

## Apoyo institucional a la gestión de oferta cultural del Museo Regional de Occidente

Ovidio Antonio Ágreda Cardona<sup>1</sup>

Néstor Geovanni Figueroa Manzanares<sup>2</sup>

Docentes investigadores, Facultad de Ciencias Empresariales  
Universidad Católica de El Salvador, El Salvador

Fecha de recepción: 04-11-2016 / Fecha de aceptación: 11-02-2017

---

### Resumen

El tema de la investigación fue el apoyo institucional a la gestión de la oferta cultural del Museo Regional de Occidente, proveniente tanto de entidades gubernamentales como del sector privado del país.

Se especificaron las necesidades del Museo (económicas y de carácter propiamente institucional), para una gestión integral de la oferta cultural del mismo, mediante la descripción de las fuentes de recursos posibles y pertinentes para determinar las modalidades de participación de cada ente institucional identificado como fuente viable. Luego de ello se plantearon estrategias de acción a las organizaciones identificadas como factibles, a fin de lograr el apoyo de las mismas a la gestión del Museo; y proponer una alternativa ante otros entes institucionales en el caso de que las organizaciones investigadas no estén dispuestas a colaborar.

Ninguna de las entidades privadas que se abordaron están dispuestas a incluir en sus programas de responsabilidad social el apoyo a la gestión administrativa y económica del Museo, mientras que las organizaciones gubernamentales no cuentan con el presupuesto que les permita incrementar su cooperación en ese campo. Consecuentemente, la alternativa para lograr el apoyo requerido consiste en gestionar la cooperación de países amigos y de organizaciones no gubernamentales, mediante un programa de acción conjunta del Museo, instituciones interesadas en dicho esfuerzo y el Gobierno.

**Palabras clave:** museología, museografía, oferta cultural, gestión museística

### Abstract

The research topic was the institutional support for the cultural offer management of the Western Regional Museum, being originated from government entities and the private sector of the country.

At first, it was specified the needs the museum had (economically and institutionally), in order to have an integral management of its cultural offer through the description of the possible and appropriate resources to determine the participation modalities of each identified institutional body as a viable source. After that, action strategies identified as feasible were designed for the organizations, with the purpose of obtaining their support for the management of the Museum; and propose an alternative before other institutional entities in the event that the investigated organizations were not willing to collaborate.

None of the addressed private entities are willing to include in their social responsibility programs the support for the administrative and economic management of the Museum; meanwhile, the government institutions do not have the budget that allows them to increase their cooperation in this field. As a consequence, the alternative to achieve the needed support consists on asking for help to friendly countries and non-government organizations through an action program in cooperation with the Museum, interested institutions in this endeavor and the Government.

**Key words:** museology, museography, cultural offer, museum management

---

1. Licenciado en Economía; email: ovidio.agreda@catolica.edu.sv

2. Licenciado en Administración de Empresas; email: nespecial\_lomz@hotmail.com

## 1. Introducción

La investigación consistió en diagnosticar el apoyo institucional y financiero a la gestión administrativa y económica del Museo Regional de Occidente (MRO)<sup>3</sup>, que opera en la ciudad de Santa Ana, República de El Salvador.

El MRO es uno de los principales atractivos del Centro Histórico, y en la actualidad el apoyo institucional que recibe es insuficiente para la cobertura de los requerimientos que son propios de este tipo de entidades, las cuales han de atender adecuadamente las exigencias de la audiencia local, nacional e internacional en lo relativo a la museología. Una institución de este tipo también contribuye de una manera efectiva a mejorar las condiciones socioeconómicas de la localidad y de la nación como conjunto.

En los estatutos del Consejo Internacional de Museos (2007) se establece que

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.

Para dar cobertura a dicho campo de gestión es indispensable que la institución disponga en cantidad suficiente de las diferentes categorías de recursos que son propios de este tipo de

servicio a la humanidad. El personal con que cuenta el Museo es de excelente calidad profesional y técnica, el cual realiza una gestión plenamente satisfactoria, pero la entidad requiere que se le aumente la dotación de elemento humano calificado y de recursos financieros, materiales y tecnológicos.

Con respecto a las instituciones del sector público directamente involucradas en el funcionamiento del Museo, en la medida que les permite el presupuesto anual de las mismas, proveen a la institución de los recursos correspondientes. Sin embargo, estos son tan exigüos que limitan al MRO para lograr la mencionada optimización.

La gestión del Museo Regional de Occidente tiene entre sus objetivos, metas y estrategias para tratar de optimizar la oferta cultural a la población de la zona occidental del El Salvador y del exterior; sin embargo, no cuenta con los recursos financieros, técnicos y materiales para llevarlos a la práctica.

El problema incide tanto en lo cultural como en lo económico y social, ya que limita fuertemente la atención a la demanda actual y potencial, afectando la atracción de turistas nacionales y extranjeros que buscan satisfacer sus expectativas de conocer en detalle el patrimonio cultural del Centro Histórico de Santa Ana.

3. Los investigadores también se referirán a esta institución mediante sus siglas.

## 2. Metodología

La investigación fue de tipo descriptivo, especificando el grado de predisposición de las entidades privadas y gubernamentales para ofrecer apoyo a la gestión del MRO.

Se seleccionaron dos tipos de organizaciones: instituciones gubernamentales y empresas privadas. Las primeras se abordaron a través de una cédula de entrevista, en la cual se incluyeron ítems acerca del rol de la entidad consultada y su relación con la gestión museística del país, específicamente con el apoyo a la optimización de la oferta cultural. El total de entidades públicas consultadas fue de nueve.

Entre las entidades del sector público, incluyendo el Gobierno Central y el Gobierno Municipal de Santa Ana, fueron las siguientes:

- Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República.
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Instituto Salvadoreño de Turismo
- Corporación Salvadoreña de Turismo.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
- Gobernación Política del Departamento de Santa Ana.
- Alcaldía Municipal de Santa Ana.
- Dirección Departamental de Educación de Santa Ana.

Todas estas entidades fueron seleccionadas por los investigadores, utilizando el criterio del grado de involucramiento del rol de las mismas en lo referente a la oferta cultural que le compete optimizar al Museo Regional de Occidente.

Con respecto a la empresa privada, se abordó un total de 27 organizaciones, entrevistando personalmente a los ejecutivos de más alto nivel jerárquico que operan en la ciudad de Santa Ana, y luego, por medio de ellos, a sus respectivas cúpulas de nivel decisorio en el país. Las entrevistas personalizadas y los ítems correspondientes de las cédulas de entrevista comprendieron todos los campos de gestión museológica y museográfica<sup>4</sup> del MRO: financiero, técnico, operativo, materiales, publicidad, etc. Se hizo referencia a la correspondencia que habría en términos de difusión a las audiencias nacionales y extranjeras del MRO, de la cooperación que se tuviere por parte de cada entidad consultada que ampliare su responsabilidad social empresarial para dar cobertura al apoyo institucional para la maximización de la oferta cultural en los ámbitos nacional e internacional.

En relación con las personas naturales, la población que se seleccionó como universo fue el total de personas que tenían un nivel cultural correspondiente a trece años y más de estudios formales en centros educativos del país. La razón de haber efectuado esta selección consistió en que los ítems que se abordarían en las entrevistas comprendían contenidos sobre museolo-

4. Museología es la ciencia que estudia los museos, su historia, su influjo en la sociedad y las técnicas de catalogación y conservación. La museografía es el conjunto de técnicas y prácticas relativas al funcionamiento de un museo.

gía y museografía, por lo que su comprensión exigía haber realizado determinado nivel de estudios como mínimo.

El dato de población o universo fue de 614 536, personas el cual se tomó de la información correspondiente que ha sido oficializada por la Dirección General de Estadística y Censos del Ministerio de Economía, en la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (2014). Luego de aplicarse la fórmula estadística para establecimiento de la muestra, el tamaño de la muestra fue de 384 personas.

### 3. Resultados

El Museo Regional de Occidente fue creado por el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA) del Ministerio de Educación, con amplia cooperación de la Fundación Cultural de Los 44. Se ubica en el edificio que ocupó el Banco Central de Reserva en la ciudad de Santa Ana, y que fue construido a inicios de la década de 1940, siendo parte primordial del patrimonio cultural de Santa Ana y de El Salvador como conjunto.

La institución difunde parte importante de su oferta cultural, incluyendo una variedad de temas, entre los que se tienen los siguientes: “Historia de la Moneda de El Salvador”, “Rescates Arqueológicos”, “Fauna Prehispánica”, “Máscaras de El Salvador”, “Detrás del Altar”, etc.

Entre sus instalaciones, la entidad cuenta con una sala permanente, dos salas temporales para

exposiciones, una nutrida colección de piezas arqueológicas y de la historia precolombina, colonial y contemporánea de los departamentos de Santa Ana, Ahuachapán y Sonsonate. Dispone también de biblioteca, cafetería y una tienda de recuerdos. Abre al público de martes a domingo, de 9:00 am a 12:00 m. y de 1:00 p.m. a 5:00 p.m. El funcionamiento del Museo es financiado por CONCULTURA.

Se proporciona información al público que llama al teléfono del Museo, número (503) 2441-1215, o por medio de comunicación al fax (503) 2441-2128. Además del sistema de comunicación por Facebook, la institución cuenta con sitio web, en el que se publican blogs sobre la temática museística que administra, incluyendo fotografías, videos y desarrollo de temas de su oferta cultural. Las perspectivas de mediano y largo plazo con respecto a la oferta cultural se atienden actualmente con limitaciones de carácter económico y técnico.

La organización tiene el propósito de aumentar lo más posible los contenidos temáticos, lo cual tratará de llevar a la práctica aún con las restricciones mencionadas, dado que todo su personal posee la más amplia predisposición positiva de realizarlo.

Dadas las limitaciones presupuestarias que el Museo tiene en la actualidad, se plantea la necesidad de una coordinación más estrecha con las distintas instituciones del sector gubernamental que tienen competencias explícitas e implícitas para optimizar, tanto la oferta cultural del

Museo Regional de Occidente como de los otros museos existentes en el país. En el caso del MRO, las exigencias adquieren en primera instancia un ámbito regional (departamentos de Santa Ana, Sonsonate y Ahuachapán), para luego darle impulso al ámbito museológico y museográfico del país.

Los requerimientos comprenden, en primer lugar, los de carácter financiero. Al respecto, el Gobierno Central de la República enfrenta actualmente serios problemas de déficit fiscal y una creciente deuda pública. Aún en estas condiciones, con una adecuada racionalización del gasto público se podrían reorientar recursos a este tipo de factores institucionales, que son capaces de atraer sustantivas cantidades de personas, las que incentivarían a la economía local, regional y nacional.

Las áreas de gestión museística que demandan recursos para incrementar sensiblemente la oferta cultural son las siguientes:

- a. Funciones institucionales de colección, preservación, documentación, exposición e interpretación de testimonios materiales de carácter museológico, para beneficio de las personas del país y del exterior que demandan dichos servicios.
- b. Técnica museográfica sobre la arquitectura y el ordenamiento de las instalaciones científicas del Museo.
- c. Aspectos de la Ciencia Museológica vinculados al fortalecimiento de la imagen nacional e internacional del MRO.

## **Organizaciones**

En todos los casos, las entrevistas se realizaron con las personas de más alto nivel decisor de las respectivas instituciones, a excepción de la Alcaldía Municipal de la localidad, en la que se hizo por medio del funcionario designado para la atención de los aspectos consultados.

Del total de instituciones públicas, solamente la Alcaldía Municipal de la ciudad ha asumido un rol de amplio alcance, en el que se incluye al MRO. La comuna es la entidad bajo cuya responsabilidad principal se ejecutará el proyecto de recuperación integral del Centro Histórico de la localidad, dentro del contexto de cooperación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), generador de la Iniciativa de Ciudades Emergentes y Sostenibles (ICES).

Cabe citar el caso del Banco Central de Reserva, cuya consulta fue atendida por el funcionario que fue designado para atender dicha función, debido a que el Presidente de la entidad se encontraba fuera del país. Al respecto, dicho funcionario únicamente hizo referencia a que el Banco tiene su propio Museo, obviando lo relativo al apoyo de la gestión del MRO, a pesar que se le indicó que el mismo tiene un nexo histórico con el Banco Central de Reserva, por cuanto que ocupa el edificio que anteriormente utilizó el banco en la ciudad de Santa Ana.

Las otras siete instituciones tampoco asumieron ninguna responsabilidad de dar apoyo a la gestión del MRO para que la misma pueda optimizar la oferta cultural correspondiente. En

cierta forma, se justifica la actitud de dichos funcionarios, dado que en la actualidad las finanzas públicas enfrentan el grave problema de déficit fiscal y alto nivel de endeudamiento.

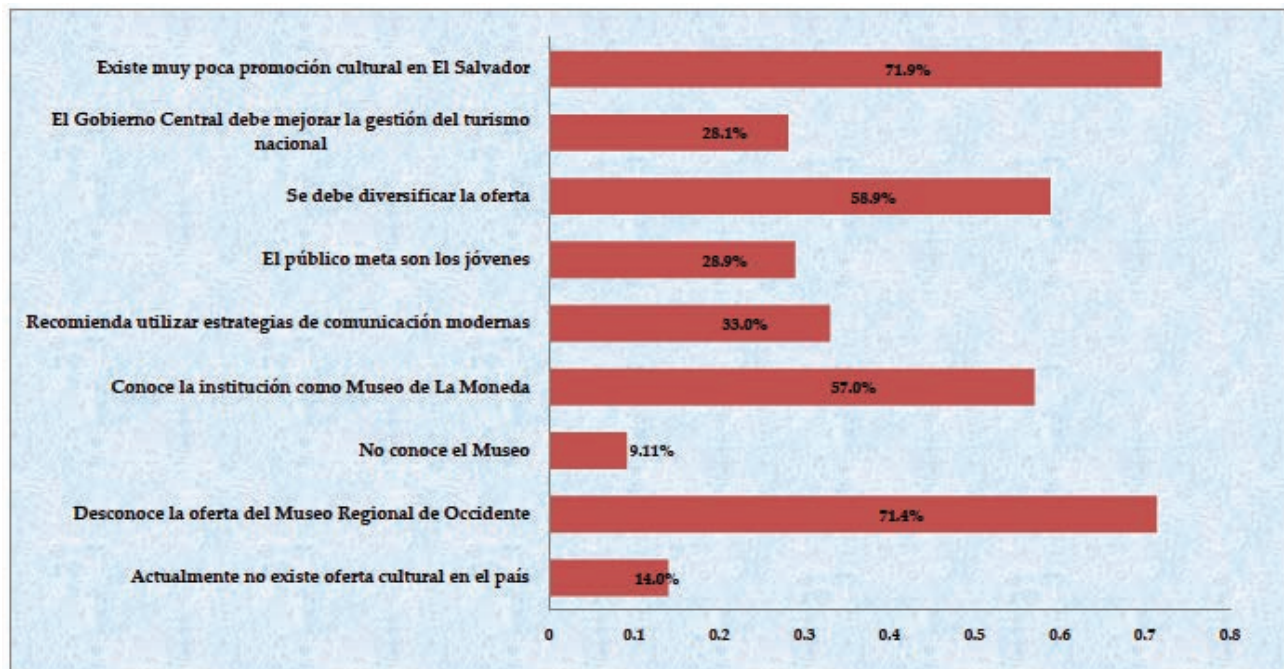
Para el caso de las empresas privadas, ninguna de las que fueron entrevistadas mostró interés de ofrecer su cooperación. Prácticamente la totalidad de ellas contribuye con la Fundación Teletón Pro Rehabilitación (FUNTER), cuyo programa de servicio a la sociedad es ampliamente conocido por toda la población. Asimismo, las otras organizaciones privadas que se consultaron ejecutan proyectos con fines de carácter social, tales como los siguientes: formación académica, contribuciones para el mejoramiento de las instalaciones físicas de edificios escolares, apoyo a la producción de bienes del sector agropecuario, etc. En este sentido, justi-

fican que no se encuentran en condiciones de incluir el área de apoyo a la optimización de la oferta cultural museística.

Es también comprensible que determinadas organizaciones cuenten con programas de responsabilidad social que guardan estrecha vinculación con el giro de actividad económica que poseen, con lo cual favorecen a los correspondientes beneficiarios y obtienen al mismo tiempo ventaja económica para sí mismas.

### Ciudadanía

Entre las apreciaciones y sugerencias que la población entrevistada manifestó acerca del Museo Regional de Occidente, se encontró que un 14% aseguró que no existe una adecuada oferta cultural por parte del MRO, ya que lo que ofrece actualmente es un material muy



*Figura 1.* Apreciaciones y sugerencias acerca de la oferta cultural del MRO.

poco atractivo. Sin embargo, un 71.4% de ellos desconoce de la existencia del MRO y, consecuentemente, de su oferta cultural, lo cual se debe a que no se hace un uso adecuado de los medios de comunicación correspondientes.

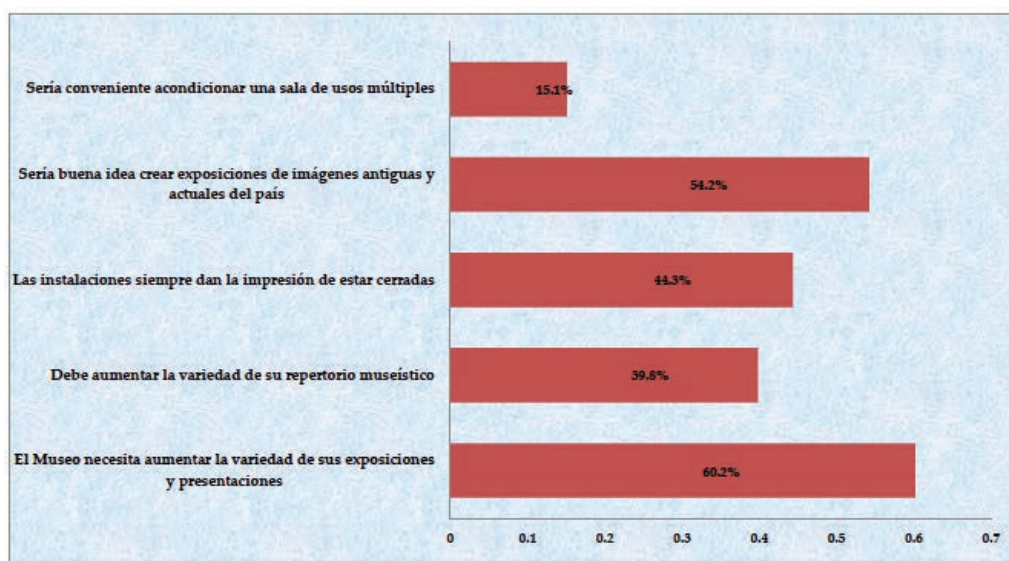
Las cifras anteriores contrastan con el 57.03% de la población que relaciona a la institución solo como “el Museo de la Moneda”, ya que existe una exposición permanente de la historia de la moneda de El Salvador. Ante este panorama, un 33.0% de los entrevistados recomienda hacer uso de estrategias de publicidad modernas, como redes sociales, páginas web, aplicaciones de realidad aumentada, paseos virtuales, etc. (Ver figura 1).

De los datos reflejados en la figura anterior, el 28.9% de los entrevistados sugirió que el público objetivo prioritario de la oferta cultural del MRO deben ser los niños y jóvenes en edad escolar, dado que la cultura es una importantísima herramienta para mantener a los jóvenes

alejados del camino de la delincuencia, y que a la vez, contribuye a potenciar su producción científica y cultural. Esto se ve reforzado por el 58.9% que aseguró que es importante mejorar la diversidad de la oferta cultural del museo para promover el turismo interno y externo, dando como resultado mayores ingresos a cada localidad visitada y al país en general.

Otro aspecto que sobresale es que el 28.1% de la población sugiere que las instituciones del Gobierno dedicadas al Ramo de Turismo mejoren la gestión que realizan, promoviendo la imagen de los atractivos naturales, sociales, culturales, patrimoniales e históricos de la Nación.

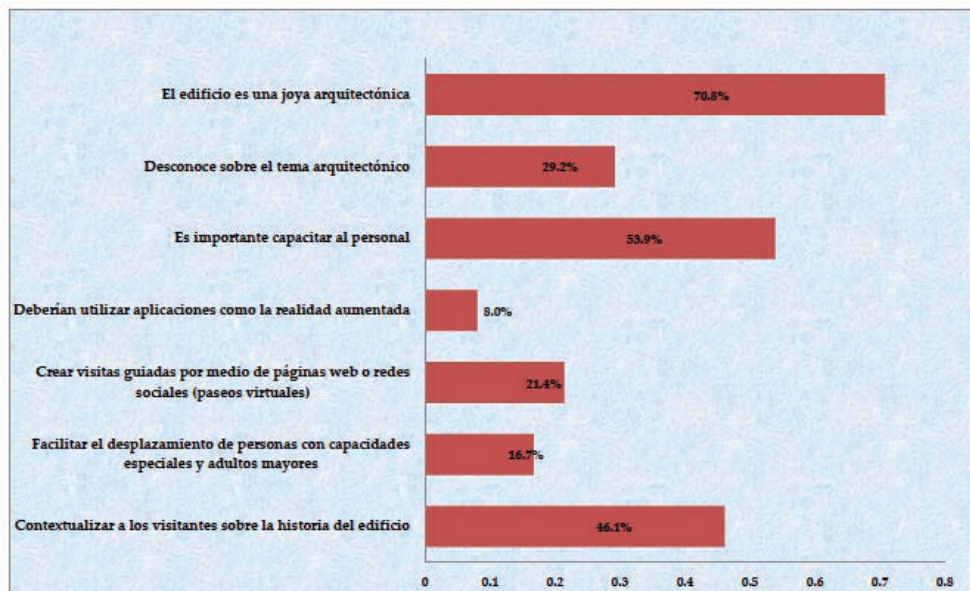
Para un 71.9% de la población existe muy poca promoción de la oferta cultural museística de El Salvador, lo cual incide en una baja presencia de turistas que buscan llevar a sus países de residencia evidencias de la cultura local de los sitios visitados.



**Figura 2.** Funciones de colección, preservación, documentación, exposición e interpretación de testimonios materiales de carácter museológico.

En la figura 2, se puede apreciar que el 60.2% de la población encuestada considera que el Museo necesita aumentar la variedad de sus exposiciones y presentaciones; es decir, cambiarlas cada cierto periodo de tiempo. No obstante, un 39.8% afirma que existe una buena variedad en su repertorio museístico, pero no se han dado a conocer en forma amplia y precisa. Ante este panorama, el 54.2% recomienda hacer exposiciones de imágenes antiguas y actuales de diferentes lugares de la República para efectos de que se aprecien las diferencias, por ejemplo del ferrocarril y los autobuses modernos.

Aunque se especifica el horario de atención al público en el frente del local, para un 44.3% de la población, el lugar da la impresión de estar cerrado, por lo que sería recomendable que se coloque un rótulo suficientemente visible que diga “ABIERTO” O “CERRADO”. Asimismo, un 15.1% sugiere que sería conveniente acondicionar una “sala de estar” en la que se expongan biografías de personas importantes, bisutería de artesanos nacionales, pinturas de autores nacionales, entre otros.



**Figura 3.** Técnica de arquitectura y ordenamiento de las instalaciones científicas del Museo.

En cuanto a este aspecto (figura 3) el 46.1% de la población de estudio considera que es importante explicar a los visitantes la historia del edificio, que es un antiguo local donde funcionó el Banco Central de Reserva en la ciudad. También, un alto porcentaje (16.7%) señala la necesidad de crear facilidades para con capa-

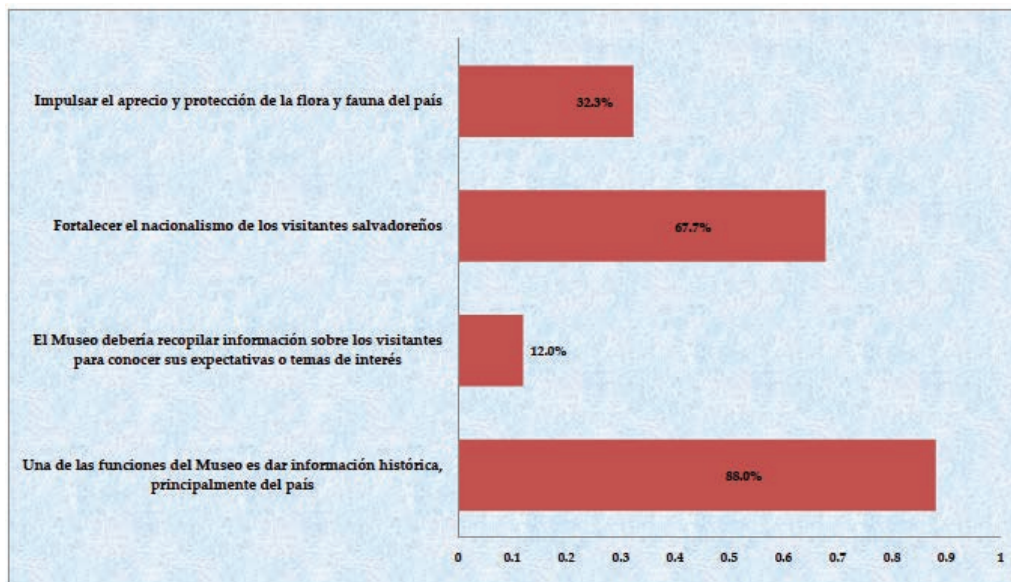
cidades especiales y adultos mayores puedan desplazarse dentro de las instalaciones.

Otro aspecto que se sugiere incorporar son las visitas guiadas (21.4%) por medio de páginas web o redes sociales, a manera de paseos virtuales, así como también colocar maquetas en puntos estratégicos; utilizando aplicaciones



virtuales bajo la modalidad de “realidad aumentada”. Para desarrollar esto, un 53.9% manifestó que la capacitación al personal es clave. El 88.0% de la población coincide en que una de las funciones del Museo es dar información histórica, principalmente del país. Para un 12% de ellos esa información debe tener un aspecto bilateral, en el sentido de que se recopilen da-

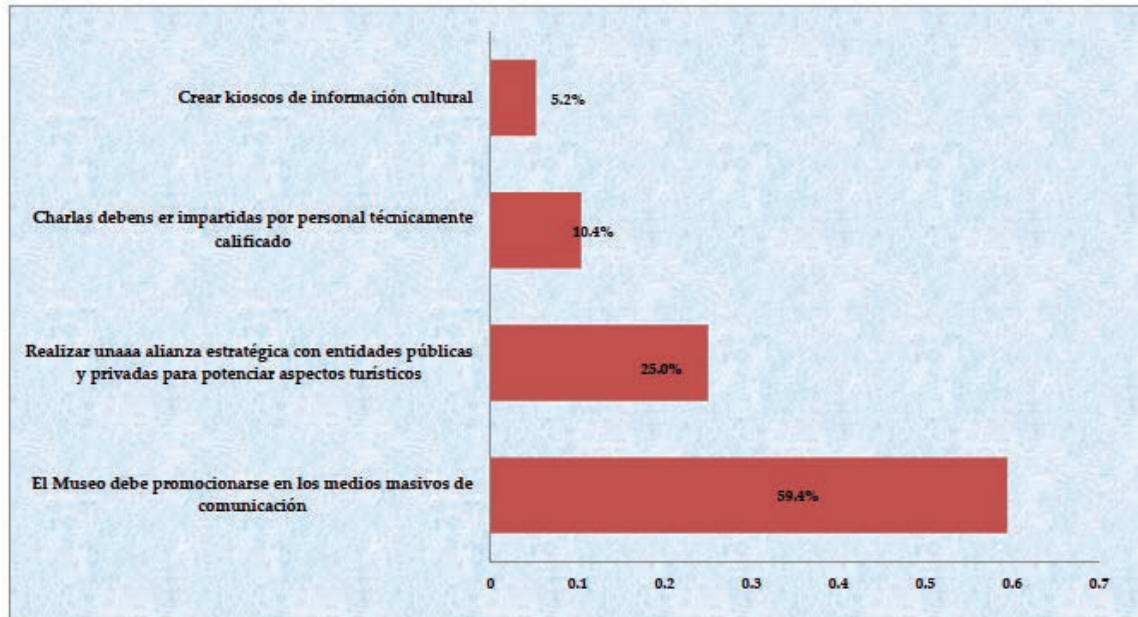
tos de los visitantes para conocer sus expectativas sobre temas que les interesaría que cubra la oferta cultural del Museo; mientras que un 67.7% considera que debe fomentarse el nacionalismo de los visitantes salvadoreños, generando una buena imagen de la ciudad y del país. (Ver figura 4).



**Figura 4.** Aspectos de la Ciencia Museológica vinculados al fortalecimiento de la imagen nacional e internacional del MRO en lo relativo a su razón de ser y su función en la sociedad.

Entre las iniciativas que propone la población se encuentran que la gestión del Museo incite a los medios masivos de comunicación para que lo promocionen (59.4%); crear una alianza estratégica con entidades públicas e instituciones educativas (25.0%); enviar personal técnicamente calificado a dar charlas a empresas e instituciones educativas (10.4%); y crear kioscos de información cultural, ubicados en diferentes lugares estratégicos (5.2%) (Ver figura 5).

Respecto a los aspectos concretos de apoyo institucional a la gestión del MRO para optimizar su oferta cultural, específicamente en el rubro financiero, la población señaló 27 empresas del sector privado que estarían en condiciones de ofrecer cooperación financiera para dicho proceso. Estas empresas operan en el país, con representatividad a nivel nacional y en la ciudad de Santa Ana.



*Figura 5.* Propuestas de medios para fortalecer la imagen del Museo.

**Tabla 1.** Nómima de empresas que podrían apoyar económicamente la gestión del MRO

Empresas con representatividad nacional y local en la ciudad de Santa Ana	
1	Almacenes Vidrí, S.A. de C.V.
2	Hilados de El Salvador(HILASAL)
3	GUMMARSAL
4	Almacenes Bou S.A de C.V
5	Grupo MULLERSAL
6	Almacenes SIMÁN
7	Ferreterías FREUND
8	Almacenes Walmart/Despensa de Don Juan/Despensa Familiar
9	Holcim El Salvador
10	La Curaçao, (UNICOMER)
11	Molinos de El Salvador, S.A. (MOLSA)
12	Industrias La Constancia, S.A.
13	EMPRESAS ADOC,S.A. de C.V.
14	Banco Azul
15	Banco Hipotecario
16	Ferretería CastillaSagarra, S.A. de C.V.
17	Productos Alimenticios DIANA
18	Fundación Empresarial para la Acción Social, ( FUNDEMÁS)
19	Lee Shoes El Salvador
20	Industrias Bocadeli
21	Industrias LIDO El Salvador

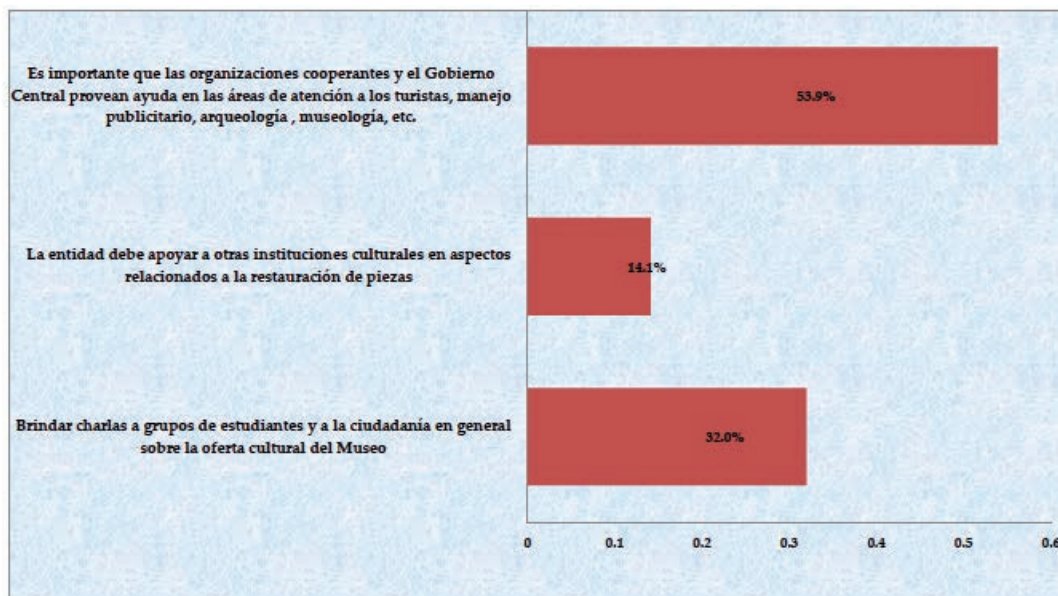
Empresas con representatividad nacional y local en la ciudad de Santa Ana	
22	Pan BIMBO El Salvador
23	Coca Cola El Salvador
24	Grupo CALLEJA, S.A. de C.V.
25	Sorbetes El Sin Rival
26	PRISMA MODA
27	OMNISPORT

Otros comentarios que manifestaron los entrevistados hicieron referencia a que la estrategia más viable para mejorar el Museo es acudir a la empresa privada en busca de patrocinio (54.2%); o solicitar al Estado más fondos (45.8%). Muchos de ellos (65.4%) sugirieron que la institución puede realizar actividades creativas que incluyan un costo de participación para generar ingresos extra; además de gestionar intercambios culturales, a través de embajadas, para enviar personal del Museo a ampliar sus conocimientos en el exterior.

En cuanto al apoyo que debe existir hacia los servicios técnico profesionales del Museo,

un 20.1% de los entrevistados sugirió que se debe recurrir al potencial profesional que ofrecen los estudiantes universitarios en carácter de pasantías y horas sociales. Otro porcentaje (51.6%) manifestó que es preferible capacitar más al personal que ya labora para la institución; mientras que un 28.4% asegura que debe contratarse personal más calificado.

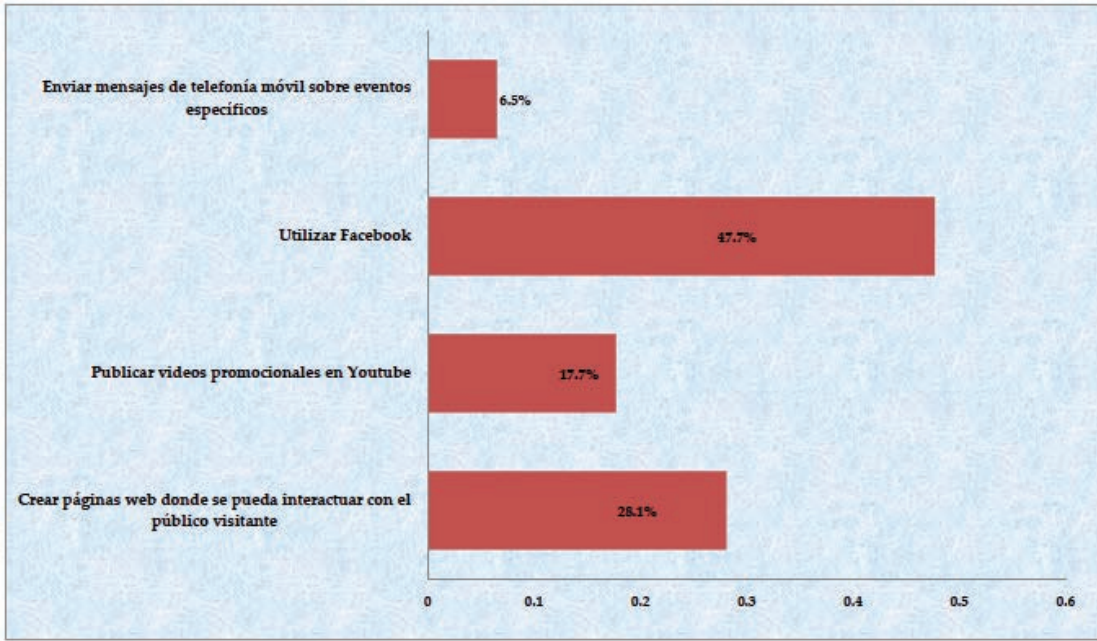
Entre las propuestas que la población de estudio planteó para promover el conocimiento del MRO se encuentran reflejadas en la siguiente figura:



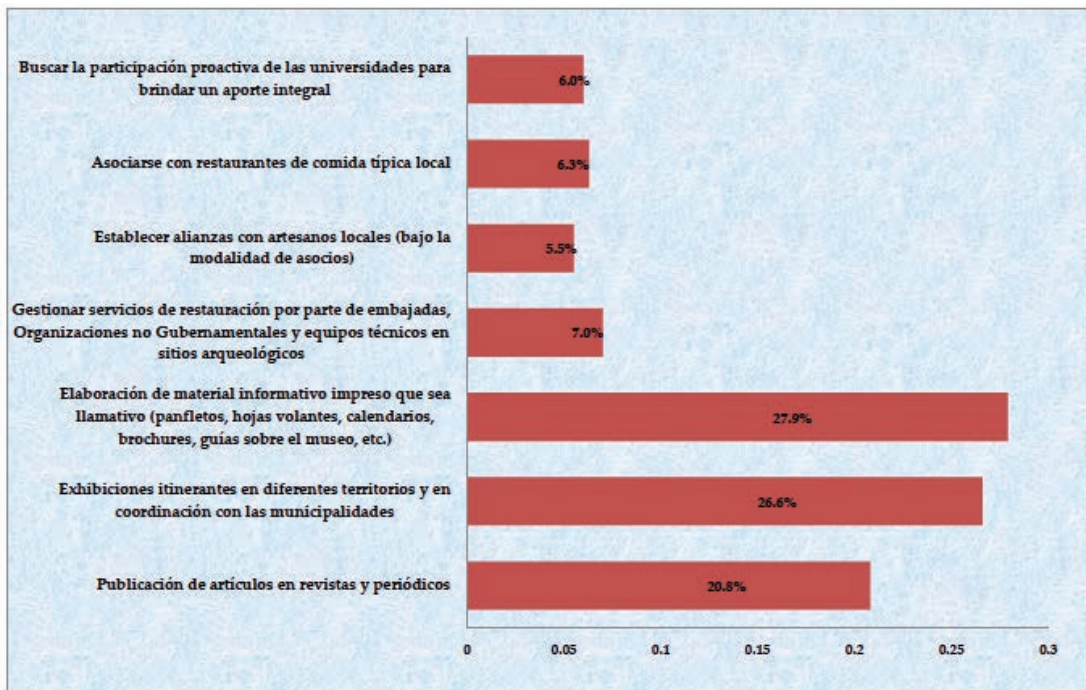
**Figura 6.** Propuestas de mejora para Museo Regional de Occidente.

Estas medidas también incluyen la incorporación de los medios de comunicación masivo para hacerle publicidad a la institución (11.5%); y la necesidad de variar la publicidad actual,

utilizando técnicas innovadoras y vanguardistas. También incorporar la telefonía móvil, redes sociales y páginas web (ver figura 7), entre otras alternativas (ver figura 8).



**Figura 7.** Medios de comunicación que se pueden incorporar en la promoción del Museo Regional de Occidente.



**Figura 8.** Otras alternativas para promover el Museo Regional de Occidente.

#### 4. Discusión

El propósito de la investigación no ha sido que se considere que el Museo Regional de Occidente adquiera la potencialidad que tienen otros museos en el mundo, que son los principales generadores de atracción de turistas en algunos países. Pero sí que se ofrezca cooperación en cualquier forma aceptable a fin de que el mismo pueda contar con los recursos necesarios para elevar su propia imagen y la del Centro Histórico de Santa Ana, promoviendo al mismo tiempo el incremento del potencial de visitantes nacionales y extranjeros a los demás sitios turísticos de la Zona Occidental y del país como un todo.

Los resultados de la investigación de campo fueron claros y concretos. Hasta la fecha no existe otra institución gubernamental, a excepción de la Alcaldía Municipal de Santa Ana, dispuesta a ofrecer cooperación para que la gestión del Museo trate de optimizar la oferta cultural del establecimiento. Igual resultado se obtuvo por parte de las empresas privadas que se consultaron.

Con respecto a los entes gubernamentales, no se concibe que la visión se restrinja al momento presente, en el que es evidente la grave situación fiscal que se experimenta en el país. Si bien, el problema podría extenderse a un poco más, el mismo exigirá a la sociedad salvadoreña, incluyendo el Gobierno mismo y la empresa privada, superar la crisis con medidas de racionalización del gasto público y otras que sean de

aceptación general. Por lo tanto, la cooperación mencionada a mediano y largo plazo tiene el sustento necesario para ser planteada.

En relación con las empresas privadas del país, se considera que la falta de una respuesta positiva a dar actualmente su apoyo al Museo Regional de Occidente, es probable que una o más de las que fueron consultadas cambie de postura y ofrezca recursos para formar parte del consorcio de cooperantes, elevando de esa forma su propia imagen ante la sociedad, a fin de preservar sus índices de competitividad en el mercado.

Para tratar de optimizar la oferta cultural del Museo se plantea que la Dirección del mismo contemple participar, activamente, en gestiones de cooperación técnica y financiera, ante embajadas de determinados países, organizaciones no gubernamentales internacionales y otras entidades. Se incluyen además las que proveen fondos no reembolsables, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores y demás instituciones gubernamentales, responsables de poner en práctica una efectiva política de Estado para asuntos culturales.

Propuesta para optimizar la gestión del Museo Regional de Occidente en lo concerniente a la oferta cultural a nivel de la localidad y del país

Una ventaja que tiene el Museo Regional de Occidente es su ubicación geográfica, ya que se localiza en la principal avenida del Centro Histórico de Santa Ana, en un edificio próximo a uno de los sitios más impactantes para el

turista nacional y extranjero, en el que se observan el Teatro Nacional, Catedral, Alcaldía Municipal, Parque Libertad, Casino

Santaneco y otros atractivos de primer orden. La ubicación del edificio se aprecia en la figura 9.



**Figura 9.** Ubicación del Museo Regional de Occidente.

**Fuente:** Google Maps.

Una de las estrategias de acción dirigidas a lograr el apoyo de los entes institucionales identificados, según categoría de ámbito de desempeño, comprende involucrar a funcionarios del MRO con representantes de la Universidad Católica de El Salvador, de la Asociación del Patrimonio Cultural de Santa Ana y de la Alcaldía Municipal de la misma ciudad, para elevar conjuntamente a consideración del Ministerio de Relaciones Exteriores, la iniciativa de solicitar a las distintas embajadas y otras organizaciones de países amigos que participen en la creación y puesta en marcha de un programa de cooperación para maximizar la oferta cultural del Museo.

Entre las embajadas a considerar en una primera fase están las de los países siguientes: Estados Unidos de América, Canadá, Japón, Francia y España. Al mismo tiempo se puede promover la creación de la Asociación de Apoyo a la Museología y Museografía de la ciudad de Santa Ana (AMSA), en la que participen Universidades y otros centros educativos de la ciudad, profesionales, estudiantes, empresarios, obreros, amas de casa y otros sectores de la sociedad.

Otra vía de intervención puede darse desde la Educación, al establecer la especialidad de Mu-

seología y Museografía en el sistema universitario de la localidad, a nivel de maestría. Igualmente se podría promover la oferta cultural del MRO en los centros educativos de la ciudad, la zona occidental y el país. En este aspecto, el Ministerio de Educación sería quien giraría las directrices correspondientes.

Esta iniciativa, además, podría dotar al MRO de personal capacitado en las diversas áreas de gestión museológica y museográfica, para cubrir turnos de atención al público durante los días sábados, domingos y festivos en general. Asimismo, los involucrados pueden desarrollar una campaña permanente de educación ciu-

dadana en lo referente a la oferta cultural del MRO (radiodifusoras, televisoras, periódicos escritos y otros medios de comunicación de masas). Finalmente, otra forma de intervención puede consistir en incluir en la agenda de responsabilidades del cuerpo diplomático y el cuerpo consular del país la promoción personalizada y efectiva de la oferta cultural de la Nación, destacando la que corresponde a cada uno de los museos.

## 5. Referencias

Asensio, Cabrera, Asenjo y Castro. (Eds.) (2012). Series Iberoamericanas de Museología (SIAM) (1ª ed.). Madrid, España: Editores Asociados.

Banco interamericano de Desarrollo (s.f.). Ciudades Emergentes. Publicaciones. Recuperado de <http://www.iadb.org/es/temas/ciudades-emergentes-y-sostenibles/publicaciones-ciudades-sostenibles,18715.html>

Chiavenato, I. (2004). Introducción a la Teoría General de la Administración. (7ª ed.). México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Consejo Internacional de Museos (2007). Definición de Museo. Recuperado de <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>

Day, R.A. (1999). Cómo Escribir y Publicar Trabajos Científicos (2ª ed.). Washington DC, USA: Organización Panamericana de la Salud.

ElSalvadormipais.com (s.f.). Lugares turísticos de la zona occidental del país. Recuperado de: <http://www.elsalvadormipais.com/lugares-turisticos-de-la-zona-occidental-de-el-salvador>

El Salvador, Dirección General de Estadísticas y Censos (s.f.). Novedades y avisos. Recuperado de <http://www.digestyc.gob.sv>

El Salvador, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República (s.f.). Museo Regional de Occidente – Santa Ana. Recuperado de <http://www.cultura.gob.sv/museo-regional-de-occidente-santa-ana/>

España, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (s.f.). Encuentros bilaterales de Museos. Recuperado de <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/museos/informacion-general/cooperacion-internacional/europa.html>

Koontz, H. (2011) Administración. Una Perspectiva Global (11ª ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.

Real Academia Española (s.f.). Recuperado de <http://www.rae.es/diccionario-de-la-lengua-espanola/la-23a-edicion-2014>

Turismo en El Salvador (2005). Museo Regional de Occidente. Recuperado de <http://www.turismo.com.sv/turismo/museo-regional-occidente.php>