



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN DE YAKU, “PARQUE- MUSEO DEL AGUA”, UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE LOS PÚBLICOS**

**OBJETIVOS.**

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de Licenciada en Comunicación Corporativa.

**Profesor Guía:**

María Belén Monteverde

**Autor:**

Cristina Gabriela Mancheno Enríquez

**2010**

### **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....

**María Belén Monteverde**

**Máster DirCom.**

**C.I: 170765435-4**

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

.....

**Cristina Mancheno E.**

**C.I: 171836206-2**

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi agradecimiento está dedicado a todas las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo para culminar con éxito mi carrera.

A Dios, por haberme iluminado en todo el transcurso de mi vida para lograr cumplir todas mis expectativas y tomar las mejores decisiones en el futuro.

A mi familia, por su gran apoyo a lo largo de mi carrera, por darme día a día un ejemplo de lucha y perseverancia para alcanzar mis metas; por haberme formado de la mejor manera, mostrándome los valores y principios que han hecho de mi una mujer de bien.

Un agradecimiento especial a mi profesora guía María Belén Monteverde, por su confianza y el apoyo incondicional en la elaboración de mi Trabajo de Titulación logrando con éxito la culminación de este proyecto.

Gracias a todos los que han estado cerca de mí: por sus consejos, reflexiones, disgustos, risas y afecto.

**DEDICATORIA:**

Dedico este esfuerzo a:  
Mis padres Carlos y Marlene, por formar parte de mi  
vida,  
son el pilar fundamental de mi existencia  
y los primeros gestadores de este logro alcanzado.  
A mis hermanos Andrés, Daniela, Kevin,  
a mi cuñado Luis Fernando y a mi sobrina  
Dana Rafaela que con alegría compartieron mi éxito.  
A mi novio Richard por darme el empuje, entusiasmo  
y su apoyo incondicional en todo momento.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal realizar un diagnóstico sobre el estado actual de la comunicación del Parque- Museo del Agua.

Una vez finalizada, se detectó varias falencias, en cuanto; al desconocimiento del museo por parte de la gente, a la calidad del servicio del museo a los visitantes, a la falta de espacios con juegos interactivos, a la inexistencia de letreros sobre la ubicación de Yaku, a la ausencia de publicidad en los medios masivos y alternativos, a la insuficiencia de herramientas de comunicación interna y externa, entre otras.

Por lo tanto, se diseñó un plan estratégico de comunicación para fortalecer la imagen de Yaku, "Parque-Museo del Agua", ubicado en el Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, para incrementar la afluencia de los públicos objetivos.

Este trabajo de titulación está distribuido de la siguiente manera:

**Capítulo 1**, se tratan temas sobre la importancia de la comunicación dentro de una entidad, con las cuales se logrará identificar la adecuada comunicación del museo.

**Capítulo 2**, en esta sección se detalla información importante sobre el cuidado del agua, para concientizar a la gente sobre el adecuado uso de este recurso.

**Capítulo 3**, se presenta el marco teórico sobre Yaku, para analizar los problemas existentes, los mismos que posteriormente serán resueltos mediante el plan de comunicación.

**Capítulo 4**, se aplica la metodología adecuada donde se obtienen los resultados reales sobre la situación actual del museo, a través de encuestas, entrevistas y focus groups. Por lo tanto, este análisis sirvió para diseñar un plan estratégico de comunicación para fortalecer la imagen del Museo del Agua.

**Capítulo 5**, Una vez culminada la investigación, en donde se obtuvo importante información sobre el museo, se realizará la propuesta de estrategias comunicacionales para solucionar los problemas detectados.

### **ABSTRACT**

This research had as main objective to make a diagnosis on the current state of the communication of Parque - Museo del Agua.

Once completed, several flaws were detected, as, lack of knowledge of the museum by the people, the quality of service for museum visitors, lack of spaces with interactive games, nonexistence of signs on the location of Yaku, absence of mass media advertising, or alternative ones, insufficiency of tools for internal and external communication, among others.

Therefore, we designed a strategic communication plan to make the image of Yaku stronger, "Parque - Museo del Agua", located in the Historic Center of the Metropolitan District of Quito, to increase the influx of public goals.

The graduation work is distributed as follows:

**Chapter 1**, issues about the importance of communication within an organization, of which one could identify the proper communication of the museum.

**Chapter 2**, in this section important information is detailed about water care, to educate people about the proper use of this resource.

**Chapter 3**, it presents the theoretical framework on Yaku, to analyze current problems, the same which are then resolved through communication plan.

**Chapter 4**, an appropriate methodology is applied where actual results are obtained on the current status of the museum, through surveys, interviews and focus groups. Therefore, this analysis was used to design a strategic communication plan to strengthen the image of the Museo del Agua.

**Chapter 5**, once completed the investigation, where important information was obtained about the museum, we will propose communication strategies to deal with the problems.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>Introducción</b>	1
<b>1.- Capítulo I</b>	
<b>1. Generalidades de la Comunicación e Imagen</b>	
1.1 Concepto de Comunicación	2
1.2 Proceso de la Comunicación	4
1.2.1 Elementos del proceso de comunicación	5
1.3 Barreras de la comunicación	7
1.4 Comunicación Corporativa	9
1.4.1 Funciones de la Comunicación Corporativa	10
1.4.2 Tipos de comunicación corporativa	11
1.5 La comunicación organizacional	13
1.5.1 Las redes de comunicación	14
1.6 Comunicación Interna	15
1.6.1 Herramientas estratégicas de Comunicación Interna	16
1.7 Comunicación Externa	19
1.7.1 Herramientas para la comunicación externa	19
1.8 Relaciones Públicas	21

<b>1.8.1</b> Los elementos de las relaciones públicas	22
<b>1.9</b> Imagen Corporativa	25
<b>1.9.1</b> Identidad Visual	27
<b>1.9.2</b> Imagen e Identidad Corporativa	28
<b>1.9.3</b> Ejes que componen la Identidad	29
<b>1.9.4</b> Importancia de la imagen Corporativa	32
<b>1.10</b> Planificación de un plan estratégico de comunicación	33
<b>1.10.1</b> Planificación en Comunicación	34
<b>1.10.2</b> Plan Estratégico de Comunicación	35

## **Capítulo II**

2.- El Agua y el Cambio Climático	38
<b>2.1</b> Concepto e importancia de agua como elemento vital	38
<b>2.1.1</b> Propiedades Físicas del agua	40
<b>2.1.2</b> Cambio Climático	42
<b>2.1.2.1</b> Consecuencias del Calentamiento Global.	44
<b>2.1.3</b> Biodiversidad	45
<b>2.1.3.1</b> Factores que amenazan a la biodiversidad	47
<b>2.1.3.2</b> Ecosistema	49
<b>2.1.3.3</b> Funcionamiento del ecosistema	50

<b>2.1.3.4</b> Principales ecosistemas	52
<b>2.1.4</b> Cuencas Hidrográficas	53
<b>2.1.4.1</b> Contaminación Hídrica	56
<b>2.2</b> El uso adecuado del Agua	61
<b>2.2.1</b> Usos de agua en el Distrito Metropolitano de Quito	62
<b>2.2.2</b> Distribución del agua potable	65

## **Capítulo III**

<b>3.-</b> YAKU “Parque - Museo del Agua”	66
<b>3.1</b> Generalidades	66
<b>3.2</b> Clasificación de museos	69
<b>3.3</b> Públicos del museo	71
<b>3.4</b> Organización de un museo	73
<b>3.4.1</b> Museos del Ecuador	75
<b>3.4.1.1</b> Museos de Quito	77
<b>3.4.1.2</b> Museos interactivos en la ciudad de Quito	79
<b>3.5</b> YAKU, “Parque- Museo del Agua”	83
<b>3.5.1</b> Historia	83
<b>3.5.1.1</b> Fundación Museos de la Ciudad	84
<b>3.5.1.2</b> Normativas de la Fundación Museos	85

3.5.1.3	Financiamiento	85
3.5.1.4	Organigrama	86
<b>3.6</b>	<b>Instalaciones de Yaku, "Parque - Museo del Agua"</b>	<b>88</b>
<b>3.6.1</b>	<b>Acceso a Yaku</b>	<b>89</b>
<b>3.6.2</b>	<b>Rasgos de Identidad de Yaku</b>	<b>91</b>
<b>3.7</b>	<b>Imagen Corporativa</b>	<b>92</b>
<b>3.7.1</b>	<b>Identidad Visual</b>	<b>92</b>
<b>3.8</b>	<b>Público Interno de Yaku</b>	<b>93</b>
<b>3.9</b>	<b>Ejes Temáticos de Yaku, "Parque- Museo del Agua"</b>	<b>95</b>
<b>4.-</b>	<b>Diferentes temáticas y proyectos de Yaku</b>	<b>103</b>
<b>4.1</b>	<b>Exposiciones temporales de Yaku</b>	<b>104</b>
<b>4.2</b>	<b>Programas educativos que se publicarán en el 2010</b>	<b>109</b>
<b>5.-</b>	<b>Manejo actual de la comunicación Corporativa de Yaku</b>	<b>110</b>
<b>5.1</b>	<b>Análisis de las herramientas de comunicación</b>	<b>111</b>
<b>5.1.1</b>	<b>Organigrama de la comunicación de Yaku</b>	<b>113</b>

## **Capítulo IV**

<b>4.-</b>	<b>Objetivos de la investigación</b>	<b>114</b>
<b>4.1</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>114</b>

<b>4.2</b>	<b>Objetivos específicos</b>	114
<b>4.3</b>	<b>Metodología</b>	114
<b>4.3.1</b>	<b>Tipo de estudio</b>	114
<b>4.4</b>	<b>Métodos de Investigación</b>	115
<b>4.5</b>	<b>Técnicas de Investigación</b>	118
<b>4.5.1</b>	<b>Población</b>	119
<b>4.6</b>	<b>Resultados obtenidos</b>	120
<b>4.6.1</b>	<b>Tabulación encuesta</b>	120
<b>4.6.1.1</b>	<b>Objetivo de la encuesta</b>	120
<b>4.6.1.2</b>	<b>Caracterización de los encuestados</b>	121
<b>4.6.1.3</b>	<b>Conclusiones de la encuesta</b>	133
<b>4.7</b>	<b>Entrevistas</b>	135
<b>4.7.1</b>	<b>Entrevista ( Área de Comunicación)</b>	135
<b>4.7.2</b>	<b>Entrevista (Área de Administración)</b>	140
<b>4.8</b>	<b>Focus Group</b>	143
<b>4.8.1</b>	<b>Objetivos del Focus Group</b>	144
<b>4.8.1.1</b>	<b>Objetivo General</b>	144
<b>4.8.1.2</b>	<b>Objetivos específicos</b>	144
<b>4.8.2</b>	<b>Focus Group # 1</b>	144

<b>4.8.2.1</b> Conclusiones del Focus Group # 1	148
<b>4.8.3</b> Focus Group # 2	149
<b>4.8.3.1</b> Conclusiones del Focus Group # 2	152
<b>4.9</b> Conclusiones de la Investigación	153

## **Capítulo V**

### **5.- Propuestas de estrategias comunicacionales**

<b>1</b> Introducción	155
<b>2</b> Foda de Yaku, "Parque- Museo del Agua"	155
<b>3</b> Objetivos de la Propuesta	156
<b>3.1</b> Objetivo General	156
<b>3.2</b> Objetivos específicos	156
<b>4</b> Públicos	157
<b>4.1</b> Público interno	157
<b>4.2</b> Público externo	157
<b>5.</b> Estrategias	158
<b>6.</b> Tácticas	159
<b>7.-</b> Cronograma	165
<b>8.-</b> Presupuesto	167

9.- Control y Evaluación	168
10.- Cuadro de resumen	170
<b>Capítulo VI</b>	
6.1 Conclusiones	172
6.2 Recomendaciones	173
Bibliografía	175
Glosario de términos	179
Anexos	181
<b>ANEXO 1</b> Ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública del museo.	
<b>ANEXO 2</b> Ingresos y egresos de la Fundación Museos de la Ciudad.	
<b>ANEXO 3</b> Resumen de los proyectos de Yaku, Parque Museo del Agua.	
<b>ANEXO 4</b> Tabla de Población del Cantón Quito.	
<b>ANEXO 5</b> Encuesta	
<b>ANEXO 6</b> Entrevista Área de Comunicación y Área de Administración	
<b>ANEXO 7</b> Uniformes	
<b>ANEXO 8</b> Manual del empleado	
<b>ANEXO 9</b> Revista Memoria Anual de Yaku	
<b>ANEXO 10</b> Cartelera Interna	

**ANEXO 11** Manual de uso del Intranet

**ANEXO 12** Trípticos

**ANEXO 13** Vallas y mini vallas

**ANEXO 14** Boletín de prensa

**ANEXO 15** Invitaciones

**ANEXO 16** Perfil en Facebook

**ANEXO 17** Reestructuración de la Página Web de Yaku

**ANEXO 18** Folletos y cd's sobre las temáticas expuestas en el museo

**ANEXO 19** Lista de asistentes y el itinerario del recorrido.

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto propone fortalecer la imagen de Yaku, “Parque- Museo del Agua” a través de un plan de comunicación, con el objetivo de posicionarse en la comunidad y atraer al público objetivo y potenciales visitantes.

En el Barrio El Placer perteneciente al Centro Histórico, se encuentra ubicado Yaku, “Parque- Museo del Agua”, primer museo interactivo de la ciudad de Quito. Este museo es visitado por sus salas temáticas divertidas e interactivas que ofrecen al visitante una experiencia única, ya que permite que el observador aprenda mientras juega.

A pesar de poseer este gran potencial, la mayoría de personas desconocen sobre la existencia de Yaku, ya que la falta de información y publicidad han impedido el desarrollo de una imagen positiva y real ante el público objetivo.

Es por esta razón que se desarrolla ésta investigación, con el fin de relacionar a los visitantes con los museos interactivos, porque a pesar de ser lugares dinámicos y creativos no mantienen un número aceptable de visitantes. En Quito existen tan sólo dos museos interactivos enfocados al público infantil. Los cuales invitan a aprender mediante el juego, es por este motivo que el presente trabajo pretende involucrar a los museos interactivos con los visitantes, especialmente a los niños, considerando que a su temprana edad captan mejor los conocimientos a través de las experiencias interactivas.

Por lo tanto, los datos arrojados por esta investigación permitirán al lector conocer más profundamente sobre los problemas de Yaku, para luego buscar las soluciones adecuada, plantearlas estratégicamente y así lograr cumplir con los objetivos del museo.

## CAPÍTULO I

### GENERALIDADES DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN

#### 1.1 Concepto de Comunicación

La comunicación se da desde que el ser humano nace ya que se empieza a comunicar por medio de gestos o gemidos y con el pasar del tiempo conoce y utiliza diferentes formas de comunicación y a través de códigos aprendidos del entorno que lo rodea. La comunicación es muy importante entre las personas y las organizaciones, porque sin la comunicación se estaría en un caos y no se viviría de la misma forma impidiendo transmitir todo lo que se piensa o lo que se desea.

En las organizaciones es esencial la comunicación, en estos tiempos se ha utilizado como herramienta básica para lograr cumplir objetivos, intereses y actividades que se desarrollan dentro de la entidad.

“Es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la organización”<sup>1</sup>. La comunicación, es propia del ser humano ya que a través de este medio las personas pueden expresarse y dar a conocer todas las ideas y discutir las con los demás, al mismo tiempo es un elemento esencial para la supervivencia tanto del ser humano como de las organizaciones a través de una adecuada comunicación.

“La comunicación es importante porque le permite al ser humano formar grupos, coordinar actividades dentro de esos grupos, dar a conocer costumbres, leyes y normas con el objeto de formar una cultura y compartirla con otros”<sup>2</sup>, es una forma de expresar una determinada información y dar a conocer pensamientos, ideas, ante los demás, ya sea comunicándose de forma oral o escrita. Así pues, la comunicación e información forman parte de un proceso más eficaz entre las

---

<sup>1</sup> VÁSQUEZ, Miguel. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Social y Organizacional, período académico Oct.- Feb. 2006.

<sup>2</sup> VALAREZO, Jaime. Apuntes de cátedra. Asignatura Introducción a la Comunicación Corporativa, 2006.

personas. “La comunicación, es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos, mientras que la información, es un conjunto de mecanismos que le permiten a un sujeto retomar y reelaborar los datos del medio ambiente para estructurarlos como guía de interacción.”<sup>3</sup>

Por tanto, la comunicación y la información son esenciales para un adecuado feedback, sin embargo, es necesario conocer y comprender las diferencias entre comunicación e información:

**TABLA: 1.1: DIFERENCIAS ENTRE COMUNICACIÓN  
E INFORMACIÓN**

Comunicación	Información
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es un fenómeno específicamente humano.</li> <li>- Conlleva relaciones de diálogo</li> <li>- Se da entre iguales</li> <li>- Implica relaciones simétricas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implica diferentes relaciones humanas.</li> <li>- Conlleva relaciones unilaterales</li> <li>- Institucionaliza al emisor</li> <li>- Implica la imposición de una determinada visión del mundo por lo que rechaza proposiciones críticas.</li> </ul>

**FUENTE:** VALAREZO, Jaime. Apuntes de cátedra. Asignatura Introducción a la Comunicación Corporativa, 2006

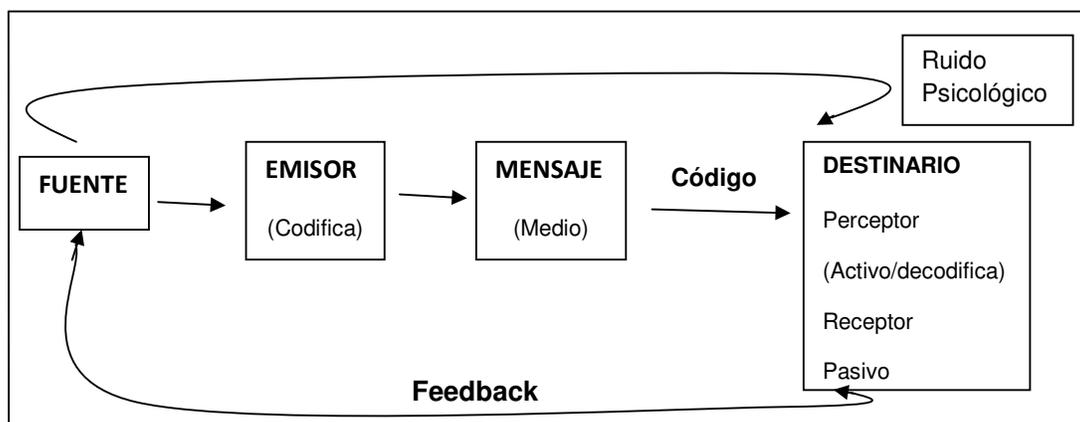
Del tal forma se puede decir que la información complementa a la comunicación, ya que el ser humano puede estar informado a través de mensajes de los cuales se espera una retroalimentación. Es evidente que la diferencia entre comunicación e información está en la respuesta, porque la información no busca una respuesta mientras que la comunicación sí. La comunicación crea

<sup>3</sup> VALAREZO, Jaime. Apuntes de cátedra. Asignatura Introducción a la Comunicación Corporativa, 2006.

realidades, es un proceso que crea una variedad de significados, en el caso de una organización todos los mensajes, imágenes que transmite tienen que ser bien planificados y bien elaborados de caso contrario no se efectuará con éxito lo deseado. “La necesidad de integración surge porque la comunicación en las organizaciones trasciende los mensajes que produce voluntariamente. Es imposible no comunicar; los significados surgen de la interacción, de la experiencia que los públicos tienen en sus relaciones con la organización”<sup>4</sup>. Por tanto, la información como la comunicación complementan un proceso que consta de varios elementos que permiten la interacción humana.

## 1.2 Proceso de la Comunicación

**GRÁFICO: 1.1 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN**



**FUENTE:** RUBIO, Fabián. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Corporativa y Públicos Internos. Año2006

Para realizar el proceso de comunicación, se necesita de algunos elementos que participan en la transmisión de significados de una persona a otra, sin importar el medio que se utilice. Estos elementos son:

<sup>4</sup> COSTA, Juan. Identidad Corporativa y estrategia de empresa. Barcelona, Ceac,1992, Pág.10.

### 1.2.1 Elementos del proceso de comunicación:

**“Fuente:** es el origen del mensaje y puede ser una persona o una institución.

**Emisor:** es la persona que transmite el mensaje, tiene información, necesidad, deseo, así como un propósito para comunicárselo a otra persona o a varias.

**Mensaje:** la información total que el emisor a codificado con el objeto de ser transmitida por medio del habla, gestos, escrita, movimientos corporales, etc., y la cual va a ser captada por el receptor.

**Código:** es un conjunto limitado de signos aprendidos que se combinan mediante ciertas reglas conocidas por el emisor y el receptor. La utilización de cualquier código trae consigo algún grado de ambigüedad que dependerá, entre otros factores, del canal por el que se transmite el mensaje (hay, por tanto, códigos más adecuados para diferentes canales)

**Canal:** el medio formal de comunicación entre un emisor y un receptor. Muchinsky (1994) distingue entre medios informativos o de comunicación de masas (por ejemplo, el periódico, la radio o la televisión) mediante los que la fuente llega a gran cantidad de receptores, y canales interpersonales que, generalmente, suponen un intercambio cara a cara entre la fuente y el receptor. La comunicación oral cara a cara es el medio más utilizado dentro de la organización y es la más eficaz para intercambiar ideas, conceptos o información que necesita se clarificada o elaborada; además, se ha comprobado que su frecuencia correlaciona de forma positiva con la satisfacción en el trabajo.

**Ruido:** es la distorsión en el canal no deseado por la fuente.

**Destinario:** Es a quien va dirigido el mensaje, la persona o personas que lo reciben y decodifican. La fuente debe tener en cuenta las características del receptor al emitir su mensaje.

**Feedback:** Devuelve el mensaje a cambio otra información que lo convierte en un emisor dando origen al proceso de retroalimentación”<sup>5</sup>.

Por lo tanto, es necesario considerar, además de estos elementos fundamentales, si realmente se produce la comunicación, es decir, si existe bidireccionalidad. Si esto ocurre, surgirán unos efectos (por ejemplo, cambios en el comportamiento del receptor) pretendidos o no por el emisor.

Se puede entonces establecer dos modelos de comunicación:

“**Modelo unidireccional:** del emisor al receptor, solo sirve para difundir información, es menos eficaz.

**Modelo bidireccional:** establece un diálogo entre el emisor y el receptor con la posibilidad de obtener una retroalimentación inmediata, es más eficaz.”<sup>6</sup>

Estos modelos de comunicación establecen un complemento importante para el flujo de comunicación; en el primer caso quedan definidas las figuras del emisor, quien es el que toma las decisiones en este proceso, mientras que en segundo rompe la relación que hay entre el emisor y el receptor ya que preferible es la relación de cara a cara, ya que la mayoría de las organizaciones tienen motivaciones cuando establecen el modelo bidireccional con los públicos objetivo.

Por lo tanto, los elementos de un proceso interrelacionan entre ellos ya que cada uno influye sobre los demás, para que la comunicación sea efectiva dependerá de cómo la fuente transmita el mensaje mediante palabras, gestos u otros para que llegue bien elaborado al destinatario y esperar la respuesta deseada.

En relación a lo expuesto, el proceso de comunicación con frecuencia ocasiona distorsión o manipulación en la comunicación entre las personas, por tanto, es vital identificar las diferentes barreras de comunicación.

---

<sup>5</sup> VALAREZO, Jaime. Apuntes de cátedra. Asignatura Introducción a la Comunicación Corporativa, 2006.

<sup>6</sup> WILCOX, Dennis. y Cameron, Glen. Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas, Comunicación. Séptimo Capítulo. Madrid, Pearson Educación, 2006. Pág. 221

### 1.3 Barreras de la comunicación:

Para que fluya una conversación se necesita de dos o más personas; sin embargo dentro de esta comunicación puede haber varias interrupciones, incógnitas que no permiten una continua fluidez, sin obtener una retroalimentación.

A continuación algunos tipos de barreras que impiden que se dé una comunicación efectiva:

- **“Semánticas:** se refiere al significado de las palabras orales o escritas. Se pueden presentar diferentes interpretaciones y el receptor no entiende lo que dijo el emisor.
- **Psicológicas:** varios son los factores mentales que impiden comprender una idea como: no tener en cuenta el punto de vista de los demás, sospecha, preocupación o emociones ajenas al trabajo, timidez. Todos estos factores influyen en la persona que escucha para que acepte o rechace las ideas que le han sido comunicadas.
- **Fisiológicas:** impiden emitir o recibir con claridad y precisión un mensaje, por defectos fisiológicos un ciego, tartamudo, mudo, sordo, etc., no permiten que el mensaje llegue con claridad.
- **Físicas:** la distancia y el exceso de ruido dificultan la comunicación, el teléfono, radio; estos se deben tomar en cuenta en el momento de comunicarnos.
- **Administrativas:** son causadas por las estructuras organizacionales, mala planeación y deficiente operación de los canales”.<sup>7</sup>

Para que la comunicación sea efectiva la persona debe saber cómo expresarla para lograr una idea clara para relacionarse con los demás, ya que la comunicación es esencial para todo ser humano para sobrevivir, compartir experiencias con el resto y sobretodo saber cuándo actuar en el momento que exista una barrera que no sea entendida por los otros.

---

<sup>7</sup> VALAREZO, Jaime. Apuntes de cátedra. Asignatura Introducción a la Comunicación Corporativa, 2006.

Dentro de toda organización concurren obstáculos de comunicación como es el caso de Yaku, “Parque-Museo del Agua”, la administración no tiene una constante comunicación con sus empleados ocasionando problemas entre ellos, la falta de uso de las herramientas de comunicación no ayuda a prevenir estas barreras e incluso provoca rumores entre los trabajadores.

El rumor es una herramienta de las comunicaciones informales porque aportan incuestionables beneficios a las personas implicadas en ellas, pero también pueden ser útiles a la organización. Este tipo de comunicación surge espontáneamente de las interrelaciones del personal de la organización, por lo que el rumor puede ir a través de niveles de mando o de uno a otro departamento, tratar de eliminar el rumor es muy difícil si hay varios puntos de encuentro dentro de la organización que hacen que el personal pueda opinar e intercambiar ideas entre ellos.

“Rumor, son las especulaciones que hacen las personas por falta de información”<sup>8</sup>

Por ende, el rumor es una barrera de comunicación, se crea por falta de información dado que el personal transmite lo que escucha a través de canales informales creando especulaciones, que dan lugar a un conocimiento generalizado y erróneo sobre temas que afectan a la organización o sobre incidencias personales de sus miembros. Por lo cual, Yaku, debe dar importancia a la comunicación interna transmitiendo mensajes reales sobre la situación de la organización y la relación entre los diferentes departamentos creando una línea de comunicación eficaz entre los trabajadores a través de varias herramientas de comunicación interna, las mismas pueden ser de forma oral o escrita, visuales, etc.; como: carteleros, carta a los empleados, manual interno de la organización, folletos, reuniones, buzón interno de sugerencias, intranet, etc.

Es conveniente resaltar que la administración maneja un léxico con significados diferentes a veces incomprensibles para el personal; por ende, es importante

---

<sup>8</sup> VALAREZO, Jaime. Apuntes de cátedra. Asignatura Lobbying y Manejo de Crisis 2009.

vencer estas barreras para interactuar y comunicarse de una manera clara entre todo el personal.

Para lograr que la comunicación sea eficaz primero se deberán vencer las barreras, utilizando un adecuado proceso de comunicación, “pedir una retroalimentación de forma sensata para asegurar que el mensaje llegó tal y como se quería transmitir; otra barrera es el lenguaje, por lo tanto, se deberá simplificar el lenguaje; escoger las palabras adecuadas y estructurar los mensajes de manera clara y comprensiva para el receptor. Además mientras alguien habla, los demás escuchan con la posibilidad de entender el significado completo del mensaje.”<sup>9</sup>

Yaku en este caso, deberá tomar muy en cuenta la importancia de lo expuesto anteriormente para que la comunicación sea eficaz y para asegurar de que se transmita el mensaje deseado, por ello, es importante conocer y distinguir los diferentes tipos de comunicación.

#### **1.4 Comunicación Corporativa**

Hoy en día la comunicación forma parte de las organizaciones, pues sostiene su integridad, y transmite mensajes dentro de ésta y de su entorno, logrando percepción de sus públicos y la subsistencia de la organización.

En el momento que la efectividad de la comunicación falla no permite un desarrollo adecuado de la organización, el incorrecto diseño de un sistema de comunicación puede provocar problemas de fracaso y de grandes pérdidas de dinero hasta la desaparición de una organización. “La comunicación corporativa es el conjunto de formas de expresión que presenta una organización”.<sup>10</sup>

Por ende, la comunicación corporativa es parte clave para la organización, porque manifiesta la comunicación que existe dentro de ésta, reflejando una imagen intencional ante los públicos externos, distinguiéndose de las demás de manera más competitiva.

---

<sup>9</sup> CFR, Robbins. Coulter. Venciendo las barreras. México, Pearson Educacion,2005, Pág. 265

<sup>10</sup> RIEL V,Cees. Comunicación corporativa. Madrid, Prentice Hall, 1997, Pág. 34

Por tanto, al mantener una comunicación efectiva se logrará obtener buenos resultados y la atención del resto, así la organización se diferencia de las demás, y logra que los públicos externos pasen a formar parte de la misma.

Es importante tener presente que la “comunicación corporativa debe ser un reflejo de la estrategia empresarial. Resulta obvia, por tanto, la importancia de una buena estrategia de comunicación y la elección de un buen mensaje para que ésta sea efectiva.”<sup>11</sup>

#### **1.4.1 Funciones de la Comunicación Corporativa**

Dentro o fuera de una organización, la comunicación cumple con funciones que ninguna otra actividad podría realizar y que abarcan desde lo más simple hasta lo más complejo. La comunicación debe ser tomada muy en serio, ya que al transmitir una excelente comunicación se logrará grandes beneficios y ganancias para la organización. La importancia del rol que juega el personal bien informado y motivado en el éxito organizacional es incalculable, al dar paso al sentido de pertenencia que es lo que se busca para el porvenir de los trabajadores y el interés de reflejar una buena imagen de la organización. Analizando funciones mucho más estratégicas y empresariales, se puede mencionar que la “comunicación corporativa desarrolla iniciativas para reducir las divergencias no-funcionales entre la identidad comunicada y la imagen deseada, teniendo en cuenta la interacción entre estrategia-imagen-identidad. Además, desarrolla y gestiona los niveles de imagen que posee la organización e interviene en el modo en que se han de delegar las funciones para la formulación y proyección de procedimientos efectivos insertados en una estrategia de comunicación global, que permitan viabilizar, de manera más efectiva, la toma de decisiones sobre asuntos vinculados con la comunicación.”<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> MUÑIZ, Rafael. La comunicación corporativa: imagen, relaciones públicas y responsabilidad social corporativa, Marketing en el siglo XXI. 2ª Edición, España, Editorial Centro de Estudios Financieros, 2008, Pág.86

<sup>12</sup> CFR, RAMOS G, Darío. Comunicación Corporativa. [en línea] <<http://es.shvoong.com/business-management/1732482-comunicaci%C3%B3n-corporativa/htmm>> [consulta : 25 septiembre 2 009]

Hay que tomar en cuenta que el buen manejo de la comunicación transmite mensajes reales y efectivos a los públicos ganando credibilidad y confianza, los objetivos bien establecidos y claros son la clave del éxito para cualquier organización, la gran importancia de toda organización es que su público se lleve una gran representación sobre la imagen corporativa de la misma.

#### **1.4.2 Tipos de comunicación corporativa**

“Según B. M. Van Riel, **la comunicación de dirección** corresponde emitirla a la gerencia de la organización. Los mensajes de esta categoría buscan, en primer lugar, conseguir que todos los elementos de la organización tengan una acepción idéntica sobre la realidad de la organización. Uno de los aspectos esenciales de este conocimiento viene constituido por la llamada vocación organizacional. Viene a ser algo así como el posicionamiento activo de un producto, pero en este caso referido a la propia organización, lo que supone la definición de la finalidad del ente, justificadora de su nacimiento y permanencia. La comunicación corporativa, en general, pretende conseguir el reconocimiento del liderazgo de la dirección y su mantenimiento, como medida indispensable para la permanencia de la organización.

La **comunicación de marketing** abarca aquellas formas de comunicación que directamente apoyan las ventas de bienes y servicios. Dentro de esta comunicación, la labor más destacada corresponde a la publicidad, con mensajes basados en la información sobre los beneficios del producto en relación con los competitivos.

La **comunicación organizativa** es una especie de sinónimo de lo que en el mundo anglosajón se ha entendido siempre como relaciones públicas. Es decir, la función directiva por la que se planifican, se realizan y se mantienen acciones comunicativas que persiguen establecer, en primer lugar, vínculos positivos con el público del cual depende el éxito o el fracaso de la organización. En segundo lugar, establecen la comunicación con la administración, tanto como con aquellas otras organizaciones sociales pendientes de los efectos que el

funcionamiento de la organización puede tener, por ejemplo, sobre el medio ambiente. También cuida el mantenimiento de las relaciones positivas con los inversores, en la actualidad llamada comunicación financiera.

En cuarto lugar, la comunicación con los empleados o comunicación de relaciones humanas, tanto en sus aspectos funcionales en relación con los fines de la organización como para informar y motivar a los empleados sobre la vocación de la empresa o institución. Por último, la publicidad empresarial o institucional, es decir, la comunicación corporativa en formas publicitarias. Se trata de una comunicación destinada a cambiar, mantener o aumentar la imagen de la organización empresarial o institucional, pero pagando a los medios por la difusión".<sup>13</sup>

Por tanto, la comunicación de marketing conjuntamente con la publicidad son esenciales para el fortalecimiento de la imagen de Yaku, "Parque-Museo del Agua", ya que permitirá que el público objetivo tenga una idea sobre la imagen que se quiere transmitir mediante mensajes sobre las características y beneficios del servicio que ofrece a los públicos objetivos; de igual manera, contribuirá la comunicación organizativa dentro de Yaku, porque buscará tener buenas relaciones con los públicos para obtener mejores ganancias y transmitir una buena imagen mediante mensajes publicitarios; así de esta manera alcanzará una eficaz comunicación y relación con los empleados, ya que son la razón de la organización y la esperanza de la misma.

Estos puntos son importantes para formar una comunicación efectiva y lograr todos los objetivos planteados por Yaku, "Parque-Museo del Agua", y con los públicos objetivo, por esta misma razón es importante comprender la comunicación organizacional, puesto que es un aspecto importante del flujo de la comunicación dentro de Yaku.

---

<sup>13</sup> ALVAREZ, María Luz, España, Blog de protocolo, ceremonial, etiqueta, buenas maneras y comunicación, [en línea]<<http://protocoloycomunicacion.blogspot.com/2005/09/tipos-de-comunicacin/htmm>> [consulta 25 septiembre 2009]

## 1.5 La comunicación organizacional

La comunicación organizacional tiene mucho en común con todas las herramientas del flujo de la comunicación, al saber que todas son complemento para lograr llegar a su público objetivo, es decir, a los públicos que tienen alguna relación indirectamente con la organización.

“Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.<sup>14</sup>

El manejo adecuado de esta comunicación logrará grandes éxitos para el desarrollo de mensajes dentro del área de trabajo, con el objetivo de cumplir sus metas planteadas.

Es importante citar a la comunicación formal e informal dentro de todas las organizaciones. “La **comunicación formal** es la comunicación que sigue la cadena oficial de mando o que alguien requiere para realizar un trabajo mientras que la **comunicación informal** es la comunicación que no está definida por la jerarquía estructural de la organización.”<sup>15</sup>

En relación a lo anterior, estos tipos de comunicación se encuentran en toda organización porque dependerá del tipo de clima organizacional que se dé entre los públicos internos, en este caso Yaku, utiliza estas dos comunicaciones ya que la gerencia pide a sus empleados que terminen las actividades establecidas, por medio de una comunicación formal; por consiguiente, el personal crea amistades y se comunican entre ellos, es una comunicación informal.

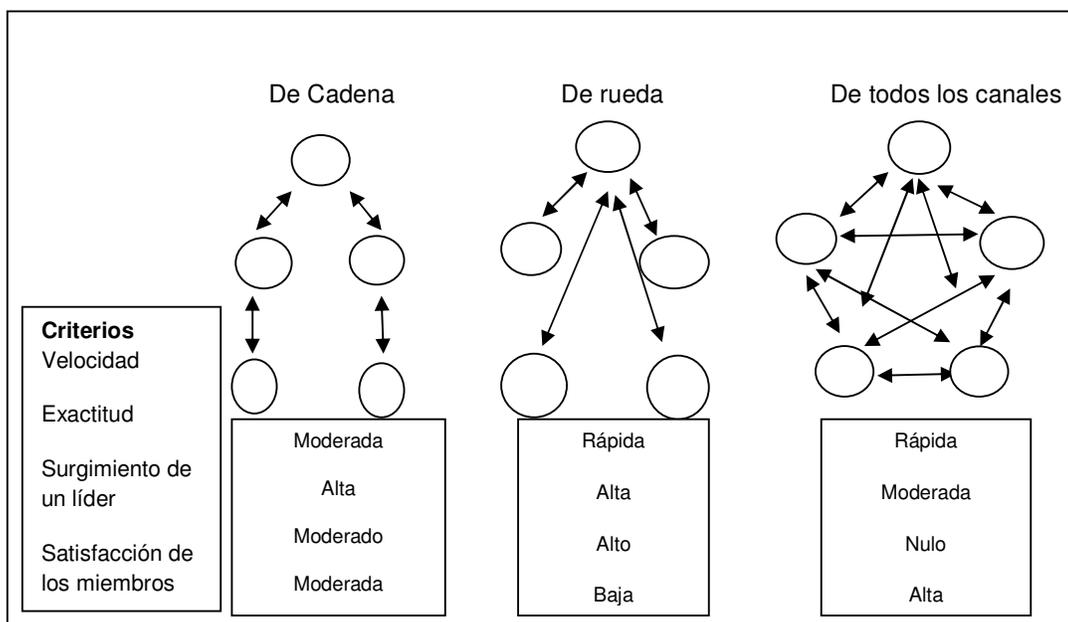
---

<sup>14</sup> FERNÁNDEZ, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. México, Editorial Trillas, Octubre 1997, Pág. 31

<sup>15</sup> ROBBINS, Coulter. Administración, Comunicación Organizacional México, Pearson Educación, 2005, Pág. 266-267

En función a lo planteado, es importante citar que la comunicación informal se encuentra en casi todas las organizaciones y es parte fundamental de la red de comunicación de toda organización, por lo cual es importante conocer las diferentes redes de comunicación tradicionales.

### GRÁFICO: 1.2: REDES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU CALIFICACIÓN CON LOS CRÍTERIOS DE EFICACIA



**FUENTE:** ROBBINS, Coulter. Administración, Redes de comunicación organizacional, México, Pearson Educación, 2005, Pág. 268.

**1.5.1 Las redes de comunicación** “son una variedad de patrones de los flujos verticales y horizontales de la comunicación organizacional.

En la red de **cadena**, la comunicación fluye de acuerdo con la cadena formal de mando, tanto hacia arriba como hacia abajo. La red de **rueda**, representa una comunicación que fluye entre un líder claramente identificable y fuerte y el resto del grupo o equipo de trabajo, en la red de **todos los canales**, la comunicación fluye libremente entre todos los miembros de un equipo de trabajo”.<sup>16</sup>

Las redes de comunicación forman parte de los flujos de comunicación que permiten cumplir con los objetivos de la organización, Yaku, prefiere hacer uso

<sup>16</sup> ROBBINS, Coulter. Administración, Redes de comunicación organizacional, México, Pearson Educación, 2005, Pág. 268.

de la red de todos los canales puesto que entre el personal y la administración se da un nivel alto de satisfacción, motivación, confianza que permite que fluya una efectiva comunicación interna de Yaku.

Una vez comprendido la importancia de la comunicación organizacional no es posible dejar de lado la comunicación interna, considerando que este tipo de comunicación proporciona la información necesaria y esencial para el adecuado desempeño entre los gerentes y empleados en las organizaciones.

### **1.6 Comunicación Interna**

La comunicación interna es fundamental por la interrelación que se desarrolla con el personal en la Organización; sin embargo hay muchas organizaciones que no le dan la importancia necesaria a la comunicación, por lo que no tienen claros sus objetivos, políticas internas, etc., que ayuden a mejorar la imagen y llegar a los objetivos perseguidos por la organización.

“La comunicación interna es responsabilidad y compromiso de todos los colaboradores de una empresa, la comunicación debe ser participativa para mejoras productivas; descenso en los conflictos laborales y un ambiente de trabajo positivo”<sup>17</sup>

El éxito y la prosperidad de la organización se darán a través de una comunicación efectiva, al motivar al personal e inculcar una verdadera cultura corporativa para que sientan pertenencia por la organización, estos puntos se verán reflejados por la comunicación interna que será utilizada de la mejor manera para buscar soluciones.

---

<sup>17</sup> BARTOLI, Annie. Comunicación y Organización, Barcelona, Ediciones Paidós, 1992. Pág. 159.

“Los términos público interno y público empleados hacen referencia tanto a los supervisores como a los supervisados. Estos públicos representan el mayor recurso de una organización, los recursos humanos”<sup>18</sup>

Se debe tomar en cuenta que una comunicación eficaz crea un buen clima laboral dentro de la organización, desarrollando habilidades y destrezas del personal en el área de trabajo y mejora el nivel de rendimiento tanto individual como de la organización.

Para Yaku, la comunicación interna es fundamental al permitir mantener buenas relaciones con sus trabajadores, a pesar, de que Yaku no usa consecutivamente las adecuadas herramientas de comunicación que son esenciales para toda comunicación veraz.

### 1.6.1 Herramientas estratégicas de Comunicación Interna:

En la actualidad son los medios electrónicos que se usan para mantener o establecer un contacto con el público interno facilitando la fluidez de la comunicación. De tal manera, son los siguientes:

**TABLA: 1.2: MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA**

<b>Medios de comunicación escrita:</b>	Posee ventajas evidentes, ya que se presta a menos ambigüedades y a malas interpretaciones
Periódico empresarial	Genera beneficios para la comunicación con el personal, proporciona un medio regular de información sobre la marcha de la empresa.
Revista Corporativa	Es ideal para la comunicación con públicos especiales como la familia de los trabajadores, contenidos sobre proyectos internos, actividades realizadas por la organización.
Boletín/ Hoja Informativa	Difunde información inmediata es preferido para informar a los colaboradores en cuestión de proyectos de cambio.
Carpetas para visitantes	Ofrece información a los visitantes sobre la organización y un directorio con las personas

<sup>18</sup> CUTLIP, Scott, y CENTER, Allen. Relaciones Públicas Eficaces. Barcelona, Ediciones Gestión 2000, S.A, 2001. Pág. 348.

	que pertenecen a la misma.
<b>Medios de comunicación verbal</b>	Es la más directa para recibir el mensaje y obtener respuesta.
Discursos, conferencias o charlas	Este medio de comunicación donde lo que se busca es informar
<b>Medios de comunicación audiovisual</b>	Se utilizan para apoyar la gestión de capacitación, entrenamiento o educación, persuaden al receptor por sus imágenes en movimiento y por el sonido.
Televisión	Anula la participación del receptor, se producen videos de inducción, capacitación, y presentación del proyecto.
Radio	Es el medio con mayor capacidad para llegar a un número de personas de manera eficaz.
Intranet	Conecta entre sí a todos los trabajadores y empleados de la empresa utilizando tecnologías de informática como internet.
Cartelera	Se crea para apoyar al área de comunicación y mantener a los empleados informados.

**FUENTE:** VÁSQUEZ, Miguel. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Social y Organizacional, 2007

El adecuado uso de las herramientas de comunicación por parte de Yaku, logrará transmitir la información necesaria que deseará comunicar; lo cual implicará que la comunicación sea comprendida por parte del público interno y así la comunicación será efectiva y exitosa.

Para que la comunicación sea perfecta, es importante que el trabajador distinga los diferentes flujos de comunicación interna, de este modo existirá una excelente comunicación fluida entre la gerencia y los empleados, por tanto la comunicación interna puede fluir descendente, ascendente y horizontal. A continuación cada una de estas comunicaciones:

**“Comunicación descendente:** es utilizada para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los empleados.

**Comunicación ascendente:** los trabajadores de una organización se comunican con los directivos o superiores.

**Comunicación Horizontal:** se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico.”<sup>19</sup>

La comunicación interna es clave para mejorar los problemas dentro de Yaku, el adecuado uso de estas diferentes direcciones por parte del público interno, da lugar a soluciones entre los trabajadores y por ende de la administración, la importancia de crear un ambiente favorable y la confianza de compartir cualquier información con el personal y la administración hará que la comunicación fluya de manera eficaz dentro de Yaku, “Parque- Museo del Agua”.

Después de haber citado lo anterior, entonces la importancia de la comunicación interna está dada porque:

- “Permite el conocimiento y la coordinación de actividades entre las distintas áreas de la empresa.
- Fortalece la interacción y participación activa de todo el personal de la empresa.
- Incentiva el trabajo en equipo a través de las distintas relaciones que se establecen entre las áreas.
- Crea ambientes propicios que ayudan a mejorar las condiciones físicas y humanas del trabajador, por medio de la participación y la integración.
- Permite crear un ambiente favorable para gestionar el cambio de la empresa.”<sup>20</sup>

Entonces la importancia que tiene la comunicación interna en toda organización es esencial ya que por medio de esta herramienta se logrará cumplir las metas con éxito y reflejará una buena imagen intencional al público objetivo, la importancia de motivar al personal, mantenerlo comunicado constantemente se verá expresado en el crecimiento de la organización. Al tener una buena política de comunicación interna, Yaku, tiene la posibilidad de mantener una interacción con el personal a través de los diferentes medios de comunicación interna como es el correo electrónico, intranet, discursos, reuniones, etc. Por lo tanto, la

---

<sup>19</sup> VALAREZO LUNA, Jaime. Apuntes de cátedra. Asignatura Introducción a la Comunicación Corporativa, 2006.

<sup>20</sup> CFR, VÁSQUEZ, Miguel, Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Social y Organizacional, 2007.

comunicación interna y externa son fundamentales en la organización, de manera cómo se planifique, ejecute, etc.; será reflejada en la imagen que se proyectará a los públicos objetivo, por lo que es importante definir la comunicación externa.

## **1.7 Comunicación Externa**

La comunicación externa también es una de las partes fundamentales de la organización, porque esta comunicación se encarga de las relaciones con los diferentes públicos externos como: proveedores, clientes, comunidad, medios de comunicación, etc. Por tanto, la comunicación externa enlaza relaciones comprometidas para mantenerlas con los públicos objetivos con el propósito de obtener información acerca de sus clientes para proyectar la imagen deseada.

“La comunicación externa en las organizaciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes”<sup>21</sup>.

La comunicación externa hace uso de varias herramientas citadas anteriormente como son: las Relaciones Públicas y la Publicidad para poder proyectar la cultura corporativa y la imagen intencional.

### **1.7.1 Herramientas para la comunicación externa:**

“La comunicación externa de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio; así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios.”<sup>22</sup>

Varios departamentos se encuentran enlazados con la comunicación exterior puesto que con la participación de cada uno de estos departamentos se logrará obtener la imagen proyectada de esto dependerá para que cada uno de ellos

---

<sup>21</sup> Gary L. Kreps. La Comunicación en las Organizaciones. Estados Unidos, Ed. Addison -Wesley Iberoamericana, 1995, Págs. 254-257

<sup>22</sup> Comunicación Exterior [en línea] [http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/rrpp/comunicacion\\_exterior.msp.html](http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/rrpp/comunicacion_exterior.msp.html) [consulta : 12 octubre 2009]

permita que el público externo perciba los mensajes positivamente. El personal es esencial en esta comunicación porque la opinión o el comentario de ellos ayudará a transmitir de forma positiva la imagen al público externo.

Por consiguiente, dependerá de la comunicación externa para lograr la percepción positiva del público que de una u otra manera con la aplicación efectiva de esta comunicación se alcanzará status en la sociedad y respeto por todos los que le rodea, cabe recalcar que Yaku se preocupa por su entorno, por el medio que le rodean para llegar a alcanzar prestigio y una buena imagen ante la comunidad. La importancia de comunicar a los públicos externos por parte de Yaku, es fundamental ya que a través de la difusión de los medios de comunicación fomenta la imagen deseada a los públicos, los medios principales más eficaces para llegar al público externo son:

- **“Call Center:** es una unidad o departamento en una empresa (o en una empresa especializada) que se dedica al cumplimiento de las funciones de comunicación en una organización.
- **Correo directo:** se envía a los clientes potenciales un folleto, en los cuales se anuncian los servicios ofrecidos, la clave es establecer una comunicación personal con el cliente.
- **Infomóvil:** una unidad rodante de atención al público, que se desplaza llevando información de la empresa y entablando relaciones comerciales con los clientes.
- **Internet:** los clientes pueden estar en contacto a través de la web, donde se puede intercambiar información y enterarse de los servicios de la organización.
- **Llamadas en frío:** son las que hacen a clientes potenciales con quienes no ha habido ningún contacto previo para brindar servicio personalizado sobre diversos aspectos de la organización.”<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> COHEN, William. Cómo ser un consultor exitoso. Barcelona, Grupo Editorial Norma, 2003. Pág.28-48

Al dar el buen uso de estos métodos se logrará que la Comunicación Interna trabaje por el porvenir y el progreso de la cultura corporativa de Yaku, mientras que la Comunicación Externa se dedicará a reflejar la imagen corporativa que se desea transmitir a los diferentes públicos.

En cuestión, las dos comunicaciones trabajan juntas para alcanzar los objetivos deseados de la organización. Una vez explicado la importancia de las diferentes herramientas que conforman la comunicación interna y externa.

Es importante mencionar las Relaciones Públicas, ya que esta técnica es un complemento de los tipos de comunicación anteriormente ya citados, sin embargo; esta herramienta deberá ser aprovechada de la mejor manera para conseguir una excelente comunicación entre el público interno y el público externo.

### **1.8 Relaciones Públicas**

La importancia de las relaciones públicas dentro de la organización es fundamental puesto que si están en manos de un profesional deberán destacar los puntos más sobresalientes de la organización sin dejar atrás al cliente y obtener buenas conciliaciones y relaciones con la organización.

Según Rex Harlow, "las relaciones públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos."<sup>24</sup>

Las relaciones públicas es todo un proceso porque tiene acumulado varios elementos que son importantes, que ayudan a tomar decisiones al contribuir a la comprensión mutua entre grupos y organizaciones, algo muy importante es que para llegar a lo deseado se debe desarrollar relaciones eficaces con los públicos. En las organizaciones las relaciones públicas son primordiales ya que para cumplir con los objetivos planteados se deberá asesorar y mediar para que

---

<sup>24</sup> WILCOX, Dennis L. Relaciones Públicas, Estrategias y tácticas. Madrid, Capítulo 1, Pearson Educación S.A, 2006. Pág. 7.

las metas designadas se conviertan en una política con la ayuda de varias técnicas de comunicación tanto dentro de la organización como a su alrededor.

### 1.8.1 Los elementos de las relaciones públicas

Según el monográfico de la fundación PRSA (Sociedad de Relaciones Públicas de América), son los siguientes:

- **“Asesoría:** aconseja a los directivos respecto a políticas, relaciones y comunicación
- **Investigación:** define las actitudes y comportamientos con el fin de planificar las estrategias de relaciones públicas.
- **Relaciones con los medios de comunicación:** trabaja con los medios de comunicación social cuando pretende publicity o para que actúen en función de los intereses de la organización.
- **Publicity:** divulga mensajes planificados a través de medios de comunicación elegidos para fomentar los intereses de la organización.
- **Relaciones con los trabajadores:** sirve para responder a las preocupaciones, necesidades de información y de motivación de los trabajadores.
- **Relaciones con la comunidad:** planifica actividades con la comunidad para mantener un entorno beneficioso.

- **Comunicación de marketing:** combinación de actividades diseñadas para vender un producto, servicio o idea incluida la publicidad, la publicity, la promoción”.<sup>25</sup>

Las relaciones públicas en Yaku, son un factor primordial y deben estar en manos de un profesional, que posea habilidades de comunicación, que facilite resolver los problemas dentro del museo, de tal manera que establezca una comprensión mutua entre Yaku y sus públicos. El adecuado uso de estas herramientas y de los diferentes elementos como la Publicidad y el Publicity, ayudarán a reflejar la imagen real y la comunicación positiva a los diferentes públicos, es importante entonces diferenciar estos conceptos de relaciones públicas, para utilizar la técnica adecuada.

“**Publicity:** es un espacio no pagado, información sobre un acontecimiento, un individuo o grupo, o un producto que aparece como un nuevo artículo en los medios de comunicación, mientras que la **publicidad,** es un espacio pagado y un tiempo de emisión.”<sup>26</sup>

Yaku utiliza de buena manera estas dos herramientas para elevar su imagen, sin embargo; para utilizar la publicidad se necesita de un presupuesto costoso, por lo que Yaku ha optado por usar la herramienta de relaciones públicas que son más eficaces en cuestión de costos y especialmente va dirigido al público objetivo.

Es importante recalcar que tanto Relaciones Públicas como Publicidad son herramientas fundamentales para la organización, sin embargo; muchas veces no se da el adecuado uso e importancia a estas técnicas, por desconocimiento

---

<sup>25</sup> WILCOX, Dennis L. Relaciones Públicas, Estrategias y tácticas. Madrid, Pearson Educación S.A, 2006. Pág. 14.

<sup>26</sup>CFR, WILCOX, Dennis L. Relaciones Públicas, Estrategias y tácticas. Madrid, Pearson Educación S.A. 2006. Pág. 21.

de las organizaciones, por lo que es primordial identificar las diferencias entre estas ramas.

**TABLA: 1.3: DIFERENCIA ENTRE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

<b>Publicidad</b>	<b>Relaciones Públicas</b>
“Está presente en medios de comunicación social	Utilizan multitud de herramientas de comunicación: folletos, discursos, comunicados de prensa, etc.
Se dirige a los públicos externos, a consumidores de bienes y servicios.	Presentan sus mensajes a públicos externos específicos, accionistas, proveedores, etc., y a un público interno, empleados.
Suele identificarse como una función de comunicación especializada.	Tienen mayor alcance, y se ocupan de las políticas y resultados de la organización.
Suele utilizarse como una herramienta de comunicación en las relaciones públicas.	Suele respaldar las campañas publicitarias.” <sup>27</sup>

**REALIZADO POR:** Cristina Mancheno

El cuadro anteriormente citado explica las funciones de Relaciones Públicas y de Publicidad dentro de la organización, como se puede observar la Publicidad es costosa y busca vender y los resultados son a corto plazo, mientras que las Relaciones Públicas no es costosa, busca mantener relaciones exitosas entre la organización y sus públicos y los resultados son a largo plazo. Sin embargo ambas herramientas de comunicación trabajan con la organización y buscan los mismos objetivos en común; al emplear conjuntamente estas herramientas se logrará construir una imagen positiva de la organización y el mensaje será percibido con credibilidad y transparencia por los públicos objetivo. Es primordial entonces hablar sobre Imagen Corporativa.

<sup>27</sup> WILCOX, Dennis L. Relaciones Públicas, Estrategias y tácticas. Madrid, Pearson Educación S.A, 2006. Pág. 21.

## 1.9 Imagen Corporativa

Para lograr la imagen deseada se debe tener en cuenta el diagnóstico de la imagen actual y seguir un proceso minucioso para dar a conocer a la organización entre los públicos.

El proceso de formación de la imagen corporativa es sistemático, ya que comienza con el propósito de la organización el cual es darse a conocer ante sus públicos que perciben más allá de las intenciones manifiestas a través de publicidad y los medios de comunicación.

“Es la representación mental de un estereotipo de la organización, que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información sobre la organización”<sup>28</sup>.

La imagen corporativa es parte fundamental de la organización, porque es un trabajo importante de los profesionales de las relaciones públicas en formalizar la identidad corporativa y establecer la imagen deseada. Un punto importante es saber que toda actividad se trasmite, por lo que se deberá primero trabajar con el público interno para que sus acciones se vean reflejadas al exterior de una manera eficiente, considerando que los trabajadores también ayudan a demostrar la verdadera imagen corporativa. Tal como se ha indicado la imagen será una construcción mental en los públicos que puede ser positiva o negativa eso determinará sus actitudes y opiniones respecto a la organización.

La imagen corporativa de una organización está constituida por tres conceptos básicos que son resultado de un factor de identidad de la empresa:

**Imagen funcional:** resultado del comportamiento corporativo.

**La autoimagen:** Resultado de la cultura corporativa.

**La imagen intencional:** Resultado de la personalidad corporativa, entre lo deseado y la realidad.

---

<sup>28</sup> MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Relaciones Públicas y el Sector Privado, año 2008, pág. 2

Si bien es cierto que la presencia de estos conceptos son imprescindibles para gestionar una imagen positiva en la organización, en la actualidad la función de la **imagen funcional** está encaminada a las políticas funcionales de la organización de las cuales forman parte la imagen financiera y comercial. “Imagen financiera depende de los resultados en bolsa de la organización de su capacidad de autofinanciamiento y de sus relaciones con la Banca mientras que la imagen comercial depende de la percepción de la calidad que tiene el público de la posición del producto en el mercado, de su precio y de la fidelidad de los clientes hacia él”<sup>29</sup> La **autoimagen** es sin duda la imagen interna que posee la organización, la misma que es proyectada al público externo y la **imagen intencional** es aquella imagen que se desea transmitir hacia el exterior con el refuerzo de diferentes herramientas de comunicación.

Es conveniente entonces decir que la imagen no depende sólo de Yaku, sino también de la percepción que mantengan los públicos. Se entiende que si los públicos no conocen a Yaku, se deberá realizar más énfasis en el reconocimiento del museo para no tener una imagen negativa, a través de una constante comunicación para que las imágenes y mensajes que Yaku desea proyectar sean favorables y se construya una representación mental positiva.

Es esencial distinguir algunos conceptos que tienen que ver con la Imagen Corporativa.

“**Comunicación de la empresa:** es todo lo que la organización dice a sus públicos, ya sea por el envío de mensajes a través de los diferentes canales de comunicación (su acción comunicativa propiamente dicha)

**Realidad Corporativa:** es toda la estructura material de la empresa: sus oficinas, sus fábricas, sus empleados, sus productos, etc., es todo lo tangible.

---

<sup>29</sup> GARCÍA, María Luisa y Llorente Carmen. Revista de Comunicación y Nuevas tecnologías. Madrid. 2009. Págs. 94-95

**Identidad de la empresa:** es la personalidad de la organización, lo que ella es y pretende ser. Es su ser histórico, ético y de comportamiento. Es lo que la hace individual, y la distingue y diferencia de las demás.”<sup>30</sup>

Es importante que Yaku tenga muy en cuenta el difícil trabajo que es mantener una imagen positiva a los públicos, que con la ayuda de las diferentes herramientas de comunicación se logrará reflejar la imagen intencional. Sin duda una herramienta muy importante en la creación de la imagen es la identidad visual, ya que ambas técnicas van en busca de objetivos planteados por la organización socio- económicos, y por ende crear una excelente reputación corporativa, es por eso entonces identificar los diferentes componentes de una organización.

### 1.9.1 Identidad Visual

La identidad visual es la representación gráfica de una organización, diferenciándola de la competencia con prestigio ante su público objetivo brindando confianza y credibilidad ante los demás. A continuación los elementos de la identidad visual son:

**1.- “Símbolo** es uno de los elementos básicos de la identidad visual que puede integrar una marca. Puede ser abstracto de la identidad corporativa y concentra en su simplicidad toda la fuerza de una identidad global compleja y de múltiples significados.

**2.- Logotipo:** es la forma particular por la que se representa gráficamente el nombre de la empresa, algo que se obtiene eligiéndose una fuente de texto o un diseño original de una fuente específica.

**3.- Imagotipo:** es la combinación normativa del logotipo y el símbolo.

**4.- Isotipo:** es el símbolo visual gráfico.

**5.- Colores corporativos:** son los colores que puede utilizar una Identidad Corporativa.

---

<sup>30</sup> CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la Imagen corporativa. Barcelona, Editorial Ariel, 1999. Página 256

**6.- Tipografía:** es la familia tipográfica que el programa prescribe como normativa.”<sup>31</sup>

Por lo tanto, Yaku debe figurar de manera real su personalidad para dar a conocer a su público objetivo, transmitiendo una imagen positiva, con la adecuada aplicación de las diferentes herramientas de comunicación, de este modo, se logrará un posicionamiento en el entorno y por ende se transmitirá una imagen intencional (Personalidad organizacional).

“**Personalidad organizacional:** es el conjunto de manifestaciones que la organización efectúa voluntariamente con la intención de proyectar una imagen intencional entre sus públicos, a través de su identidad visual y de comunicación”<sup>32</sup>.

### 1.9.2 Imagen e Identidad Corporativa

La Identidad Corporativa encierra valores y los principios de una organización, en otras palabras son como se ve la empresa a sí misma y es el núcleo diferenciador de las demás. Según Joan Costa, “es el conjunto coordinado de signos visuales por medio de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución”<sup>33</sup>.

En otras palabras es como se ve la empresa a sí misma y se diferencia de las demás, la estrategia para que los públicos recuerden a la organización será la adecuada aplicación de cada mensaje que sea transmitido para el público objetivo.

---

<sup>31</sup> RUBIO, Fabián. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Corporativa y Públicos Internos, año 2006.

<sup>32</sup> RUBIO, Fabián. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Corporativa y Públicos Internos, año 2006.

<sup>33</sup> VÁSQUEZ, Miguel. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Social y Organizacional, 2007.

### 1.9.3 Ejes que componen la Identidad

- **“Eje Vertical: Historia de la Organización:** Inmutable, le da el carácter de permanente a la identidad (productos, servicios, etc.)
- **Eje horizontal: (situación actual) Proyecto empresarial:** es dinámico y debe adaptarse a la realidad cambiante del entorno.
- **Eje transversal: Cultura organizacional:** son los comportamientos expresos de una organización, entorno físico, normas, lenguaje.”<sup>34</sup>

**GRÁFICO: 1.3: EJES DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL**



**FUENTE:** RUBIO, Fabián. Apuntes de cátedra. Asignatura de Comunicación Corporativa y Públicos Internos. Año 2006

Precisamente los ejes de la identidad organizacional son esenciales para el desarrollo óptimo de Yaku, la historia son los antecedentes por los cuales el museo se encuentra asentado en un lugar histórico, algo esencial es la situación actual en la que se desarrolla Yaku, y como último punto la cultura corporativa que expresan todos los comportamientos que se dan dentro de Yaku, “Parque- Museo del Agua”.

La Identidad Corporativa tiene varios procesos en los cuales se debe regir para lograr la imagen deseada, pues se deberá reflejar la realidad del desarrollo de Yaku, y por consiguiente, tener un flujo de comunicación constante con sus

<sup>34</sup> RUBIO, Fabián. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Corporativa y Públicos Internos, año 2006.

públicos para que la imagen que se proyecte quede intacta en la mente de los consumidores.

Cada organización tiene una identidad visual diferente de las demás, que transmite diferentes mensajes al exterior, pero lamentablemente muchas de las entidades no le dan la importancia necesaria obteniendo menores resultados que la competencia, pues cabe recalcar que los componentes de la Identidad Corporativa, pues permite imponerse en el mercado de manera real y coherente.

Dentro de la Identidad Corporativa existen rasgos físicos como aspectos ícono-visuales y culturales como: “creencias, valores, de la gente que trabaja en la organización, el clima o ambiente empresarial, las normas que rige a los grupos humanos, los valores de sus dueños y de sus dirigentes.”<sup>35</sup>

Los diferentes rasgos nombrados son también conocidos como Cultura Organizacional (lo que la gente de la organización piensa y cree.)

Cabe recalcar que la importancia de la identidad corporativa debe ser constantemente informada al público interno pero siempre con la intención de que sea comprendida para alcanzar los objetivos planteados.

Es evidente que para que la identidad corporativa se convierta en imagen percibida se deberá seguir los pasos adecuados que se nombró anteriormente ya que los públicos juegan un papel importante en la formación de la imagen.

La formación de la imagen en los públicos es primordial para el futuro de las organizaciones, ya que en el momento en que los públicos perciben lo que la organización desea transmitir, quiere decir que la comunicación fue efectiva y se siguió un proceso de comunicación ordenado y sistemático que sigue varios pasos para darse a conocer ante los públicos.

Es importante decir que Yaku, se preocupa por la imagen que trasmite y procura comunicar adecuadamente y de manera eficaz a sus públicos, ya que la imagen se crea en la mente de los públicos y a través del tiempo. Por tanto, Yaku cada día trabajará en la construcción de una imagen positiva, con el uso adecuado de

---

<sup>35</sup> MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Relaciones Públicas y el Sector Privado, año 2008.

los diferentes tipos de imágenes, logrará formar una imagen permanente y real, ya que una imagen permanece viva, activada y recordada cuando es estimulada constantemente, por ello es esencial conocer cuáles son:

**“Imagen ideal:** es aquella que la organización “desea” que llegue a los públicos, es planificada.

**Imagen Proyectada:** se emite o transmite a través de estrategias de comunicación hacia los públicos.

**Imagen Real:** es la que percibe el público que realmente se relaciona con el producto o servicio. Cuando más se acerca la imagen real a la imagen ideal, es cuando mejor se ha realizado el trabajo del Comunicador y se ha logrado el objetivo.”<sup>36</sup>

La formación de la imagen corporativa puede ser un proceso difícil desde el momento de transmitir todos los mensajes o imágenes que se desea dar a conocer, ya que cada persona se crea en su mente una percepción que puede ser positiva o negativa, por lo tanto, antes de transmitir cualquier asunto se deberá seguir los adecuados pasos del proceso de comunicación para que este sea efectivo en el público objetivo. Los diferentes tipos de información que forman la imagen son:

**“Medios de comunicación masivos:** dentro de este apartado debemos distinguir entre los mensajes comerciales directamente controlados por la organización y las noticias, es decir, aquellas informaciones que los públicos consideran propias del medio.

**Las relaciones interpersonales:** tienen más influencia en la formación de imágenes que los medios de comunicación, que simplemente refuerzan actitudes preexistentes.

---

<sup>36</sup> MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura de Relaciones Públicas y el Sector Privado, año 2008.

**La experiencia personal:** probablemente sea ésta la fuente de información más decisiva en la formación de la imagen de una organización."<sup>37</sup>

Las expectativas que tiene Yaku, sobre la imagen que proyecta, es crear interés y credibilidad a través de los diferentes mensajes de comunicación que trasmite al público objetivo, es importante acotar que los públicos internos de Yaku, son parte esencial para la formación real y positiva de la imagen, ya que de ellos también dependerá la percepción que tenga el público externo, creando la opinión pública entre todo el público de interés.

El manejo de la imagen corporativa, es esencial para el desarrollo creciente de la organización ya que se deberá proyectar los puntos fuertes que se desea que se conozca. La imagen de la Yaku, "Parque- Museo del Agua", debe ser tratada de una manera integral (todas las áreas) y programada y ser comunicada a los públicos para buscar su identificación.

#### **1.9.4 Importancia de la imagen Corporativa:**

- "Una imagen corporativa positiva es condición indispensable para la continuidad y el éxito estratégico. Ya no se trata de una simple medida de mercadotecnia sino más bien de un instrumento estratégico de la alta dirección.
- Una imagen corporativa sólida es un incentivo para la venta de productos y servicios. Ayuda a la empresa a contratar a los mejores empleados, atrae inversionistas, genera confianza entre los públicos internos y externos.
- Una imagen corporativa firme crea un valor agregado a una empresa y asegura que esté un paso adelante de sus competidores.
- Una buena imagen ayuda a la empresa a atraer a la gente necesaria para su éxito: Clientes, socios y empleados. La gestión de una identidad sólida asegura esa buena imagen"<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la Imagen corporativa. Barcelona, Editorial Ariel, 1999. Página 97

Como nos podemos dar cuenta la importancia de la imagen no sólo trae status a la organización sino también grandes ganancias en el momento que se posiciona en el mercado, atrayendo futuros clientes, los mejores empleados, inversionistas y sobre todo tener la acogida de todos los públicos objetivos que son de interés.

Por tanto, la imagen se verá reflejada dependiendo del comportamiento del público objetivo, el buen uso de las diferentes estrategias de comunicación y aplicándolas de una manera eficaz, a través de un plan estratégico de comunicación, de tal modo que la imagen sea transmitida positivamente.

### **1.10 Planificación de un plan estratégico de comunicación.**

La planificación es la parte más importante de toda organización, ya que mediante este paso se pretende eliminar la incertidumbre, los problemas, etc., alcanzar las metas deseadas y las actividades a cumplir para el futuro de la organización.

“Es un proceso de decisión, compromiso y acción, efectuado por el equipo de trabajo; que implica orientación y disciplina para alcanzar, en un futuro específico, los objetivos deseados.”<sup>39</sup>

Esto implica que la planificación decide el rumbo de la organización, el qué, el cómo, el cuándo hacer y definir el tiempo a corto, mediano y largo plazo para cada actividad a cumplir.

Cabe recalcar que una adecuada planificación facilitará la toma de decisiones de la organización, por ende la planificación pretende:

- “Precisar los objetivos de la empresa.
- Lograr el involucramiento del personal, para alcanzar los objetivos de la organización.
- Orientar decisiones, comprometer recursos y definir acciones.

---

<sup>38</sup> ROSSINGNOLI, Oscar. Importancia de la Imagen Corporativa.[en línea] [http://www.articulosinformativos.com/Importancia de la Imagen Corporativa-a1157874.html](http://www.articulosinformativos.com/Importancia%20de%20la%20Imagen%20Corporativa-a1157874.html) [consulta: 28 octubre 2009]

<sup>39</sup> PEÑAHERRERA, Gabriel. Apuntes de cátedra. Asignatura de Contabilidad y Presupuesto, año 2007, Pág.2

- Evitar decisiones contradictorias.
- Racionalizar el uso de los recursos.
- Establecer las acciones necesarias para lograr los objetivos deseados.
- Evaluar el nivel de avance de la organización, hacia la visión establecida.”<sup>40</sup>

A lo citado anteriormente, la planificación es importante para la gerencia y por ende para Yaku, porque al usar esta técnica con responsabilidad por parte de la directiva y del Dir.Com., o comunicador corporativo se logrará establecer los objetivos a alcanzar el Yaku, “Parque-Museo del Agua. La planificación puede darse de manera “formal, cuando es escrita y tiene objetivos y planes de acción que son conocidos por toda la organización y de manera informal cuando no es escrita y el grado en que los objetivos se comparten con otros es nulo o escaso, se la usa en PYMES”<sup>41</sup>. Por lo tanto, Yaku deberá realizar una planificación formal para beneficio del museo y deberá definir el periodo de tiempo adecuado tomando en cuenta que los planes a largo plazo, estos planes son mayores a tres años mientras que a corto plazo, son planes de un año o menos.

Hoy en día, la Planificación Estratégica consiste en “definir en dónde está una organización, a dónde quiere llegar y cómo lo va a hacer.”<sup>42</sup>, esta técnica es usada por todas las organizaciones, y por muchas ramas como es Relaciones Públicas, ya que tiene como eje central decidir hoy, hacia dónde dirigirnó y qué hacer en el futuro.

### **1.10.1 Planificación en Comunicación**

La comunicación forma parte muy importante de la organización, al ser aquella que se encarga de la vinculación con los diferentes públicos a través de diferentes herramientas de comunicación, por tanto, es importante contar con la creación de un plan estratégico de comunicación, que ayuda a fortalecer las relaciones entre los diferentes públicos que forman parte de la organización.

---

<sup>40</sup> PEÑAHERRERA, Gabriel. Apuntes de cátedra. Asignatura Contabilidad y Presupuesto, año 2007, Pág.2

<sup>41</sup> CFR, MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Campañas, año 2008, Pág. 2

<sup>42</sup> MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Campañas, año 2008, Pág. 2

“Es un proceso ordenado y sistemático en el que se determinan las metas y los objetivos de la organización, con respecto al manejo estratégico de la comunicación interna y externa junto con las directrices y cursos de acción que permitan alcanzar niveles más altos de confianza, credibilidad e imagen corporativa”<sup>43</sup>. La planificación en comunicación debe ser eficaz y excelente, y así de esta manera se mantendrá una imagen corporativa positiva a largo plazo, que es lo que se desea ya que es un elemento prestigioso para la organización.

Por consiguiente, la planificación en comunicación debe contemplar los siguientes puntos:

- “No puede ser rígida y debe reconocer los aportes de diferentes enfoques.
- Debe darse a nivel global y no para proyectos individuales
- Es un proceso dinámico y recurrente, dentro de toda organización.
- No deben copiarse sin adaptaciones previas modelos de planificación foráneos.
- La planificación en RRPP nunca comienza de cero.
- Los públicos son más importantes que las metodologías o técnicas.
- Debe basarse en hechos reales.
- La evaluación es una parte fundamental no una pérdida de recursos.”<sup>44</sup>

Por tanto, se debe tomar en cuenta que dentro de este contexto se elabora el plan estratégico de comunicación que tiene como plazo de tres a cinco años.

### **1.10.2 Plan Estratégico de Comunicación.**

La aplicación de un plan estratégico de comunicación dentro de una organización facilitará la toma de decisiones las cuales se ejecutarán en el futuro, proporcionando beneficios para la organización.

“Es un proceso sistemático e intencional creado por una organización; para facilitar el proceso de creación, intercambio procesamiento y almacenamiento de mensajes, con el fin de promover el logro de sus objetivos, la obtención de

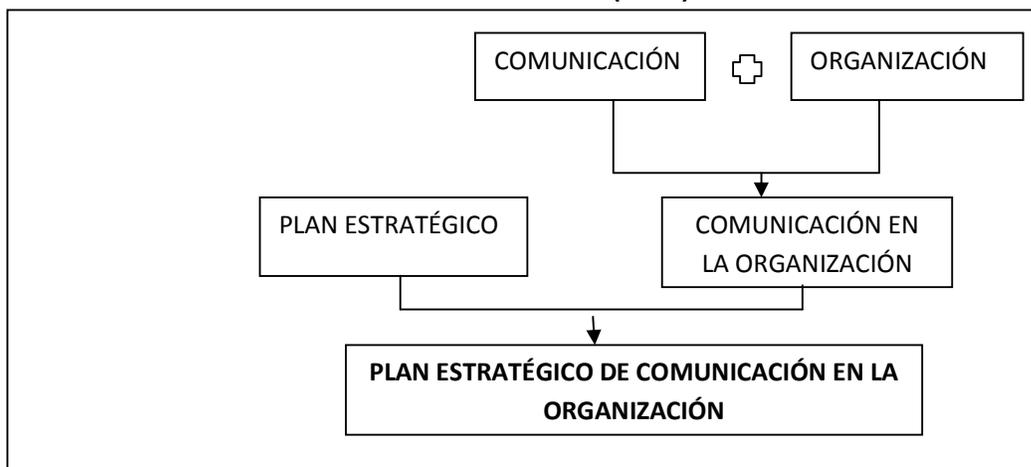
---

<sup>43</sup> MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Campañas, año 2008, Pág. 3

<sup>44</sup> MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Campañas, año 2008, Pág. 3

ventajas competitivas perdurables y la satisfacción de las necesidades de sus públicos tanto internos como externos.”<sup>45</sup>

**GRÁFICO: 1.4: PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN (PEC)**



**FUENTE:** MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Campañas, año 2008, Pág. 4

Cabe mencionar que para realizar el PEC, es fundamental conocer la misión y visión, porque es primordial tener un gran conocimiento sobre la organización. Esta herramienta está compuesta por varios elementos fundamentales:

**TABLA: 1.4: ELEMENTOS DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN**

ELEMENTOS	DEFINICIÓN
1.- Conocimiento de la organización	Análisis del entorno, del sector, del mercado y de los clientes, análisis de los proveedores, de los competidores y de la distribución de la empresa.
2.- FODA	Análisis de los diferentes factores tanto interno como externo.
3.- Objetivos	Se debe elegir un objetivo general (qué y cómo) y los objetivos específicos (con qué pasos voy a lograr el cumplimiento del objetivo general).
4.- Públicos	Son los públicos específicos y bien definidos de la organización.
5.- Estrategias	Cómo se va alcanzar en teoría un objetivo, con

<sup>45</sup>MONTEVERDE, María Belén. Apuntes de cátedra. Asignatura Campañas, año 2008, Pág. 4

	líneas directrices y temáticas para el programa global.
6.- Tácticas	Son las acciones concretas que responden a la estrategia y buscan llevar a la realidad los objetivos planeados.
7.- Cronograma	Decidir cuándo se va a realizar las diferentes actividades.
8.- Presupuesto	Cuánto costará la implementación del Plan.
9.- Evaluación y control	Son elementos del Plan que comparan los objetivos establecidos con los conseguidos.

**FUENTE:** RUBIO, Fabián. Apuntes de cátedra. Asignatura Comunicación Estratégica. Año 2009

Después de haber mencionado estos elementos, es importante que Yaku, cuente con un plan estratégico de comunicación para lograr cumplir con todas sus expectativas. Yaku, deberá tener un diagnóstico del estado actual del museo y saber todas sus necesidades reales, al realizar las diferentes estrategias con su respectiva táctica se programarán de la mejor manera posible, Yaku debe tener presente el presupuesto con que cuenta el museo para no sobrepasar y no asumir pérdidas económicas para lograr cumplir los objetivos planteados.

## CAPÍTULO II

### EL AGUA Y EL CAMBIO CLIMÁTICO

El agua es un recurso muy importante para la ciudadanía y el medio ambiente, pues este componente es esencial para el desarrollo de los seres vivos.

El agua desempeña un substancial papel en la Tierra, ya que este recurso cubre casi las tres cuartas partes de la superficie terrestre y en el ser humano constituye entre 60 y 70 % de su cuerpo.

El agua es un recurso natural, a pesar de ser uno de los componentes más abundantes sobre la Tierra; sin embargo, el recurso hídrico se ha vuelto escaso con la creciente población mundial y por el mal uso del humano.

#### **2.1 Concepto e importancia de Agua como elemento vital**

El agua es un componente de la naturaleza que ha estado presente en la Tierra en forma de hielo y minerales cargados de agua llamados arcillas desde hace más de 3.000 millones de años.

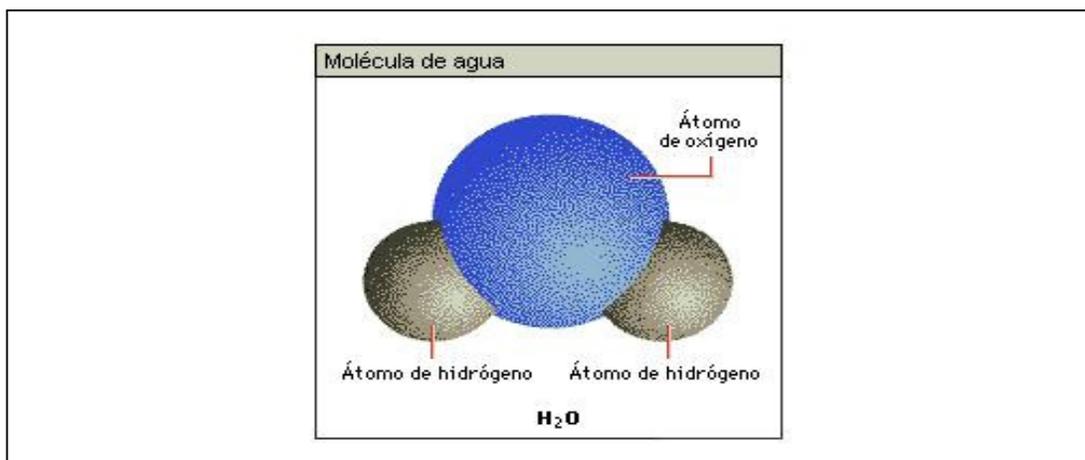
El agua es uno de los recursos indispensables para el desarrollo de los seres humanos. A nivel mundial, “el Ecuador es uno de los países con mayores reservas de agua en la región. Sin embargo, su mal manejo e inequitativa distribución generan serios conflictos ambientales, sociales y económicos”<sup>46</sup>.

Es importante no olvidar que “la naturaleza del agua está compuesta de tres átomos, dos de oxígeno y uno de hidrógeno, que unidos entre sí forman una molécula de agua, H<sub>2</sub>O, la unidad mínima en que ésta se puede encontrar. La forma en que estas moléculas se unen entre sí, determinará la forma en que se encuentra el agua en el entorno; como líquidos, en lluvias, ríos, océanos, etc.; como sólidos en témpanos y nieves; o como gas en las nubes.

---

<sup>46</sup> Revista Capital. Economía y sociedad en la mitad del mundo. Agua el oro azul del nuevo siglo. Número 2. Febrero- Marzo de 2006. Pág. 11

## GRÁFICO: 2.1: COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL AGUA



**FUENTE:** GONZÁLES, Josette. Libro Programa de Educación Ambiental. Agua. Editora Artes Gráficas CQ. Quito. 2009. Págs. 17-18

Gran parte del agua del planeta, alrededor del 98%, corresponde a agua salada que se encuentra en mares y océanos. El agua dulce en un 69% corresponde a agua atrapada en glaciares y nieves eternas; un 30% está constituida por aguas subterráneas y una cantidad no superior al 0,7% se encuentra en forma de ríos y lagos”.<sup>47</sup>

Como se puede observar el agua se encuentra en cualquier parte del mundo, este recurso es un medio necesario para el desarrollo del ser humano y para la mayoría de las actividades económicas. Este líquido es irremplazable en el planeta. Hoy en día, Yaku, “Parque- Museo del Agua” ha sabido constituirse en un referente fundamental para la creación de ciudadanía responsable, mediante una propuesta de valorar un recurso tan importante como es el agua, a través de métodos interactivos que permiten al visitante obtener conocimientos más amplios acerca del agua.

Es fundamental hablar sobre la composición química y las características del líquido vital.

<sup>47</sup> GONZÁLES, Josette. Libro Programa de Educación Ambiental. Agua. Editora Artes Gráficas CQ. Quito. 2009. Págs. 17-18

### 2.1.1 Propiedades Físicas del agua

El agua es un compuesto químico, es el más abundante y el de mayor significación para la vida del ser humano, siendo uno de los componentes básicos de las sustancias líquidas.

“El agua es un líquido incoloro, insípido e inodoro; es decir, no tiene color, sabor ni olor cuando se encuentra en su mayor grado de pureza. Es un elemento vital ya que sin el no sería posible la vida de los seres vivos (animales o plantas)”<sup>48</sup>. En la actualidad el agua es un recurso vital e importante para el desarrollo humano, industrial y económico; así, Yaku, resalta la importancia de este emblemático recurso vital y el adecuado uso y cuidado del agua por parte de la ciudadanía.

El agua pasa por diferentes transformaciones y cambia constantemente su posición dentro de la hidrósfera a esto se lo denomina **ciclo del agua**, este procedimiento “encadena en un todo los eslabones de la hidrósfera; los mares, lagos y ríos, el agua subterránea, la humedad del suelo, el vapor atmosférico implicando los siguientes procesos físicos:

El agua que se evapora de la superficie de los mares y de la tierra va hacia la atmósfera en forma de vapor, que luego se condensa y produce la lluvia o la nieve; la precipitación, originada por la condensación de vapor de agua, y que puede adoptar múltiples formas y el movimiento de las aguas superficiales hacia los océanos. Los lagos y los mares son reabastecidos, no sólo por las precipitaciones, sino también por el agua fluvial. El calor provoca la evaporación, la condensación del vapor del agua y otros procesos.”<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> REYES, Cristina. Guía de Yaku, “Parque- Museo del Agua”. Diciembre 2009

<sup>49</sup> CFR, LVOVICH, Mark. El agua en el mundo. Presente y Futuro. El ciclo hidrológico. Editorial Cartago. Buenos Aires. 1975. Págs.21-22

## GRÁFICO: 2.2: CICLO DEL AGUA



**FUENTE:** Ciclo del Agua. U.S Geological Sciences. [en línea]<<http://ga.water.usgs.gov/edu/watercycle.html>> [consulta: 6 diciembre 2009]

Como se puede observar el agua es un bien escaso que se encuentra en el planeta y por ende en el ser humano; el agua es un elemento indispensable para la vida de las personas, los animales y las plantas. Por eso el agua es un bien preciado que hay que saber administrar y no malgastarlo inútilmente.

La naturaleza ofrece una variedad de elementos importantes para la vida del ser humano, con la purificación obtenida a través del ciclo del agua; porque a través de éste se obtiene un elemento puro y apto para beber, sin embargo; otro importante proceso que también purifica el agua, y es parte del ciclo es la transpiración de las plantas, donde las raíces absorben el agua subterránea que permite nutrir a la planta con los diferentes elementos necesarios.

Por tanto, el agua debe usarse de manera controlada para satisfacer las necesidades personales y económicas del ser humano; sin embargo se debe tomar en cuenta que la influencia de los cambios climáticos y el inadecuado

empleo provoca ( grandes o pequeños cambios en el ciclo del agua), porque cuando se toma agua de un río para uso doméstico o industrial, el agua que devuelven las industrias contamina el agua fluvial, y este es uno de los principales peligros, pues produce el agotamiento de los recursos hídricos.

Yaku, “Parque- Museo del Agua”, pretende concienciar sobre la calidad e importancia del agua a la ciudadanía, por medio de diferentes recorridos que analizan diferentes aspectos del agua; y por lo tanto, los visitantes se identifican plenamente con la problemática propuesta e identifican las soluciones adecuadas para el uso, cuidado y la responsabilidad sobre agua.

No se puede dejar de lado los cambios climáticos, ya que este es uno de los problemas de desaparición de este líquido vital.

### **2.1.2 Cambio Climático**

Actualmente, el agua es el recurso natural más importante y constituye la base de toda forma de vida. Sin embargo, y pese a su importancia, hoy es vulnerable y con riesgo de disminuir o escasear debido a la acción de ciertos factores que afectan al desarrollo estable del agua.

Varios son los factores como: la contaminación de los ríos, el desperdicio continuo, la basura, el mal uso y la falta de concienciación por parte de la ciudadanía acerca de este importante recurso y la influencia del cambio climático; siendo así un problema notable para el mundo provocando preocupaciones en la vida diaria de los seres vivos.

“El cambio climático se deriva entonces de toda la alteración de los fenómenos atmosféricos derivados del calentamiento global, como los son el exceso de precipitaciones, los huracanes, la sequía de los suelos, y muchos más.”<sup>50</sup>

Hoy en día, el mundo sufre una variedad de cambios climáticos y por ende de fenómenos naturales, inundaciones, sequías, tormentas, huracanes, olas de

---

<sup>50</sup> Agua desarrollo y medio ambiente en América Latina. Naciones Unidas. Comisión Económica Latina. Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente. Impresos Offset Ltda. Santiago - Chile. Págs. 31- 32

calor y de frío entre otras, que ocasionan cada vez más víctimas humanas. Sin embargo, a pesar de ser un fenómeno natural, el hombre es el principal causante del calentamiento global que provoca estos cambios climáticos.

“El **calentamiento global** es entendido como un incremento de la temperatura media de la atmósfera terrestre y de los océanos”<sup>51</sup>

El ser humano es el responsable directo sobre estos fenómenos, ya que por su falta de información, educación y de conciencia sobre el adecuado empleo y cuidado del agua se convierte en uno de los causantes de escases de este recurso hídrico.

Según Juan Carlos Sánchez, “el problema del calentamiento global surge a raíz de la Revolución Industrial cuando comienza a hacerse un uso cada vez mayor de los llamados combustibles fósiles generadores de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano y óxido nitroso, intensificando el efecto invernadero.”<sup>52</sup>

Tanto el calentamiento global como el cambio climático han ocasionado grandes dificultades en la naturaleza como es el incremento del efecto invernadero y el sobrecalentamiento de la tierra, sin duda, los glaciares se derriten y por ende el nivel de agua aumenta lo que provoca los diferentes fenómenos naturales.

Por este motivo, Yaku, “Parque – Museo del Agua”, se ha preocupado por cuidar el bienestar de este componente fundamental para el ser humano, y de una manera interactiva a través de juegos pretende sensibilizar a la ciudadanía sobre los adecuados usos, cuidados y buscar soluciones sobre la problemática del agua y de los diferentes cambios climáticos que tolera el planeta.

---

<sup>51</sup> GUERRA, Génesis. Calentamiento Global en el Ecuador. Octubre ,2009[ en línea] <<http://genesiguerra.obolog.com/calentamiento-global-ecuador-357253>>[consulta : 13 diciembre 2 009]

<sup>52</sup> SÁNCHEZ, Juan Carlos. Colaborador de la ONG y Miembro del Grupo de Expertos en Cambio Climático de las Naciones Unidas.

Sin duda, esta gran problemática es de interés general y de actualidad en el mundo, porque continuamente se observan en los medios de comunicación comentarios sobre fenómenos meteorológicos que afectan al mundo entero.

“Después de la aprobación del Convenio marco sobre el cambio climático en 1992, los Estados comenzaron a tomar conciencia de que el clima del planeta se modificaba debido a las actividades humanas y que eso tendría consecuencias, en particular sobre el conjunto de los recursos naturales, en un futuro próximo”<sup>53</sup>.

En este contexto ya se determinó las consecuencias que ocasionaría el cambio climático, sin embargo; ya es una realidad y cada día se pronuncia con mayor rapidez. Ya se sabe que el agua es un elemento vital en la vida, por este motivo, el hombre debe asumir responsabilidad y conciencia ahorradora para no derrochar inconscientemente el tanpreciado líquido vital.

#### **2.1.2.1 Consecuencias del Calentamiento Global.**

- 1) “Crecimiento del nivel del agua por la fusión de porciones de hielo polar, lo que originaría la desaparición de Holanda y los países bajos, el sur del Estado de Florida y la Bahía de San Francisco en EU, así como los alrededores de Beijing y Shangai en China, Calcuta en la India y Bangladesh, donde viven aproximadamente 60 millones de personas.
- 2) Aumento de las enfermedades respiratorias, cardiovasculares e infecciosas causadas por mosquitos y plagas tropicales, además de la postración y la deshidratación.
- 3) Escasez de alimentos ante las dificultades de cultivo por la afectación de los suelos y las altas temperaturas.
- 4) Aumento de la demanda del agua potable reducirá los niveles de los embalses, causando desabastecimiento.

---

<sup>53</sup> RECALT, Christine. Las estrategias de conquista del agua en el Ecuador, o la historia de un sempiterno comienzo. Impresión Albazul Offset. Quito- Ecuador. 2007. Pág. 172

- 5) Extinción de gran cantidad de especies animales a consecuencia de cambios en los ecosistemas.
- 6) Aumento de la intensidad y frecuencia de las lluvias, huracanes y tornados, ante un ascenso en los índices de nubosidad por el incremento de la evaporación del agua.
- 7) Disminución del nivel de agua de ríos y lagos debido a la evaporación.
- 8) Los suelos se tornarán casi desérticos, perdiendo gran parte de sus nutrientes.
- 9) El aumento de las temperaturas permitirá la reproducción de ciertos insectos que le causarán enfermedades a las plantas y afectarán los cultivos.”<sup>54</sup>

Por estas consecuencias es importante no dejar de pensar en el gran problema que ocasiona el calentamiento global actualmente y en un futuro de todo el mundo, puesto que estos efectos forman parte de la humanidad.

Ahora bien, al conocer la importancia del agua y las consecuencias de este problema ambiental; es esencial conocer sobre la biodiversidad, que es complemento del agua, puesto que la vida humana depende tanto del agua como de la biodiversidad.

### **2.1.3 Biodiversidad**

Aquí como se ha citado anteriormente el agua es esencial en la vida y por ende, de todos los elementos que la rodean como es la biodiversidad, porque diferentes especies y ecosistemas se encuentran en el mundo.

“La biodiversidad es la variedad de las formas de vida, es decir, el conjunto de genes, especies y ecosistemas que existen en un área determinada”<sup>55</sup>.

Actualmente, el grave problema que vive la humanidad es que la biodiversidad está disminuyendo y por ende crece la extinción de las diferentes especies y

<sup>54</sup> ANA PAOLA. Consecuencias del Calentamiento Global. 14 de Agosto del 2007. [ en línea], <<http://paolaahora.blogspot.com/2007/08/consecuencias-del-calentamiento-global.html>>[consulta : 24 Diciembre 2 009]

<sup>55</sup> Ecuador exporta CORPEI. Biodiversidad en el Ecuador. [en línea], <<http://www.corpei.org/contenido.ks?categoriaId=2323>> [consulta: 24 de Diciembre del 2009]

ecosistemas. Por este motivo, el agua es un recurso importante para conservar la biodiversidad e impedir el desaparecimiento de distintas especies animales en el mundo. Yaku, constantemente expone en su sala “Agua Viva” sobre este importante ciclo de vida, insistiendo que la existencia humana continua dependiendo tanto del agua como de la biodiversidad.

Sin embargo, la falta de conocimiento y responsabilidad del uso adecuado de los recursos naturales incurre en la poca importancia que las políticas del Estado en temas hídricos dan a la biodiversidad y por ende al agua. Es fundamental exponer que todas las especies que se encuentran en el faz de la Tierra son esenciales para la sobrevivencia del ser humano, por este motivo, la colectividad debe tener en cuenta que no se puede vivir, prosperar y crecer si no cuenta con un buen abastecimiento de agua; es necesario cuidar y no contaminar este recurso para no disminuir las especies acuáticas.

“El hombre ha cometido no pocos errores respecto de la utilización y conservación del agua, y el más grave de ellos es la contaminación en masa de lagos y ríos. El mayor peligro de agotamiento de los recursos hídricos proviene de la contaminación. Cada metro cúbico de aguas servidas que se vierte en un río o lago contamina cientos de metros cúbicos de agua pura, pues la contaminación los convierte en un peligro para la salud”<sup>56</sup>

La contaminación del agua disminuye la biodiversidad, pues los diferentes compuestos tóxicos eliminan la vida en los ríos, de esta forma desaparecen los ecosistemas de la Tierra. Luego de señalar estos grandes problemas que amenazan a la existencia del agua, es importante acotar que la humanidad debe cambiar la cultura y los malos hábitos que se han creado; para poder conseguir una vida normal y vital para la sobrevivencia de todos los sistemas ambientales, donde los valores y el aprecio por la naturaleza se vean reflejados en el buen uso y respeto de los recursos naturales.

---

<sup>56</sup> CFR, LVOVICH, Mark. El agua en el mundo. Presente y futuro. Argentina - Buenos Aires. Editorial Cartago. 1975. Pág. 7

Entonces es importante decir que la pérdida de biodiversidad que brinda la naturaleza tiene efectos negativos en el ser humano como en aspectos de la alimentación, las necesidades básicas para una buena vida, el acceso al agua limpia para beber, entre otros; que ocasionan una situación de emergencia planetaria.

Como se ha venido señalando, el hombre es el principal causante de destruir la biodiversidad, pero existen otras consecuencias que ocasionan el desgaste de la diversidad biológica.

### **2.1.3.1 Factores que amenazan a la biodiversidad**

- **“Pérdida y fragmentación del hábitat:** Como resultado de la explotación sin planificar, los asentamientos, la transformación y utilización excesiva, muchos ecosistemas naturales se han fragmentado en pequeños trozos, perdiendo gran parte de su diversidad biológica e integridad biológica.
- **Explotación excesiva:** El crecimiento rápido de la población y el perfeccionamiento de la tecnología de los aprovechamientos, han causado la explotación excesiva y la utilización no sostenible de especies vegetales y animales, a veces hasta el punto de su extinción en muchas partes de la Tierra.
- **Contaminación del suelo, el agua y la atmósfera:** Los contaminantes degradan y destruyen los hábitats en diferentes grados, con la subsiguiente reducción e incluso eliminación de especies.
- **Cambio climático global:** Se ha estimado que la contaminación de la atmósfera ocasionada por el hombre ocasionará una elevación de la temperatura global de 1 a 3 °C durante el próximo siglo, con la correspondiente elevación del nivel del mar de 1 a 2 metros.
- **Agricultura y silvicultura industrial:** Las nuevas variedades de plantas y animales desarrolladas mediante los programas modernos de mejoramiento genético están sustituyendo a las denominadas "variedades de campo" o "razas

indígenas". Algunos de estos factores son de escala internacional y no pueden afrontarlos solos las comunidades o las naciones de modo individual.”<sup>57</sup>

Luego de señalar los factores que amenazan la biodiversidad, es primordial recalcar que el principal causante de desaparición de los recursos naturales es el hombre, por falta de conocimiento y responsabilidad; el ser humano continua ocasionando daño al ecosistema con el uso inadecuado de sustancias tóxicas, provocando la desaparición de especies y privando a todos los seres vivos una opción para el futuro. No se debe olvidar que la humanidad depende de los animales, plantas, árboles, flores, etc.; para sobrevivir como especie.

“Según un informe del año 2000 de la Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza (UICN), el 12% de las plantas, el 11% de las aves y el 25 % de las especies de mamíferos se han extinguido recientemente o están en peligro, según estimaciones que hicieron públicas en su denominada “*Lista Roja de Especies Amenazadas* ”. <sup>58</sup> Por este motivo, Yaku, trata de concienciar al hombre que está en la obligación de proteger la diversidad de especies, el agua y evitar toda influencia nociva sobre las fuentes del líquido vital. Es un deber de todos cuidar la biodiversidad y los recursos hidrológicos; así como crear la conciencia que el agua es uno de los compuestos más preciados de la naturaleza, por el papel que desempeña en la vida de todos los seres vivos. Después de reflexionar sobre la importancia de la biodiversidad y de la desaparición de las especies que han sufrido en la Tierra por la acción del hombre, es esencial hablar sobre el papel que desempeña el ecosistema dentro de la naturaleza, ya que la transformación de los ecosistemas continua a causa de la expansión de la agricultura y las diferentes actividades por el hombre.

---

<sup>57</sup> KANI, Isik. Faik Yaltirik y Aytug Akesen. XI CONGRESO FORESTAL MUNDIAL. Octubre, 1997. Antalya, Turquía. [en línea]. <<http://www.fao.org/forestry/docrep/wfcxi/publi/V2/T0S/1-5.HTM#TOP>> [consulta: 27 Diciembre 2009]

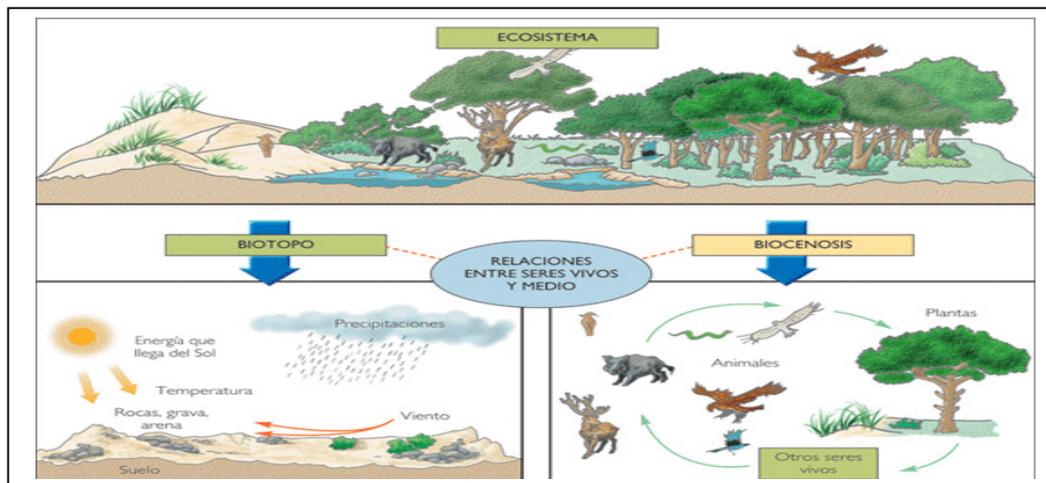
<sup>58</sup> RECALT, Christine. Las estrategias de conquista del agua en el Ecuador, o la historia de un sempiterno comienzo. Impresión Albazul Offset. Quito- Ecuador. 2007. Pág. 183

### 2.1.3.2 Ecosistema

La naturaleza brinda una gama de especies tanto terrestres como acuáticas, que propicia al ser humano la oportunidad de disfrutar mantener, mejorar la conservación y la diversidad biológica. Sin embargo, en este momento el planeta está atravesando cambios extremos propiciados por el hombre; que de alguna manera afectan el desarrollo vital de los seres vivos.

“Ecosistemas son conjuntos de entidades materiales: flora, fauna, aire, suelo, agua, que se integran en forma armónica en un espacio determinado.”<sup>59</sup>

**GRÁFICO: 2.3: PROCESO DEL ECOSISTEMA**



**FUENTE:** Ecosistema. [http://www.kalipedia.com/kalipediamedia/cienciasnaturales/media/200704/18/ecologia/20070418klpcnaecl\\_8](http://www.kalipedia.com/kalipediamedia/cienciasnaturales/media/200704/18/ecologia/20070418klpcnaecl_8) [consulta 27 Diciembre 2009]

En este cuadro se puede observar el ciclo de vida que relaciona las diferentes diversidades de la naturaleza con del hombre. El ser humano tiene un gran compromiso y relación con el medio ambiente, ya que cualquier cambio ambiental afecta directamente a los seres vivos.

Es compromiso de todo ciudadano mantener, cuidar el ambiente y asumir conocimiento sobre el funcionamiento de los servicios ambientales. Yaku, Parque- Museo del Agua, es una entidad que se preocupa por el cuidado del

<sup>59</sup> C-CONDEM. Corporación Coordinadora Nacional para la Defensa del Ecosistema Manglar del Ecuador. 2008. [en línea] <<http://www.ccondem.org.ec/cms.php?c=190>> [consulta: 27 Diciembre 2009]

agua y del ciclo vital que lo conforma, con el propósito de beneficiar al medio ambiente y al ser humano.

Yaku, a través de funciones teatrales demuestra a los visitantes la importancia del agua y la oportunidad de compartir con la naturaleza para reflexionar juntos con los ciudadanos de la ciudad de Quito sobre el valor del recurso y corresponsabilidad que todos y todas tienen en su protección.

Es importante reiterar que la naturaleza es vida y por ende el agua es fundamental para mantener el equilibrio de todos los ecosistemas y de todas las actividades productivas del ser humano. A pesar de que el deterioro del recurso hídrico, ya es un grave problema del mundo y de los ecosistemas, porque progresivamente desaparece una enorme diversidad de especies biológicas. Actualmente el hombre ejerce actividades laborales que afectan al ecosistema, destruyendo la naturaleza, como la sobreexplotación de este recurso hídrico, de igual manera la construcción de industrias que eliminan desechos tóxicos que contaminan ríos, lagos, mares, etc.; por ende alteran el agua haciéndola no apta para el consumo humano. Estas actividades deberían sensibilizar a la ciudadanía y crear diferentes planes, políticas para evitar el desgaste natural.

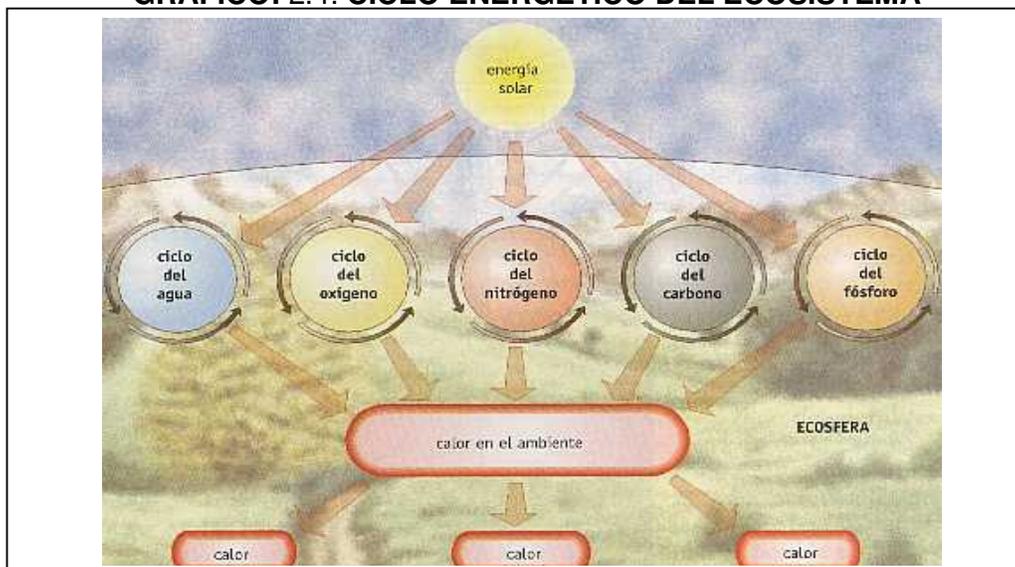
Luego de exponer estas actividades y la importancia que ejerce el hombre sobre los ecosistemas es primordial conocer sobre el funcionamiento del ecosistema en la naturaleza y el papel que desempeña en el hombre para evitar tal daño.

### 2.1.3.3 Funcionamiento del ecosistema

“El funcionamiento de todos los ecosistemas es parecido. Todos necesitan una **fuentes de energía** que, fluyendo a través de los distintos componentes del ecosistema, mantiene la vida y moviliza el agua, los minerales y otros componentes físicos del ecosistema. La fuente primera y principal de energía es el sol. En todos los ecosistemas existe, además, un **movimiento continuo de los materiales**. Los diferentes elementos químicos pasan del suelo, el agua o el aire a los organismos y de unos seres vivos a otros, hasta que vuelven, cerrándose el ciclo, al suelo o al agua o al aire. En el ecosistema la materia se

recicla -en un ciclo cerrado- y la energía pasa - fluye- generando organización en el sistema.”<sup>60</sup>

**GRÁFICO: 2.4: CICLO ENERGÉTICO DEL ECOSISTEMA**



**FUENTE:** ECHARRI, Luis. Libro electrónico. Ciencias de la Tierra y del Medio Ambiente. Escuela Superior de Ingenieros de San Sebastián., Universidad de Navarra. Navarra- España. Año 1998. [en línea] <<http://www.tecnun.es/asignaturas/ecologia/hipertexto/00General/Temario.html>> [consulta: 28 Diciembre 2009]

Se puede observar que el ciclo del ecosistema es esencial para el desarrollo vital del planeta, este cuadro es una manera de sensibilizar al ser humano, ya que es el principal culpable de alterar el funcionamiento del ecosistema, teniendo como resultado un desperdicio inconsciente del agua y de la diversidad que ofrece la Tierra. El hombre y la naturaleza son complementos importantes para un adecuado funcionamiento vital pues es necesario conocer sobre los bosques, suelos, océanos, entre otros ecosistemas que nos brinda la humanidad, por ello a continuación los principales ecosistemas del planeta.

<sup>60</sup> ECHARRI, Luis. Libro electrónico. Ciencias de la Tierra y del Medio Ambiente. Escuela Superior de Ingenieros de San Sebastián., Universidad de Navarra. Navarra- España. Año 1998. [en línea] <<http://www.tecnun.es/asignaturas/ecologia/hipertexto/00General/Temario.html>> [consulta: 28 Diciembre 2009]

### **2.1.3.4 Principales ecosistemas**

Una vez expuesto el funcionamiento de la naturaleza, cabe resaltar que la continua pérdida de estos ecosistemas disminuye la vida del ser humano en el planeta y por ende de los seres vivos.

Actualmente el planeta está sufriendo cambios por la acción del hombre, por tanto es deber de los seres humanos conocer sobre los distintos ecosistemas que contienen hábitats variados que permiten mantener el medio ambiente.

#### **“Suelo**

El suelo, substrato imprescindible de la vida en el medio terrestre. En él se sujetan y de él se nutren las plantas, de cuya producción dependen los demás niveles del ecosistema; parte fundamental del suelo son las grandes cantidades de hongos, algas, bacterias y minúsculos animales que realizan tareas básicas en el ecosistema como son cerrar los ciclos de los elementos o descomponer los restos orgánicos. El suelo es, en sí mismo, un complejo ecosistema.

#### **Biomás terrestres y marinos**

Los diferentes biomas terrestres: tundra, taiga, bosques templados y tropicales, estepas, matorrales, etc. Su distribución en la superficie de la Tierra está condicionada por el clima y forman un gran mosaico de estilos de vida que recubre los continentes. Los océanos y sus diversas zonas, en las que la profundidad, cercanía a la costa, movimientos de las corrientes marinas, etc. determinan diferentes ecosistemas con funcionamientos muy distintos entre sí.

#### **Acción humana en los ecosistemas**

Los ecosistemas son modificados profundamente por el hombre. La actividad humana, especialmente la agricultura y la ganadería desde hace unos miles de años, y la industria, el transporte y la economía consumista en los últimos decenios, ha explotado y transformado los ecosistemas, provocando cambios de gran trascendencia en el planeta.”<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> ECHARRI, Luis. Libro electrónico. Ciencias de la Tierra y del Medio Ambiente. Escuela Superior de Ingenieros de San Sebastián., Universidad de Navarra. Navarra- España. Año 1998[en.línea].

Cabe resaltar que los principales ecosistemas de la naturaleza citados, son esenciales para la existencia del ser humano, pues la salud y el bienestar del hombre están ligados a los ecosistemas y de sus componentes como: animales, plantas, árboles, semillas etc.; y entre estos componentes se encuentran las cuencas hídricas que son recursos importantes para la población.

#### **2.1.4 Cuencas Hidrográficas**

Las cuencas son fuentes de trabajo - económica para los ciudadanos, ya que el ser humano puede aprovechar el agua para diferentes actividades, por este motivo, se debe concienciar al respeto, pues todas las personas son consumidores del agua de las cuencas.

“Las cuencas son áreas naturales que recolectan y almacenan el agua que se utiliza para el consumo humano y animal, para los sistemas de riego agrícola, para dotar de agua a las ciudades y hasta para producir la energía eléctrica que alumbramos los hogares.”<sup>62</sup>

Diferentes son las actividades que el hombre desempeña gracias al agua, cualquiera sea la labor, pescadores, campesinos, industrias o simplemente familias que habitan en la zona para consumo humano, todas estas tareas necesitan agua y por ende dejan una huella en la cuenca.

Según la Revista Agua a Fondo, “el Distrito Metropolitano de Quito, capital del país con una población de 2'250.000 habitantes en todo el Distrito, se abastece en gran parte de los recursos hídricos que nacen en las montañas orientales de la Cordillera de los Andes, todas estas cuencas forman parte de grandes áreas de reserva y protección natural; pese a ello, los recursos se encuentran

---

<<http://www.tecnun.es/asignaturas/ecologia/hipertexto/05PrinEcos/100PrinEcos.htm>>[consulta:29 Diciembre 2009]

<sup>62</sup> REVISTA LA ERA AGRÍCOLA. # 16. Marzo - Abril 1993. [en línea] <[http://www.eraecologica.org/revista\\_16/era\\_agricola\\_16.htm?cuenca\\_hidrografica.htm~mainFrame](http://www.eraecologica.org/revista_16/era_agricola_16.htm?cuenca_hidrografica.htm~mainFrame)> [consulta: 29 Diciembre 2009]

amenazados por inadecuadas prácticas de agricultura, ganadería y la quema de humedales.”<sup>63</sup>

Pese a la gran importancia de los recursos hídricos, en la actualidad, el desgaste y la falta de sensibilidad por el cuidado del agua avanza diariamente. El mal uso de los recursos hídricos por parte de la creciente población y las diferentes necesidades hace que se presente una escasez.

Yaku, es uno de los principales exponentes para concienciar sobre el ciudadano de velar el uso adecuado del agua, para que siempre haya agua para la población.

A través de las diferentes temáticas que expone Yaku, permite que el visitante aprenda e interactúe de una manera divertida concienciándose sobre la importancia de los diferentes usos del agua y lo esencial que es para el ser humano. En la sala “Agua Viva”, se explica que el hombre debe proteger y conservar las cuencas hidrográficas que abastecen de agua a la ciudad de Quito y a sus áreas de influencia.

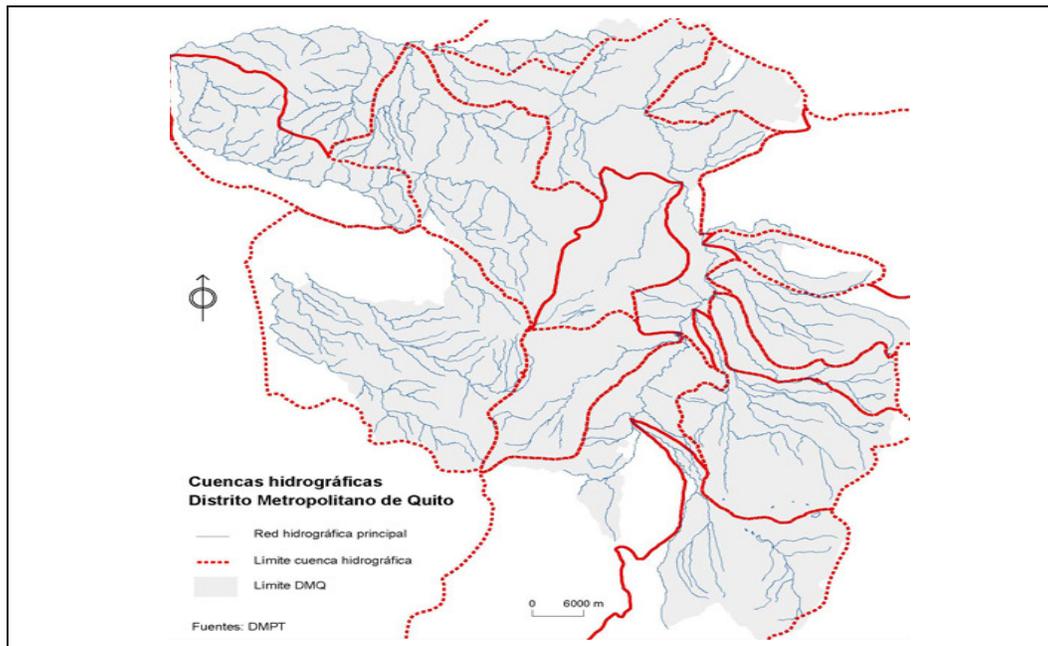
Un punto importante es recordar que más de la mitad del cuerpo del ser humano está compuesto de agua, pues a diario se ingiere agua proveniente de ríos, cuencas hidrográficas. Por esta razón, el ser humano debe cuidar y respetar la vida de los demás al no contaminar este recurso, caso contrario, al beber agua contaminada se contraerán enfermedades.

El siguiente mapa muestra las cuencas hidrográficas que forman parte del Distrito Metropolitano de Quito. Se trata de 14 cuencas hidrográficas de los ríos: SanPedro, Pita, Machángara, Pachijal, Intag, Chiche, Guambi, Uravia, Guayllabamba, Monjas, Alambi, Mindo, El Cinto-Saloya, y Coyago.

---

<sup>63</sup> PUENTE, Nancy. Revista Agua a Fondo. La constituyente y los Recursos Hídricos. Noviembre 2007. Quito- Ecuador. Pág. 6

### GRÁFICO: 2.5: CUENCAS HIDROGRÁFICAS DE QUITO



**FUENTE** Dirección Metropolitana de Planificación Territorial. Cuencas Hidrográficas. [ en línea] <[http://www4.quito.gov.ec/spirales/9\\_mapas\\_temáticos/9\\_1\\_cartografía\\_básica/mapas/mapa\\_1\\_8\\_1.jpg](http://www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_temáticos/9_1_cartografía_básica/mapas/mapa_1_8_1.jpg)> [consulta: 30 Diciembre 2009]

El cuadro explica las principales cuencas hídricas de la ciudad de Quito, pues es importante mencionarlas, ya que el Distrito Metropolitano de Quito es una de las áreas más pobladas que hace uso de los diferentes ríos para el consumo humano, y por ende afronta problemas de escasez y contaminación del agua.

Es importante señalar que la principal cuenca hidrográfica es “Guayllabamba que abarca buena parte de los cantones de Quito, Mejía, Cayambe. Los recursos hídricos que abastecen las necesidades de la población en la cuenca alta de Guayllabamba provienen de trasvases, aguas superficiales y aguas subterráneas. Los acuíferos de la ciudad de Quito han sido cerrados debido al deterioro de los pozos y las ventajas económicas y operativas de abastecimiento a los sistemas de agua potable con agua superficial.”<sup>64</sup>

<sup>64</sup> De BIEVRE, B. y COELLO, X. Diagnóstico de balance entre oferta y demanda Hídrica. Proyecto manejo integrado de los Recursos Hídrico en la Hoya de Quito. Quito, EC, UICN, SUR. 2008.

Quito, es una de las ciudades con más problemas de contaminación hídrica y con falta de agua potable para diferentes sectores urbanos. Hay que tener en cuenta que el uso adecuado del agua y de los servicios de las cuencas hidrográficas son el desarrollo de una ciudad, pues son el soporte de la mayoría de las actividades productivas que generan riqueza para la población; así el agua de los ríos, lagos, mares, etc.; constituyen enormes beneficios para la sociedad.

#### **2.1.4.1 Contaminación Hídrica**

La contaminación en las diferentes cuencas afecta al medio ambiente, elimina el hábitat de la flora y la fauna, afecta a las diferentes actividades económicas, y afecta al ser humano ocasionando graves enfermedades. El grado de contaminación que existe por parte del hombre es amplio, porque los diferentes materiales tóxicos son extraídos por los ríos, mares y contamina el agua de la ciudad.

“La contaminación de las aguas tiene que ser vista como un problema nacional, prioritario y de solución emergente, ya que en los próximos años, a medida que crece la población, las actividades industriales, mineras y las relacionadas con la generación de residuos incrementa la necesidad del agua en cantidad y con adecuada calidad justamente para generar este desarrollo.”<sup>65</sup>

Es importante citar que los ríos son esenciales para el hombre, pues existe una variedad de especies acuáticas que permiten el consumo. El insuficiente conocimiento de la población acerca de los ríos, lagos, mares etc.; sobre el cuidado y valorización de la diversidad de riqueza que brinda el medio ambiente ocasiona contaminación en las aguas.

Las cuencas hidrográficas forman parte importante de la naturaleza y por ende del ser humano. El uso y consumo de este recurso ha generado diferentes fuentes de trabajo de la población, así como de distintos ecosistemas. Por esta razón, el hombre es responsable de cuidar y respetar los recursos naturales

---

<sup>65</sup> PUENTE, Nancy. Revista Agua a Fondo. Contaminación Hídrica. Publicación FONAG. Quito-Ecuador. Marzo 2008. Pág. 2

que permita el desarrollo adecuado de una sociedad y del crecimiento apropiado de los ecosistemas.

Según Antonio Gaibor, Coordinador del Foro Nacional de Recursos Hídricos del Ecuador, "la contaminación del agua es también causada por el desarrollo industrial "poco amigable" con el medio ambiente. Así lo demuestra claramente la industria petrolera, cuyo desarrollo, por más tres décadas, evidencia la falta de conciencia socioambiental.

Otro ejemplo es la contaminación por eliminación de desechos sólidos. Los municipios no tienen sistemas de tratamiento de desechos; simplemente los botan a los ríos (con excepciones en Loja, Zamora y El Oro); tampoco existen sistemas de tratamiento de aguas residuales."<sup>66</sup>

Varias son las industrias que perjudican al medio ambiente, no toman conciencia sobre la gravedad que la contaminación provoca a los diferentes ríos que sirven de abastecimiento de varias ciudades. Lo que ocasiona la inequidad en el reparto de agua potable.

Según el Ing. Juan Neira, "el agua de Quito se puede beber directamente de la llave, salvo en los casos en que el agua esté en contacto con tuberías viejas de hierro galvanizado que estén en mal estado o cisternas mal manejadas que no son limpiadas periódicamente."<sup>67</sup>

La contaminación del agua de la ciudad de Quito es ocasionada por varios factores que no permiten su normal consumo, lo que causa gran preocupación a los municipios y la población del Distrito Metropolitano. La falta de comunicación acerca de la importancia, cuidado y uso adecuado del agua hace que las distintas actividades humanas sean los causantes de contaminar los recursos naturales y del medio ambiente.

---

<sup>66</sup> CFR. MORENO, Verónica. Ecuador busca un manejo sostenible del agua. El Directorio Ecológico y Natural. 2005 [en línea]. <<http://www.ecoportat.net/content/view/full/44043/>> [consulta: 2 Enero 2010]

<sup>67</sup> REVISTA CAPITAL. Económica y sociedad en la Mitad del Mundo. El acceso al agua en Quito. Número 2. Quito. Febrero-Marzo de 2006. Pág. 15

El uso inadecuado de pesticidas, terminan con la vida de los ecosistemas acuáticos. Otros tóxicos contaminantes, como el desecho de sustancias químicas dañinas a los ríos, lagos, etc., y el uso de plaguicidas de cualquier tipo contaminan los suelos, las aguas subterráneas, y por ende los frutos que consume la gente ocasionando enfermedades y serios problemas en los seres vivos.

“El 3 de diciembre de cada año se conmemora el día mundial del no uso de plaguicidas y tiene por finalidad hacer un llamado a la reflexión y la toma de conciencia de la población mundial, sobre la grave crisis ambiental generada por el uso de plaguicidas a nivel global.”<sup>68</sup>

El manejo incorrecto de sustancias tóxicas constituye un gran problema para la gestión del agua potable en la ciudad, porque la continua contaminación es incalculable. Sin embargo, según el Ing. José Rivera, Gerente de Operaciones y Mantenimiento de EMMAP, “existen varios proyectos para que no escasee el agua en Quito como la presa Salve Faccha en la cordillera oriental, tiene una capacidad de 12 millones y medio de metros cúbicos para reservar y abastecer de agua, también está la presa La Mica que envía 1700 litros por segundo; desde el Río Pita, 1600 litros, mientras que Lloa y Pichincha envían a la planta del noroccidente 120 a 150 litros por segundo para incrementar el abasto a la ciudad de Quito.”<sup>69</sup>

Gracias a la fortuna de poseer agua en cualquier momento, los quiteños no concientizan sobre la importancia del agua y el desgaste que tiene este recurso cada día en el planeta, debido al inadecuado uso que da el hombre a este componente vital.

Sin embargo, la realidad es que varios ríos que cruzan la ciudad de Quito, están contaminados gracias a la acción del hombre, según el “Departamento de Gestión Ambiental de la Empresa Metropolitana de Alcantarillado y Agua

---

<sup>68</sup> PUENTE, Nancy. Revista Agua a Fondo. Uso de plaguicidas afecta al agua subterránea. Publicación FONAG. Quito- Ecuador. Marzo 2008. Pág. 5

<sup>69</sup> CFR. REVISTA CAPITAL. Económica y sociedad en la mitad del mundo. El acceso al agua en Quito. Número 2. Quito. Febrero-Marzo de 2006. Pág. 15

Potable de Quito, los ríos San Pedro, Machángara, Guayllabamba y Monjas están contaminados física, química y bacteriológicamente, lo que incide en todos los usos posibles de este recurso, con excepción de la utilización del recurso para la generación hidroeléctrica.”<sup>70</sup>

Entonces, es necesario prestar atención a las cuencas hidrográficas que ofrece la naturaleza, pues es responsabilidad de todos los ciudadanos como de las industrias, tomar medidas para evitar la contaminación de la naturaleza. Las personas deben adquirir mayor conocimiento sobre el manejo adecuado del agua. La educación ambiental se debe fomentar en la sociedad para prevenir la contaminación y proteger los recursos naturales.

“El agua es un bien nacional de uso público, un derecho humano fundamental e irrenunciable. El agua debe ser gestionada y administrada por entidades públicas y comunitarias, por tanto, no puede ser privatizada.”<sup>71</sup>

Los seres humanos deben agradecer el poseer este recurso que permite la supervivencia de la humanidad, pues el agua es un elemento natural que no se debe malgastar y descuidar, al contrario, se debe cuidar y disfrutar de manera consciente este recurso tan escaso y necesario. Hoy en día, el agua está amenazada por las empresas privadas, pues se ha convertido en un bien preciado. Referente a este tema, tanto la ciudadanía como el Estado no deberían permitir la privatización, ya que el agua es un recurso natural que pertenece a la comunidad y no de cualquier mercado.

Ante este contexto, el Ecuador se anticipa, según el artículo 7 de la Ley de Aguas (1996), indica que:

---

<sup>70</sup> CFR. PUENTE, Nancy. Revista Agua a Fondo. Plan de manejo de descontaminación hídrica. Publicación FONAG. Quito- Ecuador. Marzo 2008. Pág. 4

<sup>71</sup> BALAREZO, Daniela. Foro Recursos Hídricos, Mesa Pichincha. Revista Agua a Fondo. Contaminación afecta calidad de recursos hídricos. Publicación FONAG. Quito- Ecuador. Marzo 2008. Pág. 3

“Los recursos hídricos constituyen un bien nacional de uso público, de carácter estratégico del Estado Ecuatoriano. El dominio del Estado sobre el agua es inajenable, intransferible, inalienable e imprescriptible. Las aguas no son susceptibles de posesión o de cualquier otra forma de apropiación. El Estado ecuatoriano a través de los organismos competentes regulará su conservación y su buen uso”<sup>72</sup>.

El artículo 8 de esta misma Ley establece los principios generales para el manejo de los recursos hídricos, así:

- a) “El agua es un recurso vital, de utilidad y necesidad pública, de interés y seguridad nacional.
- b) La función social del agua es contribuir a la producción de alimentos y materias primas agropecuarias y apoyar el desarrollo de la economía campesinas, indígenas y afro ecuatorianas.
- c) La unidad de las cuencas hidrográficas, tomando en cuenta la división geopolítica del territorio, la conservación en cantidad y calidad, la protección del medio ambiente y la planificación hidrología integral.
- d) El tratamiento integral, descentralizado, coordinado de las cuencas hidrográficas, preservando los ecosistemas; tomando en cuenta los valores sociales, pluriculturales, ecológico, bajo los principios de eficiencia, equidad, participación y gestión social- comunitaria.
- e) Evitar el acaparamiento del agua y propender a la redistribución bajo criterios de equidad y justicia.
- f) La concertación popular mediante la participación y la gestión comunitaria.”<sup>73</sup>

Es importante que la ciudadanía esté al tanto de las Leyes establecidas por el Estado sobre este valioso elemento vital. La población debe tener en cuenta que el Estado es el encargado de satisfacer las necesidades del ser humano en

---

<sup>72</sup> DÁVILA, Eduardo. Estudios de la ciudad. Maestría en Gobierno de la Ciudad con mención en Desarrollo Urbano. La participación, eje del desarrollo urbano, en la dotación de agua potable y alcantarillado, en el Distrito Metropolitano de Quito, Flacso. Quito- Ecuador. 2008. Pág. 47.

<sup>73</sup> DÁVILA, Eduardo. Estudios de la ciudad. Maestría en Gobierno de la Ciudad con mención en Desarrollo Urbano. La participación, eje del desarrollo urbano, en la dotación de agua potable y alcantarillado, en el Distrito Metropolitano de Quito, Flacso. Quito- Ecuador. 2008. Pág. 47.

cuestión de abastecimiento de agua potable, por tanto, es trabajo y compromiso del ciudadano cuidar y proteger este recurso tan importante para evitar consecuencias en el futuro.

“La Organización Mundial de la Salud (OMS), editó en 2005 el documento *“Water for life. Making it happen”*, que analiza el acceso al agua potable de la población mundial, sobre todo en países en vías de desarrollo como el Ecuador y su relación con las enfermedades, y se extrae que 1.100 millones de personas no disponen de fuentes mejoradas de agua potable y que todas las semanas mueren alrededor de 42.000 personas a causa de enfermedades relacionados con la escasa calidad del agua y su falta de saneamiento, de las que más del 90% son niños menores de cinco años.”<sup>74</sup>

La mayor parte de la población no posee la necesaria información y conocimiento sobre el adecuado uso del agua, por lo cual, es momento que las diferentes entidades estatales conciencien sobre el adecuado uso del agua a la gente. Yaku, “Parque- Museo del Agua” como ya se ha mencionado, se interesa por el cuidado del Agua, y la importancia de esta en la vida de los seres vivos y de los humanos. A través de sus diferentes salas permite que las personas interactúen con las variadas actividades referentes al agua.

## **2.2 El uso adecuado del Agua**

El agua es vital para los seres vivos, esta afirmación que es conocida por el mundo evidencia la relevancia de este recurso, porque gracias a este se puede lograr varias actividades económicas, sociales y de uso personal. Los diferentes usos que propicia el agua son innumerables, sin embargo; los consumidores no aprecian este importante tesoro y la desgastan de manera inconsciente.

El hombre y el agua son fundamentales para el desarrollo de la vida humana, “el 65% del cuerpo humano está conformado por agua, y el 83% de la sangre es agua, a continuación el papel que desempeña el agua en el humano:

---

<sup>74</sup> MESTRE, Eduardo. Revista del Banco Interamericano de desarrollo el Agua. El agua, en cifras. México. Mayo 2008. Pág. 12

- Forma las partes líquidas de la sangre, y transporta el oxígeno del aire que respira y sustancias nutritivas hacia todo el cuerpo.
- Ayuda a mantener constante la temperatura del cuerpo a 37 grados.
- Forma parte de la saliva y las lágrimas.
- Lubrica las articulaciones.
- Por la orina, el excremento y el sudor elimina sustancias que ya no le sirven al cuerpo”<sup>75</sup>

Como se puede observar el papel que desempeña el agua en el organismo del ser humano es fundamental, pues sin agua el hombre no puede vivir; pues interviene en varias reacciones químicas de la función circulatoria del cuerpo. Además de agua para beber, los seres humanos utilizan agua en distintas actividades entre los principales son:

1) con fines de riego, 2) con fines de generación de hidroelectricidad, 3) y el abastecimiento de agua potable. Otros usos secundarios son los cultivos hidrobiológicos, turismo y embalses para obras hidráulicas.

### **1) Uso de riego**

“La superficie regable de la Hoya de Quito es de 109.200 Ha, de las cuales 79.300 Ha disponen de instalaciones completas de riego. Apenas el 14% corresponde al sector público y el resto es privado. El principal proyecto de riego público es la cuenca del Río Pisque. En lo que se refiere a riego particular existen 2.460 beneficiarios, de los cuales el FONAG (Fondo para la Protección del Agua) resalta que carecen de obras estables de captación y medición de

---

<sup>75</sup> ORDOÑEZ, Juan. Agua y saneamiento. Uso y manejo del agua. Cruz Roja Americana. Guatemala. Junio. 2002. Pág. 7

caudales. La gran cantidad de sistemas y el pequeño caudal genera ineficiencias, desperdicio. Existen varios problemas con los diferentes proyectos de los cuales sólo han regado menos del 50% de lo planificado.

## **2) Uso de Generación Hidroeléctrica**

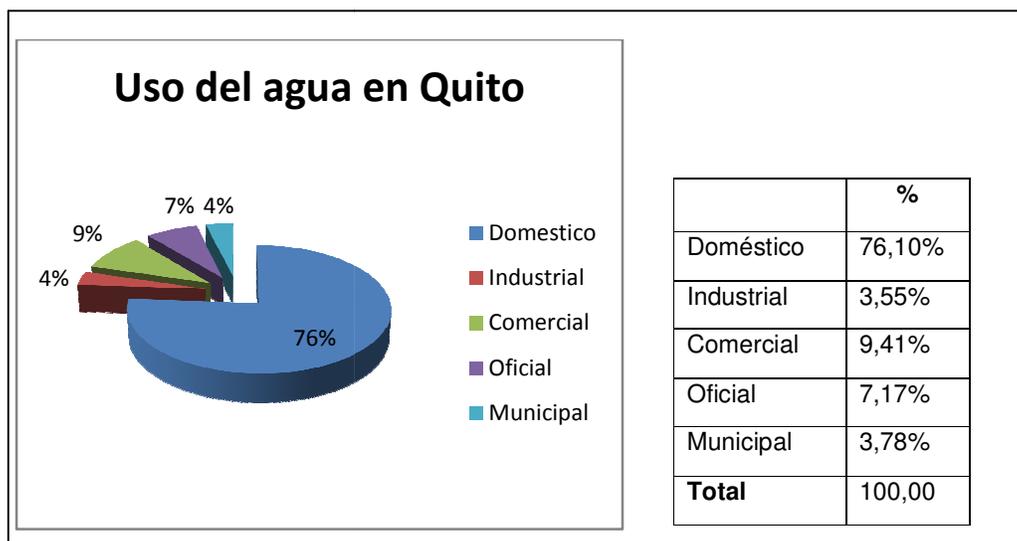
En la generación hidroeléctrica destaca la Empresa Eléctrica de Quito, dentro del sector público con los proyectos en Cumbayá, Guangopolo, Nayón, Los Chillós y Pasocha que representa el 6,02 % de la generación hidráulica del país.

En el sector privado existen en la zona 5 plantas autoproductoras. En la actualidad 11 proyectos con capacidad instalada, éstos no presentan problemas de competencia y según FONAG, deberían revisarse en función de los recursos previstos para agua potable para Quito. La Energía Hidroeléctrica consiste en aprovechar la fuerza de gravedad con que un flujo de agua corre en un cauce. Es un recurso renovable pues aprovecha el ciclo natural del agua. Actualmente la hidroelectricidad es el recurso renovable más importante en la generación de electricidad. Las centrales hidroeléctricas capturan la energía liberada por las precipitaciones de agua a una distancia vertical, y transforma esta energía en electricidad.

## **3) Uso de Agua Potable**

El sector del agua potable se encuentra encabezado por la Empresa Metropolitana de Alcantarillado y Agua Potable, (EMAAP- Quito). Según la EMMAP, la categoría de uso del agua potable se desglosa de la siguiente manera:

GRÁFICO: 2.6: USOS DEL AGUA



**FUENTE:** Evaluación del Agua en la Ciudad de Quito. Usos disponibles del agua del Distrito Metropolitano de Quito. [en línea] Quito- Ecuador. <<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/269/8/05.%20Evaluaci%C3%B3n%20del%20agua%20en%20la%20ciudad%20de%20Quito.pdf>> Pág. 47-51 > [consulta: 5 Enero 2010]

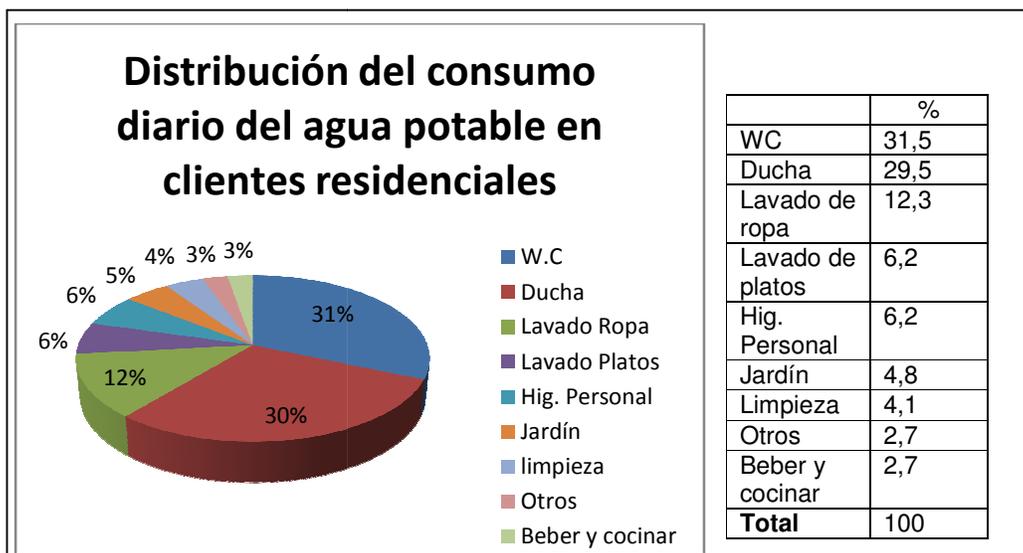
En cuanto se refiere a la estructura de consumo, se calculó que varios litros consume el ser humano por día. ”<sup>76</sup>

El agua en el país es un bien escaso y se está obligado a utilizarla racionalmente. La mayor parte del agua consumida es doméstico, 76,10%, industrial, 3,55%, Comercial, 9,41%, Oficial 7,17% y Municipal 3,78%.

Este cuadro explica que el hombre utiliza el agua para usos personales y domésticos, es evidente que el agua es directamente utilizable por el hombre para diferentes actividades diarias, por lo que es esencial detallar las acciones que el hombre realiza gracias al abastecimiento de agua potable a diario.

<sup>76</sup> Evaluación del Agua en la Ciudad de Quito. Usos disponibles del agua del Distrito Metropolitano de Quito. [en línea] Quito- Ecuador. <<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/269/8/05.%20Evaluaci%C3%B3n%20del%20agua%20en%20la%20ciudad%20de%20Quito.pdf>> Pág. 47-51 > [consulta: 5 Enero 2010]

### GRÁFICO: 2.7: DISTRIBUCIÓN DEL AGUA POTABLE



**FUENTE:** Evaluación del Agua en la Ciudad de Quito. Usos disponibles del agua del Distrito Metropolitano de Quito. [ en línea] Quito- Ecuador.<  
<http://bieec.epn.edu.ec:8180/dspace/bitstream/123456789/1098/6/10920CAP1.pdf>> [consulta: 5 Enero 2010]

El gráfico demuestra el consumo diario de agua potable del ser humano, la gente consume mayores cantidades de agua, en el uso del servicio higiénico, 31,5% y la ducha, 29,5% siendo más del 50% de uso personal, mientras que el resto de usos domésticos constituye el 30% por los ciudadanos. Es importante citar que sólo el 2,7% de la cantidad de agua utilizada es consumida por el ser humano. Una vez demostrada la importancia del agua, cabe decir que el agua es un bien necesario para el hombre, y por ende para los seres vivos.

El uso eficiente del agua, es una herramienta para proteger los diferentes ecosistemas de la naturaleza. De esta manera se garantiza indudablemente la subsistencia de este recurso natural en el futuro. Es momento que la población concientice sobre el cuidado del agua y se comprometa a cuidar los diferentes ecosistemas de la naturaleza, pues sin agua ni el hombre ni los seres vivos podrán sobrevivir en el mundo. El agua es fuente de vida, es importante que el Estado y el Municipio se interesen por brindar la información adecuada sobre el cuidado del agua a los ciudadanos para la preservación de este recurso vital.

## CAPÍTULO III

### YAKU “PARQUE MUSEO DEL AGUA”

Actualmente los museos son una de las instituciones de mayor acogida por parte de la sociedad, siendo uno de los principales lugares turísticos. Tanto si se dedican al arte, la ciencia o la historia, las exposiciones que organizan, interesan y enriquecen a sus visitantes en cualquier parte del mundo. Es importante citar que toda organización debe poseer una planificación para lograr cumplir con todo lo programado, por tanto, en este caso un museo, debe brindar ofertas de calidad y al mismo tiempo el compromiso de los responsables de asegurar los objetivos planteados.

En la ciudad de Quito hay una variedad de museos históricos, arqueológicos, de ciencias y de interacción con la sociedad; son una muestra clara de la gran diversidad de actividades artísticas y una considerable riqueza cultural con la que cuenta esta ciudad.

#### 3.1.- GENERALIDADES

Los museos en el Ecuador forman parte del Patrimonio Cultural tangible que tiene cada nación, pues estos constituyen uno de los medios más efectivos de proporcionar a la sociedad una educación cultural, creando espacios que testimonian la presencia diversa de la vida y del ser humano.

“Museo, es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio.”<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> HERNÁNDEZ, Francisca. Manual de Museología. Madrid, Editorial Síntesis, S.A, 1994, Pág. 69.

El museo es una forma de conocer las vivencias de los antepasados, experiencias que de una u otra manera, forman parte de la historia. El museo con sus esculturas, monumentos, actividades interactivas permite tener un contacto cercano y traslada a esos momentos históricos.

Según el ICOM (Consejo Internacional de Museos), “propone que los museos se conviertan en espacios que promueven el cambio, a través de actividades que fomenten la integración y el desarrollo social y cultural. La tendencia actual se orienta hacia los museos de comunidad o territorio, que vienen a constituirse en una peculiar visión de los ecomuseos.”<sup>78</sup>

Por tanto, el museo es un elemento cultural al servicio de la Comunidad que tiene como propósito el desarrollo y conocimiento cultural de la sociedad, a través de temáticas diferentes.

Un museo creativo es capaz de ordenar el mundo, ya que en el museo la memoria conduce a los visitantes hacia las fuentes de origen, deja de ser una memoria nostálgica para convertirse en memoria esperanzada en el futuro. El museo recuerda el pasado para no olvidar que el futuro también es importante.

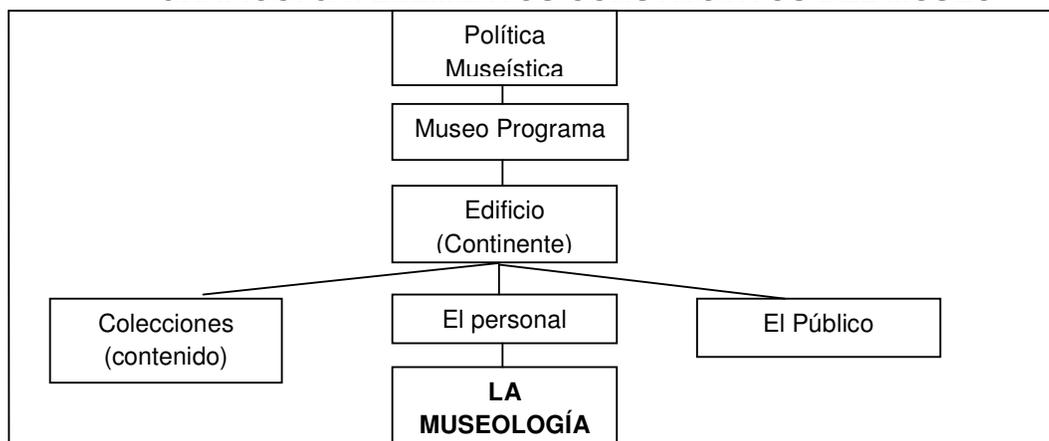
Es fundamental tener en cuenta que los museos no sólo ofrecen exposiciones e investigaciones culturales de la comunidad, sino que hacen que la comunidad obtenga intelecto intercultural y mejore las condiciones de vida.

El museo es asimismo el lugar en el que se exponen las interacciones entre la naturaleza y la cultura: son cada vez más numerosos los museos que presentan descubrimientos o avances en campos como: las ciencias, las ciencias naturales y las tecnologías.

Para tener más claro la evolución de los museos es importante conocer los diferentes elementos que propician el intercambio dialéctico entre el público y el museo.

---

<sup>78</sup> BAZANTE, Violeta. Manual de Procedimientos Documental para colecciones del Patrimonio Cultural. UNESCO. Representación para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela, 2008. Pág. 14

**GRÁFICO: 3.1: ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL MUSEO**

**FUENTE:** HERNÁNDEZ, Francisca. Manual de Museología. Madrid, Editorial Síntesis, S.A, 1994, Pág. 71.

“Dentro de esta política museística, el museo se concibe como la suma de contenidos (colecciones), continente (edificio) y personal (especialistas, administrativos, técnicos, subalternos, etc.) y externo (público). Según el ICOM (Comité Internacional de Museos), define Museología como una ciencia aplicada, la ciencia del museo, que estudia la historia del museo, su papel en la sociedad, los sistemas específicos de búsqueda, conservación educación y organización.”<sup>79</sup>

Al explicar estos diferentes conceptos, el museo denota gran importancia para la sociedad, puesto que las personas experimentan y obtienen grandes beneficios sobre el conocimiento histórico y cultural. La mayoría de las definiciones ya detalladas demuestran el rol que desempeña el museo, las edificaciones tienen un gran valor histórico, sin embargo; no siempre son adecuados para exponer al público, por lo que se recurre a su reconstrucción para su adecuado funcionamiento. Las diferentes colecciones forman parte importante en la estructura del museo, de igual manera, el personal constituye una parte fundamental en las diferentes áreas de trabajo y, por último, público al que se desea llegar, a través de diferentes herramientas de comunicación como: folletos, charlas, talleres, exposiciones, etc.

<sup>79</sup> HERNÁNDEZ, Francisca. Manual de Museología. Madrid, Editorial Síntesis, S.A, 1994, Pág. 71.

A continuación los diferentes museos que se encuentran en una sociedad.

### **3.2 CLASIFICACIÓN DE MUSEOS**

Para entender de mejor manera, el manejo de cada museo, es necesario reconocer y diferenciar al tipo de museo que se asiste, ya que cada museo tiene su manera propia de exponer al público y disposición de salas, es por esta razón que a continuación se detallan los diferentes tipos de museos.

Según la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) los museos deben agruparse en:

#### **1. – “Museos generalizados o polivalentes**

Poseen colecciones mixtas (patrimonio natural y cultural) y que no pueden ser identificados por una esfera principal.

Generalmente estos son los museos nacionales y algunos regionales que incluyen tanto a la historia natural y cultural de determinados territorios.

#### **2. Museos Comunidad**

Es un museo integral, orientado a que las comunidades se desarrollen en una relación armónica, responsable y comprometida con su patrimonio natural y cultural, a través de una metodología participativa.

#### **3. Monumentos y sitios en parques y reservas**

Poseen vestigios arqueológicos o históricos y se encuentran dentro de una zona natural, brindando una visión integradora respecto a la relación ser humano - naturaleza.

#### **4. Arte**

Son museos para la exposición de obras de bellas artes, artes gráficas, aplicadas y/o decorativas. Forman parte de este grupo los de escultura, galerías de pintura, museos de fotografía y de cinematografía, museos de arquitectura, comprendidas las galerías de exposición que dependen de las bibliotecas y de los centros de archivo.

## **5. Antropología**

Dedicados a la conservación y puesta en valor de las manifestaciones culturales que testimonian la existencia de sociedades pasadas y presentes. Aquí se incluyen a los museos de Arqueología.

## **6. Historia**

Su finalidad es la de presentar la evolución histórica de una región, país o provincia durante un periodo determinado o a través de los siglos. Incluye a aquellos de colecciones de objetos históricos y de vestigios, también, museos conmemorativos, museos de archivos, museos militares, museos de figuras históricas, entre otros.

## **7. Ciencia y tecnología**

Los museos de esta categoría se dedican a una o varias ciencias exactas o tecnológicas tales como astronomía, matemáticas, física, química, ciencias médicas, industrias de la construcción, artículos manufacturados, etc. También los planetarios y los centros científicos.

## **8. Monumentos y sitios**

Dedicados a la conservación y puesta en valor de obras arquitectónicas o esculturales que presentan especial interés desde un punto de vista arqueológico, arquitectónico, histórico, etnológico o antropológico.

## **9. Ciencias naturales**

Son museos para la exposición de temas relacionados con una o varias disciplinas: Biología, Geología, Botánica, Zoología, Paleontología, Ecología.

## **10. Parques nacionales y áreas afines**

Los museos verdes son las instituciones encargadas de velar por la protección del medio ambiente y que brindan un servicio al público con fines educativos y esparcimiento, situación que las define como museos.

## **11. Jardines botánicos zoológicos y acuarios**

La característica específica de estas entidades es la de exponer especímenes vivientes en el lugar.”<sup>80</sup>

Los diferentes tipos de museos demuestran la gran diversidad cultural o natural que existe en cada nación, porque facilita el aprendizaje y el compartir conocimientos con la gente que está alrededor. De igual forma, hace que el espectador elija las diferentes opciones que ofrece cada uno de los museos, las diferentes maneras de observar y conocer el pasado a través de distintas temáticas que conectan al visitante con la tecnología y cultura de una sociedad.

Sin duda, la acción más importante de la exposición es la comunicación entre el guía y el visitante, considerando que un mensaje mal comunicado no cumplirá con el objetivo deseado y se perderá interés sobre lo expuesto. Es muy importante que el personal del museo mantenga un contacto permanente con el espectador a través de exposiciones, talleres, carteleras y varias actividades divulgativas.

Los públicos a los que se enfocan los museos son variados y se encuentran detallados en el siguiente cuadro.

### **3.3 PÚBLICOS DEL MUSEO**

Los públicos de toda organización son importantes, ya que de ellos dependerá el éxito o fracaso de la entidad y en este caso del museo. El buen trato y la gran acogida al público serán objetivo de porvenir y sobrevivencia del museo, pues la calidad del servicio que ofrezca a los visitantes se verá reflejada en el logro de sus objetivos. Sin duda, el museo, tiene el trabajo de concientizar a sus públicos sobre los diferentes temas de la sociedad que facilite la comunicación y vinculación entre el personal, el visitante y el conocimiento. Por consiguiente, la capacidad de realizar reflexiones e intercambiar ideas positivas o negativas frente a un problema.

---

<sup>80</sup> ARPIN, R. Revista Digital. Nueva Museología. [en línea] <<http://www.nuevamuseologia.com.ar/clasificacion.htm>> [consulta : 14 noviembre 2 009]

Hoy en día, los diferentes museos han dado la debida importancia a su público objetivo, ya que a través de distintas estrategias logran fomentar el aprendizaje con el propósito de ampliar los conocimientos. El personal del museo debe requerir diferentes destrezas y habilidades para atraer al visitante, a través de una buena atención, creatividad, cortesía, facilidad de palabra y entendimiento, efectuando una comunicación efectiva con el público.

A continuación los diferentes públicos a los que puede ir enfocado un museo:

**TABLA: 3.1: CLASIFICACIÓN DE PÚBLICOS DE UN MUSEO**

SEGMENTO	PRODUCTO
Preescolar Educación Básica	Orientación- Información. <u>Juegos</u> . Salas de <u>Inducción</u> . Sala-Taller, interacción
Básica 1ª, 2ª, 3ª etapa	Visitas Guiadas. Juegos. Talleres. Videos. Paquetes Didácticos. Salas de Inducción.
Superior	Material Promocional. Catálogos. Visitas Guiadas. Cursos de Ampliación de Conocimientos. <u>Pasantías</u> . Asesorías a Docentes. Documentación. Información.
Turistas	Coleccionables. Folletería Bilingüe. Catálogos, Afiches. Visitas Guiadas Bilingües. Sala de Inducción.
Público en General	Catálogos. Talleres. Charlas. Conciertos. Videos.
Instituciones culturales, públicas, privadas y gremios profesionales	Visitas Guiadas. Catálogos, Afiches. Talleres. Conversión de Espacios, Préstamo de Mobiliario. Asistencia Técnica. <u>Eventos</u> Especiales.
Comunidad	Plaza del Barrio. Programa Comunidad y Museo. Eventos Especiales.
Representaciones diplomáticas locales	Catálogos, Afiches. Visitas Guiadas. Material Promocional. Conversión de Espacios, Préstamo de Mobiliario.
Patrocinantes, Públicos y Privados	Publicidad. Catálogos, Afiches. Visitas Guiadas. Material Promocional. Conversión de Espacios, Préstamo de Mobiliario. Asistencia Técnica. <u>Memoria</u> .
Medios de Comunicación	Material Promocional. Visitas Guiadas. Eventos Especiales. Asistencia Técnica.

**FUENTE:** GÓMEZ, Milagro. La Especialidad de la casa: Un Menú al Gusto del Cliente. [en línea] <<http://museosdevenezuela.org/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico014.shtml>> [consulta: 15 noviembre 2 009]

La diversidad de públicos exhibida, demuestra que se debe conocer y diferenciar a los visitantes, porque no todos tienen los mismos intereses y por ende no se los puede tratar de la misma manera. Sin duda alguna, el principal elemento es una comunicación efectiva entre el personal y el visitante para mantenerlo distraído e interesado en las distintas salas de exposición. Es cuando el personal debe lucirse e interactuar con cada recurso que ofrece el museo al visitante, por lo tanto, la calidad de servicio del museo y de los directivos se verán reflejados en la credibilidad del público.

La comunicación entre el personal y el público, debe ser clara y concisa para generar motivación e interés en el visitante, con el objetivo de satisfacer al cliente y crear la imagen intencional del museo.

Por consiguiente, es importante conocer al personal y las diferentes áreas de trabajo que hacen que el museo funcione y que mantenga una determinada estructura organizativa.

### **3.4 ORGANIZACIÓN DE UN MUSEO**

La organización interna de un museo es importante ya que es una entidad dirigida a la sociedad que debe tener una adecuada planificación de las diferentes áreas de trabajo. Por lo tanto, es fundamental que se establezcan las distintas acciones de trabajo, actividades que estén bajo la responsabilidad de profesionales, para lograr cumplir los objetivos deseados creando relaciones con los diferentes medios.

La organización de un museo tiene diferentes departamentos como se verá a continuación:

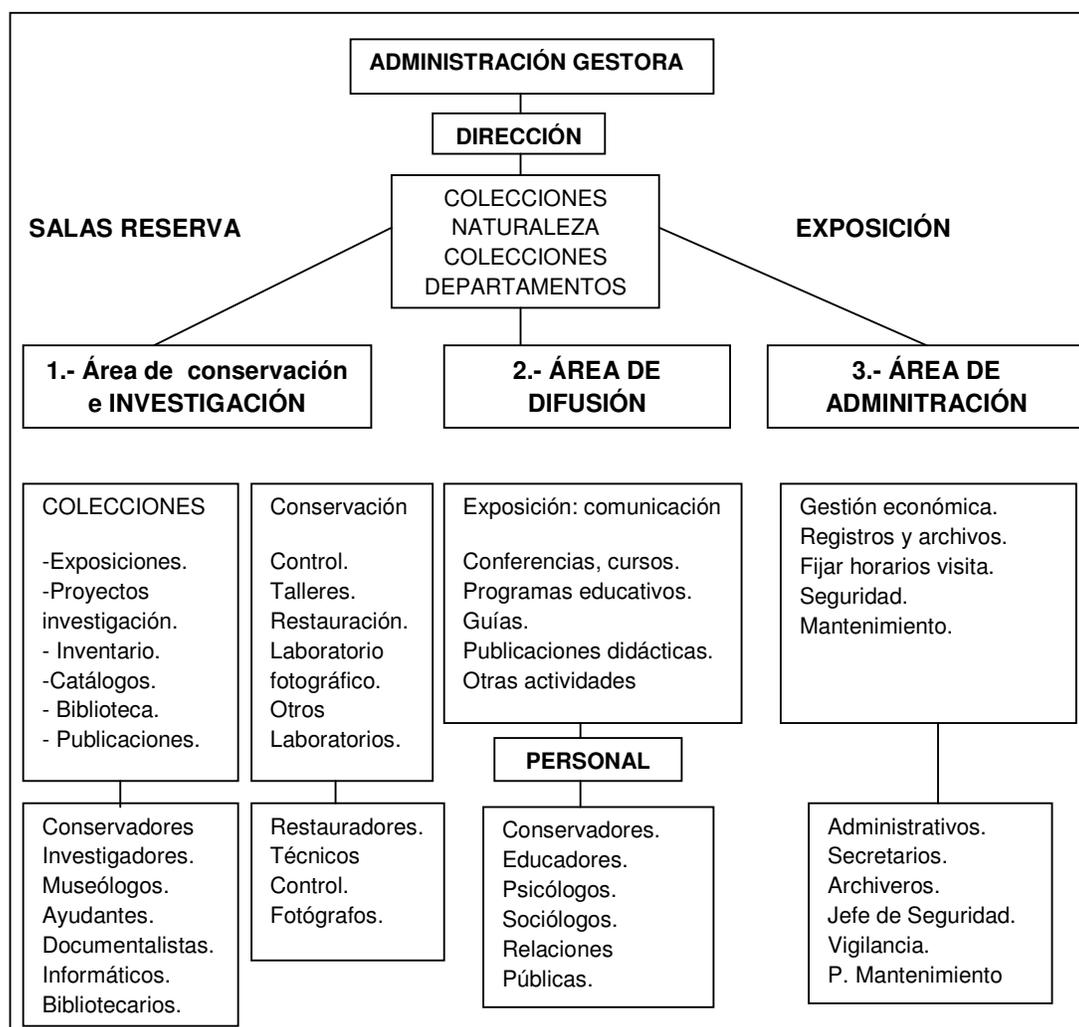
“El área de investigación, requiere una formación universitaria y una especialización en la disciplina que constituye el contenido del museo.

El área de Difusión se encuentra la acción cultural y educativa, su objetivo es la comunicación entre el museo y el público, requiere la presencia de psicólogos, sociólogos y relacionistas públicos.

El área de administración desarrolla todas las tareas burocráticas del museo mediante la gestión directa de los recursos materiales y humanos.<sup>81</sup>

En el siguiente cuadro se detalla cada actividad de las diferentes áreas de trabajo que se deben desarrollar dentro de un museo:

**GRÁFICO: 3.2: ORGANIZACIÓN DE UN MUSEO**



**FUENTE:** HERNÁNDEZ, Francisca. Manual de Museología. Administración, gestión y organización de los museos. Madrid, Editorial Síntesis, S.A, 1994, Pág. 111 - 113.

La figura anterior detalla todas las áreas de trabajo y las diferentes actividades a desarrollarse por el personal. La importancia de esta estructura organizativa representa el marco legal de los museos estatales; pero cabe recalcar que la

<sup>81</sup> HERNÁNDEZ, Francisca. Manual de Museología. Administración, gestión y organización de los museos. Madrid, Editorial Síntesis, S.A, 1994, Pág. 111 - 113.

mayoría de este tipo de museos no tiene el suficiente personal para realizar las diferentes funciones, impidiendo de esta manera que se cumpla con los objetivos planteados. Sin embargo, este cuadro ayuda al público interno a trabajar efectivamente y coordinar con los diferentes departamentos creando un buen clima laboral, es de suma importancia que el público externo perciba una imagen positiva y tenga en conocimiento de los diferentes y principales museos que se encuentran ubicados en el Ecuador.

### 3.4.1 MUSEOS DEL ECUADOR

Ecuador es un país privilegiado en recursos naturales, multiétnico, con gran riqueza cultural, natural y arqueológica; por su estratégica ubicación cuenta con una variedad de climas y una enorme biodiversidad, la exposición de diferentes lugares históricos y culturales; matizan importantes museos en las principales ciudades del Ecuador que destacan su arte, cultura, etnografía, con una riqueza impresionante y única desde el punto de vista cultural, histórico, arqueológico y natural.

**TABLA: 3.2: PRINCIPALES MUSEOS DEL ECUADOR**

<b>AZUAY</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Museo Etnográfico Nacional Banco Central</li> </ul>	El museo se complementa en los Jardines del Inca, imponente reconstrucción andina, en los andenes de las ruinas de Pumapungo.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Museo Azuayo de folklore</li> </ul>	Ubicado en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, expone colecciones de historia, etnología, numismática, artesanía y folklore.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Museo de las Artes Populares de América</li> </ul>	Contiene las muestras de 5000 piezas de artesanías, con diseños propios y tradicionales del Ecuador y varios países de América en cerámica, textiles, etc.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Museo del Monasterio de las Conceptas</li> </ul>	El museo demuestra la mayor parte de los dotes que las aspirantes a religiosas ofrecían a su ingreso a la congregación.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Museo Municipal</li> </ul>	Es el museo guarda en su interior una gran reserva de piezas arqueológicas.

Remigio Crespo Toral	
• Museo de Ciencias Naturales y Arqueología Benigno Malo	Se exponen colecciones de arqueología, numismática, mineralogía, zoología, cosmología y geología histórica.
• Museo Arqueológico Manuel Agustín Landívar	Se exhiben muestras arqueológicas y de arte, etnografía, escultura y otros.
<b>GUAYAS</b>	
Museo Ecuador	Predominan las colecciones de arqueología y Ciencias Naturales.
• Museo Arqueológico del Banco del Pacífico	Presenta una interesante colección de muestras de cerámica de las culturas aborígenes del Ecuador.
• Museo Nahim Isaías Barquet	El Museo guarda la expresión del arte en América durante los siglos XVII, XVIII y XIX.
• Museo Municipal de Guayaquil	Es el más antiguo del Ecuador, apetejada por pintores para exponer sus obras como arqueológicas, etc.
<b>MANABÍ</b>	
• Museo del Banco Central de Manta	Exposición de las diferentes culturas la Manteña y la Jama Coaque, con sus respectivas leyendas y un templo de objetos de las culturas prehispánicas.
• Museo Municipal Casa de Alfaro	Museo Eloy Alfaro. Sital donde reposan objetos valiosos como busto de Eloy Alfaro, vestimenta, archivos, fotografías familiares del General.
• Museo de Bahía de Caráquez	Muestra los orígenes de las culturas Caras, Jama y Coaques.

**FUENTE:** VÁSQUEZ, Gustavo. Guía Turística y Ecológica. Ecuador en la Mitad del Mundo. Quito, Editorial Voluntad, 2005, Págs. 235- 368.

La variedad de museos que se pueden encontrar en Ecuador es enorme, existe una gran diversidad de lugares y espacios interesantes que tiene el país permite que se exponga de mejor manera el arte, la cultura que tiene cada museo.

La capital de Ecuador es la ciudad de Quito, lugar donde se encuentra el Gobierno Nacional, cuenta con diferentes lugares históricos mostrando el arte colonial y ofreciendo a los ciudadanos una variedad de tradición cultural, por tanto, es fundamental conocer los principales museos de Quito.

### 3.4.1.1 MUSEOS DE QUITO

La ciudad de Quito cuenta con **museos** históricos, arqueológicos, artísticos de pintura e interactivos que permiten que la gente tenga un contacto más profundo con la rica cultura ecuatoriana. En el centro histórico de Quito es donde se encuentran la mayoría de museos, iglesias, conventos, restaurantes, monasterios, hoteles, por lo que hace que este lugar sobresalga y sea notable para todos los turistas y quiteños, por la gran historia que tienen sus calles, su arquitectura y la estética que lo caracteriza.

En noviembre de 1978, Quito fue declarado por la UNESCO como la herencia "Cultural de la Humanidad", ya que aquí se reflejan grandes historias culturales y de arte que caracterizan a Quito.

La declaración señala: "Quito forma un ensamble sui generis armónico, donde las acciones del hombre y la naturaleza se han juntado para crear una obra única y trascendental en su categoría"<sup>82</sup>.

**TABLA: 3.3: MUSEOS PRINCIPALES DE QUITO**

MUSEOS	DESCRIPCIÓN
Museo de la Ciudad	Expresa la historia cotidiana de la ciudad desde la época aborigen hasta el siglo XX.
Museo Nacional de Arte Colonial	Muestras de obras de arte religioso y colonial de Quito.
Museo del Convento San Francisco	Allí se albergan 4 mil objetos, entre esculturas, lienzos y muebles de la época colonial.
Museo Convento San Diego	Tiene lienzos, esculturas y donaciones de la Escuela Quiteña del siglo XVIII.
Museo Militar La Casa de Sucre	Exhibe los vestidos, muebles y recuerdos de la guerra de Mariscal de Ayacucho y de su esposa.
Casa Museo María Augusta Urrutia	Cuenta con una colección de las etapas del arte ecuatoriano del siglo XX.
Museo Casa de la Cultura Ecuatoriana	Contiene una variedad de colecciones de diferentes artistas ecuatorianos.
El Museo del Banco Central	Varias Salas Temporales abiertas con arte ecuatoriano y universal.

<sup>82</sup> Quito, Distrito Metropolitano. Patrimonio Cultural [en línea] < [http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=80&Itemid=92](http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=80&Itemid=92) [consulta: 16 noviembre 2 009]

Museo Franciscano Fray Pedro Gosseal	Tienen 250 obras pictóricas, casi todas de la Escuela Quiteña.
Museo Nacional de Arte Contemporáneo	Este museo expone muestras sobre La Revolución Quiteña, cuyo bicentenario se celebra en la ciudad en agosto de cada año.
Museo Casa de Benalcázar	Es una galería de arte colonial en donde se guardan obras importantes.
Fundación Guayasamín	Este museo de gran alcance exhibe las colecciones de arte de Oswaldo Guayasamín, uno de los artistas más famosos de Ecuador.
Yaku, Parque- Museo del Agua	Los visitantes podrán disfrutar de un espacio recreativo y educativo que propicia el cuidado de este importante líquido vital.
Museo Interactivo de Ciencias	Es un museo interactivo, busca la democratización de la ciencia y la tecnología.

**FUENTE:** Gustavo Vásquez Méndez. Gerente General Productora Turística GV & TOUR. Quito- Ecuador, 2005. Página 235

En el anterior cuadro se detalla que la ciudad de Quito cuenta con una diversidad de lugares de interés social, ya que es rica en diferentes atractivos turísticos que están a la disposición del turista. Quito tiene en sus calles, conventos, monumentos, iglesias, bibliotecas, museos, las historias de la conquista española, que posee una variedad de leyendas, historia y tradiciones, que constituyen los imaginarios de esta gran ciudad.

Cada museo tiene su propia esencia ya que cada uno desempeña un papel muy importante para los quiteños, pues muestra la historia clara de nuestros antepasados, trasladándonos a esa época. La mayoría de los museos en Quito son arquitectónicos, culturales y artísticos que demuestran el arte que existe en la ciudad y los grandes exponentes que forman parte de nuestra historia. Cabe recalcar que también cuenta con museos interactivos que están a disposición de la sociedad como se especificará a continuación.

### 3.4.1.2 MUSEOS INTERACTIVOS EN LA CIUDAD DE QUITO

Los museos forman parte de toda nación y por ende del ser humano, hoy en día, varios son los tipos de museos a disposición de la sociedad, entre estos se encuentran los museos interactivos que son espacios educativos de carácter interactivo, en su mayoría tratan temas de ciencias, tecnologías y del medio ambiente a través de objetos, máquinas que permiten al espectador manipularlos y así aprender de una manera divertida.

Según Umberto Eco, “el museo lúdico e interactivo es donde el público participa activamente y se le ofrece la oportunidad de manipular diversas máquinas y aparatos técnicos y científicos.”<sup>83</sup>

Los museos interactivos son el futuro de la sociedad, la interacción es un importante medio de aprendizaje de las personas, está permite que el visitante experimente el conocimiento a través de distintas maneras a las acostumbradas. De cierta forma, el museo interactivo es una experiencia contraria al museo tradicional, ya que logra que el visitante aprenda de una manera distinta y divertida, pues es un recurso didáctico de fácil aprendizaje, que permite tener un contacto a través de juegos, talleres, etc.; que son de suma importancia para contribuir con ideas, compartir experiencias que llenan de expectativas intelectuales positivas. Por lo tanto, el visitante tiene la oportunidad de asimilar y comprender de rápida y mejor manera obteniendo una mejor comunicación.

Según, María Mercedes Jaramillo, ex Directora de la Fundación Museos de la Ciudad, “los museos interactivos constituyen un complemento para reforzar la educación formal, ya que el juego es la principal actividad del ser humano para su propia supervivencia natural y biológica. Jugar hace que las personas alcancen equilibrio entre cuerpo y espíritu.”<sup>84</sup>

---

<sup>83</sup> HERNÁNDEZ, Francisca. Manual de Museología. Evolución histórica del concepto de museo. Madrid, Editorial Síntesis, S.A, 1994, Pág. 77.

<sup>84</sup> VEGA, Gina. Revista Capital. Economía y Sociedad en la Mitad del Mundo. Museos Interactivos una divertida manera de aprender, categoría Sociedad. Gráficas Ayerve. Agosto 2009. Págs.78-79.

Los museos interactivos están a disposición de todo el público, ya que no importa la edad; además los niños pueden aprender de una manera divertida y diferente pues asimilan lo que están haciendo y no solo con lo que miran.

Estos museos ofrecen a todo el público salas de diversión con un método de aprendizaje y esparcimiento, con el objetivo de difundir la información y transmitir la cultura entre todos los espectadores.

Sin duda, la comunicación es muy importante en estos museos, ya que al comunicar con efectividad se logrará el objetivo deseado y la comprensión del visitante, a través de los diferentes equipos de simulación existentes en el museo.

Cabe recalcar que los niños son un público prioritario, porque este tipo de público es uno de los que más acude a los museos interactivos.

Según la Asociación Americana de Museos, un museo interactivo infantil es “una institución comprometida para servir las necesidades e intereses de los niños ofreciendo exhibiciones y programas que estimulan la curiosidad y motivan el aprendizaje. Los museos para niños están organizados y son instituciones no lucrativas, su propósito esencial es la educación con un equipo profesional, utilizando objetos y están abiertos al público en un horario regular.”<sup>85</sup>

El museo interactivo para niños es importante, pues el contacto humano fomenta el desarrollo del aprendizaje, este a través de varias técnicas de divulgación, máquinas manipulables, objetos, etc.; permiten que los niños aprendan jugando.

Por lo tanto, es importante conocer las diferentes formas de aprendizaje del desarrollo infantil desde la edad de 3 a 11 años, ya que esto favorecerá la implementación de actividades lúdicas en el museo.

“Entre las edades de 3 y 6 años, la información debe llegar presentada en forma simple, especialmente por las vías visuales y táctiles. Utilizar paneles con dibujos simples, la ayuda audiovisual sería de gran utilidad, es necesario diseñar

---

<sup>85</sup> LORD, Barry y LORD Gail. Manual de gestión de museos. Barcelona. Editorial Ariel, S.A, 1998, Pág. 183

varios sets de diapositivas o de videos con ideas simples y muy concretas, con una duración no mayor de 10 minutos con el fin de que la atención se mantenga estable, que sea atractivo, en colores, con movimientos.

Para niños de esta edad, la información verbal, debería basarse en las preguntas que haga al niño. Sin embargo, para el niño cuya edad entre los 6 y 11 años el nivel de explicaciones visuales y verbales puede ser más complejo. Es conveniente arreglar en los museos salas de diversión para los niños con el objetivo de que se pueda tocar, pintar, dibujar y jugar, para que se pueda aprender jugando”<sup>86</sup>

La motivación del niño es muy importante puesto que de esta manera se siente a gusto en las exposiciones del museo, ya que muchas veces las salas tradicionales son cansadas, aburridas, etc.; mientras que la intervención y el buen uso de salas interactivas hará que el niño se sienta con ganas de aprender, eliminando el hielo entre las personas, y entre el visitante y la exposición.

“La motivación es el proceso responsable del deseo de un individuo de realizar un gran esfuerzo para lograr los objetivos organizacionales, condicionado por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual.” <sup>87</sup> .

En la actualidad la ciudad de Quito, cuenta con pocos museos interactivos dirigidos hacia públicos infantiles, estos museos de carácter interactivo que permiten el contacto táctil con elementos expuestos en las salas. A pesar de la importancia de estos museos, muchos quiteños desconocen sobre la existencia de estos medios culturales en la ciudad. Yaku, “Parque- Museo del Agua”, es uno de los museos interactivos que se encuentra en el Distrito Metropolitano de Quito, es un museo que se halla asentado en una zona histórica. Yaku, es un

---

<sup>86</sup> CFR, OTERO, Regina y SALAMERO, Elsa. Museología y Patrimonio Cultural. La planeación de programas dirigidos a los niños en los museos. Proyecto Regional de Patrimonio Cultural. Bogotá, 1980. Págs.87-89

<sup>87</sup> ROBBINS, COULTER. La Motivación. Administración. Octava Edición, Pearson Educación. México. 2005. Pág. 392.

lugar de aprendizaje informal que cuenta con varias salas de exposición que responden a un contexto real.

A continuación se detalla los museos interactivos que se encuentran en Quito

**TABLA: 3.4: MUSEOS INTERACTIVOS EN QUITO**

MUSEOS	DESCRIPCIÓN
<p><b>1.- Museo Interactivo de Ciencia, MIC</b></p>	<p>“Abrió sus puertas desde el 18 de Diciembre del 2008, se puede comprender más sobre la naturaleza, la ciencia, la tecnología e inclusive el desarrollo textil. Sus tres salas de exposición permanente (Sala Guaguas, Sala Mente y Museo de Sitio) y una de exposición temporal (Ecuador Agua) componen este mágico y colorido lugar que acoge a niños, jóvenes y adultos con deseos de conocer poniendo a prueba sus sentidos.</p>
<p><b>2.- Yaku- Parque Museo del Agua.</b></p>	<p>Abrió sus puertas el 6 de Diciembre del 2005, en donde se puede disfrutar de un espacio recreativo y educativo que propicia el cuidado de este importante líquido vital. Aquí se podrá visitar espacios interactivos como “El agua llega a mi casa” “Sala Burbujas” “Sala agua viva”, las fuentes de agua y enormes espacios verdes.</p>
<p><b>3.- Museo Nacional de Arte Contemporáneo</b></p>	<p>Abrió sus puertas en agosto del 2008. Funciona en el antiguo Hospital Militar, en el barrio San Juan. Los primeros 14 meses de su funcionamiento han sido dedicados a exponer muestras interactivas sobre La Revolución Quiteña. „<sup>88</sup></p>

**REALIZADO POR:** Cristina Mancheno.

Por tanto, existen pocos museos interactivos, de los cuales se desconoce su existencia. Quito debería impulsar la presencia de este tipo de museos que ayudan a fortalecer los conocimientos de manera interactiva y divertida que involucrando al visitante con lo expuesto, permitiendo que obtenga un aprendizaje a través del juego. Los museos MIC y Yaku se encuentran dirigidos por la Fundación Museos y la Alcaldía Metropolitana de Quito, financiados por la Corporación Vida para Quito y el Fondo de Salvamento (FONSAL), mientras que Museo Nacional de Arte Contemporáneo está sustentado por la Alcaldía de

<sup>88</sup> Museos del Ecuador. Museo Interactivo de Ciencia. Yaku- Parque Museo del Agua. [en línea] <[http://www.goecuador.com/calendarioactividades/index.php?blog=19&title=museo\\_interactivo\\_de\\_ciencia&more=1&c=1&tb=1&pb=1](http://www.goecuador.com/calendarioactividades/index.php?blog=19&title=museo_interactivo_de_ciencia&more=1&c=1&tb=1&pb=1)>[consulta: 22 noviembre 2 009]

Quito y el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural (FONSAL) que con una inversión aproximada de 2 millones de dólares rehabilitó el antiguo Hospital Militar.

### **3.5 YAKU- PARQUE MUSEO DEL AGUA**

#### **3.5.1 HISTORIA**

Es uno de los museos interactivos que se encuentran en la ciudad de Quito, este tipo de museo incentiva el conocimiento en la gente a través de la vivencia personal, dando lugar a un público más participativo con el propósito de obtener un conocimiento didáctico. Yaku – Parque Museo del Agua, “se encuentra ubicado en el histórico barrio de El Placer, sobre los primeros tanques de recolección y purificación de agua de la ciudad (1913). La idea surge como una recomendación del proyecto Laderas del Pichincha y de la Corporación de Salud Ambiental “Vida para Quito”, en coordinación con la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito, para la concienciación ciudadana sobre la necesidad de preservar las quebradas del Pichincha y de mejorar la calidad de vida en la ciudad. En diciembre del 2003, se suscribe un convenio de Cooperación Interinstitucional para la construcción del nuevo museo. Ese mismo año se encarga al MUSEO DE LA CIUDAD la elaboración del guión museológico que dé cuenta de los contenidos conceptuales, la propuesta pedagógica y el planteamiento museográfico a fin de poner en funcionamiento el Proyecto Cultural denominado YAKU, PARQUE-MUSEO DEL AGUA. Actualmente Yaku, Parque-Museo del Agua, está diseñado por una estructura metálica y de vidrio de 2.365 m<sup>2</sup> de construcción, cuenta con una vista privilegiada del Centro Histórico de Quito. ”<sup>89</sup> Este gran proyecto está al alcance de la ciudadanía quiteña y del turista en general, de esta manera, incita a las nuevas generaciones a protagonizar de distintas maneras el aprendizaje mediante la diversión y el juego. Quito al contar con un museo lúdico, permite que la sociedad se incentive y obtenga conciencia sobre el cuidado del agua mediante el contacto con el medio ambiente.

---

<sup>89</sup> FUNDACION MUSEOS. Página Web Yaku, Parque- Museo del Agua. [en línea] <[http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia\\_yaku.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia_yaku.html)> [consulta: 22 noviembre 2009]

### 3.5.1.1 FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD

Entonces, es fundamental hablar sobre la institución que sustenta este museo, “la Fundación Museos es una persona jurídica de derecho privado, con finalidad social, sin fines de lucro, que tiene como función y responsabilidad principal participar en la educación ciudadana y contribuir en la promoción, desarrollo y gestión cultural en el Distrito Metropolitano de Quito, y por encargo de la Ilustre Municipalidad de la Ciudad, la administración de los Museos de la Ciudad y de otras instancias y o responsabilidades que se conviniera. Son miembros de la Fundación: El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural FONSA, la Empresa Metropolitana de Alcantarillado y Agua Potable EMAAP-Q, la Corporación de Salud Ambiental "Vida para Quito". Su labor se orienta a establecer fortalecer y promover la actividad de los museos (Museo Interactivo de Ciencia, Yaku Parque Museo del Agua y Museo de la Ciudad). ”<sup>90</sup>

#### **Misión**

Impulsar, dinamizar y coordinar la acción cultural y educativa de los museos de la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito, mediante la interacción con instituciones culturales, nacionales e internacionales

#### **Visión**

En el 2015 la Fundación Museos es: el principal referente institucional en el ámbito cultural, como importante centro de gestión y formación museológica y de producción de exhibiciones educativas en el Ecuador.

---

<sup>90</sup> FUNDACIÓN MUSEOS. Página Web. Yaku, Parque- museo del Agua. [en línea] <[http://www.fundacionmuseosquito.gov.ec/paginas/quienes\\_somos.html](http://www.fundacionmuseosquito.gov.ec/paginas/quienes_somos.html)> [consulta: 22 noviembre 2 009]

### **3.5.1.2 NORMATIVAS DE LA FUNDACIÓN MUSEOS (Yaku, “Parque- Museo del Agua”)**

Cumplir las leyes del Estado es deber y responsabilidad de las organizaciones del sector privado y público, para obtener beneficios y resultados en el futuro.

Por este motivo, los artículos que sustentan a Yaku, “Parque – Museo del Agua” se encuentran detallados en el anexo # 1.

### **3.5.1.3 FINANCIAMIENTO**

El financiamiento de una organización es sumamente importante, porque es una herramienta administrativa esencial, la cual define que la organización sobreviva, de este modo; la efectividad operacional y financiera se regirá en el cumplimiento de las diferentes leyes obligatorias, en este caso el museo es una organización sin fines de lucro. Yaku, “Parque – Museo del Agua” es un proyecto que ha sido posible gracias a las donaciones voluntarias del 25% del impuesto a la renta que realizan los contribuyentes en beneficio de los proyectos ambientales de Quito.

“El presupuesto se alimenta de la recaudación de impuestos, ingresos del Gobierno Nacional, aportes del 2% del FODESEC, Ley Especial del 15% de participación en el Presupuesto del Estado, así como otros que se canalizan como aportes para obras específicas.”<sup>91</sup>

Cabe resaltar que el presupuesto también es fundamental, debido a que es uno de los pasos de la planificación, que rige en cumplir con los objetivos deseados de la entidad en un determinado tiempo. Elaborar un presupuesto verdadero logrará impedir el riesgo de crisis en la organización.

---

<sup>91</sup> DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, [en línea] <[http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=113&Itemid=1](http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=113&Itemid=1)> [consulta: 28 noviembre 2009]

Por esta razón, la Fundación Museos de la Ciudad realiza cada año un resumen general de ingresos y egresos de los distintos museos, que se encuentra plasmado en el anexo #2.

A continuación se detalla cómo está compuesto el patrimonio según el Reglamento Interno de la Fundación Museos:

### **DE LOS BIENES Y PATRIMONIO**

**Art. 13.-** El patrimonio de la Fundación se halla constituido por:

- a) “Los aportes iniciales de los miembros y las aportaciones ordinarias y extraordinarias de conformidad con las resoluciones que sobre este particular adopte la Asamblea. Se admitirá que por cuotas ordinarias y extraordinarias se entreguen bienes por montos equivalentes., siempre que los mismos sean útiles para el cumplimiento de los fines y objetivos de la Fundación y que su valorización, sea objetiva, fundamentada en referencia de valores del mercado.
- b) Por las asignaciones que reciba de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.
- c) Por las donaciones, legados, herencias que se realicen a su favor.
- d) Por los bienes muebles e inmuebles que adquiera a cualquier título.
- e) Por los ingresos que provenientes por cualquier concepto.

Los bienes de la Fundación no pertenecen a ninguno de sus miembros.”<sup>92</sup>

#### **3.5.1.4 ORGANIGRAMA**

El organigrama es fundamental para toda organización, pues resalta la importancia de cada área de trabajo facilitando el desarrollo de las actividades de los empleados y debe reflejar el desarrollo de la organización. “Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las

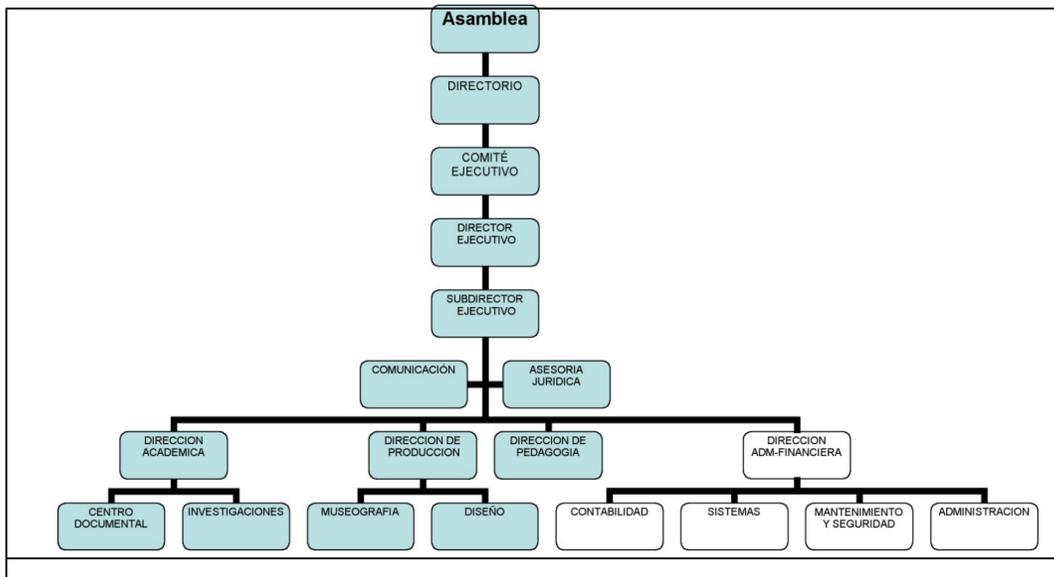
---

<sup>92</sup> FUNDACION MUSEOS, Página Web , [en línea] <[http://www.fundacionmuseosquito.gov.ec/paginas/pdf/reg\\_interno.pdf](http://www.fundacionmuseosquito.gov.ec/paginas/pdf/reg_interno.pdf)> [consulta: 26 noviembre 2009]

áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría”<sup>93</sup>

A continuación la distribución formal de cada departamento de la Fundación Museos e incluido Yaku, “Parque- Museo del Agua”.

**GRÁFICO: 3.3: ORGANIGRAMA DE LA FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD**



**FUENTE:** Página Web de la Fundación Museos de la Ciudad

El organigrama de la Fundación Museos es mixto, puesto que utiliza los diferentes tipos verticales y horizontales, porque cuenta con una cantidad considerable de áreas de trabajo en el segmento administrativo, de este modo, la comunicación trasciende de forma más efectiva con los diferentes departamentos, impidiendo que se formen filtros. Los diferentes departamentos están divididos por áreas, las cuales constan de un director; quien es el encargado de supervisar y controlar las funciones de las personas que se encuentran bajo su cargo.

<sup>93</sup> Iván Thompson, PROMONEGOCIOS.NET. Tipos de organigramas [en línea], <<http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>> [consulta: 23 noviembre 2009].

En el organigrama se maneja una relación de coordinación que tiene por objeto interrelacionar las actividades que realizan las diversas áreas de la organización, a fin de conformar un todo.

Una vez explicada toda la información y vinculación entre la Fundación Museos de la Ciudad y Yaku, “Parque- Museo del Agua”, es importante hablar sobre el museo del agua.

A continuación se muestra las instalaciones principales de Yaku, “Parque- Museo del Agua”:

**GRÁFICO: 3.4: INSTALACIONES DE YAKU, “PARQUE- MUSEO DEL AGUA”**



**GRÁFICO: 3.5: MUSEO DEL AGUA**



**FUENTE:** Fotografía tomada por Cristina Mancheno E.

Para ingresar al museo se lo hace a través de la puerta principal que se encuentra junto a la caceta de los guardias (gráfico 6), enseguida está la boletería junto a unos botes de reciclaje de papel y plástico (gráfico 7); actualmente el museo no cuenta con un parqueadero por cuestión de espacio ocasionando molestias a los visitantes (gráfico 8).



Gráfico: 6



Gráfico: 7



Gráfico: 8

### 3.6.1.- ACCESO

“Se puede acceder a través del sistema de transporte Metrobús Q - Corredor Universitario. Desde la estación SEMINARIO MAYOR de la Av. América y Av. Colón, se toma el alimentador “El Placer” que va directamente hasta la puerta del museo.”<sup>94</sup>

<sup>94</sup> Página Web. Yaku, Parque- Museo del Agua. [en línea] <[http://images.google.com/ec/imgres?imgurl=http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/images/plano%2520yaku%2520ampliado.jpg&imgrefurl=http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/informaciones\\_utiles.html&usg=\\_\\_5JzBDAHw2tTh\\_zGlgATTHYgKA8o=&h=2362&w=2005&sz=1188&hl=es&start=14&tbnid=Aq6KnZP16r3weM:&tbnh=150&tbnw=127&prev=/images%3Fq%3DLOGO%2BDEL%2BMUSEO%2BYAKU%26gbv%3D2%26hl%3Des%26sa%3DG](http://images.google.com/ec/imgres?imgurl=http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/images/plano%2520yaku%2520ampliado.jpg&imgrefurl=http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/informaciones_utiles.html&usg=__5JzBDAHw2tTh_zGlgATTHYgKA8o=&h=2362&w=2005&sz=1188&hl=es&start=14&tbnid=Aq6KnZP16r3weM:&tbnh=150&tbnw=127&prev=/images%3Fq%3DLOGO%2BDEL%2BMUSEO%2BYAKU%26gbv%3D2%26hl%3Des%26sa%3DG)> [consulta: 26 noviembre 2009].



### 3.6.2 RASGOS DE IDENTIDAD DE YAKU

#### “MISIÓN

Ser un espacio de encuentro que propicia la construcción colectiva de conocimientos, valores y afectos sobre el patrimonio agua, como legado estratégico, a través de la producción de muestras que contribuyan al fortalecimiento de la ciudadanía.

#### VISIÓN

Hasta el 2015 Yaku, Parque-Museo del Agua es: un centro destacado de encuentro, análisis y reflexión sobre la temática del agua nivel mundial, pionero en la producción y acogida de muestras; y, un modelo de gestión cultural.”<sup>95</sup>

#### VALORES:

- Honestidad
- Trabajo en equipo
- Puntualidad

#### POLÍTICAS:

- Solidaridad
- Seguridad
- Servicio a la comunidad
- Compromiso con la sociedad
- Responsabilidad social
- Medio Ambiente

---

<sup>95</sup> FUNDACION MUSEOS. Página Web Yaku, Parque - Museo del Agua [en línea] <[http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/mision\\_vision.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/mision_vision.html)> [consulta: 23 noviembre 2009]

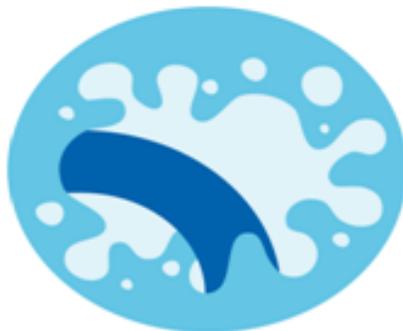
### 3.7 IMAGEN CORPORATIVA

#### 3.7.1 IDENTIDAD VISUAL



#### Logo

El logotipo hace referencia al ciclo del agua, se representa icónicamente con una corriente de agua que connota la relación del hombre, el agua y la naturaleza. El agua esparcida, está limpia, imprime “vida”.



En el centro del isotipo se encuentra la letra “Q”, que representa al actual logotipo del Municipio Metropolitano de Quito.

#### Colores



Los colores corporativos son el azul, turqueza y blanco. El azul es utilizado para crear una imagen limpia, fresca y dentro del contexto representa el agua, el cielo y el mar siempre limpios y por lo tanto cuidados. Además, el azul es símbolo de integridad, estabilidad, respetabilidad, formalidad, el turqueza denota el refrescante y relajante océano, es un color envolvente, y tranquilizante. Mientras que el blanco se utiliza como base para resaltar los colores corporativos.

### **Tipografía**



La clase de tipografía utilizada es Blur y Miriat Prot, que pertenece al programa Photoshop, estos tipos de letras son legibles y de fácil entendimiento, no poseen curvas, y reflejan una imagen estática comprensible.

### **3.8.- PÚBLICO INTERNO DE YAKU, “PARQUE- MUSEO DEL AGUA”**

Hoy en día, las organizaciones toman en cuenta a su público interno, puesto que es la razón de ser y supervivencia de la entidad; por tanto, la comunicación es importante que sea efectiva entre el personal y la administración para lograr cumplir con los objetivos y propósitos planteados.

En Yaku, Parque- Museo del Agua, hay un sinnúmero de personas que trabajan para la Fundación Museos y que colaboran para Yaku, sin embargo, en Yaku trabajan alrededor de 50 personas entre el personal administrativo, operativo, de mantenimiento y seguridad.

El nivel educacional es importante, ya que el público interno que opera en Yaku, en su mayoría obtiene títulos profesionales, apropiados a cada puesto solicitado.

**GRÁFICO: 3.10: PÚBLICO INTERNO DE YAKU, “PARQUE- MUSEO DEL AGUA”**



“Yaku, en Quichua significa agua”<sup>96</sup>, nombre que hace referencia al tema central del museo. El museo está a disposición del público desde el 6 de Diciembre del 2005. El museo dispone de varias actividades, talleres y proyectos interactivos, a fin de promover el interés educativo a través de diferentes herramientas divertidas para fomentar el conocimiento cultural.

El museo cuenta con la iluminación adecuada durante el día y la noche ofreciendo un mejor servicio a los visitantes; en cuanto a la seguridad cuenta con una caceta de dos guardias a la entrada del museo y en el interior trabajan tres guardias para velar por el orden de Yaku; por el momento el museo no cuenta con música, ya que no existen parlantes instalados.

<sup>96</sup> ECUADOR POR DESCUBRIR. Yaku, Parque- Museo del Agua. [en línea] <<http://ecuador.pordescubrir.com/2008/11/28-yaku-el-parque-museo-del-agua.html>> [consulta: 24 noviembre 2 009].

Yaku, consta de divertidos espacios como: “El primero, dedicado a la temática Agua Viva, el área denominada Agua que crea es el segundo recorrido, el cual destaca la importancia biológica del Agua como fuente de vida. Y, el tercero, la zona Nuestra Agua la cual enseña la relación entre el agua y el ser humano”<sup>97</sup>

Estas diferentes salas de interacción permiten al público profundizar y estimular los conocimientos sobre la importancia del líquido vital, estableciendo un compromiso con el medio ambiente y la sociedad. Para mantener un continuo discernimiento con los niños y jóvenes, por ende, cultivar acciones educacionales en la ciudadanía. Los diferentes ejes temáticos que expone Yaku al público, son los siguientes:

### **3.9.- “EJES TEMÁTICOS DE YAKU, “PARQUE- MUSEO DEL AGUA”**

**Eje Temático Central:** Patrimonio agua, es un bien colectivo cuyo acceso es un derecho y preservación un deber ciudadano.

El área educativa tiene su ámbito de trabajo en la interrelación entre el público visitante y las actividades del museo. Su finalidad es que los mensajes y contenidos del museo se hagan perdurables en el conocimiento y afecto del público, es decir que el público se reconozca, identifique y apropie de los valores culturales de la ciudad a través de los distintos ejes temáticos.

#### **AGUA VIVA: DIMENSIÓN NATURAL**

1. “Analiza diferentes aspectos de su naturaleza, el agua en los organismos vivos y la relación con el entorno natural, se compone así:
2. Estructura molecular, composición, propiedades físicas y químicas.
3. Ciclo del agua, Influencia cambios climáticos.
4. Dimensión natural, biodiversidad, ecosistemas, cuencas, fuentes y recursos.
5. Fenómenos naturales, como se producen tormentas, huracanes, inundaciones

<sup>97</sup> Página Web de Yaku, Parque “Museo del Agua”. [en línea] <[http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia\\_yaku.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia_yaku.html)> [consulta: 24 noviembre 2009].

## **AGUA**

1. Agua como elemento
2. La estructura molecular
3. El comportamiento y características físico-químicos
4. Agua y naturaleza
5. Agua-sociedad-ciudad

### **NUESTRA AGUA: DIMENSIÓN CULTURAL**

1. Versa alrededor de la correspondencia del hombre con el elemento, su acción sobre las fuentes naturales y cuencas hídricas.
2. El uso, necesidades y demandas;
3. Las tecnologías y la ciencia, desarrolladas por el ser humano, para captar, trasportar, almacenar, tratar y distribuir el agua.
4. Dimensión socio cultural, cosmovisión andina, la relación de las diferentes culturas y pueblos con el líquido vital.”<sup>98</sup>

Los diferentes ejes que explica el museo del agua, son importantes para el desarrollo intelectual de los visitantes, por tanto, es esencial explicar cómo cada sala mantiene el proyecto educativo de Yaku, y entender las diferentes características y aparatos interactivos que definen las distintas salas.

#### **Sala Agua Viva de Yaku, “Parque- Museo del Agua”**

Al interior de la sala Agua Viva se explica el tema de las composiciones químicas y características del agua. Los recursos empleados en esta sala son módulos interactivos, donde los visitantes interactúan empleando las diferentes partes del cuerpo, los niños son los principales exponentes en esta sala.

El objetivo de ésta es reflexionar y conocer sobre el manejo y uso público del agua. Aquí se da diferentes exposiciones como: Agua llega a mi casa, con una

---

<sup>98</sup> Página Web de Yaku, Parque “Museo del Agua”. [en línea] <[http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/ejes\\_temáticos\\_yaku.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/ejes_temáticos_yaku.html)> [consulta: 25 Noviembre 2009]

gran montaña con su glaciar, un riachuelo reciben al visitante en el inicio del recorrido.

**GRÁFICO: 3.11: SALA AGUA VIVA DE YAKU, “PARQUE – MUSEO DEL AGUA”**



**FUENTE:** Fotografía tomada por Cristina Mancheno E.

**GRÁFICO: 3.12: SALA AGUA VIVA DE YAKU, “PARQUE – MUSEO DEL AGUA”**



En este lugar se podrá conocer los diferentes tipos de fuentes naturales de las que se abastece la urbe.

Los niños se involucran de manera divertida a las diferentes situaciones que ofrecen las salas; involucrando sus cuerpos, habilidades y destrezas para resolver las inquietudes a través del juego.

“En el recorrido se muestra el proceso de captación, en el que se puede apreciar el funcionamiento de una bomba, de los pozos de agua, y sus posibilidades de utilización: energía hidroeléctrica, por ejemplo. En una ciudad en miniatura, los más pequeños proveerán de luz a una mini ciudad, a través del manejo del embalse y represa de una empresa hidroeléctrica.

El siguiente recorrido es la conducción del agua, desde fuentes tan lejanas como el páramo del Antisana hacia las plantas de tratamiento. El público podrá evidenciar este proceso a través de infografías, como la del sistema de tuberías del sistema La Mica-El Troje.

Posteriormente se experimenta con el tratamiento del agua y su potabilización: el desarenado, oxigenación, coagulación, floculación, sedimentación, filtración y desinfección, mediante actividades lúdicas pedagógicas.

El agua que sale de la planta de tratamiento, gracias a una red de distribución, llega a nuestra casa. A partir de este momento el uso que se haga de este recurso vital, pasa a ser responsabilidad del ciudadano. Ese mensaje es el que cierra el recorrido.”<sup>99</sup>

A continuación el siguiente recorrido de la sala Agua.

### **Sala Agua**

La sala Agua es la segunda área que explica la importancia biológica como fuente de vida. En esta sala se encuentra una variedad de paneles de parásitos que están en el agua.

Los distintos objetos de color verde explican el nombre de los parásitos y los de color rosa las enfermedades.

---

<sup>99</sup> Página Web de Yaku, Parque “Museo del Agua”. [en línea] <[http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/agualllegamicasa\\_yaku.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/agualllegamicasa_yaku.html)> [consulta: 26 Noviembre 2009]

En la sala se encuentran distribuidas varias herramientas de comunicación como: carteleras, afiches y videos; estos medios audiovisuales permiten al visitante aprender mientras observa.

**GRÁFICO: 3.13: SALA AGUA DE YAKU, “PARQUE – MUSEO DEL AGUA”**



**FUENTE:** Fotografía tomada por Cristina Mancheno E.

Varios atractivos tienen los ejes temáticos que ofrece Yaku, como el salón de burbujas, la máquina de hacer tornados entre otros juegos interactivos.

La sala de burbujas es uno de los lugares más divertidos del museo, pues permite que el visitante aprecie la estructura física y química del agua a través de un juego dinámico. “El público que visita tiene la oportunidad de jugar con anillos que producen burbujas de distintos tamaños. Varios contendedores de solución jabonosa ofrecen la posibilidad de juegos a niños y adultos a la vez.

**GRÁFICO: 3.14: SALA DE BURBUJAS DE YAKU, “PARQUE – MUSEO DEL AGUA.**



**FUENTE:** Fotografía tomada por Cristina Mancheno E.

En la burbuja gigante los visitantes tendrán la experiencia de ser encerrados dentro de una burbuja gigante. Serán invitados a subir a una plataforma y verán cómo se levanta a su alrededor una película de jabón.”<sup>100</sup>

### **Sala Nuestra Agua**

El último recorrido es la tercera área llamada Nuestra Agua, que trata la relación del agua y los seres humanos. Esta sala explica los usos del agua en diferentes áreas técnicas y científicas y sobre la importancia de concientizar el uso adecuado de este líquido vital. En esta sala se encuentra un tanque con tuberías que explica el proceso y distribución del agua a los diferentes lugares de la ciudad. El visitante se conecta con la sala por medio del uso del agua, ya que a través de este recorrido el espectador puede beber agua del tanque y sentir la responsabilidad de cuidar y no contaminar tan preciado recurso.

---

<sup>100</sup> Página Web de Yaku, Parque “Museo del Agua”. [en línea] <[http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/agualllegamicasa\\_yaku.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/agualllegamicasa_yaku.html)> [consulta: 26 Noviembre 2009]

**GRÁFICO: 3.15: SALA NUESTRA AGUA DE YAKU, “PARQUE-  
MUSEO DEL AGUA”**



**FUENTE:** Fotografía tomada por Cristina Mancheno E.

Una vez expuestos los ejes temáticos, es elemental enfatizar los aparatos, objetos y métodos interactivos utilizados en las diferentes exposiciones, porque estos medios de aprendizaje son importantes para el visitante, estos recursos permiten concientizar a la gente sobre la importancia del agua y llevarse un amplio conocimiento sobre este importante recurso vital. Yaku, “Parque- Museo del Agua y el área de educación propician el aprendizaje y la reflexión del recurso natural.

Con este fin el área causa las siguientes reacciones:

- “Estimula el aprendizaje a través de estrategias sensoriales y lúdicas aplicadas a exposiciones permanentes, temporales y museos de sitio.
- Contribuye a la educación y al conocimiento nuestro patrimonio, desde aproximaciones y actividades distintas a las de la educación formal tradicional.
- Trabaja con los diversos públicos de residentes y visitantes de Quito como participantes activos para que agreguen sus aportes a los actos culturales.
- Propone la forma de transmisión del mensaje y la comunicación creativa de los temas y contenidos del Museo: cultura, patrimonio, historia y antropología de la ciudad, cotidianidad y memoria.

- Implementa guías con sus respectivos guiones especializados (para distintos públicos) y recorridos interactivos.
- Fomenta valores como autoestima, conciencia cívica, tolerancia, respeto a la diferencia y el reconocimiento de la interculturalidad, en el visitante mediante el descubrimiento de sus propias expresiones culturales en una lectura de su propia historia, confrontándola a su presente.
- Produce ferias, talleres y actividades recreativas sobre los temas y valores representados en las exposiciones, promoviendo que el Museo se convierta en un espacio de recreación y uso del tiempo libre.
- Participa en los planes y proyectos de desarrollo, festividades y programas especiales de la ciudad, promoviendo la expresión pública de las culturas de los habitantes.
- Convoca a grupos familiares a aprender juntos, a participar en una experiencia, rompiendo los cánones establecidos de enseñanza vertical.
- Contribuye a enriquecer el conocimiento, el desarrollo intelectual, e incentivar la creatividad del visitante.
- Establece prioridades y construye metodologías propias; elabora un programa a mediano y largo plazo para atención de los públicos internos.
- Registra y produce materiales, audiovisuales, documentos, material didáctico impreso y actividades alternativas y condiciones para hacer de la visita al museo una experiencia cognoscitiva vivencial.
- Mantiene el sistema de registro de visita, opinión e interés público.
- Desarrolla indicadores, sistemas de captura y procesamiento.
- Investiga, se actualiza y reflexiona sobre temas de educación alternativa, comunicación interactiva, recreación de masas, transmisión de mensajes a través de la percepción.
- Cooperación técnica con otros agentes culturales de Quito, del país y el exterior, relacionados con el área de su competencia: sector turístico, educativo, sector social y empresarial, habitantes centro histórico.
- Desarrolla talleres y proyectos de capacitación dirigidos a facilitadores y recreadores, personal del museo entre otros.

- Busca la vinculación estratégica con el sistema de la educación, el turismo y la recreación, y de segmentos de población que representen públicos estratégicos para los propósitos del Museo.”<sup>101</sup>

Este museo se encamina más a los estudiantes de escuelas y colegios pues con los diferentes recursos didácticos ayudan a fortalecer la mente con juegos, talleres, seminarios entre otros, por ende el recorrido por las diferentes salas, se podrá comprender y compartir de manera divertida el funcionamiento del servicio vital del agua y la importancia de cuidar este gran recurso natural.

El uso de este lugar emblemático permite que los quiteños puedan hacer un recorrido legendario y cultural, y llevarse una gran experiencia de lo aprendido. De la misma manera, la oportunidad de compartir con la naturaleza y de un bello paisaje de Quito.

#### **4.- DIFERENTES TEMÁTICAS Y PROYECTOS DE YAKU, “PARQUE-MUSEO DEL AGUA”**

El museo realiza una variedad de proyectos destinados a su público objetivo así como también para sus futuros visitantes sobre la importancia del papel que cumple el agua en la sociedad.

Actualmente el Museo cuenta con un Sendero Ecológico que se inaugurará en abril del presente año. En este año se han iniciado los estudios que permitirán brindar un espacio a los visitantes donde puedan encontrar alternativas prácticas para el cuidado de la naturaleza en sus hogares denominada “La Casa Ecológica”. Las alternativas abarcarán el buen uso del agua y la energía y la disminución y buen tratamiento de los desechos.

Al mismo tiempo, la investigación permitirá volver ecológica a la edificación donde funciona Yaku. Aquí, se realizan exhibiciones para el público en general, las cuales se encuentran detalladas y adjuntas en el Anexo # 3.

---

<sup>101</sup> Página Web de Yaku, Parque “Museo del Agua”. [en línea] <[http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/propuesta\\_educativa\\_museo\\_agua.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/propuesta_educativa_museo_agua.html)> [consulta: 26 Noviembre 2009]

#### 4.1 Exposiciones temporales de Yaku

La programación cultural que Yaku ofrece los domingos es un espacio para la apreciación estética y la reflexión sobre el agua, desde sus dimensiones artísticas y simbólicas. Tienen cabida la danza, el teatro, los títeres, ritualidades, entre otras prácticas culturales para incrementar la visita al museo.

A continuación las exposiciones temporales que se han realizado en el museo son:

- “ **Agua Universo Cultural, una visión contemporánea del agua**

6 de diciembre 2005 - 5 de marzo 2006

Actualizó visiones sobre este elemento desde la sensibilidad del arte contemporáneo. Once obras conformaron la exhibición. Es el universo de las significaciones sobre el agua, el que se exploró en esta exposición artística, e indagó el amplio espectro de representaciones que incluyeron no sólo las sociales, económicas y políticas sino también las simbólicas, espirituales, estéticas y sensoriales.

**Visitantes: 60.000 personas**

#### GRÁFICO: 3.16: EXPOSICIÓN TEMPORAL AGUA UNIVERSO CULTURAL

	ARTISTA	PROYECTO
	Birte Pedersen	<b>Aqua</b> (Serie fotográfica)
César Benítez	<b>S/T (goteo de petróleo)</b> (Instalación)	
Erwin Peñaherrera y Giovanni Zapata <i>Colectivodearte</i>	<b>Espacios Neutros: Afluente</b> (Intervención en espacios públicos)	
Ildfonso Franco	<b>Homosapiens: 2000 D.C.</b> (Performance)	
Larissa Marangoni	<b>No te olvides de cerrar la llave...</b> (Escultura)	
María Rosa Jijón	<b>Il popolo dell' Acqua</b> (Instalación fotográfica y video)	
María Teresa García	<b>Purificaciones</b> (Instalación fotográfica)	

**FUENTE:** Yaku, “Parque- Museo del Agua”.

- **Los Hieleros del Chimborazo- Jean Claude Wicky**

7 de junio- 23 de julio 2006

Una exposición de 60 fotografías del artista gráfico suizo Jean Claude Wicky. La muestra exploró, desde la posibilidad estética de la fotografía, la realidad de un singular grupo humano andino casi extinto: los hieleros del Ecuador.

Wicky, explora la realidad desde la captación de imágenes a través de la fotografía, y se aproxima a las temáticas mediante la relación personal dada por la convivencia, durante largos periodos, con los protagonistas de la historia gráfica, convirtiéndose en uno de ellos.

**Visitantes: 12.244 personas**

**GRÁFICO: 3.17: EXPOSICIÓN TEMPORAL HIELEROS DEL CHIMBORAZO- JEAN CLAUDE WICKY**



**FUENTE:** Yaku, "Parque- Museo del Agua".

- **Imágenes de Agua - Taco Anema**

26 de octubre de 2006 - 7 de enero del 2007

El fotógrafo holandés Taco Anema, en su trabajo para Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), recorrió 4 continentes y 16 países (entre ellos Ecuador)

retratando la vida, condiciones y situación del agua en el mundo. El artista se dejó nutrir de las experiencias, de la dulzura y pureza de los niños para mirar el agua. Fruto de esa travesía, es la muestra que Yaku Parque Museo del Agua y la UICN presentaron: “Imágenes de Agua”, 60 fotografías realizadas en la cuenca del Río Guayllabamba.

**Visitantes: 23.241 personas**

**GRÁFICO: 3.18: EXPOSICIÓN TEMPORAL IMÁGENES DE AGUA-TACO ANEMA**



**FUENTE:** Fotografías de Taco Anema

**- Rostros del Agua - Masaru Emoto**

16 de noviembre de 2007 hasta 9 de marzo de 2008

Esta muestra explicó las bases elementales de la física y su modelo de explicación del universo, a partir de la exposición del trabajo del Dr. Masaru Emoto, sobre la vida del agua. Los libros “Los mensajes ocultos del Agua” y “La Vida Secreta del Agua” apoyaron la difusión de la muestra.

**Visitantes 39.036 personas**

**GRÁFICO: 3.19: EXPOSICIÓN TEMPORAL ROSTROS DEL AGUA-  
MASARU EMOTO**



**FUENTE:** Yaku, "Parque- Museo del Agua".

- **Rutas del agua: miradas de viajeros**

13 de marzo al 6 de julio, 2008

Esta exposición fotográfica recogió un conjunto de fotografías históricas cerca de los diferentes sistemas fluviales alrededor de los cuales se desarrollaron comunidades humanas, con una mirada paralela de los Andes Ecuatorianos como importantes fuentes hídricas. Se seleccionó fotografías de tres grandes artistas, Karl Theodor Goldschmid, Rolf Blomberg y Jorge Anhalzer.

**Visitantes: 15.826 personas**

**GRÁFICO: 3.20: EXPOSICIÓN TEMPORAL RUTAS DEL AGUA**



**FUENTE:** Yaku, "Parque- Museo del Agua".

- **Memoria del clima: los glaciares**

28 de febrero 2009 al 3 de enero de 2010

Es resultado del trabajo conjunto entre el Instituto de Investigación para el desarrollo (IRD), y Yaku Parque Museo del Agua. Esta exposición busca resignificar la concepción de los glaciares no solamente como masas de hielo, sino como testigos de los cambios climáticos planetarios. A partir de esa nueva comprensión y de una mirada científica a través del tiempo, se propone reflexión y análisis sobre la situación ambiental actual del planeta”<sup>102</sup>

**Visitantes: 57.959 personas**

**GRÁFICO: 3.21: EXPOSICIÓN TEMPORAL MEMORIA DEL CLIMA:  
LOS GLACIARES**



- **Diluvio en el museo del agua**

**Mes de marzo de 2010**

Yaku, por el mes del Agua, la obra “Diluvio”. Una obra que recurre a la danza, canto y video-arte para mostrar el agua como elemento de transformación y regeneración. Mediante el uso de estas expresiones artísticas, la muestra habla de la mutación simbólica del cuerpo y del agua.

Consta de tres actos y tres temáticas: la escasez del agua en el cuerpo, la transmutación de la sequía mediante el agua y la renovación.

En Diluvio el elemento vital es visto no solamente como un agente educativo y ecológico, sino que, mediante la mitología, muestra la esencia del agua al reconocer que el cuerpo humano está conformado en su mayoría por este líquido esencial.

**Visitantes: 12.000 personas**

<sup>102</sup> LÓPEZ, Lucía. Coordinadora de Comunicación de Yaku, “Parque- Museo del Agua.”

**GRÁFICO: 3.22: EXPOSICIÓN TEMPORAL DILUVIO EN EL MUSEO DEL AGUA**



**FUENTE:** Yaku, "Parque- Museo del Agua".

#### **4.2 Programas educativos que se publicarán este año 2010**

En su oferta educativa, Yaku propone un diálogo interactivo con el visitante con el propósito de suscitar experiencias significativas que generen aprendizaje.

##### **1. Historia ambiental de Quito y su jurisdicción**

**Período:** Sociedades Antiguas, siglos XVI-XX

**Lugar:** la meseta de Quito

La investigación sobre la Historia ambiental de Quito describe y analiza las causas de los cambios que han sufrido los ecosistemas originarios de la meseta de Quito con el asentamiento, consolidación y desarrollo de la Ciudad. La investigación está acompañada de 6 mapas que evidencian el avance de la ciudad y los cultivos y el retroceso de los bosques y páramos.

##### **2. El manejo del agua en Quito. Época Colonial (1534 - 1809)**

**Período:** época colonial, siglos XVI-XIX

**Lugar:** Quito

La publicación incluye distintos capítulos de las investigaciones efectuadas en los años 2004 y 2005 sobre "El agua en la historia de Quito" y "Manejo del agua en Quito en tiempos coloniales". Abarca lo concerniente al manejo público y privado del agua en Quito en el periodo colonial.

### **3. El manejo del agua en Quito. Época Republicana (1809 - 1960)**

**Período:** época republicana, siglos XIX y XX

**Lugar:** Quito

La publicación incluye distintos capítulos de las investigaciones efectuadas en los años 2004 y 2005 sobre “El agua en la historia de Quito” y “Manejo del agua en Quito en tiempos republicanos”.

Abarca lo concerniente al manejo público y privado del agua en Quito en la República.

### **5.- MANEJO ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE YAKU, “PARQUE-MUSEO DEL AGUA”**

La comunicación es importante en todo ámbito ya que sin comunicación no se podría llegar a los objetivos planteados, es por esta razón que para que cualquier organización siga adelante será necesario tomar muy en cuenta la comunicación que se trasmite a los públicos.

“Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados”<sup>103</sup>

Por lo cual, la necesidad de mantener una adecuada comunicación es esencial, porque a través de una buena atención y calidad de servicios, el museo captará más credibilidad por parte del público, lo cual traerá como consecuencia la satisfacción e interés de la ciudadanía, reflejando una buena imagen para el museo. En Yaku, la comunicación entre los directores y sus empleados es efectiva, ya que hasta el momento se ha logrado obtener buenos resultados con cada trabajador, pues Yaku; toma muy en cuenta a su personal y a su público objetivo.

El museo cuenta con una Coordinadora de Comunicación, Lucía López, quien explica que a nivel interno la comunicación del museo es eficaz, ya que existe un buen clima laboral para trabajar, el personal juega un papel fundamental a la hora de atender al público, por lo que se realizan varias capacitaciones a los guías de los diferentes recorridos acerca de cómo se debe tratar al público. El

---

<sup>103</sup> ROBBINS, COULTER, “Comunicación”, Administración octava edición, Pearson Educación, México, 2005, página 256.

personal debe tener grandes capacidades de interacción con el público a través de la atención inmediata de inquietudes e información que demande el visitante, ya que de esta manera se logrará obtener una percepción positiva.

El museo se interesa por transmitir una buena imagen ante el público, por lo que trata de brindar los mejores servicios, a través de guías expertos, promotores que logren el objetivo deseado, sin embargo; el museo no cuenta con herramientas de comunicación como: variedad de folletos, trípticos, videos, un buzón de sugerencia que son de gran importancia para que la comunicación sea positiva.

Desde sus inicios, 700.000 mil personas han acudido al museo entre quiteños y extranjeros, por lo que para María Mercedes Jaramillo, ex Directora de la Fundación Museos, este porcentaje es mínimo, porque la mayoría de la ciudadanía no acude entre semana sino más los fines de semana y no conoce la existencia de Yaku, por falta de herramientas de comunicación.

A nivel externo, la comunicación no es tan eficiente, considerado que los quiteños aún desconocen de Yaku, la falta de señalización exterior del museo, la falta de información de los medios de comunicación, no permite el desarrollo esperado por parte de Yaku.

El público objetivo de Yaku, está enfocado en los estudiantes ya que durante el período escolar acuden diariamente al museo. Aquí los estudiantes tienen experiencias vivenciales por medio del juego, talleres, concursos, eventos, exposiciones que realiza el museo para intercambiar ideas y mejorar la comunicación entre los visitantes.

### **5.1 ANÁLISIS DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN**

Yaku, “Parque- Museo del Agua”, actualmente no cuenta con variedad de herramientas de comunicación, se encuentra en reestructuración, por lo que a mediados de este año presentarán la nueva plataforma del museo, en cuanto a folletería institucional, piezas de comunicación para las exposiciones temporales, entre otras.

A continuación se presentan las herramientas de comunicación interna con que cuenta el museo:

### **Correos electrónicos**

El público interno del museo utiliza la red instalada de correos electrónicos, a través de este medio intercambian conversaciones, novedades e inquietudes. A pesar de ser una herramienta de comunicación importante no llena de expectativas al personal, pues no existe una comunicación eficaz.

### **Red Interna de Comunicación**

En cuanto a la comunicación interna entre la Fundación Museos de la Ciudad y Yaku, poseen una red interna de comunicación, que permite comunicarse y obtener información necesaria entre los tres museos que conforman la fundación. Actualmente, el museo no posee intranet.

Por tanto, el área de comunicación deberá poner interés en la creación de herramientas de comunicación interna del museo, porque es de suma importancia poseer estas técnicas para lograr una comunicación real y positiva.

En cuanto a la comunicación externa el museo cuenta con:

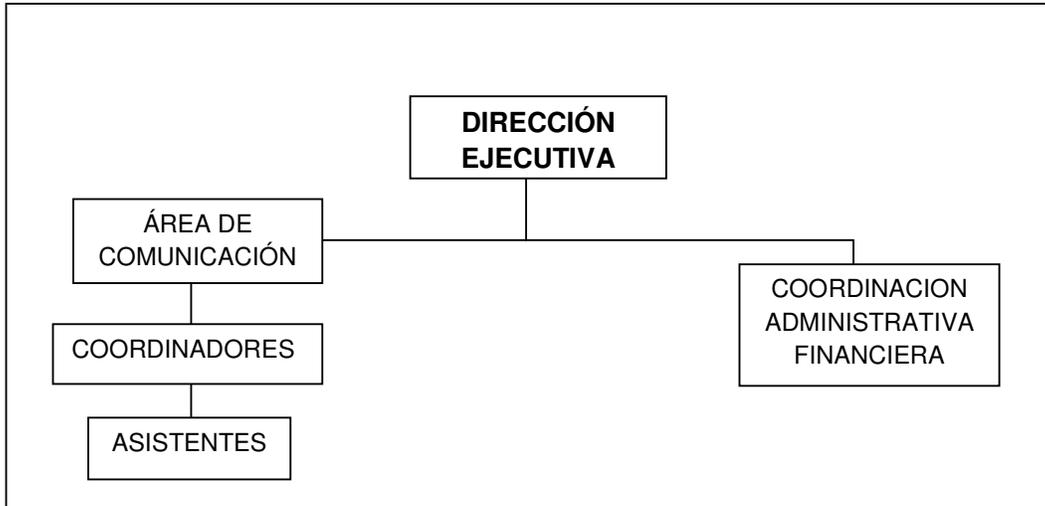
### **Página Web**

La página web del museo está a disposición del público en general, con este medio se pretende involucrar a las personas que no han visitado Yaku, y así puedan obtener información a través del internet.

A pesar de ser una herramienta fundamental para el conocimiento del público externo, no es bien utilizada ya que Yaku al ser un museo interactivo, dentro de su página no posee espacios de juegos e interacción para el disfrute de los visitantes. En cuanto a la ubicación del área de comunicación de Yaku, está se encuentra estructurada de la siguiente manera:

### 5.1.1 ORGANIGRAMA DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN DE YAKU

**TABLA: 3.5: ORGANIGRAMA DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN DE YAKU**



Como se puede observar la comunicación no tiene ninguna relación con el área administrativa, forma parte de la Dirección Ejecutiva que es la cabeza de la Fundación; por tanto, la comunicación se realiza directamente a gerencia, quien toma las decisiones para el desarrollo de la entidad. Por tanto, el área de comunicación forma parte importante de la Dirección Ejecutiva y del museo.

## **CAPÍTULO IV**

### **INVESTIGACIÓN**

#### **4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **4.1 OBJETIVO GENERAL:**

Medir el nivel de conocimiento y aceptación que tienen los públicos objetivos sobre YAKU, “Parque- Museo del Agua”.

##### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar la percepción que tienen los visitantes acerca de la calidad del servicio que ofrece Yaku, “Parque- Museo del Agua”.
- Determinar el grado de percepción que tienen los visitantes con relación a la Imagen del museo.

##### **4.3 METODOLOGÍA**

###### **4.3.1 TIPO DE ESTUDIO**

###### **EXPLORATORIO**

Este tipo de estudio tiene como objetivo “la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis”<sup>104</sup>, se aplicará en este estudio, ya que permitirá investigar e indagar a profundidad sobre el nivel de conocimiento y aceptación que tienen los públicos objetivos sobre YAKU, “Parque- Museo del Agua”.

---

<sup>104</sup> SELLTIZ, Claire. Método de investigación en las relaciones sociales, Madrid, Ediciones Rialp S.A., 1976. Pág. 134

De este modo, según el problema y los objetivos planteados se aplicará el método exploratorio, el cual se complementa con el descriptivo.

### **DESCRIPTIVO**

El estudio descriptivo tiene como “propósito la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación.”<sup>105</sup>

Es decir, este tipo de estudio ayudará a describir las diferentes actividades, conductas y actitudes de las variables a investigar a través de criterios sistemáticos. De igual manera, ayudará a la recolección de datos para determinar el grado de percepción que tienen los visitantes, proporcionando especificaciones en cuanto a los criterios de los visitantes sobre Yaku, permitiendo establecer conclusiones que serán utilizadas en la propuesta.

### **EXPLICATIVO**

El estudio explicativo “busca encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

Por tanto, este estudio orientará a la comprobación de hipótesis causales (variables independientes), y los resultados, los mismos que expresan en hechos verificables (variables dependientes)”<sup>106</sup> , y por ende llegar a conclusiones generales con respecto al nivel de conocimiento y aceptación que tienen los públicos objetivos sobre el Museo del Agua.

## **4.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Según Carlos Méndez, es el procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento. En este proyecto se aplicarán los siguientes métodos de investigación.

---

<sup>105</sup> MÉNDEZ, Carlos. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición, Colombia. Editorial Nomos S.A. 2001. Pág. 137

<sup>106</sup> MÉNDEZ, Carlos. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición, Colombia. Editorial Nomos S.A. 2001. Pág. 138

## **INDUCTIVO**

“Es el proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada.”<sup>107</sup>

El método inductivo va de lo particular a lo general. Es decir, permite llegar a conclusiones generales. Al aplicar el método inductivo permitirá recopilar los datos necesarios acerca del conocimiento y percepción que tienen los visitantes sobre Yaku “Parque- Museo del Agua” utilizando el Focus Group, pues a través de esta técnica se podrá examinar, observar y comparar las experiencias de los niños y adolescentes adquiridas y vividas en el museo, y a la vez, la determinación aproximada de la serie de variables que se van a inducir en el proyecto.

## **DEDUCTIVO**

Según Carlos Méndez, es el razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular. Este método se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual.

El método deductivo permitirá encontrar datos desconocidos, a partir de los conocidos. Al aplicar este método se obtendrá información importante y necesaria que permita conocer cuál es la percepción de la población quiteña sobre Yaku, “Parque- Museo del Agua”, a través de la realización de encuestas, de las cuales se lograrán resultados estadísticos generados por la investigación, para llegar a conclusiones de tipo particular.

## **ANÁLISIS**

“El método de análisis consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual, por separado, así como las relaciones que las une.”<sup>108</sup>

---

<sup>107</sup> MÉNDEZ, Carlos. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición, Colombia. Editorial Nomos S.A. 2001. Pág. 144

Este método permitirá determinar y conocer la realidad de Yaku, “Parque-Museo del Agua”, la relación que existe entre el museo y el visitante, la estructura organizacional del museo entre otros aspectos a través de la observación, atención y descripción, así se podrá establecer las relaciones causa-efecto entre las variables de investigación y facilitar el conocimiento.

## **SÍNTESIS**

La síntesis considera los objetos como un todo. Relaciona los elementos componentes del problema y crea explicaciones a partir del estudio.

Por lo cual, los métodos de análisis y síntesis son dos procesos que se complementan en uno, en el cual al análisis debe seguir la síntesis y una vez comprendida su esencia, construir un todo. Una vez investigado, analizado y observado las distintas variables de Yaku, “Parque- Museo del Agua”, este método permitirá trabajar y emplear herramientas comunicacionales y otras técnicas para combinarlos, de tal manera que constituyan una conclusión clara sobre la percepción de la imagen del museo.

## **OBSERVACIÓN**

La observación es el “proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar.”<sup>109</sup>

El método de observación servirá para lograr resultados sobre el grado de percepción que tienen los visitantes con relación a la imagen del museo, porque los hechos son percibidos directamente. Por lo tanto, esta herramienta permitirá obtener las diferentes situaciones e interacciones que se establecen entre los visitantes, los guías y los aparatos de la exposición, y por ende sobre el nivel de aceptación y calidad del servicio del museo. De la misma manera, como

---

<sup>108</sup> SILVA, María del Rosario. Metodología. Apuntes para la elaboración de un proyecto de investigación social. Pág. 58

<sup>109</sup> LADRÓN DE GUEVARA, Laureano. Metodología de la Investigación Científica. Bogotá. Universidad Santo Tomás. 1978. Pág. 98

herramienta metodológica, se hará uso de la cámara de fotos y video, para grabar el comportamiento de los visitantes en las distintas salas.

## **ESTADÍSTICO**

El método estadístico “permite a través de tablas y cálculos matemáticos medir los resultados de los datos recopilados por medio de los instrumentales aplicados.”<sup>110</sup>

Esta herramienta de investigación permitirá representar por medio de números la información recopilada sobre el nivel de conocimiento y aceptación que tienen los públicos objetivos sobre YAKU, “Parque- Museo del Agua”, y por ende la comparación de los hechos para enunciar conclusiones.

### **4.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas para desarrollar los sistemas de información.

A continuación las diferentes técnicas de investigación, que se utilizarán en este proyecto.

## **ENCUESTAS**

“Es una invitación a dialogar con un desconocido (por teléfono o en la calle) o una invitación a expresarnos (mediante un formulario postal, por Internet, etc.) Lo que hace diferente a las encuestas es su propósito”<sup>111</sup>

La encuesta permitirá conocer las motivaciones, actitudes, opiniones y nivel de conocimiento y aceptación que tienen los ciudadanos sobre Yaku. Esta herramienta de investigación que se efectúa cara a cara proporcionará datos

---

<sup>110</sup> MÉNDEZ, Carlos. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición, Colombia. Editorial Nomos S.A. 2001. Pág. 158

<sup>111</sup> CAMARERO, Luis. Medio Ambiente y Sociedad. Elementos de explicación sociológica. España. Editorial Spain Paraninfo, S.A. 2006. Pág.4

fundamentales sobre la percepción de los visitantes acerca de la Imagen de Yaku, “Parque- Museo del Agua” en la ciudad de Quito.

La encuesta estará dirigida a los habitantes y potenciales visitantes del museo entre las edades de 20 a 64 años de los sectores (Norte, Sur, Centro) de la ciudad de Quito. La estructura de la encuesta será de preguntas abiertas y cerradas y proporcionará datos específicos sobre las variables planteadas. Las preguntas cerradas contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas o pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta.

Es decir, se presenta una variedad de respuestas a escoger por los participantes, quienes deben acogerse a estas. En cambio, las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito, y puede variar de población en población.

#### 4.5.1 POBLACIÓN

De acuerdo a fórmulas estadísticas, el universo de la investigación es de “ 998,512 habitantes” <sup>112</sup> (Ver anexo 4), que pertenecen a la población quiteña de 20 a 64 años, de los sectores urbanos norte, sur y centro; a quienes se les realizará la correspondiente encuesta.

Una vez aplicada la “fórmula de población homogénea”<sup>113</sup>, se obtuvo una muestra de 400 personas.

---

<sup>112</sup> INEC, “Censo población y vivienda 2001” [en línea], <<http://157.100.121.12/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2001&MAIN=WebServerMain.in!>> [consulta: 13 Febrero 2010]

<sup>113</sup> HIDALGO, Patricia. Apuntes de cátedra. Metodología de Investigación, 2008.

**FÓRMULA ESTADÍSTICA:**

$$n = \frac{N}{(E^2 (N-1)) + 1}$$

n = número total de la muestra

N = población total de la investigación

E = margen de error

**APLICACIÓN DE LA FÓRMULA**

$$n = \frac{998\ 512}{(0.05^2 (998\ 512 - 1)) + 1}$$

$$n = \frac{998\ 512}{2496.3}$$

$$n = 399.9968$$

n = 400 personas a las que se les realizará la encuesta.

**DISEÑO DE LA ENCUESTA (Ver anexo 5)****4.6 RESULTADOS OBTENIDOS****4.6.1 Tabulación Encuesta****4.6.1.1 Objetivo de la encuesta**

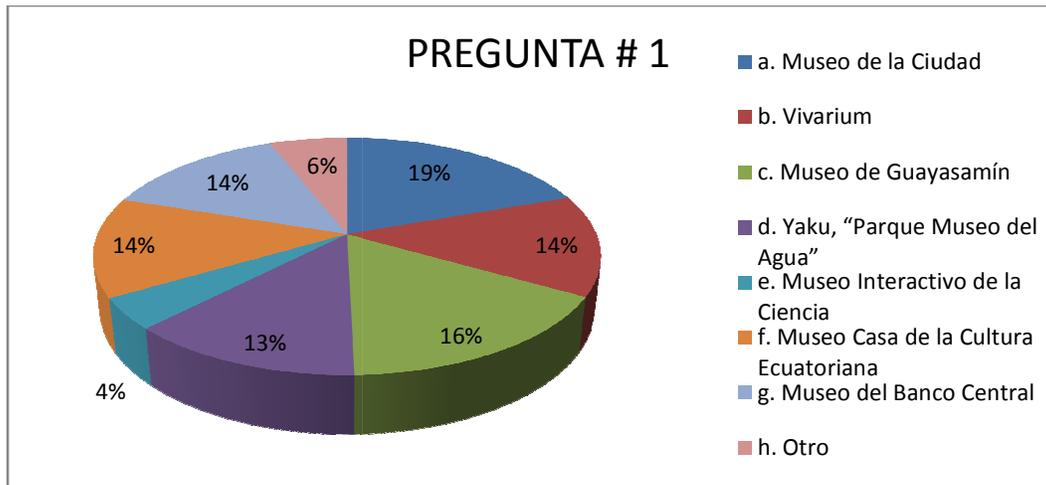
Obtener información importante y necesaria que permita conocer cuál es la percepción de la ciudadanía sobre Yaku, “Parque- Museo del Agua”.

#### **4.6.1.2 Caracterización de los encuestados**

Una vez aplicada las fórmulas estadísticas se obtuvo que se debería realizar las encuestas a 400 personas de distintos géneros entre edades de 20 a 64 años, por tanto se encuestó a 173 personas que pertenecen al género masculino que corresponde al 43% mientras que se realizó a 227 participantes de género femenino que constituye el 57%.

Para realizar la encuesta se extrajo una muestra aleatoria de la población entre edades de 20 a 64 años de edad. Entonces, las edades con mayor porcentaje fueron entre 20 a 24 años que constituyen el 17% y las edades de 25 a 29 años con un 15% .Así se concluyó que la mayoría de encuestados fueron mujeres y oscilan entre 20 y 29 años.

### 1.- ¿Cuál de los siguientes museos usted ha visitado?

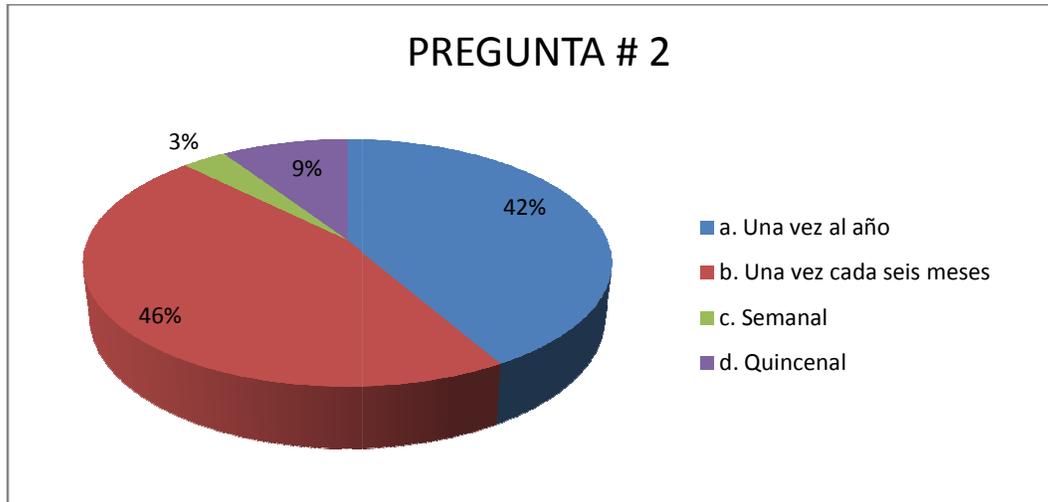


MUSEOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Museo de la Ciudad	231	19 %
b. Vivarium	163	14 %
c. Museo de Guayasamín	193	16 %
d. Yaku, "Parque Museo del Agua"	150	13 %
e. Museo Interactivo de la Ciencia	50	4 %
f. Museo Casa de la Cultura Ecuatoriana	161	14 %
g. Museo del Banco Central	165	14 %
h. Otro	70	6 %

### INTERPRETACIÓN

Al realizar la encuesta a 400 personas, se concluyó que la mayoría de encuestados escogió más de dos opciones, por lo que se tabuló por número de respuestas elegidas, no de personas encuestadas, obteniendo como resultado que el más visitado es el Museo de la Ciudad con un 19% y como segunda opción el Museo de Guayasamín con un 16%. De esta manera se determina que entre los museos del Banco Central, Casa de la Cultura Ecuatoriana y el Vivarium constituyen el 14%, mientras que los menos visitados son los museos interactivos con un 13% Yaku, "Parque- Museo del Agua" y con un 4% el Museo Interactivo de la Ciencia, lo que hace notar que las personas no visitan o no conocen sobre estos lugares lúdicos.

## 2.- ¿Cada cuánto tiempo visita estos museos?



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Una vez al año	167	42 %
b. Una vez cada seis meses	183	46 %
c. Semanal	13	3 %
d. Quincenal	37	9 %
<b>TOTAL DE PERSONAS</b>	<b>400</b>	<b>100 %</b>

### INTERPRETACIÓN

De las 400 encuestas, el 46% de las personas visitan los museos una vez cada seis meses, siendo la opción más escogida y el 42% de los encuestados visitan una vez al año como segunda elección, mientras que las últimas alternativas son quincenal con un 9% y semanal con un 3%. Por tanto, según la investigación la mayor parte de personas visitan los museos una vez cada seis meses y una vez al año.

### 3.- ¿Conoce usted algún museo interactivo en la ciudad de Quito?



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	159	40 %
No	241	60 %
<b>TOTAL DE PERSONAS</b>	<b>400</b>	<b>100 %</b>

#### INTERPRETACIÓN

El cuadro explica que las personas que conocen un museo interactivo son un 60%, mientras que los encuestados que no conocen son un 40%. Según los comentarios de las personas no saben el significado “interactivo” por lo que se les complicó contestar, por tanto escogiendo la opción No.

## ¿Cuál?

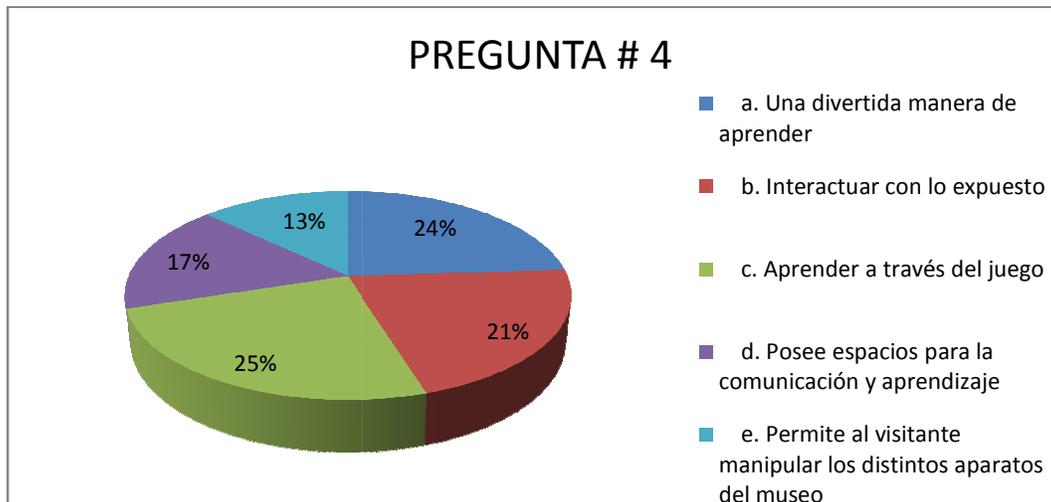


MUSEOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Yaku " Parque – Museo del Agua"	140	77 %
Museo Interactivo de la Ciencia	41	23 %

## INTERPRETACIÓN

De las respuestas obtenidas en el anterior cuadro, se concluyó que varias personas encuestadas escogieron las dos opciones; el 77% pertenece a Yaku "Parque- Museo del Agua" y el 23% al Museo Interactivo de la Ciencia.

#### 4.- ¿Por qué usted considera importante acudir a un museo interactivo?

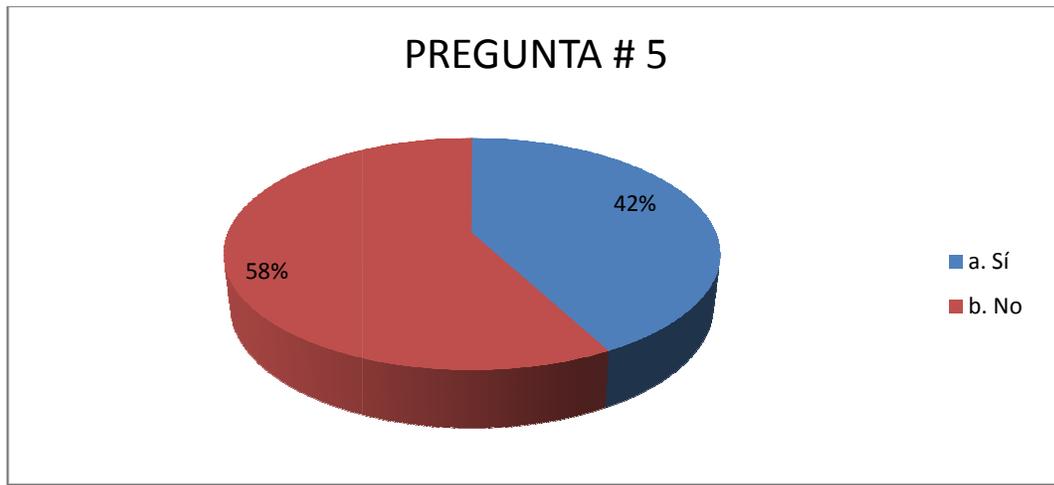


OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Una manera divertida de aprender	206	24 %
b. Interactuar con lo expuesto	182	21 %
c. Aprender a través del juego	213	25 %
d. Posee espacios para la comunicación y aprendizaje	146	17 %
e. Permite al visitante manipular los distintos aparatos del museo.	111	13 %

#### INTERPRETACIÓN

El 25% de las personas considera que es importante acudir a un museo interactivo para aprender a través del juego, muy seguido de una manera divertida de aprender con un 24% e interactuar con lo expuesto con un 21%, lo que significa que los encuestados prefieren acudir a un museo interactivo que un museo tradicional y las menos escogidas fueron posee espacios para la comunicación y aprendizaje con un 17% y permite al visitante manipular los distintos aparatos con un 13%.

### 5.- ¿Ha visitado usted Yaku, “Parque – Museo del Agua?”

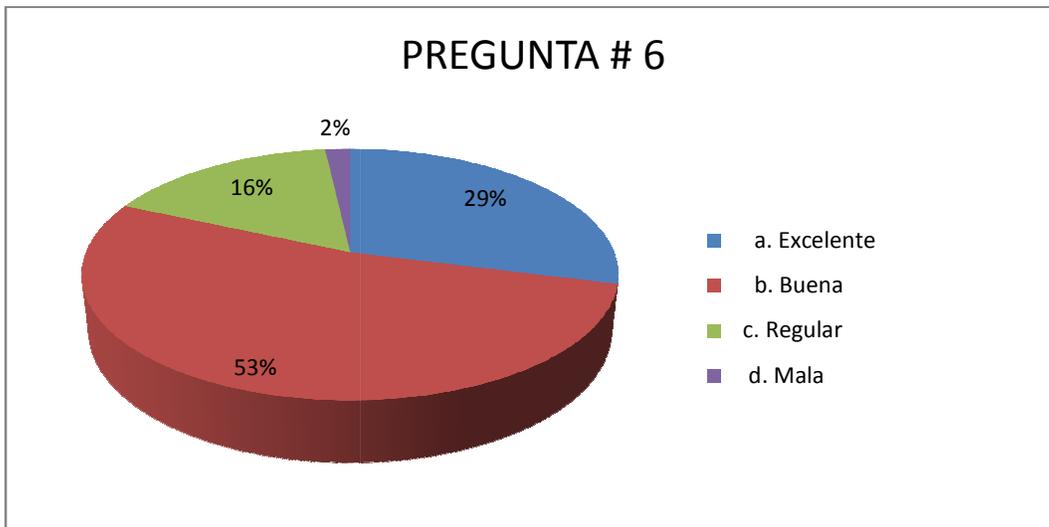


OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	169	42 %
No	231	58 %
<b>TOTAL DE PERSONAS</b>	<b>400</b>	<b>100 %</b>

### INTERPRETACIÓN

El 58% de los participantes no conoce Yaku, “Parque- Museo del Agua” mientras que el 42% de los encuestados si conoce el museo. Como se puede observar la mayoría de encuestados desconoce sobre este lugar; sin embargo, una parte de las personas conocen sobre la existencia de Yaku. Es importante decir que los encuestados que contestaron que No, se les agradeció por su tiempo y quedó concluida la encuesta, ya que las siguientes preguntas tratan sobre el Museo del Agua.

## 6.- ¿Qué imagen tiene de Yaku, “Parque – Museo del Agua”?

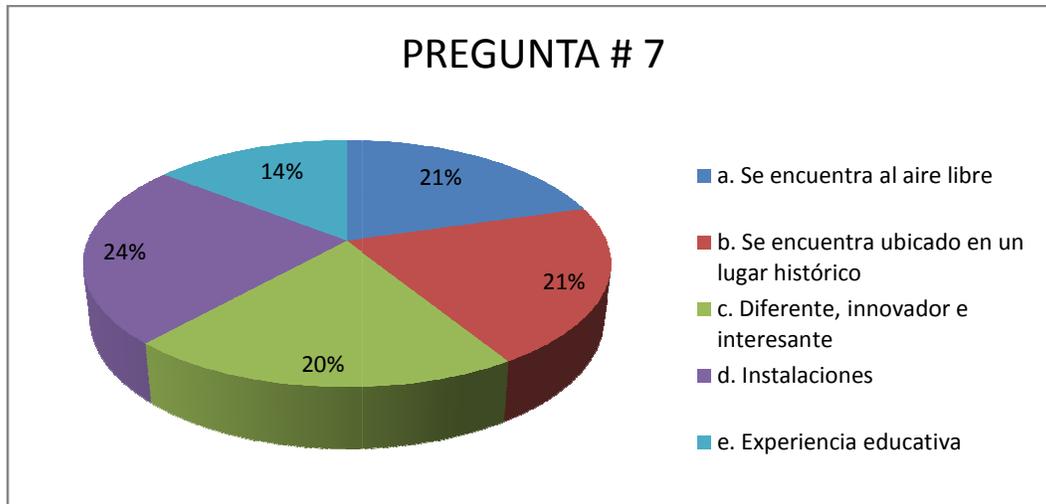


OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Excelente	49	29 %
b. Buena	89	53 %
c. Regular	28	16 %
d. Mala	3	2 %
<b>TOTAL DE PERSONAS</b>	<b>169</b>	<b>100 %</b>

### INTERPRETACIÓN

Como quedó manifestado en el gráfico, un 53% de los encuestados que conocen el museo dijeron que la imagen de este lugar es buena, siendo la primera alternativa, seguido por la opción excelente con un 29%; sin embargo hay personas que escogieron la opción regular con un 16% y malo con un 2%. Se puede concluir que la imagen está entre buena y excelente, pero podría mejorar.

**7.- ¿Cuáles considera usted los principales atractivos de Yaku, “Parque-Museo del Agua”?**

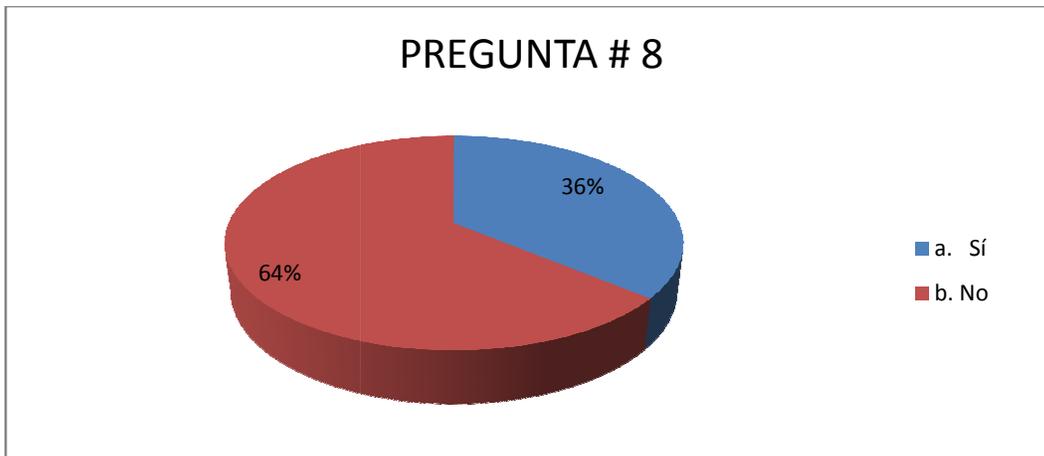


OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Se encuentra el aire libre	71	21%
b. Se encuentra ubicado en un lugar turístico	72	21 %
c. Diferente, innovador e interesante	71	20 %
d. Instalaciones	83	24 %
e. Experiencia educativa	50	14 %

### INTERPRETACIÓN

Las personas encuestadas en esta pregunta tenían la opción de escoger varias elecciones a su gusto, por lo que se tabuló el número de respuestas, se concluyó que para los encuestados que han visitado Yaku, el principal atractivo son las instalaciones con un 24%, significa que gran parte de las personas gustan de la infraestructura del museo, de igual manera la gente escogió la opción se encuentra al aire libre y en un lugar histórico con un 21% cada una, muy seguido de la alternativa diferente, innovador e interesante con un 20% y como última y menos elegida fue experiencia educativa con un 14%.

**8.- ¿En el último año ha escuchado o visto alguna publicidad de Yaku, “Parque- Museo del Agua”?**

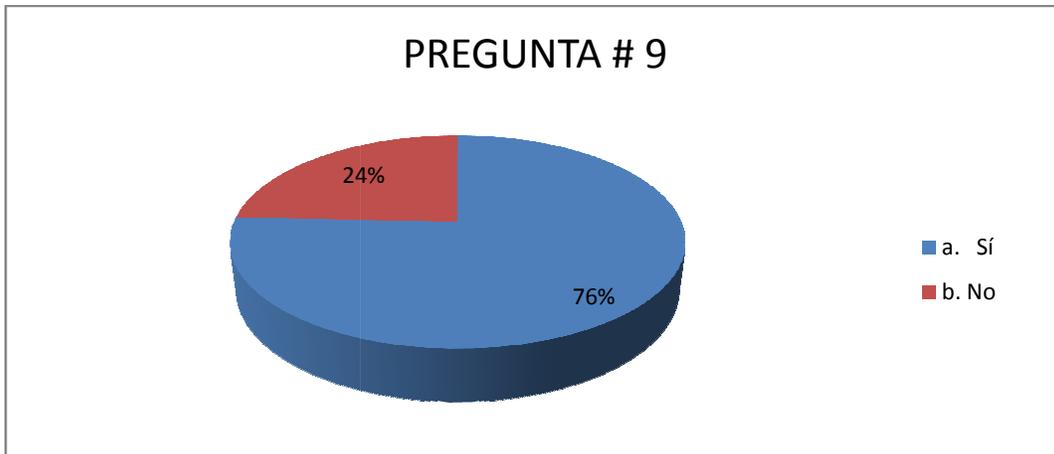


OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Sí	61	36 %
b. No	108	64 %
<b>TOTAL DE PERSONAS</b>	<b>169</b>	<b>100 %</b>

### **INTERPRETACIÓN**

Una vez aplicada la encuesta a 169 personas que respondieron Sí en la pregunta 5, se concluyó que el 36% sí escucharon publicidad sobre el museo mientras que un 64 % no han escuchado o visto publicidad de Yaku. Por lo cual, indica que el museo no está realizando ni entregando información en los diferentes medios.

**9.- ¿Le gustaría recibir información sobre Yaku, “Parque- Museo del Agua”?**

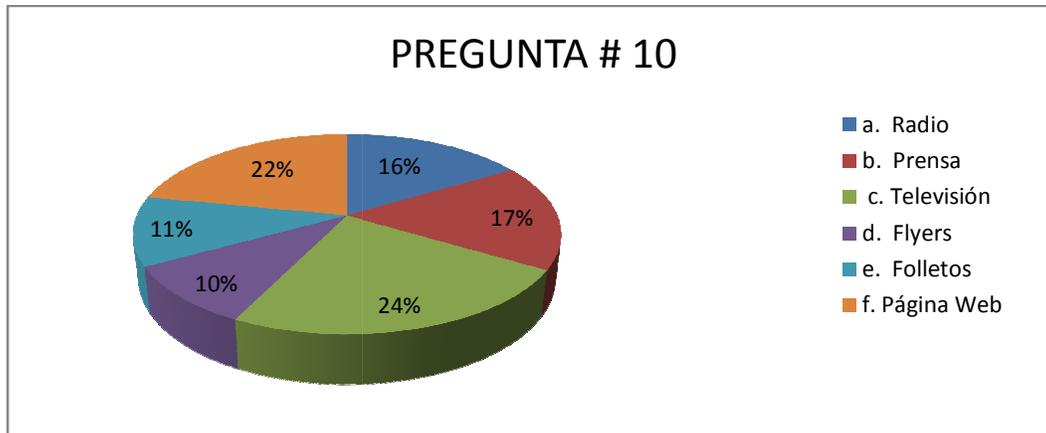


OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Sí	128	76 %
b. No	41	24 %
<b>TOTAL DE PERSONAS</b>	<b>169</b>	<b>100 %</b>

### **INTERPRETACIÓN**

Según las cifras dadas en la encuesta, el 76% de las personas manifestaron que sí les interesaría recibir información sobre el museo mientras que el 24% de los encuestados dijeron que no.

**10.- ¿Por qué medio le gustaría enterarse de los talleres y actividades que realiza Yaku, “Parque – Museo del Agua”?**



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Radio	63	16 %
b. Prensa	66	17 %
c. Televisión	91	24 %
d. Flyers	37	10 %
e. Folletos	43	11 %
f. Página Web	84	22 %

### INTERPRETACIÓN

Afirmando la respuesta anterior, se concluyó que a las personas les gustaría enterarse sobre los talleres, actividades de Yaku en medios masivos, como televisión con un 24%. De igual manera las personas escogieron la página web como segunda alternativa con un 22%, mientras que la prensa con un 17% seguido de la radio con un 16% y las últimas opciones son medios alternativos como folletos con un 11% y flyers con un 10%.

#### 4.6.1.3 Conclusiones de la encuesta

Una vez realizada la encuesta se abordó varios temas importantes sobre Yaku, “Parque- Museo del Agua”, a continuación se detalla los puntos más primordiales que arrojó la encuesta.

La encuesta fue elaborada y dirigida a 400 personas de distintos géneros entre edades de 20 a 64 años, se obtuvo que la mayoría de encuestados fueron mujeres con un 57% y oscilan entre edades de 20 y 29 años.

Al realizar la encuesta, se preguntó a 400 personas qué museo han visitado, y se concluyó que el más visitado es el Museo de la Ciudad con un 19% muy seguido del Museo de Guayasamín con un 16% mientras que los otros museos entre esos Yaku, “Parque- Museo del Agua, fue uno de los menos visitados, lo que hace notar que las personas no visitan o no conocen este lugar lúdico.

En cuanto al tiempo de visita a estos museos, se obtuvo que el 46% de las personas visitan los museos una vez cada seis meses y el 42% visitan una vez al año. Por tanto, según la investigación la mayor parte de personas visitan los museos una vez cada seis meses y una vez al año.

El 60% de los encuestados conocen un museo interactivo mientras que un 40% no conocen, ya que desconocen el significado interactivo. Los participantes que conocen un museo interactivo escogieron a Yaku con un 77% y el 23% al Museo de la Ciencia.

El 25% de los encuestados consideran importante acudir a un museo interactivo para aprender a través del juego, muy seguido de una manera divertida de aprender con un 24%, lo que significa que los encuestados prefieren acudir a un museo interactivo que un museo tradicional.

Según la investigación, el 58% de los participantes no conoce Yaku, “Parque- Museo del Agua” mientras que el 42% de los encuestados sí conoce el museo.

Se concluyó que la mayoría de encuestados desconoce sobre este lugar; sin embargo, una parte de las personas conocen sobre la existencia de Yaku.

En cuanto a la imagen de Yaku, el 53% de los encuestados dijeron que es buena, seguido por la opción excelente con un 29%. Se puede concluir que la imagen está entre buena y excelente, pero podría mejorar.

Los atractivos más llamativos de Yaku, son las instalaciones con un 24%, y las opciones; se encuentra al aire libre y en un lugar histórico con un 21% cada una. Se concluyó que las personas aprecian la infraestructura del museo.

El 36% de los participantes sí han escuchado publicidad sobre el museo mientras que un 64 % no han escuchado o visto publicidad de Yaku. Por lo cual, indica que el museo no está realizando ni entregando información en los diferentes medios.

Según la encuesta, se concluyó que el 76% de las personas manifestaron que sí les interesaría recibir información sobre el museo mientras que el 24% de los encuestados dijeron que no.

Las respuestas de los encuestados hicieron notar que les gustaría enterarse sobre los talleres, actividades de Yaku en medios masivos, como televisión con un 24%, seguido por la página web con un 22%. Lo que indica que la gente tiene interés por recibir información y conocer el Museo del Agua.

## 4.7 Entrevistas

“Es un conjunto de técnicas de investigación basado en la interrogación, es decir en la demanda y obtención de información a través de un juego de preguntas y respuestas. La entrevista es la técnica más usual de conversación en la investigación social.”<sup>114</sup>

Las entrevistas facilitarán recolectar datos cualitativos, esta técnica se aplicará para obtener la información necesaria del público objetivo sobre la percepción que tienen los visitantes sobre la imagen de Yaku.

Las entrevistas que se realizarán serán dirigidas a Lucía López, Coordinadora de Comunicación y encargada temporal del área de Administración, ya que el museo actualmente se encuentra en reestructuración de personal y no existe aún una persona encargada en esta área.

Los temas tratados serán: el manejo actual de la comunicación de Yaku y la estructura de la administración del museo. (Ver anexo 5)

### 4.7.1 Entrevista (Área de Comunicación)

<b>Nombre del Entrevistado:</b>	Lucía López
<b>Cargo:</b>	Coordinadora de Comunicación
<b>Fecha:</b>	18 de Marzo del 2010
<b>Lugar:</b>	Instalaciones Yaku, “ Parque- Museo del Agua”
<b>Duración:</b>	Una hora

#### Desarrollo de la entrevista:

#### 1.- ¿Cuál es el objeto principal de Yaku, “Parque- Museo del Agua”?

Según Lucía, el objetivo es concebir al agua como patrimonio natural y un derecho humano. La estrategia del museo es a través de las exposiciones que

<sup>114</sup> DEL PINO, Julio. Medio ambiente y Sociedad. Elementos de explicación sociológica. España. Editorial Spain Paraninfo, S.A. 2006. Pág. 46.

pretenden conseguir valorar este recurso infinito como un patrimonio, que da derechos pero también exige responsabilidad en cuanto al uso que se le da al elemento.

## **2.- ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de Yaku, “Parque – Museo del Agua”**

Al inicio de Yaku, el museo hizo un guión especial como estrategia de comunicación que tuvo su primer momento, ya que el museo acoge las estrategias según la Fundación Museos de la Ciudad que trabaja con fondos públicos, por lo tanto, la imagen y el contenido en la que trabajan siempre tiene que ajustarse a la imagen institucional del Municipio.

En cuanto a la comunicación, Lucía comentó que el museo tiene una estrategia comunicacional respecto a los objetivos de los temas que manejan, en los últimos 20 años los museos han ido por este camino; la importancia de relacionar a los museos con la comunidad es convertir objetivos vinculados en funcionamiento de la ciudadanía, entonces Yaku es considerado una institución de educación no formal. Según Lucía, plantean los objetivos y apuntan la comunicación hacia los públicos metas definidos, porque producen las exposiciones. La estrategia de comunicación se formuló sobre la base de difundir el mensaje del agua como patrimonio y trabajan sobre los ejes: Agua Viva y Nuestra Agua donde se abordan todos los temas que tienen relación con esa vinculación hombre, agua, naturaleza.

Sobre estos dos ejes plantean el guión general, adicionalmente también contemplan la implementación del espacio como un referente porque tiene un valor histórico, porque es la primera planta de distribución de agua de la ciudad.

En la comunicación externa, Lucía afirma que con la nueva administración revisan todo sobre el tema de folletería institucional, en cuanto a los colores e imagen del museo parten del Manual de Imagen que viene del Municipio, pues actualmente se ha modificado la Identidad Corporativa de Yaku; en cuanto a las exposiciones internas y temporales, se utilizan piezas de folletería interna

mientras que el folleto de las salas permanentes está en proceso de preparación para este año para complementar el guión; lo que indica que la muestra permanente de Yaku aún está incompleta. Actualmente tienen básicamente dos salas: Agua Viva (burbujas) donde se observa la tensión superficial y se explica las propiedades de agua; y el Sendero Ecológico, que es la parte naturaleza relacionado con el agua; la sala permanente es “Agua llega a mi casa”.

Yaku, va a construir en este año el parqueadero, ya que es una dificultad para la gente que visita el museo. Para complementar el guión general; el eje Agua Viva va a quedar en la edificación antigua y el eje Nuestra Agua va a estar ubicado en las nuevas exposiciones que se van a construir cerca del parqueadero junto a la ladera azul; por este motivo, el guión aún no está completo y no es informado al público externo; sin embargo, el objetivo del museo es cumplir este complementario guión para los visitantes.

### **3.- ¿Cuál es el proceso actual de comunicación de Yaku?**

Se ha trabajado en equipo dentro de la Fundación de la reelaboración de la página Web de la fundación y de sus museos, ya está diseñada la nueva plataforma con la que se pretende involucrar un poco más a través de los medios informáticos a quienes si no visitan necesitan información o cualquier tipo de servicio puede hacerlo a través del Internet. Yaku, está trabajando en los contenidos del guión general, detenido por la dificultad de espacios que tienen, pero también están preparando la folletería institucional, las piezas de comunicación para las exposiciones temporales, se realiza la estrategia, la comunicación con medios, difusión a través de piezas impresas como invitaciones para cierto público. No utilizan espacios pagados ni en prensa ni en televisión, más reciben a los espacios que la prensa como la televisión tienen libres y por ese lado han tenido bastante respuesta, cuentan con espacios normalmente en televisión y periódicos también con respecto a la programación de Yaku.

#### **4.- ¿Cuáles son los públicos objetivos de Yaku?**

Los públicos que tenemos ya cautivos son escolares y colegiales por el momento, posteriormente preparado el guión general será para el público adulto y extranjero.

#### **5.- ¿Cómo se aplican las nuevas tecnologías en el área comunicacional del museo?**

Lucía expresó que utilizan la página Web para el público externo; en cuanto al público interno utilizan una red instalada de correos electrónicos; no tienen intranet, pero sí poseen una red interna de comunicación entre los museos que conforman la Fundación.

#### **6.- ¿Qué recursos de apoyo se utilizan dentro de Yaku para el entendimiento de los visitantes?**

Diseñan los proyectos con fines educativos, por tanto, algo que está muy ligado es el eje de comunicación porque se planten objetivos educativos y brindan un tratamiento comunicacional dirigido para los públicos meta, porque no son instituciones de educación formal. Entonces el recurso museológico educativo es también material de difusión, impreso para las exposiciones en todos los años hacen para los museos de la Fundación material académico donde publican las investigaciones para cierto target; en este momento están en proceso de diseñar recursos impresos para un público de educación media y de educación primaria.

#### **7.- ¿De qué manera comunica el museo?**

La estrategia está planteada desde el principio con el objetivo propuesto en cada uno de los proyectos a través de los recursos que están en la sala museográfica, en cuanto a las preparaciones y capacitaciones de los

mediadores se maneja el modelo educativo de la Fundación, es comprender la interactividad no solamente con el objeto sino con el sujeto, entonces se genera conocimiento a través de la información que tiene la otra persona y así se construye el conocimiento en conjunto, eso es parte del modelo educativo que tiene mucho proceso de comunicación.

### **8.- ¿Debe un museo ser un lugar de aprendizaje?**

Por supuesto y completamente, el museo es declarado como institución de educación no formal, hace años atrás para un museo el valor solo lo tenía el objeto; el objeto como sí es un referente, un valor simbólico que es una potencialidad que manejan los museos históricos, Yaku, en el eje “Nuestra Agua” tienen previsto incorporar algunos recursos museográficos que son culturales por ese referente simbólico y valor agregado que se da. Por el momento, Yaku no tiene grandes colecciones pero desde el momento de concebir un objetivo identifican los recursos, muchas veces también culturales porque hay esa relación entre el ser humano y la sociedad, pero además diseñan recursos educativos en salas como multimedia, una trivía, un recurso interactivo también funcional, conciben el objetivo educativo planteándose una educación tanto permanente como temporal.

### **9.- ¿Cómo usted ve en un futuro a Yaku, “Parque – Museo del Agua”?**

Lucía expresa, que con el guión general consolidado, con los dos ejes y tal vez ampliando la propuesta que tienen actualmente, desean enfatizar los temas investigados para dar una respuesta a los públicos adultos incluido el turismo y así poder acoger a otro público que por el momento todavía no tienen una propuesta concreta.

#### 4.7.2 Entrevista (Área de Administración)

<b>Nombre del Entrevistado:</b>	Lucía López
<b>Cargo:</b>	Actual Coordinadora de Comunicación y coordinadora temporal del área de Administración.
<b>Fecha:</b>	20 de Marzo del 2010
<b>Lugar:</b>	Instalaciones Yaku, “ Parque- Museo del Agua”
<b>Duración:</b>	Una hora

#### Desarrollo de la entrevista:

##### 1.- ¿Cuál es el trabajo e importancia de la Administración dentro de Yaku?

La gestión cultural es un tema muy complicado porque no hay mucha gente especializada en el tema de administración cultural que significa también contratación en el ámbito de la creatividad, esa siempre ha sido una dificultad dentro del ámbito de gestión cultural que debe comprenderse que es una unidad que debe estar ligada entre lo técnico museológico y la administración para hacer realmente la gestión. Se ha hecho varios esfuerzos de difusión para empoderar el área administrativa de la institución, pues al no ser una entidad que genera recursos no resulta un ámbito atractivo o de especialización para una carrera de administración de empresas, por lo que sí es un tema que necesita cierta capacitación por ser una institución pública y cultural.

Existe una dificultad que se ha dado desde hace año y medio, que todos los que manejan fondos públicos deben seguir las directrices del Instituto Nacional de Contratación Pública, entonces, eso demanda que la planificación sea por lo menos un año antes, a nivel de detalle muy minucioso trayendo dificultad con el trabajo que se realiza, porque no hay una ley de cultura y de tratamiento específico al ámbito de creación en la que trabajan siendo un problema para el trabajo en Yaku.

## **2.- ¿De qué manera aporta la parte administrativa en la difusión del Museo de Agua?**

La parte de comunicación está fuera de la parte administrativa, forma parte de la Dirección Ejecutiva y de la cabeza de la Fundación con un área de apoyo donde está la comunicación, en cuanto a la gestión de recursos, se hace convenios con instituciones de responsabilidad social que pueden ingresar fondos públicos a la Institución.

## **3.- ¿Cómo se maneja la gestión financiera dentro de Yaku?**

Los recursos son municipales, normalmente se hace el seguimiento y rendición de cuentas bajo la ley de Transparencia de los Recursos de las Leyes que rigen a todo el país.

## **4.- ¿Qué tipo de instituciones apoyan a Yaku, “Parque – Museo del Agua”?**

En términos académicos son varias instituciones: están renovando un convenio con Ecocec, Ecociencia, han investigado mucho sobre temas andinos, han colaborado con el Jardín Botánico, Zoológico, en verdad hay muchas instancias con las que trabaja el museo como: los glaciares entre otras, entonces, anualmente se ocupan con múltiples instancias con los que unen los mismos objetivos que son el cuidado del agua y del ambiente.

## **5.- ¿De qué manera aportan estas instituciones en el desarrollo educativo del museo?**

Depende de con cual se trabaja y del proyecto, se colabora con la Institución Conciencia trata sobre el tema e información del sendero ecológico, ya que trabajan en las cuencas de los páramos, han generado muchísima información donde se crean los guiones museográficos para luego plantear en las exposiciones.

**6.- Según su amplia visión, ¿Cuál es su perspectiva del arte interactivo en el futuro?**

Las artes son uno de los recursos con los que trabajan, al ser una producción humana, pero también con otros recursos. Lucía dice, han exposiciones de arte contemporáneo porque el arte siempre va hacer la mejor y más libre manera de expresarse del ser humano. Siempre va estar inserto en las propuestas el tema simbólico y la creación también en Yaku, hay una programación artística complementaria anual en lo que respecta a las artes escénicas; se realiza todos los domingos del año presentaciones de danza o teatro. En cuanto a las artes plásticas y visuales tratan de considerarlas también para acogerlas en Yaku, tienen una acogida de buena respuesta ante el público, pues la tecnología es parte del humano y se necesitan de estos medios para la creación. El arte actual invita a buscar, preguntar por muchas cosas. Por tanto, Yaku en varios temas trata de cuidar la imagen como la exposición temporal de arte contemporáneo Tempestad con gran documental sobre el agua.

**7.- ¿Cree usted que el departamento administrativo del museo se encuentra bien estructurado y administrado?**

Yaku, está en reestructuración, por lo que no se podría decir que está fluyendo muy bien, pero toda la contratación pública ha llevado a ser una reestructuración y un fortalecimiento interno y crecimiento inclusive en cuanto a las adquisiciones. En cuanto al mantenimiento de los museos tiene ya un trabajo desarrollado en cuanto a la seguridad, limpieza de áreas, las mismas que ya están fortalecidas; en cambio, en cuanto a los fondos públicos ha llevado a realizar una revisión en temas de contrataciones por el portal de compras públicas y eso a todo el equipo museológico ha producido a un proceso de capacitación para poder responder a todas las demandas del Municipio.

#### 4.8 Focus Groups

Los Focus Groups o grupos de enfoque son una técnica que permitirán obtener información de orden cualitativo acerca de la opinión y percepción de los visitantes acerca de la Imagen de Yaku, “Parque- Museo del Agua” en la ciudad de Quito.

Algunos autores consideran como “una especie de entrevistas grupales, por tanto, consiste en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuáles los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado o informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales.”<sup>115</sup>

Este método de recolección de datos permitirá recopilar información sobre la percepción de Imagen de Yaku, porque los grupos de personas expondrán sus diferentes puntos de vista, recuerdos y opiniones estimulados por la interacción, lo que incita a los participantes a profundizar, explicitar y justificar los temas tratados que posteriormente permitirá comprender resultados cuantitativos.

Según Creswell (2005) sugiere que el tamaño de los grupos varía dependiendo del tema: tres a cinco personas cuando se expresan emociones profundas o temas complejos y de seis a 10 participantes si las cuestiones a tratar versan sobre asuntos más cotidianos.

Al aplicar esta herramienta de investigación, se logrará comprender la actitud, experiencia y comprensión de los participantes acerca de la percepción de la imagen de Yaku y para que la información sea fidedigna, será grabada.

Los focus groups son positivos cuando todas las personas interactúan y se evita que uno de los participantes guíe la discusión. Por este motivo, los grupos de enfoque son conducidos por un líder que domine las temáticas a tratar mediante preguntas o comentarios sobre las percepciones generales de Yaku, “Parque- Museo del Agua”.

---

<sup>115</sup> HERNÁNDEZ, Roberto. FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. Metodología de la Investigación. Cuarta edición. México. Editorial Ultra. 2007. Pág. 605-606

La aplicación de esta técnica estará dirigida al público objetivo formado por niños de 10 a 14 años y por adolescentes de 15 a 19 años de distinto sexo (Ver anexo # 1), con quienes se realizará diferentes focus groups entre seis a diez personas cada uno, ya que según Creswell, este tamaño de grupo es esencial para tomar decisiones concretas facilitando el proceso de interacción grupal.

#### **4.8.1 Objetivos del Focus Group:**

##### **4.8.1.1 Objetivo General**

- Conocer el grado de percepción y comprensión que tienen los clientes acerca de Yaku, "Parque - Museo del Agua".

##### **4.8.1.2 Objetivos Específicos**

- Determinar el nivel de conocimiento que tienen los visitantes con relación a la Imagen del museo.
- Identificar las diferencias de cada grupo seleccionado respecto a los conocimientos que posean acerca del Museo del Agua.

#### **4.8.2 Focus Group #1 (9 personas)**

#### **GENERALIDADES:**

**Lugar:** Urbanización San Gregorio calle E 148

**Sector:** Norte

**Ciudad:** Quito

**Cuándo:** Sábado, 6 de Marzo del 2010

**Hora:** 15: 00 pm

**Duración:** 13 minutos

**Participantes (Niños de 10 a 14 años de edad)**

<b>Nombre:</b>	<b>Edad</b>
Guillermo Vascones	10 años
Kevin Mancheno	11 años
Paolo Proaño	12 años
Nicolás Morales	13 años
Jayro Zambrano	13 años
Sebastián Espín	14 años
César Zambrano	14 años
Manuel Flores	14 años
Felipe Morales	14 años

**Mediadora:** Cristina Mancheno E.

**Desarrollo: dinámica ante las preguntas****1.- ¿Qué tal les pareció el museo?**

Una vez realizado el focus group, los niños dijeron que sí les pareció bueno, lindo; ya que se encontraban en un lugar histórico, pero que sí existían varios aspectos que les ponía descontentos como que el lugar es muy pequeño y necesitan más espacio para explicar, en general los niños consideraron agradable al museo.

**2.- ¿Qué tipo de documento les ofrecieron dentro del museo?**

Los niños comentaron que faltó información a través de folletos, carpetas, ya que por ser niños necesitaban de un material de apoyo para obtener mejor información acerca de los temas tratados.

### **3.- ¿Qué tal les parecieron las instalaciones de Yaku?**

Los niños de 10 a 14 años, manifestaron que si se encontraban bien, e incluso les gustaron las instalaciones por la vista privilegiada de la ciudad de Quito; también comentaron que las piletas de las lagunas no estaban en funcionamiento, ellos consideran que este es un lugar divertido.

### **4.- ¿Qué fue lo que más les gustó o les llamó la atención del Museo del Agua?**

En general a los niños les gustó las salas temáticas, entre ellas; la Sala Agua Viva donde los chicos interactuaron con una cartelera de plástico donde podían plasmar sus caras explicándoles la importancia de las moléculas del agua, los comentarios de ellos fueron que en esta sala aprendieron cómo se forman los remolinos, la formación de las nubes; lo mismo sucedió con la sala de burbujas y dijeron que es lo más lindo del museo, pues en esta sala los niños tuvieron una mayor participación con el módulo de burbujas en los que involucraban todas sus partes del cuerpo.

### **5.- ¿Qué le agregarían o sugerirían al museo?**

Los comentarios de los niños fueron agregar más juegos interactivos como: algo que se pueda tocar, computadoras, videos, imágenes para tener más diversión, de igual manera plantearon qué exista más información acerca de los temas en las salas, también deberían aprovechar los espacios que tienen ya que es muy pequeño, en cuanto al recorrido, dura 45 minutos y piensan que es muy corto y uno de ellos comentó que debería durar una hora y media. Muchos de los niños dijeron que el museo debería tener más publicidad e información de cómo llegar a Yaku, a través de imágenes visuales y videos.

Los niños observaron que la guía debía dar mejores explicaciones con palabras fáciles de entender, porque existía dificultad para entender el mensaje y solo quedaban ideas vagas o confusas e incluso el niño de diez años no entendió por la dificultad de palabras.

**6.- ¿En qué lugar pondrían la publicidad del museo?**

Muchos de los niños dijeron que en televisión, radio, otro en los mercados por lo que hay mucha gente en este lugar, escuelas y en las calles donde pasan la gente y los carros para obtener más conocimiento sobre la existencia de Yaku; e incluso un niño planteó que la publicidad era mejor antes, cuando empezó el museo.

**7.- ¿Qué aprendieron del agua?**

Los niños lograron captar sobre los diferentes procesos del agua, de cómo llega el agua a casa e incluso dijeron que el agua es vida, y que sin agua no habría vida ni podríamos bañarnos y estar limpios.

**8.- ¿Qué tal estuvo la atención en el museo?**

Varios niños dijeron que la atención estuvo más o menos, y que se notaba que había desorganización y faltaba coordinación, porque algunos de los visitantes se encontraban viendo otras salas y no atendían a la guía; los niños consideran importante que la guía debe estar con una ropa adecuada, pues vestía un calentador; también plantearon que una vestimenta apropiada de los guías refleja la imagen del museo, en esta ocasión los niños se llevaron una mala impresión.

**9.- ¿Por qué es importante acudir a un museo interactivo?**

Uno de los chicos comentó que se aprende más mientras se juega, otro dijo que es mejor aprender con juegos interactivos del museo que en la escuela; también comentaron que se aprende mejor visualmente que escuchando, por la razón de que el niño se divierte y aprende más.

**10.- ¿Cómo se enteraron de Yaku “Parque- Museo del Agua”?**

Según las respuestas de los niños fueron por la escuela, ya que en su mayoría asistieron por motivos educativos, otros por amigos y padres.

### **11.-En el momento de dirigirse al museo, ¿observaron suficiente información sobre Yaku?**

Los niños dijeron que los pocos letreros que había estaban poco claros y no se veían bien, eran antiguos y casi borrosos; por lo que los niños comentaron que deberían renovar y ubicar más letreros y más elementos de agua en el recorrido.

#### **4.8.2.1 Conclusiones del Focus Group #1**

Luego de haber realizado el Focus Group se concluyó que la experiencia que tuvieron los niños dentro del museo fue buena y obtuvieron un gran conocimiento en cuanto a los diferentes temas tratados a través de la experiencia interactiva, sin embargo, gran parte de ellos no quedó a gusto, ya que las salas eran demasiado pequeñas y el recorrido muy corto.

En cuanto a los factores que no favorecen al museo, se encuentra una gama de inquietudes que incluyen; el tiempo de visita de las personas por todo el museo fue corta, ya que apenas duro 45 minutos y el recorrido por las salas no fue más de diez minutos cada una, en las salas de Agua Viva y burbujas, los niños permanecieron más tiempo, porque podían emplear las partes del cuerpo humano a través de los aparatos de interacción y mostraban más interés, especialmente por el módulo de hacer burbujas a través de utensilios, debido a que este tipo de salas está dirigido a un público menor. A pesar de estas salas, los niños necesitaban más tiempo, juegos, explicación y el funcionamiento de las piletas de la laguna que no encendieron para divertirse más mientras aprenden.

Cabe señalar que la vestimenta de la guía no era la apropiada, así como la dificultad de lenguaje empleado por la guía para la comprensión de los chicos, reflejando mala imagen del museo.

También las personas no saben cómo llegar al museo por falta de información en cuanto a letreros, símbolos de señalización entre otros, pues los pocos que hay están borrosos y destruidos; como también la falta de publicidad de Yaku a través de medios y herramientas de comunicación.

Los resultados hallados permiten destacar que la opinión, vivencias y recuerdos de los niños son importantes para el mejoramiento y fortalecimiento de la imagen del museo.

#### **4.8.3 Focus Group #2 (7 personas)**

##### **GENERALIDADES:**

**Lugar:** Calle El Placer OE11-271, barrio El Placer, instalaciones de Yaku, “Parque- Museo del Agua”

**Sector:** Centro

**Ciudad:** Quito

**Cuándo:** Martes, 16 de Marzo del 2010

**Hora:** 16: 00 pm

**Duración:** 14 minutos

##### **Participantes (Adolescentes de 15 a 19 años de edad)**

<b>Nombre</b>	<b>Edad</b>
Damián Enríquez	15 años
Mariuxi Torres	16 años
Carolina Carpio	17 años
Lenin Pilco	18 años
David Enríquez	18 años
Santiago Enríquez	19 años
Christian Guillén	19 años

**Mediadora:** Cristina Mancheno E.

**Desarrollo: dinámica ante las preguntas****1. ¿Qué tal les pareció el museo?**

Los chicos comentaron que estaba muy bien, había varias cosas que hacer, como en la sala Agua Viva y de burbujas donde pudieron interactuar con las paletas metálicas, tomarse fotos y jugar; sin embargo, les molestó que no hubiera una guía que acompañara el recorrido explicando las diferentes salas, al ingresar al museo la guía dijo que podían conocer solos el lugar, porque Yaku está dirigido especialmente a niños.

**2.- ¿Sabes ahora sobre el Agua más que antes de entrar al museo?**

La mayoría de los adolescentes comentaron que ya sabían sobre los temas del agua tratados en el museo, mientras que el menor del grupo dijo que no sabía nada y necesitaba de un guía.

**3.- ¿Participaron en las actividades interactivas?**

Estas salas están diseñadas para niños expresaron, ya que el tobogán que se encuentra en la entrada del museo es demasiado estrecho y no podían entrar como igual con los distintos aparatos interactivos.

**4.- ¿Qué tal les pareció la atención del museo?**

Los jóvenes comentaron que la guía debería tener un uniforme adecuado, porque es mala imagen para el museo e incluso debería mejorar el trato a la gente. En cuanto a las salas de Agua Viva y burbujas les llamó más la atención, ya que hay una conexión más cercana con los aparatos de interacción.

### **5.- ¿Cómo describen al museo?**

Durante el focus group los muchachos expresaron que el museo es chévere, interesante, interactivo para aprender; así como también que deberían traer a los niños para que aprendan sobre el agua de Quito

### **6.- En cuanto a las instalaciones ¿Qué les pareció?**

El grupo comentó que hay espacios vacíos donde pueden ubicar más lugares de interacción, existen salas en construcción, pues las instalaciones deberían ser más amplias y no muy sencillas. En cuanto al recorrido fue muy corto y uno de los chicos dijo que no sabían a dónde ir, considerando que no había quien dirija el paseo por el museo, también la falta de señalización en cada sala.

### **7.- ¿Recomendarían la visita a otras personas?**

Muchos de los adolescentes dijeron que sí, pero a niños, por lo que el museo está dirigido más a este target e incluso encuentran más divertido a Yaku.

### **8.- Sugerencias a este museo**

Los jóvenes manifestaron que deberían ubicarlo en otro lugar, pues es difícil llegar por falta de señalización, las flechas están desgastadas y borrosas y no hay mucha propaganda por lo que mucha gente no sabe cómo llegar.

El recorrido debe ser más completo, con cosas que se puedan tocar y aprender y sobre todo mejorar la atención por parte de los guías. También dijeron ubicar más publicidad sobre el museo y contratar buses que pueden llegar hasta este lugar, porque hay personas que vienen en taxi y el momento de salir es complicado por falta de transportación.

#### **4.8.3.1 Conclusiones del Focus Group #2**

Una vez terminado el focus group con los chicos se concluyó que a través de las respuestas obtenidas, a varios jóvenes les pareció chévere e interesante el museo, resaltando componentes efectivos como las salas de Agua Viva y burbujas, ya que lograron obtener un contacto satisfactorio con el juego; a pesar de que estas salas están dirigidas a un público menor.

Sin embargo, algunos de los chicos dijeron que habían varias inquietudes sobre las instalaciones del museo, en cuanto a los espacios vacíos y en construcción, lugares para ubicar más salas interactivas, entre otros; así como también, la vestimenta de la guía que no era la apropiada, e incluso la descortesía de la misma, pues no acompañó a los jóvenes en el recorrido. También los juegos interactivos están diseñados para niños, por lo que los adolescentes pasaron desapercibidas varias sesiones interactivas.

Otro factor, el tiempo de recorrido muy corto, ya que en este caso los jóvenes no contaban con la presencia del guía, lo que hizo que se pierdan en el museo y terminen el recorrido en menos de 30 minutos.

El comentario de los chicos es muy importante, sugirieron que el museo coloque señalización, ya que las pocas flechas que ahí se encuentran están desgastadas y borrosas, una de las participantes comentó que deberían implementar más transportes que lleguen hasta el museo, y en el momento de salir no sea complicado.

#### 4.9 Conclusiones de la Investigación

Las conclusiones de la investigación se presentan de la siguiente manera:

Como primer punto son las conclusiones obtenidas en las encuestas que se realizó en la primera parte de la investigación y posteriormente las conclusiones de las distintas sesiones aplicadas. El propósito de la investigación fue obtener información importante y necesaria que permita conocer cuál es la percepción de la ciudadanía y de los visitantes sobre Yaku, “Parque- Museo del Agua”.

En la primera parte, se realizó una encuesta a las personas de la ciudad de Quito de 20 a 64 años de edad, los resultados que arrojaron fueron que una gran parte de los encuestados desconocen sobre la existencia del museo del agua por falta de información y publicidad en los medios ATL (medios masivos) y BTL (medios alternativos o no tradicionales), por tanto, no hay un interés específico en la visita del museo. Esto se explica de alguna manera, ya que se debe mejorar la comunicación entre Yaku, “Parque – Museo del Agua” y las personas que desean visitar este lugar.

Al realizar los Focus Groups, el primero formado por niños de 10 a 14 años y el segundo por adolescentes de 15 a 19 años, se obtuvo varias conclusiones en cuanto a los niños se permitió tener esquemas de comprensión más amplios acerca del contacto directo con el museo, porque obtuvieron más conocimiento sobre los temas tratados a través de los juegos interactivos, mientras que los jóvenes ya conocían sobre los temas tratados en las salas y dejaron de lado los juegos interactivos.

También, es importante mencionar que varias expectativas se crearon al visitar el museo interactivo; para los niños fue una visita diferente e interesante y aprendieron los temas relacionados vistos en la escuela a través del juego; mientras que los adolescentes la visita fue pasajera y aburrida por falta de un guía en el recorrido del museo.

Por otra parte las salas de Agua Viva y burbujas llamaron la atención de los niños y de los jóvenes, en estas salas emplearon las partes del cuerpo humano;

a pesar de este recorrido, la falta de tiempo, juegos y explicación no llenó de expectativas a los visitantes.

Algo muy importante que percibieron los niños y jóvenes fue la poca imagen del museo, porque el guía no vestía el uniforme de la institución y el lenguaje y trato no fue el adecuado; así como también la falta de diseño de otras salas y juegos interactivos. En cuanto a las sugerencias son varias: sugirieron que el museo coloque señalización, pues las pocas flechas que ahí se encuentran están desgastadas y borrosas; así como también folletos, la entrega de trípticos institucionales sobre el museo.

Yaku, “Parque - Museo del Agua”, es un museo que se encuentra en reestructuración de personal y de la identidad corporativa por orden del Distrito Metropolitano de Quito, que estará lista y expuesta al público a mediados de este año según la entrevista realizada a Lucía López, por lo que no existe aún herramientas de comunicación que plasmen la importancia del museo; este lugar lúdico está enfocado a los niños que intercambian reflexiones y vivencias a través de los aparatos interactivos para hacer de una visita una experiencia educativa.

Yaku, es una institución sin fines de lucro y de educación no formal con objetivos y proyectos planteados a la ciudadanía a través de los dos ejes principales Agua Viva y Nuestra Agua, que pone a disposición de los visitantes; para algunos la visita del museo es un lugar novedoso, interesante que aplican los conocimientos adquiridos a través del juego mientras que para otros es una visita normal y poco interesante por los temas tratados.

Por último, una vez realizada y terminada la investigación, se obtuvieron opiniones y conclusiones significativas entre los visitantes y el museo, ya que estas observaciones ayudarán a fortalecer y mejorar la reputación de la imagen del museo.

## CAPÍTULO V

### PROPUESTA DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

#### 1.- INTRODUCCIÓN

Una vez realizada la investigación, se obtuvo importante información acerca del museo, lo que permitirá realizar un diagnóstico por medio del FODA y luego se propondrán estrategias viables para solucionar los problemas urgentes de Yaku.

#### 2.- FODA DE YAKU, “PARQUE- MUSEO DEL AGUA”

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Talento humano capacitado en las áreas de administración y operativa.</li> <li>- Es uno de los pocos museos interactivos existentes en Quito.</li> <li>- Convenios con instituciones educativas y museísticas (Nacionales e internacionales)</li> <li>- Lugar idóneo para interactuar y aprender de manera divertida a través del juego.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de espacio y juegos en las instalaciones.</li> <li>- Falta de capacitaciones sobre atención al cliente de los guías del museo.</li> <li>- Falta de sentido de pertenencia del personal.</li> <li>- Falta de herramientas de comunicación interna.</li> <li>- Falta de señalización actual y bien mantenida.</li> <li>- Al ser una entidad que depende del presupuesto de la Fundación Museos no puede realizar ningún proyecto sin antes ser aprobados por la Dirección Ejecutiva.</li> <li>- Constantes cambios administrativos por parte del Distrito Metropolitano de Quito.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca competencia en cuanto a museos interactivos en la ciudad de Quito.</li> <li>- El interés de las organizaciones nacionales e internacionales en la participación de actividades teatrales, seminarios permitirá difundir la temática del museo ante los públicos.</li> <li>- Preocupación de los ciudadanos por el cuidado del Medio Ambiente- Agua.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Débil imagen del museo por parte de los públicos.</li> <li>- Escasa valoración cultural sobre el cuidado del agua.</li> <li>- Poca publicidad e información del museo a la colectividad en general.</li> </ul>

### **3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL:**

Diseñar una propuesta de un plan estratégico de comunicación para fortalecer la imagen de Yaku, "Parque-Museo del Agua", ubicado en el Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, para incrementar la afluencia de los públicos objetivos.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Motivar e integrar al personal del museo con distintas actividades.
- Crear y mantener relaciones fluidas y dinámicas entre la Fundación Museos y Yaku, "Parque- Museo del Agua".
- Gestionar la comunicación dentro de Yaku, "Parque- Museo del Agua"
- Determinar mecanismos para mejorar la percepción de la imagen y aceptación promocionando a Yaku, "Parque-Museo del Agua" como un lugar divertido e interactivo para el público objetivo y potenciales visitantes.
- Posicionar a Yaku en los medios de comunicación como institución educativa e interactiva que trabaja en beneficio de la sociedad.

## 4.- PÚBLICOS

### 4.1 PÚBLICO INTERNO

- **Personal del museo:** Trabajadores del museo.
- **Mediadores:** Guías de Yaku, “Parque – Museo del Agua”
- **Fundación Museos:** público interno de la fundación.

### 4.2 PÚBLICO EXTERNO

- **Visitantes o Clientes:** niños, adolescentes y familias con hijos de la ciudad de Quito que han asistido y asisten al museo.
- **Potenciales visitantes:** niños, adolescentes, hombres y mujeres de la ciudad de Quito que no han visitado Yaku.
- **Medios de Comunicación:** prensa, radio, televisión y página web.
- **Instituciones educativas:** escuelas y colegios de la ciudad de Quito.

## 5.- ESTRATEGIAS

OBJETIVOS	PÚBLICO	ESTRATEGIAS
1.- <b>Motivar e integrar al personal con distintas actividades del museo.</b>	Interno (Guías)	<b>1.1</b> Involucrar al personal en las actividades del museo.
2.- <b>Crear y mantener relaciones fluidas y dinámicas entre la Fundación Museos y Yaku, “Parque- Museo del Agua”.</b>	Externo (Fundación)	<b>2.1</b> Mejorar la relación entre la fundación y el museo.
3.- <b>Gestionar la comunicación dentro de Yaku, “Parque- Museo del Agua”</b>	Interno (personal interno del museo)	<b>3.1</b> Crear canales de comunicación interna sobre el museo.
4. <b>Determinar mecanismos para mejorar la percepción de la imagen y aceptación promocionando a Yaku, “Parque-Museo del Agua” como un lugar divertido e interactivo para el público objetivo y potenciales visitantes.</b>	Externo (Visitantes y potenciales visitantes)	<b>4.1</b> Atraer al público a visitar Yaku.
	(Escuelas y Colegios)	<b>4.2</b> Motivar a los estudiantes a participar en las actividades atractivas y divertidas del museo.
5.- <b>Posicionar a Yaku en los medios de comunicación como institución educativa e interactiva que trabaja en beneficio de la sociedad.</b>	Externo (Medios de comunicación)	<b>5.1</b> Atraer a los medios de comunicación hacia Yaku.

## 6.- TÁCTICAS

TÁCTICAS	RESPONSABLE
<p><b>1.1 Capacitación:</b>  <b>Objetivo:</b> Capacitar a los guías para que mantengan una actitud positiva con los visitantes.  <b>Características:</b>  <b>Lugar:</b> Instalaciones de Yaku.  <b>Cuándo:</b> Los tres primeros días de la primera semana del mes de enero.  <b>Duración:</b> Tres horas al día por una semana.  <b>Temas:</b> Habilidades y técnicas básicas del servicio, trabajo en equipo, uso apropiado de palabras y el adecuado trato a los visitantes.</p>	<p>- Comunicador Corporativo  - Supervisor de los guías.</p>
<p><b>1.2 Uniformes para público interno:</b>  <b>Objetivo:</b> Lograr mantener una identificación del personal que trabaja en YAKU.  <b>Características:</b>  <b>Uniforme para Guías:</b> camisetas tipo tenis de color verde y turquesa estampado el logo del museo con pantalón tipo blue jean.  <b>Uniforme Personal administrativo:</b> blusas azules y pantalón o falda para mujeres; camisas azules y pantalón azul para hombres.  <b>Cuándo:</b> Se repartirán anualmente al personal dos camisetas, dos blusas y dos camisas. (Ver anexo 7)  Los guías deberán poner una frase relacionada con el cuidado del agua atrás de sus camisetas.  Además el Departamento de Recursos Humanos debe encargarse de vigilar su estricto cumplimiento y uso.</p>	<p>- RR.HH  - Comunicador Corporativo</p>
<p><b>1.3 Incentivos al personal:</b>  <b>Objetivo:</b> Reforzar el sentimiento de pertenencia y motivación de los miembros de YAKU.  <b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Festejo cumpleaños</b>  Se realizará un festejo grupal para todos los cumpleaños del mes. Se brindará un snack entre los compañeros de trabajo. Esto se realizará en las instalaciones de Yaku, y tendrá una duración de una hora.</li> <li>- <b>Concurso Mejor Empleado del mes</b>  Se elegirá cada mes al empleado que haya tenido el mejor desempeño. Los jefes inmediatos serán los que elijan a los candidatos y los compañeros de trabajo serán quienes elijan al ganador. Quien haya sido electo tendrá un día de descanso entre semana.</li> <li>- <b>Premios por puntualidad</b>  Se premiará con tarjetas de descuentos en almacenes de la ciudad al empleado que se haya registrado su entrada a la hora exacta durante todos los meses del año.  La difusión de los incentivos y la entrega de los premios se publicarán a través del intranet.</li> </ul>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>1.4 Reuniones informativas:</b>  <b>Objetivo:</b> Mantener al personal actualizado e informado.  <b>Lugar:</b> Instalaciones de Yaku.  <b>Cómo:</b> Mensualmente se reunirán los jefes de todas las áreas para verificar los avances de los proyectos y además se utilizará este espacio para difundir información de importancia y lograr retroalimentación. Los principales puntos y conclusiones de las reuniones se notificarán a través de una del intranet y la cartelera.  Se brindará un pequeño snack durante la reunión y se asignará a cualquier empleado para realizar la dinámica en la reunión.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>

<p><b>Cuándo:</b> Un día miércoles de cada mes durante un año (total 12 reuniones)</p>	
<p><b>1.5 Manual del empleado:</b>  <b>Objetivo:</b> Estandarizar procedimientos y fortalecer la cultura corporativa de YAKU.          En este manual se detalla los deberes y derechos de todo trabajador y las políticas de YAKU para el manejo de su personal. Será difundido en reunión con los empleados.  <b>Características:</b>  <b>Formato:</b> 29 hojas. Tamaño A5. Full color. Papel couche de 150grs.  <b>Cuándo:</b> Será entregado los primeros días del mes de Enero.  <b>Temas:</b> Filosofía organizacional, organigrama del museo, contratación e inducción, contratos, horarios de trabajo, remuneración del personal, etc. (Ver anexo 8)</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>1.6 Frases motivadoras:</b>  <b>Objetivo:</b> Motivar al personal de Yaku.  <b>Características:</b>  <b>Dónde:</b> en lugares vistosos del museo.(Colocar en las áreas administradoras y operativas del museo)  <b>Cuándo:</b> Todo el año  <b>Cómo:</b> Colocar carteles con colores llamativos y con frases motivadoras. Estas se colocarán cada dos semanas para generar pertenencia y motivación del personal.</p>	<p>- Comunicador Corporativo          - RR.HH</p>
<p><b>2.1 Reuniones con autoridades de la Fundación:</b>  <b>Objetivo:</b> Mantener una relación directa con la Fundación Museos con el fin de informarles periódicamente sobre las labores y proyectos que realiza el museo, garantizando así la comprensión y beneficios correspondientes.  <b>Características:</b>  <b>Lugar:</b> Museo de la Ciudad  <b>Cuándo:</b> una vez al mes por un año  <b>Duración:</b> Dos horas          Durante la reunión se brindará un snack.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>2.2 Revista-Memoria Anual:</b>  <b>Objetivo:</b> Rendir cuentas a la Fundación Museos.  <b>Características:</b>          Se realizará una revista con el detalle de los proyectos realizados durante todo el año, se publicarán fotografías, presupuesto utilizado, resultados obtenidos, entre otras actividades importantes del museo.( Ver anexo 9)          Esta revista también podrá ser usada como herramienta de promoción externa al ser entregada a medios de comunicación o públicos estratégicos interesados.  <b>Formato:</b> La revista será impresa a todo color, tamaño A4, papel couché</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>3.1 Buzón de sugerencias:</b>  <b>Objetivo:</b> Habilitar a un espacio de participación que permitirá motivar al personal y desarrollar sentido de pertenencia.  <b>Características:</b>  <b>Dónde:</b> Se ubicará en un lugar de libre acceso. Se revisará cada mes con el objetivo de agilizar la escucha de las respuestas y para convertirlas en acciones más adelante.  <b>Duración:</b> Todo el año  <b>Formato:</b> 50x15 cm. Colores corporativos, logo del museo.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>

<p><b>3.2 Carteleras internas:</b>  <b>Objetivo:</b> Fomentar la comunicación interna.  <b>Características:</b>  Instalar carteleras en las áreas de mayor flujo de personas para lograr fomentar la difusión de mensajes.  <b>Dónde:</b> En las distintas áreas de trabajo.  <b>Cuántas:</b> Cinco, cada una de 1,50 x 1 m c/u con los colores corporativos del museo, de material de lona, con estructura en aluminio. <b>(Ver anexo 10)</b>  <b>Temas:</b> Actividades, eventos, novedades del museo.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>3.3 Intranet:</b>  <b>Objetivo:</b> Mantener informado al personal interno del museo  <b>Características:</b>  Instalar una red de interna de comunicación digital.  Realizar las cotizaciones de los recursos técnicos a utilizar (cables, computadoras, etc)  Contactar con el Departamento de Sistemas para Yaku para facilitar su implantación y funcionamiento correcto. Se facilitará un Manual de uso del intranet al personal interno. <b>(Ver anexo 11)</b></p>	<p>- Comunicador Corporativo  - Dep. Sistemas</p>
<p><b>4.1 Trípticos:</b>  <b>Objetivo:</b> Mantener informados al personal externo de Yaku.  <b>Características:</b>  Realizar trípticos que contengan la filosofía Organizacional de Yaku. <b>(Ver anexo 12 )</b>  <b>Dónde:</b> se colocarán en la entrada principal del museo y en el Museo de la Ciudad  <b>Cantidad:</b> 1500 trípticos. Tamaño A4. Papel couche de 150grs.  <b>Temas:</b> Filosofía organizacional y actividades principales de Yaku.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>4.2 Pastilla Informativa en TV Plasma:</b>  <b>Objetivo:</b> Crear una pastilla informativa en video, indicando el cronograma de actividades y exposiciones que se llevarán a cabo en el museo durante cada mes.  <b>Características:</b>  <b>Dónde:</b> se ubicará en la entrada principal del museo  <b>Cuándo:</b> durante todo el año.  <b>Cuántas:</b> Una plasma de 50”  <b>Temas:</b> Actividades, seminarios, talleres, etc.; a realizarse en el museo alternando con chistes, bromas, noticias, etc.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>4.3 Vallas Publicitarias:</b>  <b>Objetivo:</b> Permitir una mejor ubicación del lugar donde se encuentra YAKU.  <b>Características:</b>  <b>Dónde:</b> Estas vallas serán colocadas en puntos estratégicos de la ciudad, como en la entrada del Barrio el Tejar y otra en el Barrio El Placer resaltando la nueva imagen de Yaku y además se colocarán a lo largo del recorrido 10 mini vallas, en las cuales se mostrará el logotipo del museo y flechas que señalen el camino a seguir para llegar al museo.  <b>Cuándo:</b> Desde el mes de enero y durante un año  <b>Cuántas:</b> 2 vallas de 3 x 3m y 10 mini vallas de 90 x 60 cm. <b>(Ver anexo 13)</b></p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>4.4 Evento “El agua es vida”:</b>  <b>Objetivo:</b> Concienciar a la gente sobre el cuidado y la importancia del agua.  <b>Características:</b>  <b>Evento “El agua es vida”</b>  <b>Cuándo:</b> 23 de Marzo en que se celebra el día mundial del Agua.  El evento se dividirá en dos partes: <b>Primera parte:</b> este día la entrada al museo será gratuita. Los visitantes que recorran el museo podrán</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>

<p>apreciar durante todo el día exposiciones de fotos y videos sobre la importancia del agua.</p> <p>Estos videos se presentarán en la sala cine que se encuentra en el segundo piso del museo.</p> <p>En el exterior del museo, durante la mañana se realizarán varias actividades como: títeres, danza del agua, concursos etc.; que involucren al visitante y así aprendan mientras se divierten. Los niños que concursen ganarán camisetas, gorras, stickers con el logo del museo. Se dispondrá de una sala con computadoras para los visitantes, se implementará una aplicación multimedia sobre temas relacionados con el agua; así lograr una interactividad a través de actividades multimedia dinámicas, con animaciones atractivas que implican al usuario en su auto aprendizaje y lo mantienen con un buen nivel de motivación.</p> <p><b>Segunda parte: Maratón:</b> Se convocará a las principales escuelas y colegios de la ciudad de Quito para que participen en una maratón de 2 km que logre generar conciencia sobre el adecuado uso del agua.</p> <p><b>Características:</b> Se reunirán a las escuelas y colegios en el Barrio El Placer en las calles Andrés de Zuñiga N4 y El Placer, lugar donde empezará el recorrido hasta el Museo del Agua ubicado en la calle El Placer OE 11-271 en el Centro Histórico de Quito. Con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía sobre el uso adecuado del agua las escuelas participantes exhibirán pancartas sobre temas de la importancia y sobre el cuidado del agua. La meta de la maratón, será en las instalaciones de Yaku, en donde se realizarán talleres y charlas sobre diversos temas dictadas por expertos y el personal de Yaku.</p> <p>Para terminar con el evento se brindará un snack a los estudiantes y profesores.</p> <p><b>Quiénes:</b> Instituciones educativas como: Escuela y Colegio “San Andrés”, Colegio “Las Mercedarias”, Escuela y Colegio “La Salle” y Escuela y colegio “Eugenio Espejo”.</p> <p><b>Hora:</b> 10 :00 am</p> <p><b>Lugar:</b> Centro Histórico</p> <p><b>Auspicios:</b> Distrito Metropolitano de Quito, Empresa de Agua y Alcantarillado (EMMAP), Corporación Vida para Quito.</p> <p><b>Invitados:</b> Se entregarán invitaciones personalizadas a las autoridades de organizaciones e Instituciones que apoyan al museo. Se pedirá una confirmación de asistencia, ya que estas figuras atraen a los medios. El formato de las invitaciones será el siguiente: tamaño 15 x11cm. Full color. Papel Sundance felt, <b>(Anexo 14)</b></p> <p><b>Boletín de prensa:</b> se enviará a los medios de comunicación para informar acerca del evento y lograr que esta información será difundida a la población, <b>(Anexo 15)</b></p>	
<p><b>4.5 Publicidad en medios impresos:</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Publicitar los servicios, eventos y actividades del museo. El medio seleccionado para esto es la revista La Familia del diario El Comercio que circula a nivel nacional.</p> <p><b>Características:</b> <b>Cuándo:</b> Un domingo del mes, cada cuatro meses por un año. <b>Cuánto:</b> 3 publicaciones al año. <b>Tamaño:</b> ¼ de página.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>4.6 Perfil en Facebook:</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Promocionar la imagen del museo entre el público joven. (Se utilizará la red social generalista (Facebook) <b>(Ver anexo 16)</b>)</p> <p><b>Características:</b> Se creará una página comunitaria sobre Yaku, indicando todas las actividades, eventos y exposiciones del museo; esta página es gratuita y</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>

<p>está a disposición de todos los usuarios de Facebook con el fin de captar al público joven.</p>	
<p><b>4.7 Reestructuración de la Página Web:</b>  <b>Objetivo:</b> Crear una página interactiva que permita mantener el concepto diferenciador entre Yaku y el resto de museos.  <b>Características:</b>          Se reestructurará la página Web de Yaku para lograr interactividad con los visitantes, para esto se creará un link adicional sobre un portal virtual con temas educativos digitales relacionados al agua e incluso se implementará juegos didácticos para la recreación del visitante. Se incluirán además juegos y premios los mismos que consistirán en artículos como: esferos, gorras, adhesivos, jarros con el logotipo de Yaku y también estarán a disposición de los visitantes en la recepción del museo (<b>Anexo 17</b>)          La página web interactiva, ayudará a interactuar y aprender a través de animaciones divertidas, los juegos permitirán diversión y la asimilación de conocimientos mientras el visitante juega manteniendo de esta manera el mismo concepto de “aprender jugando” que se tiene dentro del museo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicador Corporativo</li> <li>- Dep. Sistemas y Multimedia</li> </ul>
<p><b>4.8 Mailing:</b>  <b>Objetivo:</b> Mantener un contacto permanente con los visitantes.  <b>Características:</b>  <b>Cómo:</b> Primero se mantendrá una base de datos de los visitantes obtenida a través de un formulario que será llenado por los visitantes al ingresar al Museo.          Posteriormente se enviará un correo electrónico que contendrá noticias importantes sobre Yaku, así como actividades que realizará el museo durante el mes.  <b>Cuándo:</b> semanalmente durante el año.  <b>Temas:</b> Se enviará invitaciones a talleres, exposiciones del museo, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicador Corporativo</li> <li>- Guías</li> </ul>
<p><b>4.9 Talleres para niños y adolescentes:</b>  <b>Objetivo:</b> Lograr que los niños y adolescentes de las escuelas y colegios de Quito conozcan sobre la existencia del museo y tomen conciencia sobre el cuidado del agua.  <b>Características:</b>  <b>Lugar:</b> instituciones educativas  <b>Cuándo:</b> los meses de: marzo, octubre, diciembre.  <b>Duración:</b> tres horas durante un día en cada institución educativa.  <b>Actividades:</b> Realizar capacitaciones y talleres sobre el cuidado del agua, se presentará de forma vivencial las diferentes temáticas del museo. Para esto se llevará a las instituciones educativas, la máquina manipuladora de burbujas para interactuar con los estudiantes, así como la máquina de torbellinos y el juego de moléculas de agua. Así se logrará obtener experiencias lúdicas mientras se aprende. Se pedirá hacer una dinámica entre los estudiantes sobre lo aprendido. Se realizará una evaluación escrita final para conocer los conocimientos adquiridos en el taller.  <b>-Folletos y cd’s educativos:</b> Durante las capacitaciones y talleres, se facilitará a los estudiantes folletos sobre las exposiciones permanentes y temporales del museo, y un cd como material didáctico educativo para los profesores. (<b>ver anexo 18</b>)  <b>Características:</b>  <b>Folletos:</b> a todo color, papel couché, carátula full color.  <b>Cd:</b> material con información sobre las temáticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicador Corporativo</li> <li>- Supervisores y guías</li> </ul>
<p><b>5.1 Publicidad gratuita en medios de comunicación:</b>  <b>Objetivo:</b> Incentivar a los medios de comunicación para que publiquen noticias positivas sobre Yaku.  <b>Características:</b>  <b>Meses:</b> Enero y Febrero.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicador Corporativo</li> </ul>

<p><b>Radio y Prensa:</b> Obtener publicidad gratuita, a través de entrevistas. Para esto el comunicador corporativo, se encargará de contactar con distintos medios radiales como Radio Disney y medios impresos como Diario El Comercio y El Hoy, para obtener una entrevista con Ana María Armijos, Presidenta de la Fundación Museos, con el objetivo de exponer las actividades y servicios de Yaku, así lograr mayor notoriedad del Museo.</p>	
<p><b>5.2 Visitas guiadas a periodistas:</b>  <b>Objetivo:</b> Vincular a los periodistas con el museo.  <b>Características:</b>          Se invitarán a los periodistas a realizar un recorrido exclusivo en Yaku, Esto se realizará un día lunes, ya que este día el museo no se encuentra abierto al público.          En este recorrido se les explicará sobre las actividades y eventos que el museo realiza. Se les obsequiará folletos y cd sobre el museo. Al final del recorrido, se les invitará a un snack y se permitirá que los periodistas se entrevisten con los administradores del Museo para absolver cualquier inquietud.</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>
<p><b>5.3 Caminatas para periodistas</b>  <b>Objetivo:</b> Informar a los periodistas sobre la importancia del cuidado del agua en el mundo y específicamente en el país.  <b>Características:</b>          Planificar una caminata guiada para los periodistas por los páramos circundantes a Papallacta con el objetivo de observar el proceso de captación de agua desde sus orígenes. Para esto se deberá contactar con una agencia de viajes especializada en este tipo de recorridos para que facilite un guía naturalista y la logística necesaria.          Posterior al recorrido de los páramos se realizará la visita a la Laguna de Papallacta y se culminará el circuito con un almuerzo y visita a las instalaciones de la Hostería Termas de Papallacta.          Yaku correrá con todos los gastos de este recorrido, por lo que es necesario que se realice una selección minuciosa de quienes serán los asistentes.  <b>Cuándo:</b> Mes de Junio  <b>Lugares:</b> Páramos de Papallacta, Laguna y Aguas Termales.  <b>Duración:</b> Ocho horas  <b>Auspicio:</b> Fundación Museos de la Ciudad, FONAG (Fondo para la Protección del Agua ) ( <b>Ver anexo 19</b> )</p>	<p>- Comunicador Corporativo</p>





## 8.- PRESUPUESTO

TÁCTICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
1.1 Capacitación presencial a los guías	3 horas	25	75
1.2 Uniformes			
Camisas	40 unid.	6,50	260
Blusas	40 unid.	6,50	260
Camisetas tipo tennis	80 unid.	6,50	520
1.3 Incentivos al personal			
Festejo cumpleaños	8 snacks	3,00 (pers.)	24
Premios por puntualidad	12 tarjetas de desc.	3,00 ( pers.)	36
1.4 Reuniones informativas al personal			
Snack	12 snacks	25	300
1.5 Manual del empleado ( impresión full color)	2 unid.	4,60	9.20
1.6 Frases motivadoras			
Carteles con colores llamativos	12 carteles	2,00	24
2.1 Reuniones con autoridades de la Fundación Museos.			
Snack	12 snacks	25	300
2.2 Revista – Memoria Anual ( impresión full color)	20 unid.	15	300
3.1 Buzón de sugerencias	1 unid.	20	20
3.2 Carteleras internas (1,50x 1m c/u de material de lona, con estructura en aluminio.	5 unid.	35	175
3.3 Intranet	1	24	24
4.1 Trípticos	1500 unid.	0,448	672
4.2 Plasma informativa para visitantes ( donada por la Fundación Museos)	1 tv	0	0
4.3 Vallas ( 3x 3m, impresión en lona para exteriores)	2 unid.	270	540
Mini Vallas ( 90x60cm, lona para exteriores)	10 unid.	25	250
4.4 Evento “ El agua es vida”: Cronograma de actividades	1 evento		1.000
Boletín de prensa ( diseño)	1 unid.	1.000	
Invitaciones (15 x11cm. Impresión. Full color.)	5 unid.	25	25
Maratón			7,50
Premios, obsequios donados por la Corporación Vida para Quito.	0	1,50	0
		0	
4.5 La revista La Familia de El Comercio (1/4 Página)	3 publicaciones	700	2.100
4.6 Perfil en Facebook	1	0	0
4.7 Reestructuración de la Página Web	1 Pág. web.	600	600
4.8 Mailing	0	0	0
4.9 Talleres para niños y adolescentes	3 talleres	20 (c/2h) (día)	180
Folletos ( impresión full color)	1.000 folleto	3.50	3.500
Cd's	1.000 cds	0,60	600
5.1 Publicidad gratuita	0	0	0
5.2 Visitas guiadas a periodistas dentro del museo.			
Snack	10 snacks	10	100
5.3 Caminatas para periodistas			
Guía y logística	1 guía	200	200
Almuerzo	15 personas	8	120
		<b>Sub - Total</b>	<b>12.221,7</b>
		<b>Gasto operativo (15%)</b>	<b>1.833,255</b>
		<b>Imprevistos (10%)</b>	<b>1.222,17</b>
		<b>Total de Gastos</b>	<b>15.277,13</b>

## 9.- EVALUACIÓN Y CONTROL

OBJETIVO	TIPO DE OBJETIVO	NIVEL	TÁCTICAS	INSTRUMENTO	INDICADOR
<b>1.- Motivar e integrar al personal con distintas actividades del museo.</b>	Motivación	Intermedio	<b>1.1</b> Capacitación presencial	<b>1.1</b> Formularios de evaluación	<b>1.1</b> # de guías que mantienen una actitud positiva/ # de guías que no.
			<b>1.2</b> Uniformes	<b>1.2</b> Observación participativa	<b>1.2</b> # del personal que acude con el uniforme/ # del personal que no lo hace.
			<b>1.3</b> Incentivos al personal	<b>1.3</b> Encuestas	<b>1.3</b> # de bonos entregados, # de empleados premiados
			<b>1.4</b> Reuniones informativas	<b>1.4</b> Conteo de asistencia	<b>1.4</b> # de personas que asisten a la reunión.
			<b>1.5</b> Manual del empleado	<b>1.5</b> Conteo de asistencia	<b>1.5</b> # de personas que asisten
			<b>1.6</b> Frases motivadoras	<b>1.6</b> Formularios de evaluación	<b>1.6</b> # del personal motivado con su trabajo.
<b>2.- Crear y mantener relaciones fluidas y dinámicas entre la Fundación Museos y Yaku, "Parque-Museo del Agua".</b>	Motivación	Intermedio	<b>2.1</b> Reuniones con autoridades de la Fundación Museos	<b>2.1</b> Seminarios	<b>2.1</b> # de convenios y acuerdos que se han ejecutado después de las tácticas.
			<b>2.2</b> Revista – Memoria Anual	<b>2.2</b> Entrevistas o focus group	<b>2.2</b> # de proyectos realizados durante el año.
<b>3.- Gestionar la comunicación dentro de Yaku, "Parque-Museo del Agua"</b>	Motivación	Intermedio	<b>3.1</b> Buzón de sugerencias.	<b>3.1</b> Conteo de sugerencias en un año	<b>3.1</b> # de sugerencias realizadas/ # de sugerencias puestas en marcha
			<b>3.2</b> Carteleras internas.	<b>3.2</b> Formularios de evaluaciones	<b>3.2</b> # de mensajes difundidos en carteleras por un año.
			<b>3.3</b> Intranet	<b>3.3</b> Encuesta	<b>3.3</b> % del personal informado a través de la red.

**Nota:** Se evalúa los objetivos en función de las tácticas con que cuenta cada uno para su realización.

<b>4. Determinar mecanismos para mejorar la percepción de la imagen y aceptación promocionando a Yaku, “Parque-Museo del Agua” como un lugar divertido e interactivo para el público objetivo y potenciales visitantes.</b>	Información	Básico	4.1 Trípticos	4.1 Conteo de trípticos entregados	4.1 # de trípticos entregados.
			4.2 Plasma informativa para visitantes.	4.2 Entrevistas	4.2 # de personas que se enteran de las actividades por el plasma.
			4.3 Vallas	4.3 Encuesta	4.3 % de visitantes que conocen la ubicación de Yaku después de la implementación de las vallas.
			4.4 Evento “El agua es vida.	4.4 Asistencia del público	4.4 % de personas que acudieron al evento. # de empresas auspiciantes
			4.5 Publicidad en medios impresos.	4.5 Encuestas	4.5 # de personas que se enteraron de las actividades de Yaku por los medios impresos.
			4.6 Perfil en Facebook.	4.6 Conteo de amigos	4.6 # de jóvenes que aceptan como amigo a Yaku.
			4.7 Reestructuración de la Página Web	4.7 Conteo de visitas en Internet	4.7 # de personas que visitan la página web.
			4.8 Mailing	4.8 Conteo de mails enviados	4.8 # de personas que asisten / # de personas que reciben los mails.
			4.9 Talleres para niños y adolescentes	4.9 Formularios de evaluaciones	4.9 # de talleres realizados en las instituciones educativas durante el año.  % de aceptación en formularios.
<b>5.- Posicionar a Yaku en los medios de comunicación como institución educativa e interactiva que trabaja en beneficio de la sociedad.</b>	Información	Básico	5.1 Publicidad gratuita en medios de comunicación.	5.1 Press clippings	5.1 Grado de interés de los medios de comunicación por Yaku.
			5.2 Visitas guiadas a periodistas.	5.2 Conteo # de asistentes. Press clippings	5.2 # de periodistas que han asistido / # de cantidad de noticias emitidas.
			5.3 Caminatas para periodistas	5.3 press clippings	5.3 # de periodistas que acudieron a la caminata.

**Nota:** Se evalúa los objetivos en función de las tácticas con que cuenta cada uno para su realización.

## 10.- Cuadro de Resumen

OBJETIVOS	PÚBLICO	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	CRONOGRAMA												COSTO ANUAL	CONTROL Y EVALUACIÓN		
				E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D				
1. Motivar e integrar al personal con distintas actividades del museo.	Interno (Guías)	1.1 Involucrar al personal en las actividades del museo.	1.1 Capacitación presencial														75	1.1 # de guías que mantienen una actitud positiva/ # de guías que no.	
			1.2 Uniformes															1.040	1.2 # del personal que acude con el uniforme/ # del personal que no lo hace.
			1.3 Incentivos al personal - Festejo cumpleaños - Premios por puntualidad															24 36	1.3 # de bonos entregados, # de empleados premiados.
			1.4 Reuniones informativas															300	1.4 # de personas que asisten a la reunión.
			1.5 Manual del empleado															9.20	1.5 # de personas que asisten
			1.6 Frases motivadoras															24	1.6 # del personal motivado con su trabajo.
2. Crear y mantener relaciones fluidas y dinámicas entre la Fundación Museos y Yaku, "Parque- Museo del Agua".	Externo (Fundación)	2.1 Mejorar la relación entre la fundación y el museo.	2.1 Reuniones con autoridades de la Fundación Museos													300	2.1 # de convenios y acuerdos que se han ejecutado después de las tácticas.		
			2.2 Revista – Memoria Anual														300	2.2 # de proyectos realizados durante el año.	
3. Gestionar la comunicación dentro de Yaku, "Parque- Museo del Agua"	Interno (personal interno del museo)	3.1 Crear canales de comunicación interna sobre el museo.	3.1 Buzón de sugerencias.													20	3.1 # de sugerencias realizadas/ # de sugerencias puestas en marcha.		
			3.2 Carteleras internas														175	3.2 # de mensajes difundidos en carteleras por un año.	
			3.3 Intranet														24	3.3 % del personal informado a través de la red interna.	
			4.1 Trípticos													672	4.1 # de trípticos		



## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

Las conclusiones obtenidas luego de realizado este proyecto son las siguientes:

- Yaku, Parque- Museo del Agua, a pesar de ser un lugar interactivo y de aprendizaje no aprovecha al máximo estos potenciales para atraer a los visitantes.
- Los visitantes que acuden al museo en su mayoría son niños y lo hacen por motivos de diversión y aprender mientras juegan empleando todos sus sentidos.
- La falta de información, publicidad y herramientas de comunicación sobre la existencia y ubicación del museo genera insatisfacción en los visitantes.
- La falta de espacios interactivos, tiempo y explicación, no permitió que los visitantes se sienta a gusto con el recorrido.
- Las salas más visitadas son: la Sala de burbujas y la Sala de Agua Viva, ya que en estos lugares los visitantes hacen uso de los aparatos interactivos.
- La situación actual de Yaku, se encuentra en reestructuración de personal y de la identidad corporativa por orden del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que aún no existe una adecuada y eficaz comunicación dentro y fuera del museo.

- Un museo interactivo es más atractivo para los visitantes que un museo tradicional, pues en éste se puede tocar, manipular los aparatos de exhibición y aprender de una manera divertida.
- Yaku, es uno de los pocos museos interactivos existentes en Quito, que expone sobre la importancia del agua.
- Entre las debilidades de Yaku, al ser una entidad que depende del presupuesto de la Fundación Museos no puede realizar ningún proyecto sin antes ser aprobados por la Dirección Ejecutiva.

## **6.2 Recomendaciones**

Las recomendaciones serán de vital importancia para llegar a una mejoría de la imagen del museo.

- Se sugiere la implementación de promoción y estrategias comunicacionales, ya que son claves para atraer y mejorar las relaciones entre el visitante y el museo que muestren que Yaku, es un lugar interactivo y divertido.
- Se recomienda realizar varias actividades educativas sobre el cuidado del agua que involucren a los niños con el museo.
- Yaku, debería crear herramientas de comunicación interna y externa que demuestren la importancia y existencia del museo, con el fin de obtener buenos resultados en cuanto a la imagen y reputación del museo.
- Se recomienda utilizar los espacios vacíos del museo, implementando salas divertidas e interactivas para la distracción de los visitantes.

- Se debe conservar las distintas salas del museo en buen estado, porque estos lugares son los preferidos de los visitantes.
- Se sugiere colocar un sistema de parlantes con información del museo y música instrumental sobre el agua y la naturaleza durante el recorrido de los visitantes.
- Se recomienda ejecutar el plan de comunicación creado para cumplir con los objetivos planteados del museo, y así encontrar las soluciones pertinentes.
- La comunicación debería ser una de las áreas más importantes del museo, porque a pesar de contar con el talento humano administrativo y operativo para cumplir los objetivos deseados, sin una comunicación efectiva y eficaz, no se logrará mantener la reputación de Yaku.
- Se sugiere mantener una buena relación con las diferentes áreas de trabajo, con el fin de realizar un excelente trabajo. También implementar manuales, actividades grupales, etc.; con el fin de que el personal se sienta parte del museo y así lograr buenas relaciones entre el público interno.
- Se debería crear una cultura de valoración en la población a partir de campañas de concienciación sobre la importancia del agua.
- Se sugiere mantener buenas relaciones entre la Fundación Museos y Yaku, ya que la fundación será quien proporcione el presupuesto adecuado para la realización de cada proyecto.

## Bibliografía:

- ALVAREZ, María Luz, España. (2009): Blog de protocolo, ceremonial, etiqueta, buenas maneras y comunicación, [en línea] URL: <http://protocoloycomunicacion.blogspot.com/2005/09/tipos-de-comunicacin/htmm> [consulta 25 septiembre 2009]
- Agua desarrollo y medio ambiente en América Latina. Naciones Unidas. Comisión Económica Latina. Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente. Impresos Offset Ltda. Santiago - Chile. Págs. 31- 32
- ANA PAOLA. (2007): Consecuencias del Calentamiento Global. [ en línea] URL: <http://paolaahora.blogspot.com/2007/08/consecuencias-del-calentamiento-global.html> [consulta : 24 Diciembre 2 009]
- ARPIN, R. (2009): Nueva Museología en la Revista Digital. [en línea] URL: <http://www.nuevamuseologia.com.ar/clasificacion.htm> [consulta: 14 noviembre 2009]
- BALAREZO, Daniela. (2008): Foro Recursos Hídricos, Mesa Pichincha. Contaminación afecta calidad de recursos hídricos en la Revista Agua a Fondo. Publicación FONAG. Quito- Ecuador. Marzo 2008. Pág. 3
- BARTOLI, Annie. Comunicación y Organización, Barcelona, Ediciones Paidos, 1992. Pág. 159.
- BAZANTE, Violeta. (2008): Manual de Procedimientos Documental para colecciones del Patrimonio Cultural. UNESCO. Representación para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela, 2008. Pág. 14
- C-CONDEM. (2008): Corporación Coordinadora Nacional para la Defensa del Ecosistema Manglar del Ecuador. [en línea] URL: <http://www.ccondem.org.ec/cms.php?c=190> [consulta: 27 Diciembre 2009]
- CAPRIOTTI, Paul. (1999): Planificación estratégica de la Imagen corporativa. Barcelona, Editorial Ariel, 1999. Página 256
- COHEN, William. (2003): Cómo ser un consultor exitoso. Barcelona, Grupo Editorial Norma, 2003. Pág.28-48
- Comunicación Exterior. (2009): [en línea] URL: [http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/rpp/comunicacion\\_exterior.msp.html](http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/rpp/comunicacion_exterior.msp.html) [consulta: 12 octubre 2009]
- COSTA, Juan. (1992): Identidad Corporativa y estrategia de empresa. Barcelona, Ceac, 1992, Pág.10.
- CUTLIP, Scott, y CENTER, Allen. (2001): Relaciones Públicas Eficaces. Barcelona, Ediciones Gestión 2000, S.A, 2001. Pág. 348.
- DÁVILA, Eduardo. (2008): Estudios de la ciudad. Maestría en Gobierno de la Ciudad con mención en Desarrollo Urbano. La participación, eje del desarrollo urbano, en la dotación de agua potable y alcantarillado, en el Distrito Metropolitano de Quito, Flacso. Quito- Ecuador. 2008. Pág. 47.

- De BIEVRE, B. y COELLO. X. (2008): Diagnóstico de balance entre oferta y demanda Hídrica. Proyecto manejo integrado de los Recursos Hídrico en la Hoya de Quito. Quito, EC, UICN, SUR. 2008.
- DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO- (2009): Quito [en línea] URL: [http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=113&Itemid=1](http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=113&Itemid=1) [consulta: 28 noviembre 2009]
- Economía y sociedad en la mitad del mundo. (2006): Agua el oro azul del nuevo siglo en la Revista Capital. No. 2 -Febrero- Marzo de 2006. Pág. 11
- Ecuador exporta CORPEI. (2009): Biodiversidad en el Ecuador. [en línea] URL: <http://www.corpei.org/contenido.ks?categoriald=2323> [consulta: 24 de Diciembre del 2009]
- ECHARRI, Luis. (1998): Ciencias de la Tierra y del Medio Ambiente en el Libro electrónico de la Universidad de Navarra. Navarra- España. Año 1998. [en línea] URL: <http://www.tecnun.es/asignaturas/ecologia/hipertexto/00General/Temario.html> [consulta: 28 Diciembre 2009]
- Evaluación del Agua en la Ciudad de Quito. (2009): Usos disponibles del agua del Distrito Metropolitano de Quito. [en línea] URL: <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/269/8/05.%20Evaluaci%C3%B3n%20del%20agua%20en%20la%20ciudad%20de%20Quito.pdf> [consulta: 29 noviembre 2009]
- FERNÁNDEZ, Carlos. (1997): La Comunicación en las Organizaciones. México, Editorial Trillas, Octubre 1997, Pág. 31
- FUNDACION MUSEOS. (2009): Página Web Yaku, Parque- Museo del Agua. [en línea] URL: [http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia\\_yaku.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia_yaku.html) [consulta: 22 noviembre 2009]
- Gary L. Kreps. (1995): La Comunicación en las Organizaciones. Estados Unidos, Ed. Addison -Wesley Iberoamericana, 1995, Págs. 254-257
- GARCÍA, María Luisa y Llorente Carmen. (2009): Revista de Comunicación y Nuevas tecnologías. Madrid. 2009. Págs. 94-95
- GONZÁLES, Josette. ( 2009): Libro Programa de Educación Ambiental. Agua. Editora Artes Gráficas CQ. Quito. 2009. Págs. 17-18
- GUERRA, Génesis.(2009): Calentamiento Global en el Ecuador.[ en línea] URL: <http://genesisguerra.obolog.com/calentamiento-global-ecuador-357253> [consulta : 13 diciembre 2009]
- HERNÁNDEZ, Francisca. (1994): Manual de Museología. Madrid, Editorial Síntesis, S.A, 1994, Pág. 69.
- INEC, Censo población y vivienda. (2001): [en línea] URL: <http://157.100.121.12/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2001&MAIN=WebServerMain.inll> [consulta: 13 Febrero 2010]
- KANI, Isik. Faik Yaltirik y Aytug Akesen. (1997): XI CONGRESO FORESTAL MUNDIAL. Antalya, Turquía. [en línea]. URL:

- <http://www.fao.org/forestry/docrep/wfcxi/publi/V2/T0S/1-5.HTM#TOP> [consulta: 27 Diciembre 2009]
- LADRÓN DE GUEVARA, (1978): Laureano. Metodología de la Investigación Científica. Bogotá. Universidad Santo Tomás. 1978. Pág. 98
- La Era Agrícola. (1993): Revista La Era Agrícola. No.16. Marzo - Abril 1993. [ en línea] URL: [http://www.eraecologica.org/revista\\_16/era\\_agricola\\_16.htm?cuenca\\_hidrografica.htm~mainFrame](http://www.eraecologica.org/revista_16/era_agricola_16.htm?cuenca_hidrografica.htm~mainFrame) [consulta: 29 Diciembre 2009]
- LORD, Barry y LORD Gail. (1998): Manual de gestión de museos. Barcelona. Editorial Ariel, S.A, 1998, Pág. 183
- LVOVICH, Mark. (1975): El agua en el mundo. Presente y Futuro. El ciclo hidrológico. Editorial Cartago. Buenos Aires. 1975. Págs.21-22
- MÉNDEZ, Carlos. (2001): Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición, Colombia. Editorial Nomos S.A. 2001. Pág. 138
- MESTRE, Eduardo. (2008): El Agua en cifras en la Revista del Banco Interamericano de desarrollo el Agua. México. Mayo 2008. Pág. 12
- MORENO, Verónica. (2005): Ecuador busca un manejo sostenible del agua. El Directorio Ecológico y Natural. [en línea]. URL: <http://www.ecoportal.net/content/view/full/44043/> [consulta: 2 Enero 2010]
- MUÑIZ, Rafael. (2008): La comunicación corporativa: imagen, relaciones públicas y responsabilidad social corporativa, Marketing en el siglo XXI. 2ª Edición, España, Editorial Centro de Estudios Financieros, 2008, Pág.86
- ORDOÑEZ, Juan. (2002): Agua y saneamiento. Uso y manejo del agua. Cruz Roja Americana. Guatemala. Junio. 2002. Pág. 7
- OTERO, Regina y SALAMERO, Elsa. (1980): Museología y Patrimonio Cultural. La planeación de programas dirigidos a los niños en los museos. Proyecto Regional de Patrimonio Cultural. Bogotá, 1980. Págs.87-89
- Parque “Museo del Agua” (2009): [en línea] URL: [http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia\\_yaku.html](http://www.yakumuseoagua.gov.ec/paginas/historia_yaku.html) [consulta: 24 noviembre 2009]
- PUENTE, Nancy. (2008): Contaminación Hídrica en Revista Agua a Fondo. Publicación FONAG. Quito- Ecuador. Marzo 2008. Pág. 2
- Quito, Distrito Metropolitano. Patrimonio Cultural (2009): [en línea] URL: [http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=80&Itemid=92](http://www.quito.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=80&Itemid=92) [consulta: 16 noviembre 2 009]
- RAMOS G, Darío. Comunicación Corporativa. (2009): [en línea] URL: <http://es.shvoong.com/business-management/1732482-comunicaci%C3%B3n-corporativa/htmm> [consulta: 25 septiembre 2 009]

- RECALT, Christine. (2007): Las estrategias de conquista del agua en el Ecuador, o la historia de un sempiterno comienzo. Impresión Albazul Offset. Quito- Ecuador. 2007. Pág. 172
- RIEL V, Cees. Comunicación corporativa. Madrid, Prentice Hall.1997, Pág. 34
- Robbins. Coulter. Venciendo las barreras. México, Pearson Educacion, 2005. Pág. 265
- ROSSINGNOLI, Oscar. Importancia de la Imagen Corporativa. [en línea] URL: [http://www.articulosinformativos.com/Importancia\\_de\\_la\\_Imagen\\_Corporativa-a1157874.html](http://www.articulosinformativos.com/Importancia_de_la_Imagen_Corporativa-a1157874.html) [consulta: 28 octubre 2009]
- SÁNCHEZ, Juan Carlos. Colaborador de la ONG y Miembro del Grupo de Expertos en Cambio Climático de las Naciones Unidas.
- SELLTIZ, Claire. (1976): Método de investigación en las relaciones sociales, Madrid, Ediciones Rialp S.A., 1976. Pág. 134
- SILVA, María del Rosario. Metodología. Apuntes para la elaboración de un proyecto de investigación social. Pág. 58
- THOMPSON, Iván. (2009): PROMONEGOCIOS.NET. Tipos de organigramas [en línea] URL: <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html> [consulta: 23 noviembre 2009]
- VÁSQUEZ, Gustavo. Guía Turística y Ecológica. (2005): Ecuador en la Mitad del Mundo. Quito, Editorial Voluntad, 2005, Págs. 235- 368
- VEGA, Gina. (2009): Museos Interactivos una divertida manera de aprender en la Revista Capital. Economía y Sociedad en la Mitad del Mundo, categoría Sociedad. Gráficas Ayerve. Agosto 2009.Págs.78-79.
- WILCOX, Dennis. y Cameron, Glen. Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas, Comunicación. Séptimo Capítulo. Madrid, Pearson Educación, 2006. Pág. 221

**Glosario de términos:**

- **Agua:** es una sustancia cuya molécula está formada por dos átomos de hidrógeno y uno de oxígeno (H<sub>2</sub>O). Es esencial para la supervivencia de todas las formas conocidas de vida.
- **Comunicación:** es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos.
- **Fonag:** Fondo para la Protección del Agua.
- **Fundación Museos de La Ciudad:** es una persona jurídica de derecho privado, con finalidad social, sin fines de lucro, que tiene como función y responsabilidad principal participar en la educación ciudadana y contribuir en la promoción, desarrollo y gestión cultural en el Distrito Metropolitano de Quito.
- **Información:** es un conjunto de mecanismos que le permiten a un sujeto retomar y reelaborar los datos del medio ambiente para estructurarlos como guía de interacción.
- **Interacción:** es la acción social que un sujeto lleva a cabo con otro u otros sujetos y con las expresiones que éstos realizan en diferentes contextos (mediáticos, personales, teóricos, prácticos, etcétera. La interacción es comunicativa por sí misma.
- **ICOM:** Consejo Internacional de Museos.
- **Intranet:** Es una red privada dentro de una empresa, cuyo propósito es compartir la información de la compañía y los recursos computacionales dentro de los empleados.
- **Lúdico:** relacionado con el juego, que se utiliza para la diversión y el disfrute de los participantes, en muchas ocasiones, incluso como

herramienta educativa. Los juegos normalmente se diferencian del trabajo y del arte.

- **Museo:** es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio.
- **Museo lúdico:** es donde el público participa activamente y se le ofrece la oportunidad de manipular diversas máquinas y aparatos técnicos y científicos.
- **OMS:** Organización Mundial de la Salud.
- **PRSA:** Sociedad de Relaciones Públicas de América.
- **PEC:** Plan Estratégico de comunicación.
- **Publicity:** es un espacio no pagado, información sobre un acontecimiento, un individuo o grupo, o un producto que aparece como un nuevo artículo en los medios de comunicación.
- **Publicidad:** es un espacio pagado y un tiempo de emisión.
- **Relaciones Públicas:** son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos.
- **Yaku:** palabra quichua que significa Agua.

# ANEXOS

## ANEXO 1

### “LEY ORGÁNICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

No. 24, publicado en el Registro Oficial Suplemento 337 del 18 de Mayo del 2004.

#### TÍTULO SEGUNDO DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y SU DIFUSIÓN

**Art. 7.-** Difusión de la Información Pública.- Por la transparencia en la gestión administrativa que están obligadas a observar todas las instituciones del Estado que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, difundirán a través de un portal de información o página Web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta Ley se la considera de naturaleza obligatoria:

Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos;

- El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal. Este punto se enfoca al listado de cargos y escalas salariales de la institución.
- La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes. No es necesario incluir el nombre de los funcionarios.
- Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones.

- Texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes en la institución, así como sus anexos y reformas;

- Se publicarán los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción. En un formato que pueda ser impreso, por ejemplo, PDF. La Fundación Municipal Museos no aplica formularios para solicitud de denuncias.

- Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos. Se pueden presentar cédulas presupuestarias organizadas en partidas; con la clasificación establecida por el Ministerio de Economía y Finanzas, resumidas en no más de dos páginas.

- Los resultados de las auditorías internas y gubernamentales al ejercicio presupuestal;

- Información completa y detallada sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones. Esta información se pondrá a disposición, a través, del acceso directo de consulta a Contratanet, que lo provee gratuitamente este sistema.

- Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución;

- Planes y programas de la institución en ejecución. Deben incluirse los siguientes datos: Nombre del proyecto, público objetivo, objetivos del proyecto, fuentes de financiación, presupuesto, cuadro de avance y fechas de inicio y fin.

- El detalle de los contratos de crédito externos o internos; se señalará la fuente de los fondos con los que se pagarán esos créditos. Cuando se trate de

préstamos o contratos de financiamiento, se hará constar, como lo prevé la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado y la Ley Orgánica de Responsabilidad y Transparencia Fiscal, las operaciones y contratos de crédito, los montos, plazo, costos financieros o tipos de interés;

- Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño;

- Los viáticos, informes de trabajo y justificativos de movilización nacional o internacional de las autoridades, dignatarios y funcionarios públicos; Incluir tabla de viáticos de la institución, tanto nacionales como internacionales. Esta información se deberá presentar en un cuadro con los siguientes datos: Nombre del Funcionario, breve descripción de la comisión, destinos, monto de viáticos, número de días.

- El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

- Los organismos seccionales, informarán oportunamente a la ciudadanía de las resoluciones que adoptaren, mediante la publicación de las actas de las respectivas sesiones de estos cuerpos colegiados, así como sus planes de desarrollo local.”<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Fundación Museos, Página Web de la Fundación Museos,[en línea], <<http://www.fundacionmuseosquito.gov.ec/normativas.html>> [consulta: 27 noviembre 2009]

## ANEXO 2

### Fundación Museos de la Ciudad Presupuesto 2010

#### RESUMEN GENERAL DE INGRESOS Y EGRESOS 2010 YAKU

Concepto	Museo del Agua	Total
FINANCIAMIENTO SEGÚN CONVENIO MUNICIPIO	\$ -	\$ -
FINANCIAMIENTO SEGÚN CONVENIO EMMAP- Q	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
FINANCIAMIENTO SEGÚN CONVENIO MUNICIPIO	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
FINANCIAMIENTO SEGÚN AUTOGESTIÓN	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
<b>TOTAL INGRESOS 2010</b>	<b>\$ 1.150.000,00</b>	<b>\$ 1.150.000,00</b>
<b>SALDOS SOBRANTES 2010</b>	<b>\$ 111.148,76</b>	<b>\$ 111.148,76</b>
<b>TOTAL DE GASTOS 2010</b>	<b>\$ 1.511.148,76</b>	<b>\$ 1.511.148,76</b>

**SUPERAVIT / DEFICIT AÑO 2010**

**FUENTE:** Fundación Museos de la Ciudad

## PRESUPUESTO DE LA FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD 2010

PROYECTO		MUSEO DEL AGUA	TOTAL GENERAL
<b>I.PROGRAMA: GESTIÓN MUSEOLÓGICA-EXPOSICIONES PERMANENTES</b>		\$ 346.150,35	\$ 346.150,35
	<b>Sala permanentes</b>	\$ 346.150,35	\$ 346.150,35
1	LA HISTORIA AMBIENTAL DE QUITO	-	-
2	SENDERO ECOLÓGICO	\$ 44.350,35	\$ 44.350,35
3	AGUA VIVA	\$ 167.000,00	\$ 167.000,00
4	LA CASA ECOLÓGICA	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
5	MUSEO DE SITIO DE YAKU	\$ 30.200,00	\$ 30.200,00
6	ACTUALIZACIÓN EL AGUA LLEGA A MI CASA	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
7	ESPACIO DEDICADO A INFANTES	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
8	ACTIVIDADES YAKU	\$ 20.600,00	\$ 20.600,00
9	OPERACIÓN Y MANTENIMEINTO YAKU	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
<b>II.PROGRAMA: GESTIÓN MUSEOLÓGICA- EXPOSICIONES TEMPORALES ITINERANTES</b>		\$ 59.000,00	\$ 59.000,00
	<b>Exposiciones Temporales Itinerantes</b>	\$ 59.000,00	\$ 59.000,00
10	EXPOSICIÓN TEMPORAL TEMPESTAD	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
11	EXPOSICIÓN TEMPORAL BIOVIDERSIDAD	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
12	EXPOSICIÓN TEMPORAL FOTOGRAFÍAS MÉXICOS	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
13	EXPOSICIÓN TEMPORAL RUTAS DE HUMBOLT	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
14	EXPOSICIONES ITINERANTE RUTAS DEL AGUA	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
15	EXPOSICIÓN ITINERANTE MEMORIA DEL CLIMA: GLACIARES	\$ 33.000,00	\$ 33.000,00
<b>III. PROGRAMA: GESTIÓN MUSEOLÓGICO EDUCATIVA EN MUSEOS</b>		\$ 65.237,38	\$ 65.237,38
16	PUBLICACIONES MUSEOLÓGICO EDUCATIVAS	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
17	CENTROS DOCUMENTALES TEMÁTICOS ABIERTOS A LA COMUNIDAD	\$ 20.737,38	\$ 20.737,38
18	ESTUDIO DE PÚBLICOS	\$ 20.500,00	\$ 20.500,00
19	PROGRAMAS EDUCATIVOS INCLUSIÓN SOCIAL	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
<b>IV. PROGRAMA GESTIÓN Y FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL</b>		\$ 745.193,32	\$ 745.193,32
20	COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA: PLATAFORMA VIRTUAL	\$ 5.250,00	\$ 5.250,00
21	RELACIONES INTERSTITUCIONALES NACIONALES E INTERNACIONALES	\$ 12.250,00	\$ 12.250,00

22	IMPLANTACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES DENTRO DE LA FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
23	PLAN DE MANEJO DE BIENES CULTURALES Y PATRIMONIALES	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
24	OPTIMIZACIÓN TECNOLÓGICA	\$ 350,00	\$ 350,00
25	DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00
26	GESTIÓN POR PROCESOS	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
27	PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL (REMUNERACIONES, BIENES Y SERVICIOS)	\$ 689.393,32	\$ 689.393,32
	<b>GASTOS DE INVERSIÓN</b>	\$ 684.793,32	\$ 684.793,32
27,1	<b>GASTOS DE PERSONAL PARA INVERSIÓN</b>	\$ 426.050,28	\$ 426.050,28
	Remuneraciones Básicas ( sueldos)	\$ 294.336,00	\$ 294.336,00
	Remuneraciones Complementarias ( 13ro- 14to)	\$ 30.930,20	\$ 30.930,20
	Remuneraciones Compensatorios ( refrigerio)	\$ 10.584,00	\$ 10.584,00
	Subsidios (vacaciones – Seguro médico)	\$ 19.320,00	\$ 19.320,00
	Remuneraciones temporales ( horas extras )	\$ 600,00	\$ 600,00
	Aportes patronales a la Seguridad Social (Aporte Patronal – F. Reserv.)	\$ 60.280,08	\$ 60.280,08
	Indemnizaciones / Previsiones	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
27,2	<b>BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO PARA INVERSIÓN</b>	\$ 245.881,53	\$ 245.881,53
	Servicios básicos	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
	Servicios Generales	\$ 199.708,60	\$ 199.708,60
	Instalación, Mantenimiento y Reparación	\$ 9.955,00	\$ 9.955,00
	Contrataciones de estudios e Investigaciones	\$ 2.705,28	\$ 2.705,28
	Bienes de Uso y consumo Corriente	\$ 19.088,65	\$ 19.088,65
	Gastos en Informática: Sistemas	\$ 5.424,00	\$ 5.424,00
27,3	<b>OTROS GASTOS DE INVERSIÓN</b>	\$ 12.861,51	\$ 12.861,51
	Seguros: Costos Financieros y Otros Gastos	\$ 12.861,51	\$ 12.861,51
	<b>GASTOS DE CAPITAL</b>	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
27,4	<b>ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN</b>	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
	Bienes Muebles	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
	<b>TOTAL DE GASTOS</b>	\$ 1.215.581,05	\$ 1.215.581,05

### ANEXO 3

#### FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD- RESUMEN POA 2010 (14 de Enero)

PROGRAMA	PROY. No.	MUSEO	DESCRIPCIÓN	PRESU-PUESTO
PROGRAMA 1: GESTIÓN MUSEOLÓGICA – EXPOSICIONES PERMANENTES YAKU	1	YAKU	SALA DE EXPOSICIÓN PERMANENTE DE YAKU SOBRE LA HISTORIA AMBIENTAL DE QUITO	–
	2	YAKU	EXPOSICIÓN PERMANENTE EN YAKU SENDERO ECOLÓGICO	44.350,35
	3	YAKU	EXPOSICIÓN PERMANENTE EN YAKU “ AGUA VIVA”	167.000,00
	4	YAKU	EXPOSICIÓN PERMANENTE EN YAKU “ LA CASA ECOLÓGICA”	12.000,00
	5	YAKU	MUSEO SITIO DE YAKU	30.200,00
	6	YAKU	EXPOSICIÓN PERMANENTE EN YAKU “ AGUA LLEGA A MI CASA” EN ACTUALIZACIÓN	4.000,00
	7	YAKU	ESPACIO DEDICADO A INFANTES EN YAKU, ESTUDIOS Y DISEÑO	8.000,00
	8	YAKU	ACTIVIDADES EN MUSEO DEL AGUA YAKU	20.600,00
	9	YAKU	OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO INTEGRAL YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA	60.000,00
PROGRAMA 2: GESTIÓN MUSEOLÓGICA – EXPOSICIONES TEMPORALES E ITINERANTES	10	YAKU	EXPOSICIÓN TEMPORAL YAKU TEMPESTAD	5.000,00
	11	YAKU	EXPOSICIÓN TEMPORAL YAKU BIODIVERSIDAD	8.000,00
	12	YAKU	EXPOSICIÓN TEMPORAL YAKU FOTOGRAFÍAS MÉXICO	4.000,00
	13	YAKU	EXPOSICIÓN TEMPORAL YAKU RUTAS DE HUMBOLT	4.000,00
	14	YAKU	EXPOSICIÓN ITINERANTE NACIONAL DE YAKU “RUTAS DE AGUA”	5.000,00
	15	YAKU	EXPOSICIÓN ITINERANTE DE YAKU “ MEMORIA DEL CLIMA GLACIARES”	33.000,00
PROGRAMA 3: GESTIÓN MUSEOLÓGICO EDUCATIVA EN MUSEOS	16	YAKU	PUBLICACIONES MUSEOLÓGICO – EDUCATIVAS	14.000,00
	17	YAKU	CENTROS DOCUMENTALES TEMÁTICOS ABIERTOS A LA COMUNIDAD	20.737,38
	18	YAKU	ESTUDIO DE PÚBLICOS INCLUYE TALLER DE REFLEXIÓN SOBRE LINEAMIENTOS GENERALES AL	21.000,00

			DISTRITO	
	19	YAKU	PROGRAMA EDUCATIVOS ( 9 PROYECTOS DE INCLUSIÓN SOCIAL 4 EN MDC, 2 EN YAKU, 3 EN MIC	10.000,00
PROGRAMA 4: GESTIÓN Y FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	20	YAKU	COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PLATAFORMA VIRTUAL, PAPELERÍA INSTITUCIONAL	5.250,00
	21	YAKU	RELACIONES INTERSTITUCIONALES NACIONALES E INTERNACIONALES	12.250,00
	22	YAKU	IMPLANTACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES DENTRO DE LA FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD (CASA DE DULCES, PRODUCTOS CULTURALES YAKU, ISLA DE ALIMENTOS)	25.000,00
	23	YAKU	PLAN DE MANEJO DE BIENES CULTURALES Y PATRIMONIALES	7.000,00
	24	YAKU	OPTIMIZACIÓN TECNOLÓGICA	350,00
	25	YAKU	DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO	3.850,00
	26	YAKU	GESTIÓN POR PROCESOS	2.100,00
	27	YAKU	PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL (REMUNERACIONES, BIENES Y SERVICIOS)	689.393,32
	<b>TOTAL</b>			

**FUENTE:** Fundación Museos de la Ciudad



## ANEXO 5

### ENCUESTA

Estimado encuestado, gracias por su participación, cuento con usted para obtener información importante y necesaria que permita conocer cuál es la percepción de la ciudadanía sobre Yaku, "Parque- Museo del Agua".

Sexo: **M**\_\_\_\_\_ **F**\_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Marque con un (x) dentro de cada paréntesis según su preferencia.

#### 1. ¿Cuál de los siguientes museos usted ha visitado?

- a. Museo de la Ciudad ( )
- b. Vivarium ( )
- c. Museo de Guayasamín ( )
- d. Yaku, "Parque Museo del Agua" ( )
- e. Museo Interactivo de la Ciencia ( )
- f. Museo Casa de la Cultura Ecuatoriana ( )
- g. Museo del Banco Central ( )
- h. Otro ( )

#### 2.- ¿Cada cuánto tiempo visita estos museos?

- a. Una vez al año ( )
- b. Una vez cada seis meses ( )
- c. Semanal ( )
- d. Quincenal ( )

#### 3.- ¿Conoce usted algún museo interactivo en la ciudad de Quito?

- a. Sí ( ) ¿Cuál?.....
- b. No ( )

#### 4.- ¿Por qué usted considera importante acudir a un museo interactivo?

- a. Una divertida manera de aprender ( )
- b. Interactuar con lo expuesto ( )
- c. Aprender a través del juego ( )
- d. Posee espacios para la comunicación y aprendizaje ( )
- e. Permite al visitante manipular los distintos aparatos del museo ( )

**5.- ¿Ha visitado usted Yaku, “Parque – Museo del Agua”?**

- a. Sí ( )
- b. No ( )

En el caso de contestar no se le agradece por su tiempo. Muchas Gracias.

**6.- ¿Qué imagen tiene de Yaku, “Parque – Museo del Agua”?**

- a. Excelente ( )
- b. Buena ( )
- c. Regular ( )
- d. Mala ( )

**7.- ¿Cuáles considera usted los principales atractivos de Yaku, “Parque- Museo del Agua”?**

- a. Se encuentra al aire libre ( )
- b. Se encuentra ubicado en un lugar histórico ( )
- c. Diferente, innovador e interesante ( )
- d. Instalaciones ( )
- e. Experiencia educativa ( )

**8.- ¿En el último año ha escuchado o visto alguna publicidad de Yaku, “Parque- Museo del Agua”?**

- a. Sí ( )
- b. No ( )

**9.- ¿Le gustaría recibir información sobre Yaku, “Parque- Museo del Agua”?**

- a. Sí ( )
- b. No ( )

**10.- ¿Por qué medio le gustaría enterarse de los talleres y actividades que realiza Yaku, “Parque – Museo del Agua”?**

- a. Radio ( )
- b. Prensa ( )
- c. Televisión ( )
- d. Flyers ( )
- e. Folletos ( )
- f. Página Web ( )

## **ANEXO 6**

### **ENTREVISTA**

**LUCÍA LÓPEZ, Coordinadora de Comunicación de YAKU**

- 1.- ¿Cuál es el objeto principal de Yaku, “Parque- Museo del Agua”?
- 2.- ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de Yaku, “Parque – Museo del Agua
- 3.- ¿Cuál es el proceso actual de comunicación de Yaku?
- 4.- ¿Cuáles son los públicos objetivos de Yaku?
- 5.- ¿Cómo se aplican las nuevas tecnologías en el área comunicacional del museo?
- 6.- ¿Qué recursos de apoyo se utilizan dentro de Yaku para el entendimiento de los visitantes?
- 7.- ¿Qué tipo de estrategias de comunicación son las utilizadas en Yaku?
- 8.- ¿Debe un museo ser un lugar de aprendizaje?
- 9.- ¿Cómo usted ve en un futuro a Yaku, “Parque – Museo del Agua”?

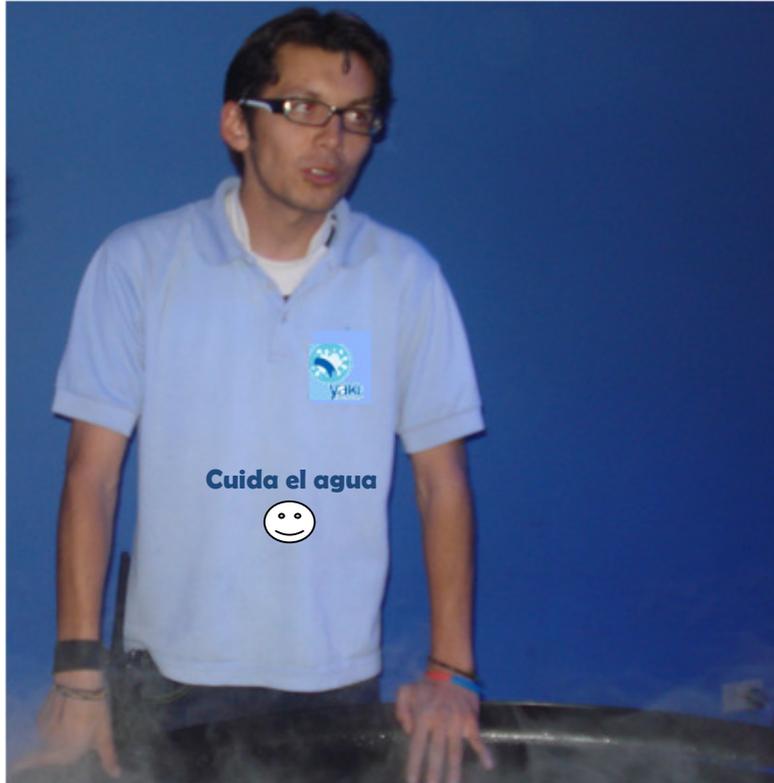
## **Entrevista**

**LUCÍA LÓPEZ, Encargada temporal del Área de Administración de YAKU**

- 1.- ¿Cuál es el trabajo e importancia de la Administración dentro de Yaku?
  
- 2.- ¿De qué manera aporta la parte administrativa en la difusión del Museo de Agua?
  
- 3.- ¿Cómo se maneja la gestión financiera dentro de Yaku?
  
- 4.- ¿Qué tipo de instituciones apoyan a Yaku, “Parque – Museo del Agua”?
  
- 5.- ¿De qué manera aportan estas instituciones en el desarrollo educativo del museo?
  
- 6.- Según su amplia visión, ¿Cuál es su perspectiva del arte interactivo en el futuro?
  
- 7.- ¿Cree usted que el departamento administrativo del museo se encuentra bien estructurado y administrado?

**ANEXO 7**

**Uniforme propuesto**



## ANEXO 8

### Manual del Empleado

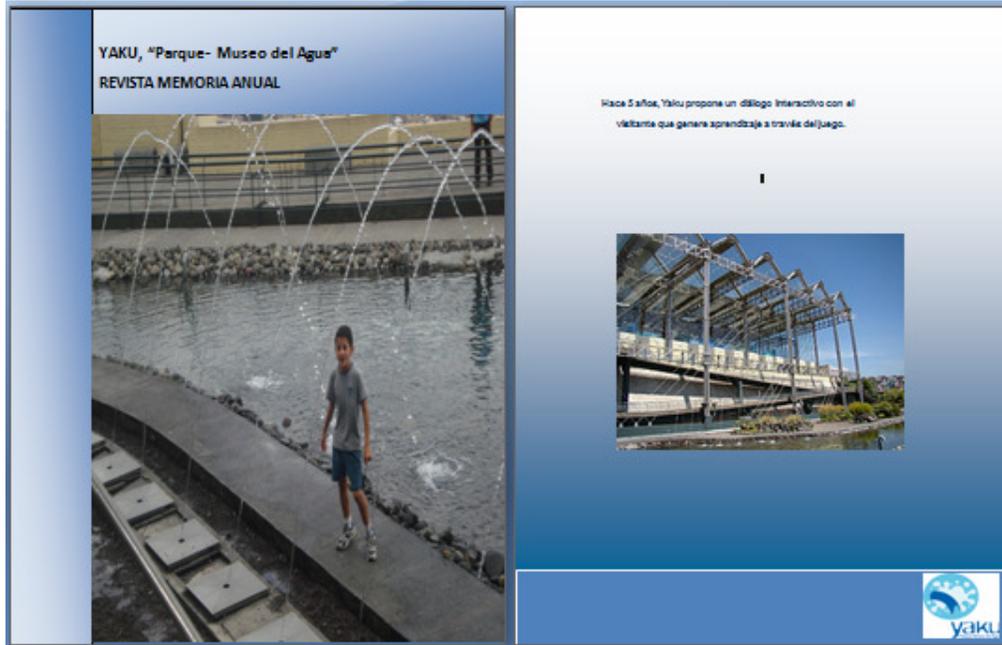


### Contenido del Manual del Empleado

1. INTRODUCCIÓN	2. OBJETIVO	3. ALCANCE	4. ESTRUCTURA	5. RESPONSABILIDADES	6. POLÍTICAS	7. PROCEDIMIENTOS
8. ANEXOS	9. GLOSARIO	10. HISTORIA DE YAKU	11. MISIÓN Y VISIÓN	12. VALORES	13. ORGANIGRAMA	14. CONTACTOS

## ANEXO 9

### Portada y contraportada de la Revista Memoria Anual de Yaku, Parque- Museo del Agua

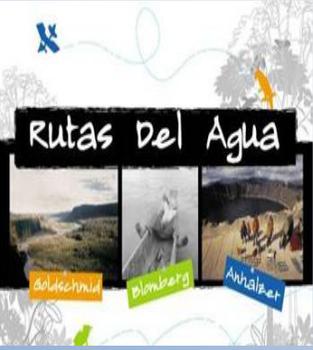


### Contenido de la revista



# Cartelera

## Eventos realizados



**Rutas del Agua**

Boltechtun Blumberg Anhalbet

## Notas e intereses



Un lindo recuerdo de este homenaje al agua en El Paramito.



La era del hielo fue una experiencia vivencial.



Varios artistas por medio del Video-Arte dan su mirada sobre el clima

TEMPESTAD

## Convenios



Museo del Agua YAKU & EcoCiencia

Convenio Museo del Agua YAKU y EcoCiencia

El Museo del Agua YAKU y la Fundación de Estudios EcoCiencia firman un convenio inter-institucional. El convenio de esta práctica en el área de Agua y Medio Ambiente.

El Museo del Agua y la Fundación "EcoCiencia", firmaron un convenio inter-institucional.

## ANEXO 11

# Manual de usuario de la Intranet.

A través de este manual se pretende informar de los servicios que se ofrecen en la Intranet. Además se mostrará paso a paso como utilizarlos a través de descripciones exhaustivas. Una vez leído este manual, será conveniente tratar de explorar la Intranet a fondo para familiarizarse con el entorno.

### **¿Cómo entrar a la Intranet?**

Para entrar a la Intranet, se necesita conexión a Internet, por lo que el ordenador deberá estar conectado a la red. El siguiente paso es abrir un navegador de Internet. Una vez abierto el navegador se abrirá la dirección que se desea.

### **Iniciar y cerrar sesión**

No siempre es necesario identificarse. Por ejemplo, para ver y descargar archivos de la carpeta descargas, para las webs en la red local y para las webs preferidas no es necesario haberse identificado previamente. Sin embargo, para el resto de tareas en la Intranet si es imprescindible que el sistema reconozca al usuario para saber qué permisos tiene. Para identificarse basta con poner el nombre de Usuario ( login) y la contraseña y pulsar en el botón Entrar.

En ese momento, el sistema ya conoce los datos y sabe qué hacer en la Intranet y qué no puede hacer.

No es imprescindible que los usuarios cierren la sesión antes de terminar y cerrar el navegador, sin embargo es muy recomendable hacerlo por motivos de seguridad y privacidad.

Los servicios que se ofrecen actualmente son:

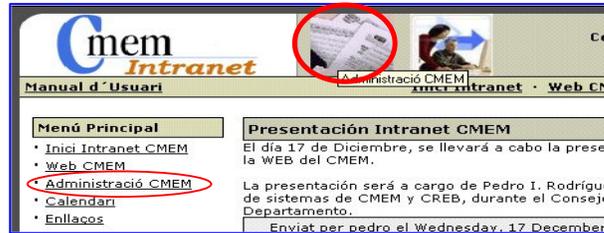
1. Servicios Administrativos.
2. Calendario.
3. Artículos, Noticias y Avisos de actualidad del departamento.

#### **1. Servicios Administrativos.-**

Se trata del servicio principal y más importante de la Intranet. El objetivo es poner a disposición de todo el personal del departamento los documentos y la información

administrativa, haciéndola accesible desde cualquier lugar y en cualquier momento.

El acceso a los servicios administrativos se realiza a través del Menú Principal, donde se encuentra el siguiente enlace de texto "Administración CMEM". Pero también a través del icono en la cabecera de la página cuyo motivo es un conjunto de papeles administrativos.



Dentro de esta sección se ofrece información sobre los siguientes aspectos:

- Información Institucional del Departamento.
- Normativas y Legislación de la entidad.
- Acceso a documentos Administrativos (Formulario de Pedidos, FAX, días por asuntos propios, etc.)
- Enlaces de Interés.

## 2. Calendario

El calendario se trata de otro servicio importante de la Intranet. El objetivo de incluir en la Intranet un calendario es disponer de un lugar donde informar y tener disponibles los datos de los eventos que sean interesantes para el personal del departamento, además de automatizar la reserva de aulas.

El calendario se puede consultar desde la página principal, está situado en la columna derecha, donde aparece un calendario del mes actual en el que los días en los que hay algún evento están subrayados en rojo y el día actual en azul. Además encima del calendario hay un listado con los eventos que se producirán en los próximos días.



Para acceder a un calendario con más detalles, se puede pulsar donde se indica el mes actual, o sobre la palabra "calendario" en el Menú Principal. Entonces se mostrará un calendario de mayor tamaño en el que aparecen los títulos de los eventos que hay para cada día.



Al pulsar sobre el título de un evento en cuestión se obtendrán más datos: Hora de inicio, duración, localización y otra información detallada.

### 3. Publicación de avisos y noticias.

En la Intranet se mostrarán también noticias y avisos relacionados con el departamento, como pueden ser anuncios de conferencias, presentaciones, noticias sobre investigación, etc. Se mostrarán en la portada de la Intranet y será posible introducir comentarios personales sobre la noticia.

aquest menester: [Forum Intranet](#)

**Presentación Intranet CMEM**  
 El día 17 de Diciembre, se llevará a cabo la presentación de la WEB del CMEM.  
 La presentación será a cargo de Pedro I. Rodríguez, analista de sistemas de CMEM y CREB, durante el Consejo de Departamento.  
 Enviat per [pedro](#) el [Wednesday, 17 December](#) a les (6 Lectures) ([Llegir més...](#) | [2 Comentaris](#) | [Intuació 0](#))

**Presentació del Centre de Referència en BioEnginyeria Catalunya (CREBEC)**  
 La presentació tindrà lloc el [dilluns 15 de desembre](#) a les 16.30h, a l'auditori del Parc Científic de Barcelona (Baldri Reixac, 4-6), sota la presidència de l'Hble. Sr. Andreu Mas-Colell, conseller d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació, en funcions.  
 En el decurs de l'acte, es pronunciarà la conferència: Bioengineering in the Nanotechnology Era, a càrrec del Sr. Samuel I. Stupp, director de l'institut de Bioenginyeria i Nanociència en Medicina Avançada de la Northwestern University.  
 Enviat per [webmaster](#) el [Tuesday, 16 December](#) a les (1 Lectures) ([2 Comentaris?](#) | [Intuació 0](#))

Al pulsar sobre la imagen que acompaña a la noticia, se accederá a una sección donde están reconiladas todas las



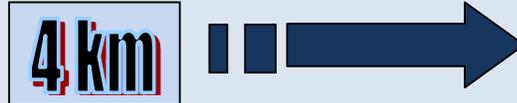
ANEXO 13

Valla



[www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec)

Martes a domingo de 9h00 a 17h00  
Teléfono: 2511 100  
Calle El Placer OE 11-272



Mini Valla



## ANEXO 14



### Boletín de Prensa 001

15 de Marzo del 2010

#### **Marzo (mes del agua) lanza un evento para concientizar a la ciudadanía sobre el cuidado y la importancia del agua.**

Yaku, Parque – Museo del Agua, tiene proyectado lanzar un programa para concientizar a la ciudadanía sobre el cuidado y la importancia del agua, el día el martes 23 de marzo a las 12h00 en el Museo del Agua, a fin de reducir el mal uso del agua. Además, el día viernes 26 del presente mes a las 10h00, se realizará una maratón de 2 km con escuelas y colegios por el mes del agua. Este evento está diseñado para alentar a la gente a hacer más cuidadosos con este recurso vital. Los padres de familia, niños, jóvenes están invitados asistir a este evento divertido y gratuito.

Se pretende educar a la ciudadanía acerca del cuidado del agua. Las personas que asistan al evento aprenderán mediante divertidos juegos y otras actividades sobre el cuidado y la importancia del agua. Cada participante recibirá regalos gratuitos que podrán llevarse consigo al hogar por cortesía del museo.

Para reservaciones previas al teléfono 2 511 100 Ext.108 o puede enviar un correo electrónico a: **mhinojosa@yakumuseoagua.gov.ec** o **sgalvez@yakumuseoagua.gov.ec** para información sobre la asistencia para este evento.

**ANEXO 15**

**Invitación**



**Yaku, Parque Museo del Agua**

**2010**

A graphic invitation for an event. It features a background image of a water treatment facility with tall blue towers and a yellow storage tank. Overlaid on this is a blue rectangular box containing text. At the top left of the box is the 'yaku' logo, which consists of a blue circle with white water droplets and the word 'yaku' below it. The text inside the box reads: 'Invita a usted(es) al evento por el mes del agua.', 'EL AGUA ES VIDA', 'Martes 23 de marzo - 12h00', 'Yaku Parque- Museo del Agua', and 'Calle El Placer OE 11-271/251 1100'. Below the box, there is a line of text: 'Por favor confirmar asistencia antes del día del evento a Miriam Hinojosa al 251 1100 Ext. (108)'.

  
Invita a usted(es) al evento  
por el mes del agua.

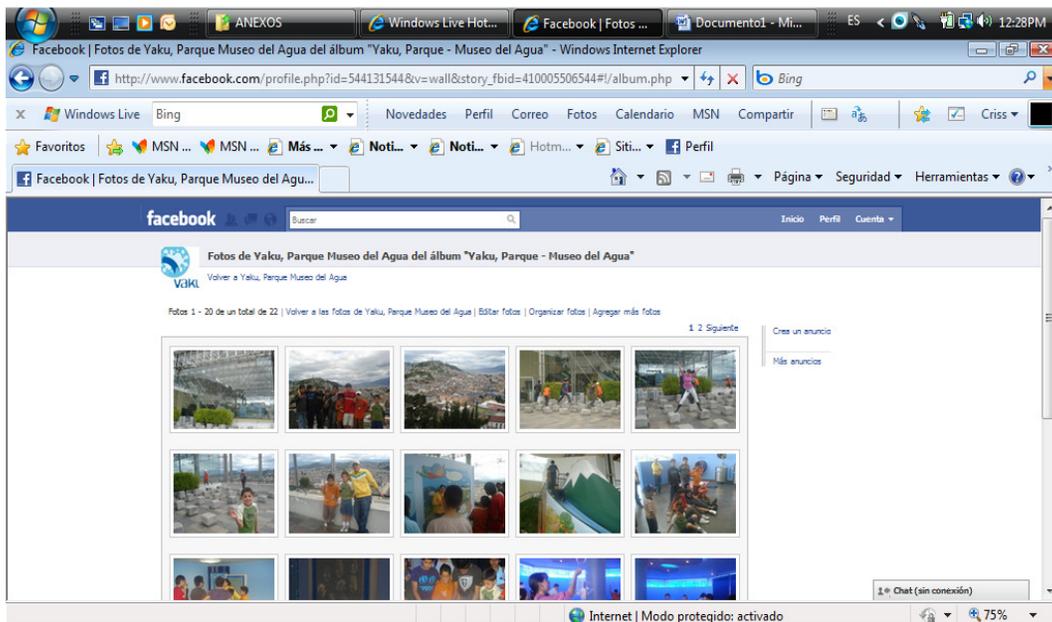
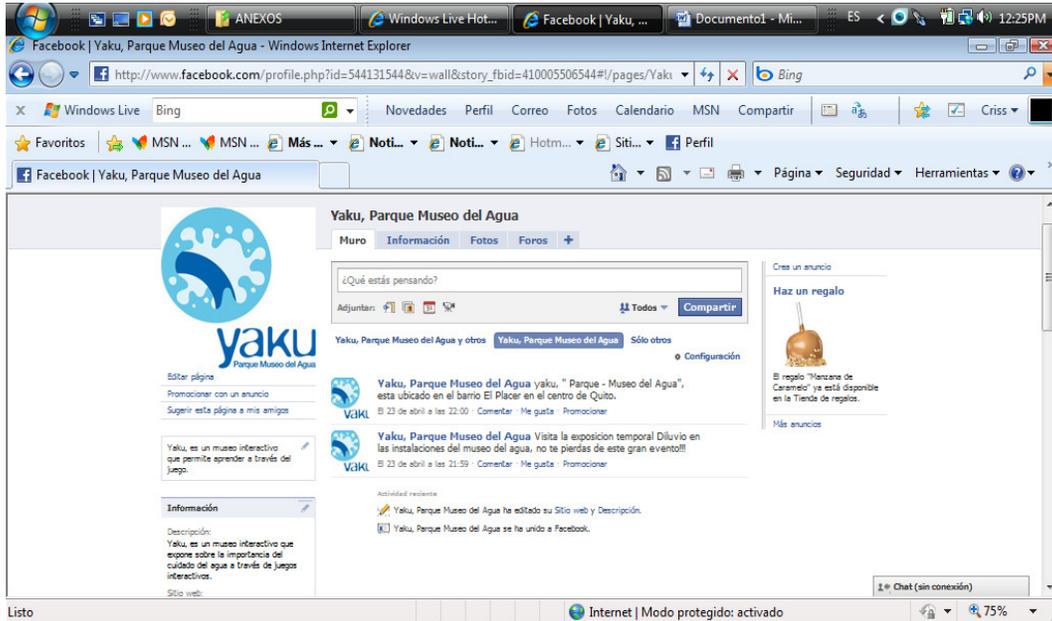
**EL AGUA ES VIDA**  
Martes 23 de marzo - 12h00  
Yaku Parque- Museo del Agua  
Calle El Placer OE 11-271/251 1100

---

Por favor confirmar asistencia antes del día del evento  
a Miriam Hinojosa al 251 1100 Ext. (108)

## ANEXO 16

### Perfil en Facebook



## ANEXO 17

### Página Web actual de Yaku, Parque- Museo del Agua



### Página Web interactiva propuesta para Yaku, Parque- Museo del Agua

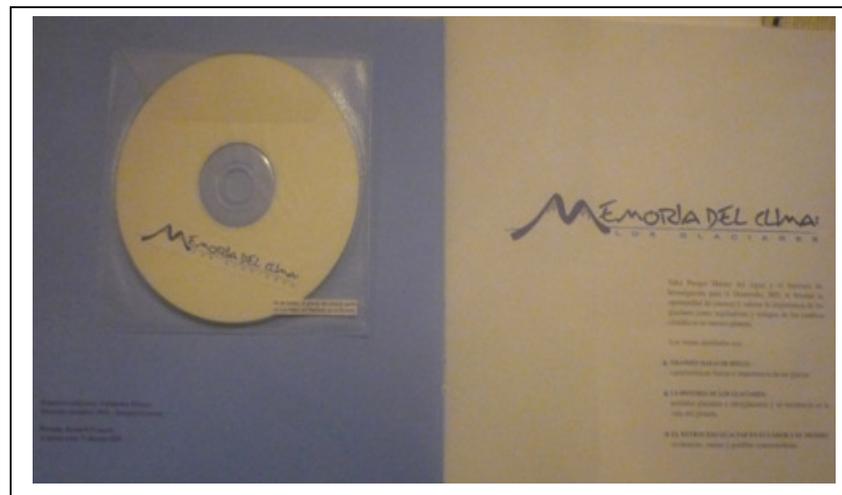


## ANEXO 18

### Folleto educacional



### Cd educacional



## ANEXO 19

### LISTA DE ASISTENTES Y EL ITINERARIO DEL RECORRIDO

PERIODISTAS	CANAL
Roberto Rodríguez Viviana Arosemena	GAMATV
Gisela Bayona Teresa Holguín	TELEAMAZONAS
Esteban Verdesoto María Mercedes Castro	RTS
Ronald Farina Verónica Castro	ECUAVISIA
César García Martha Sandoval	TC TELEVISIÓN
Jorge Iñiguez Andrés Carrión	CANAL UNO

Como parte de las estrategias de promoción, se desarrollará una caminata guiada para los periodistas por los páramos circundantes a Papallacta, con el objetivo de tener cobertura mediática positiva que ayude a informar sobre la importancia del cuidado del agua en el mundo y específicamente en el país. Un recorrido de ocho horas por los atractivos naturales de Papallacta, según el siguiente itinerario:

Junio	Actividades
8:30 am	Punto de encuentro.
9:30 am	Traslado a los páramos de Papallacta.
11:00 am	Visita a la Laguna de Papallacta.
13:00 pm	Almuerzo en las instalaciones de la Hostería Termas Papallacta.
15:00 pm	Visita a las instalaciones de la Hostería Termas de Papallacta.
17:00 pm	Retorno a la ciudad de Quito.