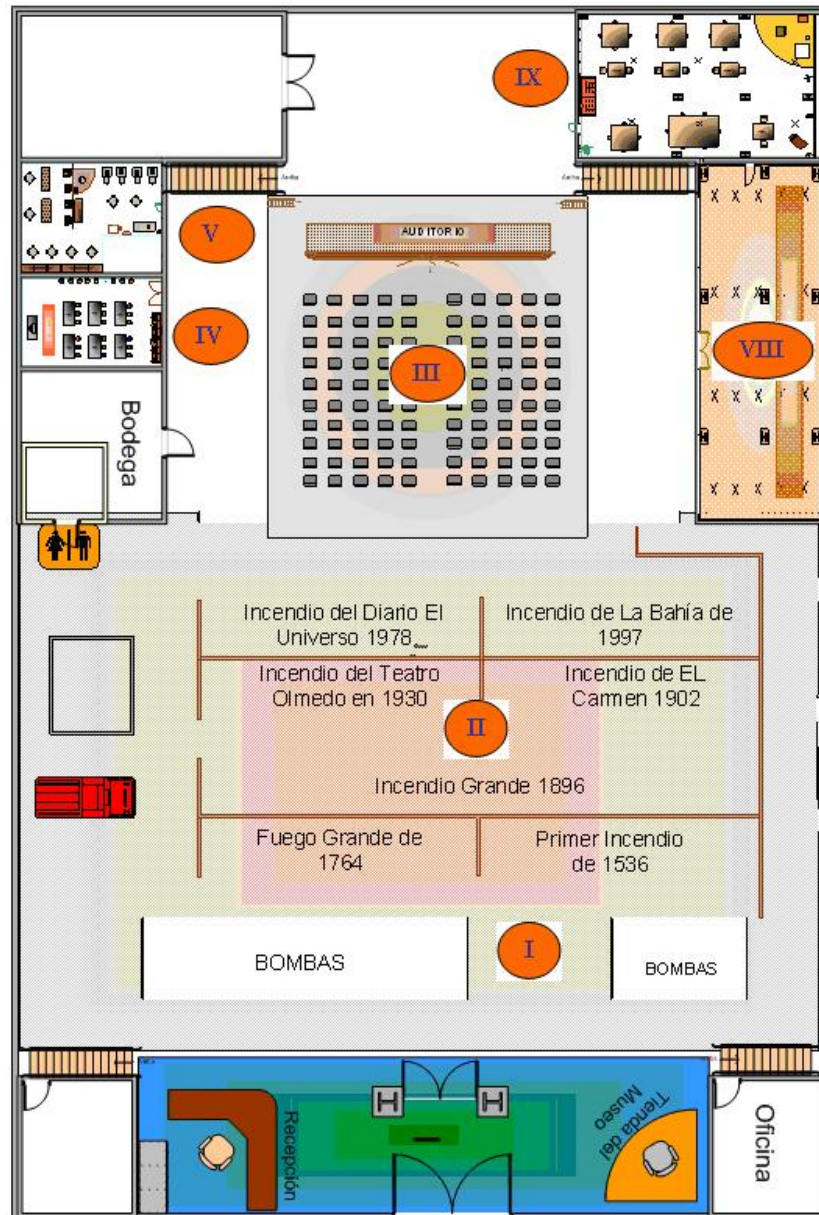
Al finalizar el recorrido se los recibe en la cafetería, donde se expenden piqueos criollos y bebidas soft.

Este lugar tiene un ambiente con mobiliario fabricados que representen a los primeros 50 años del siglo XIX, ya que en 1835 el Presidente Vicente Rocafuerte crea oficialmente el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.

Antes de ingresar a la cafetería, se les indica cual es la salida, donde se encuentra la tienda de souvenirs, aquí ellos pueden adquirir algún recuerdo material de su visita. El guía agradece y da la despedida y los deja en la entrada de la cafetería.

Cuando los visitantes se encaminan a la salida observan cinco vitrinas con la indumentaria de los bomberos utilizados a través de la historia.

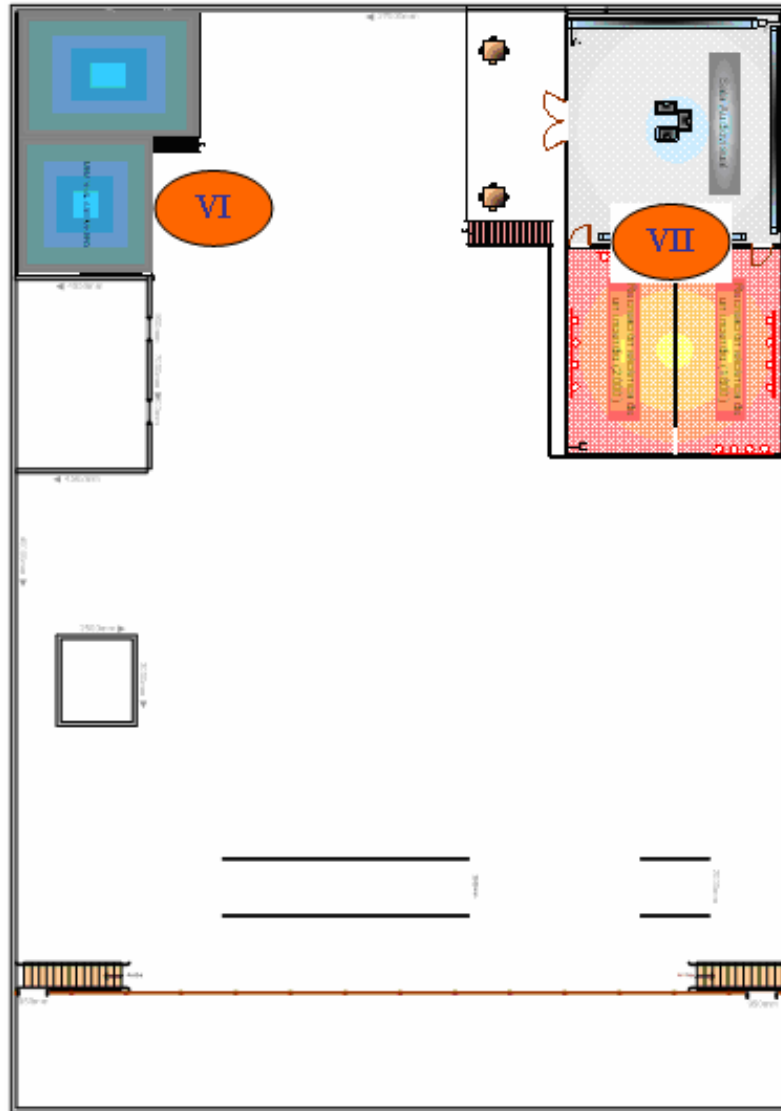
PROPUESTA DE SECTORES DE LA PLANTA BAJA DEL MBE



SIMBOLOGÍA	
I.	Ingreso
II.	Sector Central
III.	Auditorio
IV.	Sala 102
V.	Biblioteca
VIII.	Galería
IX.	Cafetería

Figura N° 30 Propuesta de los VII sectores de la planta baja del MBE
Fuente: Elaboración Propia

PROPUESTA DE SECTORES DE LA PLANTA ALTA DEL MBE



SIMBOLOGÍA

VI. Memorial del Bombero
 VII. Sala Audiovisual y
 recreación escénica

Figura N° 31 Planta Alta, Propuesta para el Museo
 Fuente: Elaboración Propia

5.3 EXPOGRAFÍA

Se considera el museo como un medio, al igual que el cine, el teatro, la televisión, etcétera, la exposición es, sin duda, un medio de expresión por excelencia, por lo que la propuesta para la expografía del MBE está enfocada a utilizar tres medios para producir el lenguaje museográfico para cada sector, que son: la iluminación, el mobiliario y el tiempo de recorrido.

I. Ingreso

- a) **Iluminación.-** No se utiliza iluminación para el día, porque la luz que entra por las ventanas ilumina este sector. Sólo se ubica una lámpara focalizada a cada área; la recepción y la tienda del museo, estas lámparas se las prenderán en caso de necesitar iluminar por falta de luz solar.

- b) **Mobiliario.-** Dos sillas de escritorio, cubículo en forma de u para la tienda del MBE y escritorio esquinero alto para la recepción. Recibidor compartido ubicado en la recepción para almacenar las maletas y otros objetos no permitidos dentro del museo.

- c) Tiempo de Recorrido-** Desde la entrada en la recepción hasta la explicación del guía sobre la antigua Planta Provedora de Agua son 3 minutos.

II. Sector Central

- a) Iluminación.-** Este sector está iluminado todo el tiempo, cada sección donde se muestran los incendios tiene una iluminación orientada, es decir ningún elemento está aislado, todo es importante. El carro motobomba ubicado junto a la sección del Fuego Grande está iluminado por los cuatro lados, al frente a los lados y atrás. Aquí los visitantes se toman muchas fotos y la idea es simular la experiencia de un incendio.
- b) Mobiliario.-** Para diseñar este sector se ajustan paredes, dejando dos pasillos para la circulación de los visitantes, el dibujo del *Sector Central* está expuesto en el guión museográfico.
- c) Tiempo de Recorrido.-** Para la explicación de los 7 incendios y la toma de fotos en el carro Motobomba se estima un tiempo de no más de 12 minutos.

III. Auditorio

- a) Iluminación.-** La iluminación del auditorio cubre toda su área, a los lados, al frente y atrás de la plataforma, el museo solo hace una iluminación básica. En caso de alquiler del espacio, el auditorio es alumbrado según el evento social que se ejecute, la iluminación extra corre por cuenta del organizador de dicho evento.
- b) Mobiliario.-** Se instalan 100 sillas de metal acolchonadas con cuero de color plomo oscuro, un pódium color café de 1 metro de alto. Además se ubica una plataforma de madera desmontable. Las sillas se ubicarán sólo cuando se vaya a realizar un acto, después se las guarda, sólo la plataforma estará expuesta siempre.
- c) Tiempo de Recorrido.-** Mostrar el auditorio y sus características se toma 3 minutos.

IV. Sala 102

- a) **Iluminación.-** Este sector como es para niños utiliza luces de color amarillo y rojo. Se ubican 6 lámparas en toda la sala, los focos son de 60 watts. Para lograr una iluminación acorde con el objetivo de esta sala se bloquea la luz solar que entra por las ventanas con las persianas.

- b) **Mobiliario.-** Se instalan 6 mesas con espacio para tres niños, una mesa para un televisor de 29 pulgadas, 27 sillas plásticas de colores amarillo, azul, rojo, verde, plomo. Además 2 sofás para dos personas color naranja.

- c) **Tiempo de Recorrido.-** El tiempo para el niño es de 12 minutos, el adulto no entra en las actividades de esta sala.

V. Biblioteca

- a) **Iluminación.-** Utiliza una buena iluminación, con focos de 100 watts. El tipo de lámparas que se manejan son los faroles que se utilizaban en la decoración de las casas antiguas de Guayaquil, en total 7 lámparas.

- b) Mobiliario.-** Se instala un escritorio de oficina, un cubículo esquinero, seis mesas circulares, 36 sillas, 4 mesas para computadoras, 4 computadoras, un teléfono, tres libreros, dos sillas de escritorio, dos aparadores triples, 4 butacas, un archivador, una planta decorativa y una copiadora.
- c) Tiempo de Recorrido.-** Depende de la necesidad del visitante, en caso de estar haciendo el recorrido se transitará en la biblioteca muy brevemente, no más de 3 minutos.

VI. Memorial del Bombero

- a) Iluminación.-** Se utiliza una iluminación con colores suaves, celestes y blancos, los focos son de 100 watts. Las lámparas son ovaladas y pequeñas. La iluminación es externa, por lo que las lámparas están colocadas en las paredes; más no en el techo, debido a que no se dispone de una losa.
- b) Mobiliario.-** Se ubican 4 caballetes para la exposición de fotografías.

c) Tiempo de Recorrido.- No se prolongan más de 3 minutos.

VII. Sala Audiovisual y Recreación Escénica

a) Iluminación.- La sala audiovisual dispone de dos lámparas para focos de 60 watts, al momento de proyectar el documental se cierran las puertas y ninguna lámpara estará encendida. La sala de Recreación Escénica monta cuatro barras de luces de colores rojo y amarillo. Estas luces son de 100 watts, cada barra dispone de 4 luces, en total se instalan 16 luces.

b) Mobiliario.- Se ubica la central de alarma utilizada en los años 1940, además para recrear la casa quemándose se instalan 2 mesas, 6 sillas, una vitrina, un librero.

c) Tiempo de Recorrido.- Entre las dos salas el tiempo estimado para este sector es de máximo 12 minutos.

VIII. Galería de Arte

a) Iluminación.- Dispone de una iluminaria desde el techo, tiene 20 luces de intensidad alta y media. Esta iluminación la ofrece

el museo, el artista que alquile la sala se encarga de la iluminación extra que le quiera dar a su exposición.

b) Mobiliario.- El artista monta la sala a su estilo y conveniencia.

c) Tiempo de Recorrido.- La visita a la galería es opcional para el visitante, si la hace parte del recorrido con el guía tiene un tiempo límite de 6 minutos.

IX. Cafetería

a) Iluminación.- Dispone de una iluminación con focos de 100 watts, 6 lámparas ubicadas alrededor de toda la cafetería, sólo la lámpara sobre el cubículo esquinero de la sala utilizará focos de 40 watts de color rojo, el resto son de color blanco.

b) Mobiliario.- Se instalan 4 mesas para dos personas, 4 mesas para cuatro personas, una mesa para seis personas, un sofá para dos personas color naranja, 31 sillas, un piano antiguo utilizado en la Compañía Salamandra. Además se ubica una cafetera, refrigerador y horno microonda.

c) Tiempo de Recorrido.- Aquí termina el recorrido, el guía los invita a servirse en la cafetería, es opcional la estancia del visitante en la misma,

5.4 NUEVA IMAGEN

Con la finalidad de proyectar la identidad deseada al target especificado, se crea una imagen estableciendo un look consistente para el Museo del Bombero en toda la comunicación utilizada. Existen algunos elementos importantes que ayudan a establecer la identidad del museo, y ninguno es más crítico que el icono de marca.

El icono de marca debe aparecer en todas las piezas gráficas, salas, vitrinas, baños, tarjeta de presentación y publicidad en general. Una técnica usada por los destinos turísticos para explorar atracciones y establecer la imagen es la de establecer los pensamientos y sentimientos por medio de los sentidos: paisajes, sonidos, olores, sabores, sentimientos y tacto.⁵⁵

Teniendo en cuenta cada uno de los elementos nombrados, a continuación se detallan los pasos que se debe seguir para crear una imagen sólida, con una identidad pionera en el Museo del Bombero.

⁵⁵ Tomado de la clase de Marketing I, Licenciatura en Turismo, 2006

1. El “look” del Museo, Logotipo.

El primer paso que toda institución debe ejecutar al momento de renovar su imagen es analizar el logo que actualmente se utiliza, no es necesario hacer una gran investigación para saber si el logo está funcionando, si el atractivo no provoca el interés en la población por visitarlo, eso significa que se está cometiendo algún error y la comunicación está fallando.

El Museo del Bombero Ecuatoriano Coronel Félix Luque Plata, alberga en sus instalaciones piezas, fotos y máquinas que sirvieron en su momento a la ciudad de Guayaquil para combatir los incendios, por lo que la propuesta plantea que la palabra “ecuatoriano” debe ser cambiado por “guayaquileño”, y también eliminar Coronel Félix Luque Plata porque este nombre es muy largo y no se queda en la mente del consumidor.

Entonces el nuevo nombre que se propone es ***Museo del Bombero Guayaquileño***, y de esta manera se identifica que las reliquias que existen dentro del museo ofrecen un tributo al BCBG, y por ende a Guayaquil, ya que ambos están muy ligados y comparten una historia en común.

Actualmente, el MBE utiliza el mismo logotipo del BCBG, pero si se quiere convertir al museo en un producto turístico de Guayaquil, debe manejar una identidad propia, sin olvidar que pertenece al BCBG; por lo tanto el logo que se ha implementado en esta propuesta fue realizado por un experto en diseño gráfico, esta persona especializada tomó en cuenta elementos como: colores, línea gráfica, calidad, comunicación, etc.

El logo, como se puede observar (Ver Figura), es la fachada del museo, se utilizó el color naranja porque es la mezcla del rojo del incendio y el amarillo de la madera.

Se observa claramente el nombre del museo y el *tagline* en la parte inferior.

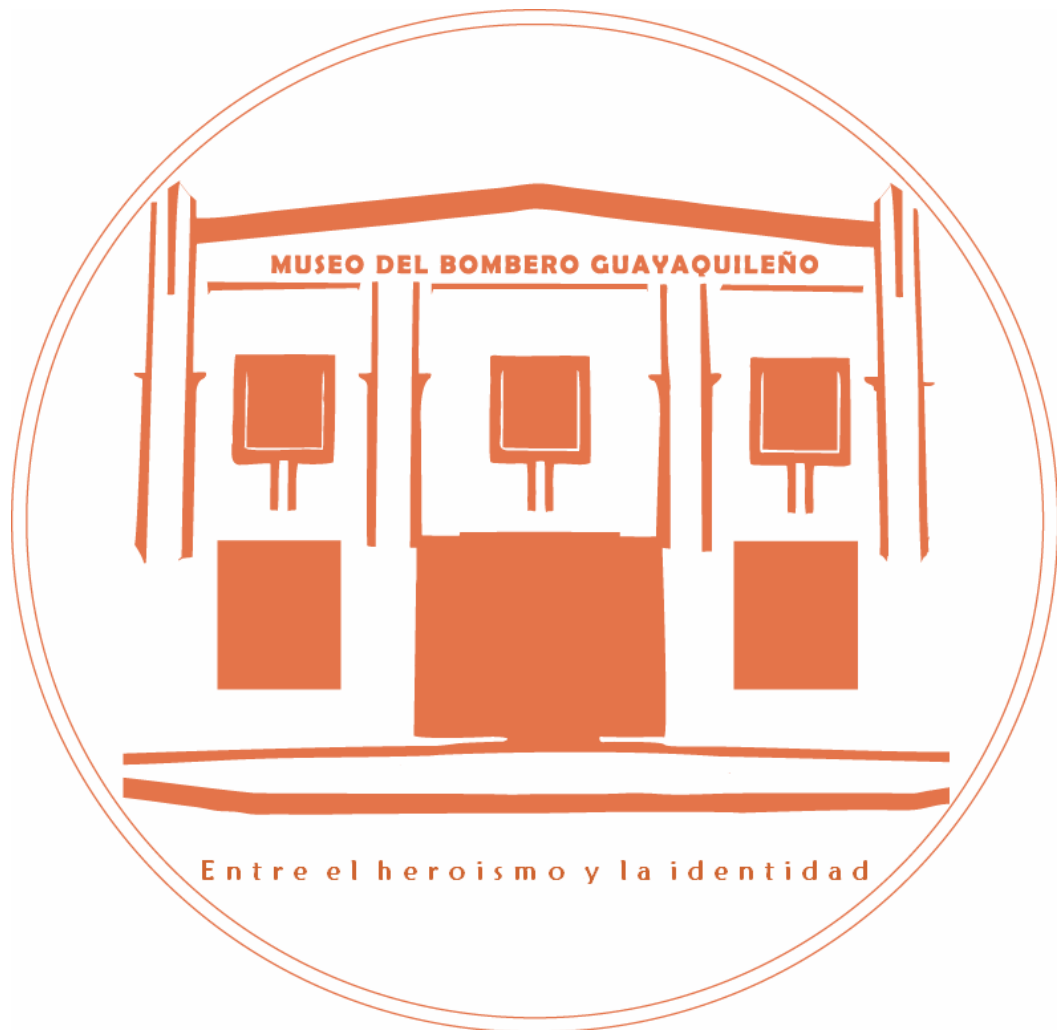


Figura N° 32. Logo propuesto para el MBE
Fuente: Elaboración del Sr. Fernando Morán

2. Tagline

Para diseñar el tagline, las tesisas aislaron dos palabras que se quiere asociar para comunicar la imagen del nuevo producto. Las dos palabras escogidas fueron: héroes e identidad; y se formó una frase corta de seis palabras:



Entre el heroísmo y la identidad

Figura N° 33. Tagline propuesto para el MBE
Fuente: Elaboración propia

El tagline propuesto comunica al público que el museo es el lugar donde conocerán cómo los héroes anónimos contribuyeron y siguen aportando con el desarrollo de Guayaquil, además de identificarse con la historia guayaquileña.

3. Comunicar la Identidad

Luego de tener un logo y un tagline listo para ser usado se debe empezar a comunicar esa imagen en todos los rincones del museo, la consistencia y la repetición será la única forma de afianzar la imagen en la mente del mercado meta y del público, utilizando dos elementos: *herramientas de comunicación y los aspectos físicos de la identidad del museo.*

- **Herramientas de Comunicación.-** Como primer paso se debe integrar el logo en todas las herramientas de comunicación, para luego manejarlas correctamente:

- Brochure
 - Cartas
 - Imagen Física
 - Marketing Interno
 - Oficinas
 - Relaciones Públicas
 - Show de lanzamiento
 - Empleados (Uniformes)
- **Aspectos Físicos de la identidad del Museo.-** Estos son también considerados a la hora de comunicar y vender una imagen. Para comunicar la imagen es necesario cambiar la fachada del museo para colocar su nuevo nombre: “Museo del Bombero Guayaquileño” y el tagline.
 - a) Se propone colocar una tienda de souvenir a la salida del museo que expenda artículos que promocionen los dos ejes de la motivación y el logotipo. Estos recuerdos pueden ser: llaveros, gorras, postales, camisetas, vasos, insignias.
 - b) Levantar el Monumento al Bombero a la entrada del Museo; esta obra escultórica que en el año 1935, bajo la primera

Jefatura del señor Coronel don Aureliano Mosquera llamaron a concurso para la elaboración del modelo, en el que resultó ganador el artista Alfredo Palacio. El monumento representa la concreción y símbolo de las gestas heroicas de cuantos han militado en ella, y en cierta forma hacer justicia a los héroes anónimos de la Institución.

- c) Con la participación de artistas nacionales, pintar murales alusivos a Guayaquil y al B.C.B.G, en las paredes que están frente a la ESPOL Campus Peñas.
- d) Adoquinar el entorno del Museo del Guayaquileño; debido a que alrededor de los años 1800, este sector estaba adoquinado, y actualmente son muy pocos los adoquines que se conservan en el museo como muestra de esos años de gran historia.
- e) Adecuar un espacio a la entrada del museo, para la exhibición del uso de las máquinas a vapor y guimbalete que están ubicadas en el M.B.E. Esta exposición es gratuita y se realizará un domingo de cada mes, con la participación de la comunidad local y nacional.

Estas modificaciones en alguna de las partes físicas del museo le darán mayor identidad y realce al entorno que lo rodea, a parte de una mejor imagen y estética, con el objetivo de atraer a los turistas nacionales e internacionales.

5.5 PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO

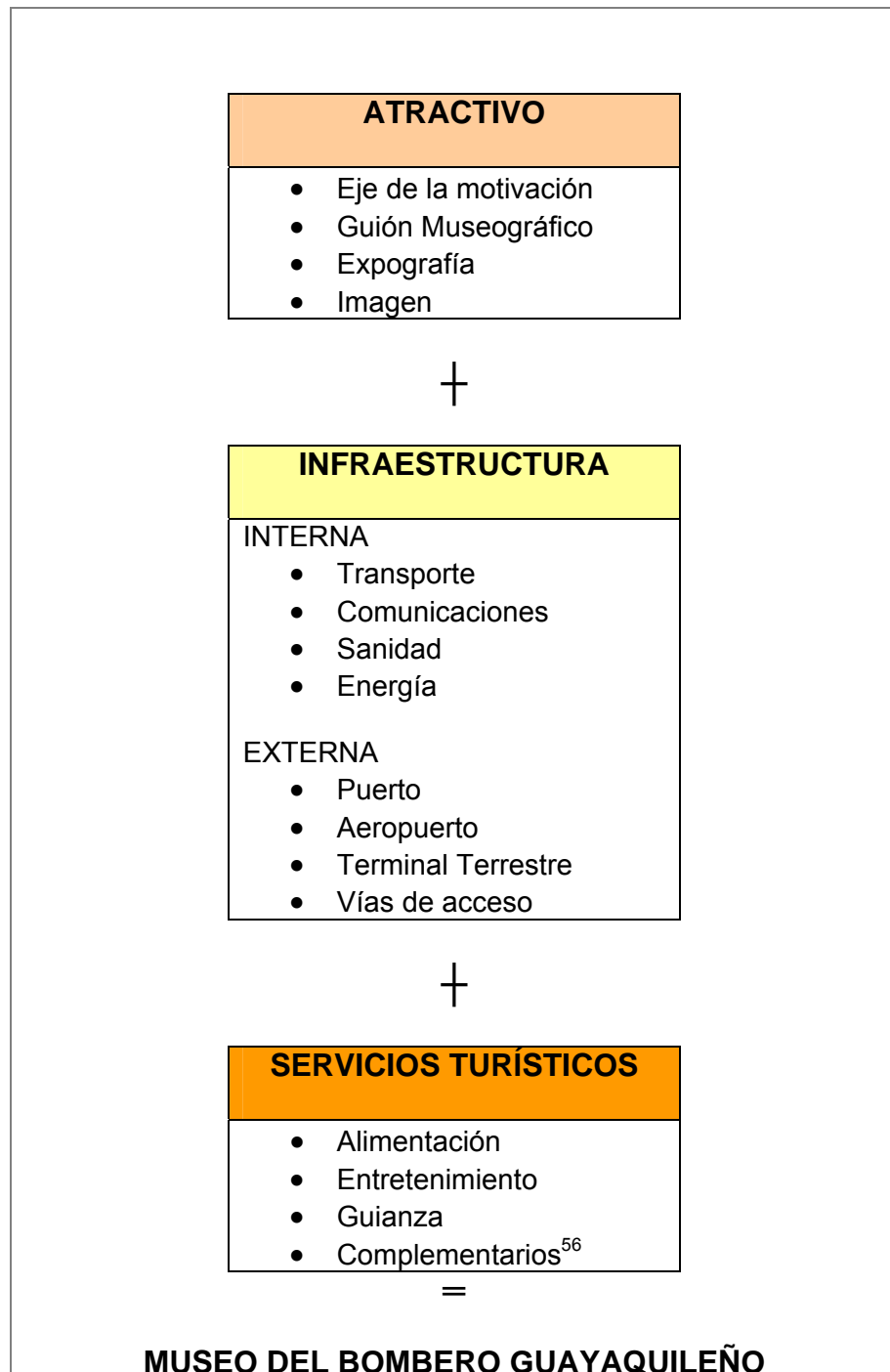


Figura N° 34. Propuesta de Producto Turístico Museo del Bombero Guayaquileño
Fuente: Elaboración propia con base en Acerenza Miguel.

⁵⁶ Los servicios complementarios se describirán en la Tabla XXII

En la siguiente tabla se describen los servicios complementarios del MBE que proponen implementarse. El objetivo de la creación de estos servicios es atraer a los visitantes con distintas alternativas de servicio y componer un producto turístico participativo y dinámico.

TABLA XXII DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS PROPUESTOS DEL MBE						
	Fotos con los carros motobombas	Auditorio	Galería	Cafetería	Biblioteca	Tienda de Souvenirs
Descripción	Los visitantes, con sus propias cámaras fotográficas, pueden tomar fotos en los carros motobombas y usando los trajes de los bomberos.	Localizado en la planta baja, descubierto y con una capacidad de 100 personas.	Ubicada en la planta baja, con un área de 12 m por 8 m.	Se encuentra junto a la galería, brinda piqueos típicos y bebidas soft.	Cuenta con el servicio de consulta en libros y computadoras, venta de libros, mapas y guías turísticos y una isla de información turística de Guayaquil y el Ecuador.	Ofrece productos tales como: <ul style="list-style-type: none"> • Gorras • Camisetas • Llaveros • Postales • Insignias • Vasos
Beneficios	Es un recuerdo material de la visita y es gratuito.	Realización de conciertos, lanzamientos de marcas, desfiles de moda, y demás.	Exposición itinerante de arte.	Incentiva el consumo de alimentos típicos.	Promueve la investigación y conocimiento de la historia de Guayaquil y el Ecuador.	Llevar un objeto material que recuerda la visita al MBE.
Diferenciación	En ningún museo se puede tomar una foto con carro motobomba.	De fácil desmontaje que se puede acomodar al evento social.	El precio del alquiler es bajo para dar cabida a nuevos talentos.	Cafetería decorada con mobiliario de la época de Guayaquil antiguo.	No existen una isla de información turística en los museos aledaños. Biblioteca temática	La única tienda que ofrece un recuerdo que promocióne la relación del Cuerpo de Bomberos con la historia de la Guayaquil.

Fuente: Elaboración propia

Después de la descripción de la propuesta, se recomienda que sea considerada por los altos mandos del BCBG para que esta investigación contribuya con el desarrollo de nuevos proyectos turísticos en Guayaquil, y principalmente convertir al Museo del Bombero en un producto turístico para Guayaquil y sea visitado por propios y extraños.

CONCLUSIONES

1. La hipótesis fue comprobada, ya que no existe un proceso museal en las instalaciones del MBE; es decir no cuenta con un eje motivador, un guión museográfico, guión museológico y expografía; por eso el MBE se ha visto afectado como producto turístico.
2. El museo del Bombero no cuenta con una imagen sólida que establezca un *look* consistente en toda la comunicación utilizada, siendo este el elemento vital para conseguir una identidad propia.
3. Los meses del año donde el Museo del Bombero recibe la mayor cantidad de visitas son: en Julio con un total de 1300 visitas y Octubre con aproximadamente 600 visitas, entre niños, adultos y tercera edad para ambos períodos.
4. El 78% de los visitantes del MBE conocen que existe una relación entre la historia del desarrollo de Guayaquil y los incendios que la

devastaron, pero el 100% reconoce que en el Museo no se muestra tal relación.

5. Se concluye que siendo el BCBG el más antiguo de Latinoamérica se puede utilizar esta ventaja como herramienta para su promoción a nivel local, nacional e internacional.

6. El MBE tiene la infraestructura adecuada, pero debe fortalecer su atractivo turístico desde el proceso museal, e incluir servicios complementarios para ser de este un centro participativo, integrado y dinámico.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las autoridades del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil la ejecución de la propuesta planteada.
2. Para la ejecución de esta propuesta es recomendable contar con profesionales en distintas ramas, tales como: historiadores, arquitectos, museógrafos, diseñadores, Licenciados en Turismo, y que conformen un equipo interdisciplinario.
3. Se recomienda que se continúe el proceso de valoración de las piezas que está siendo realizada por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador para que las colecciones sean declaradas Patrimonio Cultural por el organismo pertinente.
4. Después de la ejecución de la propuesta, se recomienda realizar un plan de marketing para el Museo del Bombero Guayaquileño.

ANEXO 1: Diseño de la encuesta dirigida al mercado real.

Tesis: Museo del Bombero Ecuatoriano Coronel Félix Luque Plata como producto turístico para Guayaquil.

ESPOL – Licenciatura en Turismo

Objetivo: Conocer el Mercado Real

1.- ¿Conoce la relación entre el desarrollo de Guayaquil en la historia y los incendios que la devastaron?

SI___ NO___

2.- ¿Crees tú que dentro del recorrido se ha mostrado la relación antes mencionada?

SI___ NO___

3.- ¿Qué fue lo que más te gustó del Museo del Bombero?

Trajes___ Carros___ Fotos___ Accesorios___

4.- ¿Qué parte del recorrido te pareció menos interesante?

Placas___ Galería de fotos___ Ninguno___

5.- ¿Cuánto tiempo le tomó hacer todo el recorrido del Museo?

30 minutos___ 45 minutos___ 1 hora___ 1:30___

6.- ¿Qué recuerdos le gustaría encontrar en el Museo?

Camisetas___ Vasos___ Llaveros___ Gorras___ Otros___

7.- ¿Qué servicio adicional te gustaría encontrar en el Museo?

Cafetería – bar___ Bomberos que cuenten sus experiencias___

Sala de Conferencia___

ANEXO 2: Diseño de la encuesta dirigida a expertos.

Cuestionario de preguntas realizado a los expertos

1. ¿Cree Usted que la historia del Cuerpo de Bomberos tiene mucha relación con la historia del Cuerpo de Bomberos?
2. ¿Se ha podido apreciar en esta investigación que el Museo no es muy conocido a nivel local y nacional, cuál cree Usted que sea la razón de que la gente no lo conozca?
3. ¿Cuál cree Usted que deba ser el eje motivador que provoque el interés del público para visitar el Museo del Bombero?
4. ¿Internamente, que piensa que le hace falta al Museo del Bombero?
5. ¿Qué piensa de la forma que están colocadas actualmente las piezas en el Museo, es la correcta o no?
6. ¿Qué ideas y sugerencias deberían tomarse en cuenta para la realización del guión museográfico y museológico, y así obtener un proceso museal correcto en el Museo?
7. Desde el punto de vista de la Nueva Museología, donde consideran al edificio como un territorio y a las colecciones como el patrimonio, ¿Cuál cree Usted que debe ser el Territorio del Museo y el Patrimonio del mismo?
8. ¿Qué servicios adicionales le vendría bien implementar el Museo en sus instalaciones?
9. ¿Qué aspectos claves serían necesarios tomar en cuenta para renovar la actual imagen del museo?
10. ¿Cree Usted que el Museo puede estar dirigido a un mercado amplio como a niños, adultos, tercera edad, turistas nacionales y extranjeros?, es decir un mercado multi target?

ANEXO 3: Cálculo del tamaño de la muestra para diversos niveles de error

Cuadro 1. Cálculo del tamaño de una muestra para diversos niveles de error

Tamaño de la población	Tamaño de la muestra para los márgenes de error indicados					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 6%
500	-	-	-	-	222	83
1.000	-	-	-	385	286	91
1.500	-	-	638	441	316	94
2.000	-	-	714	476	333	95
2.500	-	1.250	769	500	345	96
3.000	-	1.364	811	517	353	97
3.500	-	1.458	843	530	359	97
4.000	-	1.538	870	541	364	98
4.500	-	1.607	891	549	367	98
5.000	-	1.667	909	556	370	98
6.000	-	1.765	938	566	375	98
7.000	-	1.842	959	574	378	99
8.000	-	1.905	976	580	381	99
9.000	-	1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100
25.000	7.143	2.273	1.064	610	394	100
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100
/ ∞	10.000	2.500	1.111	625	400	100

El intervalo de confianza es de 95% y se han calculado para proporciones, tomando la hipótesis de que $p = q = 0,5$
 Nota: Cuando no se indica valor, el tamaño de la muestra es superior a la mitad de la población.

Fuente: Miquel, Bigné, Lévy, Cuenca y Miquel (1997).

ANEXO 4: Cuestionario de la entrevista al Lcdo. Peter Rodríguez, especialista en marketing turístico.

1.- Cuando se empezó esta investigación, El MBE constaba dentro de los paquetes turísticos que oferta su operadora turística, pero actualmente ya no aparece dentro de la oferta en su página web. **¿Nos podría decir qué motivó a quitar el MBE de la oferta?**

2. Desde su punto de vista, como mercadólogo, qué necesita el MBE para convertirse en un producto turístico de Guayaquil?

3. De acuerdo al comportamiento, del mercado real de turistas de Guayaquil, que Usted ha observado como propietario de una operadora turística. ¿Cómo debería segmentarse el mercado meta para atraer turista al MBE?

ANEXO 5: FICHA DE ATRACTIVO MBE



Ministerio de Turismo
ATRATIVOS TURÍSTICOS

194

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 067

ENCUESTADOR: Daniela Paredes / Mario Yépez.

SUPERVISOR EVALUADOR: Arqigo. Marco Suárez.

FECHA: Diciembre 6, 2005.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Colecciones históricas del Cuerpo de Bomberos Municipal y el Museo.

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas

SUBTIPO: Museos

UBICACION

LATITUD: 02° 10 '94 S

LONGITUD: 79° 52' 77 W

PROVINCIA: Guayas

CIUDAD y/o CANTON: Guayaquil

PARROQUIA: Pedro Carbo

DIRECCIÓN: Plaza Colón. Callejón Vernaza Y Malecón Simón Bolívar

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Durán

DISTANCIA: 4 Km.

POBLADO: Samborondón

DISTANCIA: 32 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 4 m.s.n.m.

TEMPERATURA: 29°C

PRECIPITACION: 500-1000 mm.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Tipo de Colección: Histórica.

Pureza de Colección: Originales, donados por bomberos.

Estado de Conservación: Conservado.

Muestras Relevantes: Tecnología del Siglo XIX, condecoraciones, vestuario, fotografías y retratos.

ANEXO 5: FICHA DE ATRACTIVO MBE



Ministerio de Turismo
ATRATIVOS TURÍSTICOS

195

Materiales utilizados: Metal, bronce, madera.

Época de Realización: Siglo XIX – XX. Edificio de inicios del siglo XX.

Ubicación de la ciudad: Se encuentra en el centro de la ciudad, cerca de la parte final del Malecón 2000, al empezar las escalinatas diego Noboa y Arteta.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Difusión de la historia bomberil. El museo exhibe una colección de bienes que representan la historia de sus formaciones, principales personajes, la tecnología utilizada y los logros más destacados.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Curaduría técnica.

ENTORNO:

Conservado.

CAUSAS:

Debido a la Regeneración Urbana.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Pavimentada/asfaltada.

ACUATICO: Marítimo, fluvial.

AEREO: Nacional – Internacional.

TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi, bote, canoa, caballo, avioneta, etc.

TEMP. DE ACCESO:

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 31

HORAS AL DIA: 8

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Potable.

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado.

ANEXO 5: FICHA DE ATRACTIVO MBE



Ministerio de Turismo
ATRATIVOS TURÍSTICOS

196

ALCANTARILLADO: Red pública.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Área de Las Tortugas (ESPOL)	50 m.
Cerro Santa Ana	100 m.
Barrio Las Peñas	200 m.
Malecón 2000	200 m.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Nacional.

BIBLIOGRAFIA

Libros

- ACERENZA, Miguel (1993). *Promoción Turística: un enfoque metodológico*. México:Trillas.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2002). *Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, Ayer y Hoy. Colección Imágenes Volumen 10*. Guayaquil: Banco Central del Ecuador
- BALEATO, Andrés (1887). *Monografía de Guayaquil*. Guayaquil: La Nación.
- BAYON, Fernando. MARTIN, Inmaculada (2004) *Operaciones y Procesos de Producción en el Sector Turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL (2002). *Tríptico del Museo del Bombero Ecuatoriano Coronel Felix Luque Plata*.Guayaquil. Guayaquil: BCBG.
- BIGNÉ, Enrique. FONT, Xavier, ANDREU, Luisa (2000). *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.
- BOULLON, Roberto (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- CÁRDENAS, Fabio (1991). *Producto Turístico: Aplicación de la Estadística y del Muestreo para su diseño, Segunda edición*. Mexico: Trillas.

- CHÁVEZ, Modesto (1985). *Historia General del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, Tomo I y II, Segunda edición*. Guayaquil: Talleres Gráficos del Banco Central del Ecuador.
- ESTRADA, Julio (2003) *Guía Histórica de Guayaquil. Tomo 4. Incendios*. Guayaquil.
- FERNANDEZ, Carmen. BLANCO, Ana (1999) *Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes*. Madrid: Editorial Síntesis
- GARCIA, Ana (2007). *Guía para la Estructura de Productos Turísticos*. Quito Turismo. Quito: SNV.
- GONZÁLEZ, Carlos (2003.). *Guayaquil Siglo XX*. Ecuador: Banco de Guayaquil.
- MINTUR (2006). *Manual del Emprendedor Turístico: Turismo para todos*. UCT, OIT. Quito: MINTUR
- MONTANER, Joseph (2003). *Museos para el Siglo XXI*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL (2002), *Boletín de la Biblioteca Municipal de Guayaquil, Marzo 2002*. Guayaquil: Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
- SANTACANA, Joan (2005). *Museografía Didáctica*. Barcelona: Editorial Ariel.
- WONG, Daniel. (2004) *Experiencia Guayaquil, Regeneración Urbana*. Guayaquil: Editorial Poligráfica.

Revistas

- VALLEJO, Cristina (2004) *Map of Guayaquil*. Revista This is Ecuador, No. 410, página 54.

- VERA, Karla (2005) *Guayaquil y su historia (II Parte)*. Revista Mi Guayaquil, año 4, N° 14, páginas 5-11. Seabizec S. A.

Internet

- AUTORIDAD PORTUARIA DE GUAAYAQUIL (2007) El Puerto de Guayaquil. [En Línea] <http://www1.puertodeguayaquil.com/splash/elpuerto.html>, consulta realizada [2008, enero 18]
- BUSSINESS WEEK (2008) The Worlds Best Airports, *Guayaquil is Latin America's Top Airport*. Wikimideia Foundation Inc, Guayaquil[En Línea] es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_International_Jos%C3%A9_Joaqu%C3%ADn_de_Olmedo. Consulta realizada [2007, septiembre 06]
- CANTAGALLO, Judenina. (2005, diciembre 20) *Curso: Conservación y Restauración de Bienes Culturales* [En Línea] www.mailxmail.com/curso/vida/conservacionbienesculturales/capitulo2.htm. Consulta realizada [2007, agosto 17]
- DE CARLI, G. (2003) *Vigencia de la Nueva Museología en América Latina: Conceptos y Modelos*. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional, Costa Rica. [En Línea] http://www.ilam.org/ILAMDOC/ILAM_pub/Edit3_Art_VigenciaNM.pdf. Consulta realizada[2007, agosto 04]
- DE LA COLINA, Juan Manuel (1997) *Marketing Turístico* [En Línea] www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml. Consulta realizada [2007, agosto 17]
- EL UNIVERSO (2006, julio 27) *Estaciones de la Troncal 1* [En Línea] <http://archivo.eluniverso.com/data/recursos/documentos/30725-r-metrovia.pdf>. Consulta realizada[2007, septiembre 18]
- EL UNIVERSO (2007, diciembre 06) *Un Día como Hoy hace 10 años* [En Línea]

http://archivo.eluniverso.com/2007/12/06/0001/1022/hoy_en_el_mundo.aspx .Consulta realizada[2007, diciembre 18]

- GNU (2006) *Historia Antigua de Buenaventura Colombia*. JACR Buenaventura. [En Línea] [//espanol.geocities.com/amcos97/hantigua.html](http://espanol.geocities.com/amcos97/hantigua.html). Consulta realizada [2007, agosto 07]
- HERRERA, Irineo (2006) *La Museografía de Paquime en el MNA*. Universidad de las Américas, Puebla[En Línea] www.catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/leaq/irineo_h_ip/capitulo5.pdf, consulta realizada [2007, septiembre 18]
- ROBAYO, María Victoria de (2006) *Salas de Exposición Permanente, Museología y Museografía*. El Museo Nacional de Colombia, Bogotá [En Línea] www.museonacional.gov.co/exposiciones_permanentes.html. Consulta realizada [2007, julio 09]
- YUNEN, Rafael Emilio (2007) *Museología Nueva, Museografía Nueva*. Centro León, Santo Domingo [En Línea] [www.nuevamuseología.com.ar/Rafael Yunen.htm](http://www.nuevamuseología.com.ar/Rafael_Yunen.htm). Consulta realizada [2007, mayo 03]

Entrevistas

- ANDRADE, Alfonso. *Director del Museo del Bombero Ecuatoriano*. Entrevista realizada 2007, mayo 12.
- CASTRO, Parsival. *Docente de Patrimonio Cultural de ESPOL*. Entrevista realizada 2008, marzo 11.
- ESTRADA, Jenny. *Directora del Museo de la Música Popular Guayaquileña Julio Jaramillo Laurido*. Entrevista realizada 2008, marzo 12.
- RODRIGUEZ, Peter. *Consultor en Marketing Turístico*. Entrevista realizada 2008, marzo 12.

- SOLORZANO, Jacqueline. *Coordinadora del Museo del Bombero Ecuatoriano*. Entrevista realizada 2008/ marzo 12.