Diseño y promoción del producto turístico Museos Navales de la ciudad de Guayaquil

José Xavier Peña Pazmiño [(1)], Wilmer Carvache [(2)]
LICTUR [(1)]
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Director de tesis [(2)]
Campus ESPOL Peñas Malecón 100 y Loja
Guayaquil - Ecuador

Resumen

En la ciudad de Guayaquil el desarrollo urbanístico está brindando tanto a sus habitantes como a foráneos una mejor calidad de vida, seguridad en sus espacios urbanos y áreas de verdes, pero en especial, un nivel de desarrollo turístico que incentiva cada vez la visita de turistas a la ciudad y la inversión en nuevos proyectos. Por esta razón es necesario que Guayaquil mejore y aumente la oferta de productos turísticos. Uno de ellos son los Museos Navales de Guayaquil ubicados en el centro y sur de la ciudad. La finalidad de esta investigación busca convertir a los Museos Navales de Guayaquil en un producto turístico, utilizando como herramienta la fusión y promoción para la creación de centros culturales participativos, dinámicos e integrados. En los diferentes capítulos a tratar en el estudio presente se ha contemplado una estructura lógica y ordenada por lo que a primera instancia se referirá a los marcos de la investigación y su metodología; posteriormente se entrará a la descripción de los Museos Navales de Guayaquil desde el punto de vista de los elementos culturales, como son los edificios, las colecciones, el personal y los visitantes; en el preámbulo de la propuesta se elabora el diseño del producto turístico considerando sus componentes: Atractivos turísticos y sus servicios. Finalmente se diseña la promoción del producto turístico propuesto utilizando estrategias de publicidad y de relaciones públicas.

Palabras claves: *Promoción turística, producto turístico, museos navales.*

Abstract

In the city of Guayaquil's urban development providing both its inhabitants and to outsiders a better quality of life, security in urban spaces and green areas, but particular level of tourism development that increasingly encouraged the tourists visit the city and investment in new projects. For It is therefore necessary to Guayaquil improve and increase the supply of travel. One of them is the Naval Museum Guayaquil located in the center and south of the city. The purpose of this research seeks to convert the Naval Museum in Guayaquil tourism product, using the merger and promotion tool for the establishment of cultural centers participatory, dynamic and integrated. The individual chapters to be discussed in the present study has been considered a logical and ordered by what at first instance refer to the frames of research and methodology; subsequently enter the description of the Naval Museum Guayaquil from the standpoint of cultural elements, such as buildings, collections, staff and visitors, in the preamble to the proposed design is made of the tourism product considering its components: Attractions and services. Finally designing the proposed tourism product promotion using strategies of advertising and public relations.

Keywords: *tourism promotion, tourism product, naval museums.*

1. Introducción.

El tema de tesis aprobado para esta investigación fue "Diseño y promoción del producto turístico Museos Navales de la ciudad de Guayaquil", museos que forman parte esencial de la historia de la ciudad, ya que cada uno de estos poseen piezas de merecido valor cultural, sin embargo, por la poca difusión e información sobre la existencia de los mismos son muchas veces sitios desconocidos por las personas, y los visitantes no tienen la oportunidad de adquirir productos turísticos que incluyan itinerarios de visita a los museos navales.

Para la investigación se delimitó como área de estudio del proyecto al museo "Almirante Juan Illingworth", ubicado en el primer piso alto del Instituto de Historia Marítima Contraalmirante Carlos Monteverde Granados, en el edificio de la Gobernación del Guayas (Malecón Simón Bolívar y Clemente Ballén), al "Buque Calderón", localizado en el Parque de la Armada Nacional, al sur de Guayaquil (Eloy Alfaro y Vacas Galindo), y al museo "Contemporáneo", que se encuentra en Vacas Galindo y Cinco de Junio. Se diseño una propuesta utilizando los museos en forma conjunta.

El objetivo general de este trabajo es dar a conocer de manera efectiva, la riqueza cultural e histórica de cada uno de los museos Navales de Guayaquil, a través de la creación y promoción de un producto turístico que incluya la visita a dichos museos, la información recopilada, junto con la propuesta tendrá cierto grado de influencia sobre la actividad turística de la ciudad, permitiendo difundir el conocimiento de la historia naval del Ecuador que forma parte importante de la cultura Guayaquileña.

2. Marco conceptual de la investigación y Metodología.

La 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. Por lo tanto 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 del Patrimonio Cultural contribuyendo así al fortalecimiento histórico, espiritual, cultural e investigativo de un pueblo o región. La palabra museo (proveniente de la latina *Museum* y a su vez de la griega *mouseion*, "lugar de contemplación" o "casa de las musas" en Atenas) ha tenido a lo largo de la historia numerosas aplicaciones y significaciones hasta su sentido actual.

Por lo tanto se tomará como punto de partida la definición de el I.C.O.M, Consejo Internacional de los Museos, definida en 1974 en su XI Asamblea general, 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 la cual es la siguiente:

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.

Tabla 1. Clasificación de los museos

CLASIFICACIÓN DE LOS MUSEOS	
1. Museos de arte	1.1 De pintura 1.2 De escultura 1.3 De grabado 1.4 De artes gráficas 1.5 De arqueología y antigüedades 1.6 De artes decorativas y aplicadas 1.7 De arte religioso 1.8 De música 1.9 De arte dramático, teatro y danza
2. Museos de historia natural en general	2.1 De geología y mineralogía 2.2 De botánica, jardines botánicos 2.3 De zoología, jardines zoológicos, acuarios 2.4 De antropología física
3. Museos de etnografía y folklore	
4. Museos históricos	4.1 Biográficos 4.2 De colecciones de objetos y recuerdos de una época determinada 4.3 Conmemorativos 4.4 Biográficos referidos a un personaje 4.5 De historia de una ciudad 4.6 Históricos y arqueológicos 4.7 De guerra y del ejército 4.8 De la marina
5. Museos de las ciencias y de las técnicas	5.1 De las ciencias y de las técnicas en general 5.2 De física 5.3 De oceanografía 5.4 De medicina y cirugía 5.5 De técnicas industriales, industria del automóvil 5.6 De manufactura y productos manufacturados

6. Museos de ciencias sociales y servicios sociales	6.1 De pedagogía, enseñanzas y educación 6.2 De justicia y policía
7. Museos de comercio y de las comunicaciones	7.1 De moneda y sistemas bancarios 7.2 De transportes 7.3 De correos
8. Museos de agricultura y de los productos del suelo	

Metodología.

Concierne todas las herramientas, métodos de obtención y generación de datos que fundamenten la presente investigación, presentando una estructura organizada del estudio.

La investigación documental está argumentada en la disciplina histórica naval de Guayaquil, así como también conceptualizaciones de museología, arquitectura y todo aquello de la cultura que está vinculado con el turismo; fichas de atractivos e investigaciones similares que sirven de referentes al presente estudio. La investigación de campo ejecutada por herramientas tales como la entrevista (dirigida a personas que ejercen en estos museos) y encuestas aplicadas a la población de la localidad.

3. Descripción de los Museos Navales de la ciudad de Guayaquil.

MUSEO NAVAL "ALMIRANTE JUAN ILLINGWORTH"

Este museo abrió sus puertas el 16 de mayo de 1994, cumpliendo así el sueño de la Armada que fue darle a la ciudad y al país un Museo Naval que permita recordar los hechos y personajes del pasado que marcaron nuestra historia; un museo que a través de la conservación de objetos históricos permita difundir, a las generaciones futuras, la historia marítima y naval del Ecuador la cual posee hechos relevantes que son y deben ser motivo de orgullo para nuestro pueblo.

El objetivo de esta institución es el dar a conocer a la ciudadanía la historia, la tradición, las costumbres y la cultura tanto naval como marítima de nuestra patria, dar testimonio del patrimonio marítimo, para conservar el espíritu patriótico a través de los recuerdos vivos de los héroes, ejemplos insignes de orientación y formación para las generaciones actuales y futuras.

En este museo encontraremos cuatro salas de historia marítima:

- La Sala de la Independencia.
- Sala "Capitán de Navío Rafael Andrade Lalama".
- Sala "Capitán de Fragata Rafael Morán Valverde".
- Sala Temporal "El Puerto de Guayaquil".

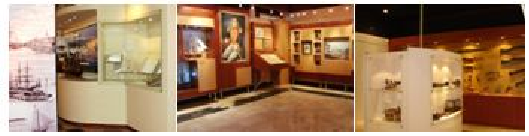

Figura 1. Salas del Museo Naval Illingworth

MUSEO NAVAL "BUQUE CALDERÓN "

El legendario buque de guerra, que escribió un capítulo glorioso en la historia naval, fue restaurado y el 23 de julio del 2007 reabrió sus puertas como museo, pero con toda su estructura abierta al público.

Así, los visitantes acceden a rincones de la embarcación que no estaban habilitados para la exposición y que más bien se deterioraban por falta de mantenimiento. Entre estos espacios está la sección inferior de la nave, que da cabida a la sala de máquinas y el área de descanso de marinos.

Tras siete décadas de servicio (1887-1957), y casi tres de permanecer anclado en el río Guayas, en 1985 el buque abrió sus puertas como museo en el Parque de la Armada, ubicado en Cañar y Cinco de Junio, al sur.

Desde esa época, el cañonero Calderón guarda la heroicidad de los marinos que aquel 25 de julio de 1941 se enfrentaron al buque peruano Almirante Villar, en el canal de Jambelí, en defensa de la soberanía nacional. Ahora, la exposición busca resguardar, conservar y difundir la gesta histórica.

Figura 2. Museo Naval Buque Calderón

MUSEO NAVAL CONTEMPORÁNEO

El Museo Naval Contemporáneo nace de la necesidad de presentar a la ciudadanía el desarrollo y crecimiento de la Fuerza Naval después del Combate Naval de Jambelí en el año 1941 hasta la actualidad. También es importante recalcar que a través de este museo La Armada del Ecuador contribuye al fortalecimiento del civismo y la educación de la comunidad entregando un sitio de esparcimiento y cultura.

La historia del Museo Naval Contemporáneo se remonta a la vida del señor Augusto Dillón Valdez, quien nació en Guayaquil el 17 de marzo de 1867 y sus estudios los realizó en Inglaterra, se dedicó al comercio, a la industria, a la diplomacia y a la banca.

El señor Dillón trajo de Inglaterra los planos de una elegante residencia que mandó a construir en el Barrio del Astillero y donde vivió con su esposa, rodeado de obras de arte y biblioteca, a ese edificio se lo denominaba La Casa Dillón. Al fallecer su esposa, la colombiana de procedencia francesa la señora Sophie Donal Pereira en el año 2003, el edificio pasó por donación a propiedad de la Junta de Beneficencia de Guayaquil.

En este Museo los usuarios se recrearán y podrán apreciar el crecimiento y desarrollo de la Marina Ecuatoriana, a partir de la década de los cuarenta hasta la época actual, así como su contribución al desarrollo científico, social, cultural y económico del país.

La sala Capitán de Navío Teodoro Morán Valverde, dedicada a la Escuela Superior Naval.

Salón Teniente de Fragata Manuel Alomía Guerra, donde se refleja la historia del Buque Escuela Guayas.

Salón Capitán de Navío Francisco Fernández Madrid Mesías, aquí se plasma la historia de la Infantería de Marina.

Salón Héroe Manuel Nieto Cadena, recoge la historia de los buques a partir de 1940.

Salón Héroe César Endara Peñaherrera ha sido el destinado para presentar el desarrollo del escuadrón de lanchas.

Salón Héroe Víctor Naranjo Fiallo, dedicado a recopilar la historia de a aviación ecuatoriana.

Figura 3. Museo Naval Contemporáneo

4. Diseño del producto turístico propuesto

Para la elaboración del diseño de un producto turístico hay que tener en cuenta los siguientes parámetros conceptuales en la que se divide y argumenta un producto turístico:

- Es necesario adaptación a las particularidades de demanda, oferta y comunicación.
- Los productos principales:
  - Turismo de negocios y eventos profesionales
  - Turismo cultural
  - Turismo de ambiente urbano

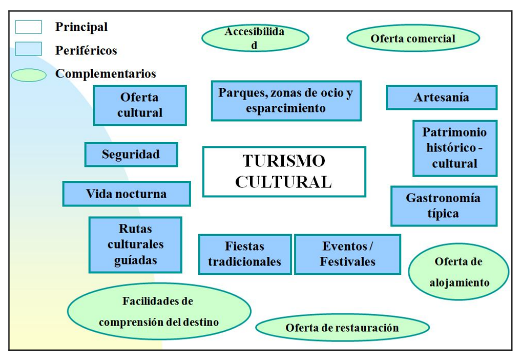

Figura 4. Involucrados Del producto turístico cultural

DISEÑO DEL PRODUCTO "CIRCUITO DE LOS MUSEOS NAVALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

- **Concepto del producto:** Recrear un espacio temático de personalidades, hechos y escenarios históricos-culturales de la Historia Naval de nuestro país, a través de la modalidad de turismo histórico- cultural en la que las experiencias del grupo coadyuven a generar una imagen naval de Guayaquil.

- **Despliegue de clientes:** Se definieron los segmentos de mercados a los cuales podría ser lanzado el producto, a partir de las motivaciones de viajes. Teniendo en cuenta que los clientes a nivel mundial dentro de las motivaciones de viajes ponen en entre los primeros lugares la visita a lugares históricos.

El target se lo identifica con las siguientes características:

- Grupos de estudiantes de nivel académico secundario y/o universitario.
- Edad promedio de los visitantes se identifican dos rangos: entre 18 a 25 años; y de 25 a 35 años.
- Principal motivación de visita a estos museos son por asuntos académicos, investigación catastral e inventario.
- Visitantes con tendencia hacia la historia y colecciones navales.
- Promotores del turismo cultural.

- **Construcción de proceso del Circuito**: Se definieron los procesos por los que se rige el circuito, lo cual permitió establecer el tiempo real de interacción de cada uno de los elementos que involucra el producto y, por ende, la identificación de todos los factores que intervienen, así como los recursos que se necesitan.

CONCEPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Nombre del Circuito: "La Ruta Velera"

Modalidad: Producto turístico cultural

Recorrido: El recorrido se inicia en el Museo Naval Illingworth. Ahí se darán las orientaciones para el recorrido un vez dentro del mismo, se le informará acerca de las facilidades que ofrecen los tres museos, además del horario de los mismos para que al llegar al lugar puedan disfrutar del producto en toda su extensión.

Durante el trayecto, el guía explicará particularidades del la excursión, la historia del lugar, las características de los museos, su historia, su muestra museológica y singularidades, el itinerario es el siguiente:

09:00 Punto de encuentro desde Malecón Simón Bolívar y 10 de Agosto
09:15 Visita al Museo Naval Illingworth
10:15 Partida
10:30 Visita al Museo BAE Calderón
11:30 Box Lunch
12:00 Visita al Museo Naval Contemporáneo
13:00 Fin de los servicios

ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTO PROPUESTO

Las **Fortalezas**:

- Posee gran diversidad de atractivos turísticos, que engrandecen la historia y cultura de la ciudad.
- Regeneración Urbana rodea los tres museos.

Las **Oportunidades**:

- Agrupar los atractivos de la ciudad de mayor importancia dentro de un producto turístico cultural.
- Atraer nuevos mercados locales, provinciales e internacionales.

Las **Debilidades**:

- Poco interés de los ciudadanos en conocer la historia naval de la ciudad de Guayaquil.
- Falta promoción de Guayaquil como ciudad naval

Las **Amenazas**:

- Inseguridad ciudadana
- Inestabilidad política en Ecuador

5. Promoción del producto turístico propuesto “Museos Navales de la ciudad de Guayaquil”.

PÚBLICO OBJETIVO

El producto propuesto tiene como target a niños cuya y jóvenes adultos, cuya edad está comprendida entre los 10 y 30 años, nacionales y extranjeros, estudiantes y profesionales que disfrutan visitando y conociendo la cultura de los lugares que recorren.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Considerando el número exacto de la población objetiva correspondiente a 1.050 personas, aplicando la fórmula del Ministerio de Turismo para el cálculo de la muestra, se ha obtenido como resultado una muestra de 144 personas a las que se le aplicará la aencuesta.

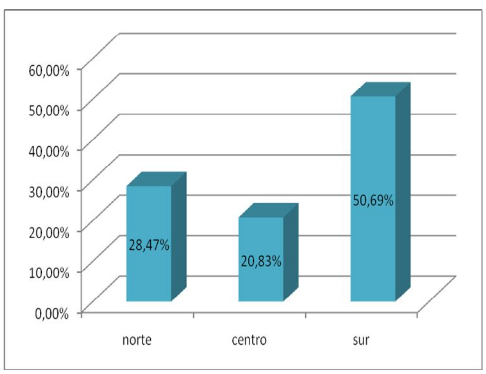

Figura 5. Sector de residencia de los encuestados

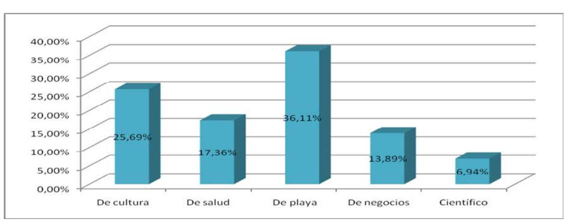

Figura 6. Tipos de turismo que la muestra realiza

Figura 7. ¿Conoce de Museos Navales en la ciudad de Guayaquil?

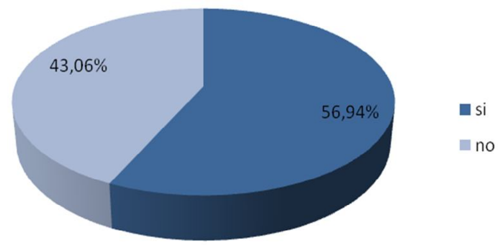

Figura 8. ¿Está de acuerdo con que se diseñe un circuito que promocione estos museos?

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Objetivo.-

Dar a conocer a las agencias de viajes el producto turístico de la ciudad de Guayaquil con el fin de que pueda ser ofertado a los visitantes nacionales y extranjeros, mediante la comunicación y venta directa del marketing.

Metas.-

- A través de la promoción, difundir el nuevo producto turístico a las diferentes agencias de viajes turísticas tanto nacionales como internacionales.

- Diseñar un brochure para la promoción a través de la distribución de los mismos a las agencias de viaje.

6. Conclusiones.

1. Según las estadísticas de las encuestas realizadas, los Museos Navales tienen poca promoción, y por ese motivo no tienen un número de visitas lo suficientemente concurrido.

2. El material de colección y exposición con el que cuentan estos Museos Navales es de primera mano, es decir, la mayor parte son 100% originales y han sobrellevado el pasar del tiempo gracias al buen trabajo de mantenimiento y restauración que se les da periódicamente.

3. El circuito como producto propuesto que se plantea en el presente estudio, resulta bastante atractivo para los usuarios reales y potenciales según lo que indican las encuestas aplicadas en el trabajo de campo.

4. El circuito denominado "La Ruta Velera" cuenta con un alta acogida y salida de promoción para grupos de colegios e incluso refuerza el inventario de atractivo de la ciudad de Guayaquil como un nuevo producto en el Turismo Cultural.

7. Recomendaciones.

- Un análisis del espacio territorial urbano de la ciudad de Guayaquil para una mejor ejecución del recorrido en el circuito y ahorro de tiempo en su puesta en acción.

- Realizar un estudio de marketing con más detalles, para orientar las estrategias de promoción planteadas en el estudio y dar a conocer la existencia y los servicios de los Museos Navales.

- Presentar la presente propuesta como un plan piloto de factibilidad del estudio, a grupos colegiales, para realizar excursiones de aprendizaje de historia y cultura naval de la ciudad.

8. Agradecimientos.

Agradezco a la vida por brindarme la sabiduría necesaria para realizar esta investigación, a mi madre por su esfuerzo y fé, y a mi tía, mi segunda madre, quien gracias a su apoyo incondicional y al haberme brindado sus conocimientos me he convertido en el hombre que soy.

También quiero agradecer a mi director el MSc. Wilmer Carvache por sus consejos y el tiempo que me ha brindado en estos últimos meses.

En general, agradezco a todos aquellos profesores y amigos, especialmente a Andrea Paola y Ronny, que de una u otra forma me ayudaron a que esto se haga realidad.

9. Referencias bibliográficas.

1. Revista Digital Nueva Museología, Historia del Museo, 2007.

2. Universidad Nacional Educación a Distancia, UNED, Madrid.

3. Universidad Nacional Educación a Distancia, UNED, Madrid.

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

5. Universidad Nacional Educación a Distancia, UNED, Madrid.

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

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

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

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

10. KOTLER, Philip, Dirección de Mercadotecnia, Editorial Diana, México, 1974.