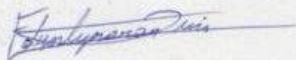


PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Edison Cupuerán, director de esta disertación, certifico que la Srta. Carlina Alexandra Iza Segovia ha realizado con mi dirección este trabajo titulado **"ANÁLISIS PREVIO A UN PLAN DE INTERPRETACIÓN PARA EL MUSEO DE LA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO CIUDAD MITAD DEL MUNDO"**, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Lic. Edison Cupuerán

Quito, octubre de 2012

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, CARLINA ALEXANDRA IZA SEGOVIA C.I. 1720223021 autor del trabajo de graduación intitulado: "Análisis previo a un plan de interpretación para el Muse de la Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo", previa a la obtención del grado académico de LICENCIADA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL en la Facultad de Ciencias Humanas:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 10 octubre de 2012



Carlina Iza
C.I. 1720223021

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO**

**DISERTACION PREVIA A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN ECOTURISMO, GUIA DE TURISMO NACIONAL**

**“ANALISIS PREVIO A UN PLAN DE INTERPRETACIÓN PARA EL MUSEO DE LA
EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO CIUDAD MITAD DEL MUNDO”**

CARLINA IZA

QUITO, 2012

Dedicatoria

Todas y cada una de las cosas que he realizado en mi vida y ahora mi tesis se las debo al apoyo y presencia de seres realmente especiales; a Dios, a mis padres, a mis hermanos, mis sobrinos y Jorge.

Dedico este esfuerzo:

A Dios, porque esta presente en todas las cosas que hago y por haberme permitido llegar hasta este punto, sin él no hubiese tenido las fuerzas que necesitaba cuando creía que las cosas se tornaban difíciles.

A mis padres Raúl Iza y Elizabeth Segovia, les agradezco por los esfuerzos y sacrificios realizados para que yo pueda tener una profesión, ellos son el pilar fundamental de todo lo que soy. Gracias por confiar en mí en todo momento y hoy estoy aquí por ustedes para retribuir lo mucho que han hecho por mí. Ustedes son mi inspiración y motivo para salir adelante.

A mis hermanas Soledad y Estefanía porque me han acompañado a lo largo del camino, hemos estado en las buenas y en las malas apoyándonos, les agradezco por confiar en mí y por darme dos maravillosos sobrinos Cesar Raúl y Juliana, a quienes agradezco por cada sonrisa y abrazo que recibo.

A Jorge porque a pesar de estar lejos me has demostrado un gran amor y por estar junto a mí apoyándome en la culminación de esta etapa de mi vida y en la búsqueda de un mejor mañana juntos.

Gracias a todos por el fin de este sueño y por el comienzo de muchos otros.

Agradecimiento

El presente trabajo de tesis me gustaría agradecer a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado.

A mi director de tesis Lic. Edison Cupueran por su esfuerzo y dedicación, quien supo dirigirme y guiarme con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación para que pueda culminar con mi tesis; de igual manera a mis lectores Dr. Patricio Moncayo y Lic. José Córdova.

También quisiera agradecer a la Institución, a la cual guardo mucho aprecio y a todos los profesores de toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena para mi formación.

Igualmente agradezco a los funcionarios de la Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo quienes autorizaron a que realice mi tesis en el Museo Etnográfico, así como también a mi amiga y compañera de trabajo, ya que gracias a ella y a su apoyo pude culminar mi carrera.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPITULO I: INTRODUCCION.....	1
1.1. Justificación	1
1.2. Delimitación del Problema:	3
1.3. Objetivos:.....	3
1.3.1. General:	3
1.3.2. Específicos:.....	3
1.4. Marco Teórico:	4
1.5. Hipótesis	8
1.6. Marco Metodológico.....	8
2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL MUSEO ETNOGRAFICO DE LA MITAD DEL MUNDO	10
2.1. Descripción general del Museo Etnográfico.....	10
2.2. Historia e importancia del Museo Etnográfico	11
2.2.1. Descripción de la muestra museográfica	15
2.3. Situación del uso público	23
2.3.1. Tipos de visita al museo	27
2.3.2. Plan de manejo actual del museo.....	29
3. CAPITULO III. REQUERIMIENTOS Y EXPECTATIVAS DE LOS ACTORES .45	
3.1. Estudio de los actores principales	45
3.1.1. Análisis en grupo de turistas.....	47
3.1.2. Análisis de los actores claves	51
3.1.3. Análisis del perfil y requerimientos del turista.....	54
3.2. Resumen de los resultados	56
3.2.1. Análisis FODA	56
3.2.2. Estrategias generales.....	59
4. CAPITULO IV: PROGRAMA DE INTERPRETACIÓN.....	65
4.1. ¿Qué es la interpretación y sus beneficios?	65
4.1.1. Orientación:	66

4.1.2.	Rótulos y textos:	66
4.1.3.	Provisión de información	67
4.1.4.	Los beneficios son los siguientes:	67
4.2.	El Recurso	68
4.2.1.	Planificación	68
4.2.2.	Orientación	68
4.2.3.	Tópico	69
4.2.4.	Respecto al servicio y exposiciones	70
4.2.5.	Señalización.....	70
4.2.6.	Calidad.....	71
4.2.7.	Respecto a las otras áreas de la Ciudad Mitad del Mundo	72
4.3.	Los destinatarios	72
4.3.1.	Turista nacional	72
4.3.2.	Turista extranjero.....	72
4.3.3.	Instituciones educativas.....	73
4.4.	Objetivos para la interpretación	73
4.5.	El mensaje.....	74
4.5.1.	Actores claves.....	74
4.5.2.	Turistas nacionales y extranjeros.....	74
4.6.	Servicios Interpretativos	75
4.6.1.	Cédulas explicativas y señalización interpretativa	75
4.6.2.	Exhibiciones	78
4.6.3.	Folletos o trípticos	78
4.7.	Propuesta de los planes de interpretación para los diferentes segmentos.....	78
4.7.1.	Plan de Interpretación para Turistas Nacionales y Extranjeros	79
4.7.2.	Plan de interpretación para niños.....	87
5.	CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	97
5.1.	Conclusiones	97
5.2.	Recomendaciones	99
6.	BIBLIOGRAFIA:	101

7. ANEXOS	103
7.1. Anexo 1: Ecuador Milagro Ecológico	103
7.2. Anexo 2: Cédulas explicativas pequeñas	103
7.3. Anexo 3: Cédula Explicativa grande	104
7.4. Anexo 4: Exhibición de T´sachila	104
7.5. Anexo 5: Exhibición de la Provincia de Pichincha.....	105
7.6. Anexo 6: Exhibición de la Provincia de Azuay	105
7.7. Anexo 7: Exhibición del Grupo Siona Secoya	106
7.8. Anexo 8: Exhibición de la Provincia de Cañar (Vestimenta perteneciente a otra provincia)	106
7.9. Anexo 9: Organigrama de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”	107
7.10. Anexo 10: Estadísticas del Ingreso de turistas al Museo Etnográfico 2011	108
7.11. Anexo 11: Formato de la Encuesta aplicadas a turistas	109
7.12. Anexo 12: Tabulación de las encuestas aplicadas en el Museo Etnográfico	111
7.13. Anexo 13: Preguntas de las entrevistas a autores claves.....	120

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa de ubicación Mitad del Mundo	14
Ilustración 2: Plano “Ciudad Mitad del Mundo”	15
Ilustración 3: Ingreso de turistas anuales al Museo Etnográficos del año 2011.....	29
Ilustración 4: Museo Tradicional.....	34
Ilustración 5: Museo Moderno	34
Ilustración 6: Museo Etnográfico Mitad del Mundo	36
Ilustración 7: Bosquejo # 1	75
Ilustración 8: Bosquejo #2.....	76
Ilustración 9: Bosquejo #3.....	76
Ilustración 10: Bosquejo #4.....	77
Ilustración 11: Bosquejo #5.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Estadísticas anuales del Museo	29
Tabla 2: Comparación entre visión tradicionalista, Visión actual y Museo Etnográfico	35

Tabla 3: Criterios de evaluación.....	39
Tabla 4: Valoración de la planificación del plan interpretativo del Museo.....	39
Tabla 5: Valoración del diseño/ medios interpretativos del Museo	40
Tabla 6: Valoración de la instalación de las exposiciones en el Museo	41
Tabla 7: Valoración de los servicios atendidos y no atendidos.....	43
Tabla 8: Fórmula para el cálculo de la muestra.....	47
Tabla 9: Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo – Matriz Análisis externo.....	56
Tabla 10: Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo – Matriz Análisis interno	57
Tabla 11: Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo – Matriz FODA	59
Tabla 12: Estrategias para el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo	63
Tabla 13: Resumen del Plan Interpretativo para Adultos.....	79
Tabla 14: Resumen del Plan Interpretativo para niños.....	87

1. CAPITULO I: INTRODUCCION

1.1.Justificación

Ecuador cuentan con una gran variedad de atractivos, los cuales se están desarrollando turísticamente con el pasar del tiempo, convirtiéndose así en un importante destino turístico internacional, sin embargo se ve la necesidad de mejorar las ofertas y servicios de los distintos lugares y espacios turísticos del país. Se debe poner énfasis en los servicios de aquellos lugares que son más visitados por los turistas, en especial aquellos que tienen un mayor enfoque en los aspectos culturales y educativos. Generalmente este tipo de lugares tienen la doble función de educar y promocionar hacia los turistas las bondades de la cultura o las riquezas de un país. Entre los espacios de visita turística que se destacan por las características antes mencionadas, se encuentran los jardines botánicos, zoológicos y sobre todo los museos (SIMBIOE, 2007).

En el caso de los museos, tienen una doble responsabilidad: la de preservar la integridad del objeto como elemento de nuestro patrimonio y la de contribuir a la educación de la sociedad, labor que generalmente se ve expresada en su misión. Para que este objetivo se cumpla es necesario llegar a un equilibrio entre estas dos responsabilidades (Hernández, 2006). Sin embargo, se encuentra que estas instituciones se basan o se centran en el cuidado y mantenimiento exclusivo de la colección, lo que produce que se descuida la experiencia de visita del turista e incluso se presentan problemas de confusión en la información que se brinda (SIMBIOE, 2007).

En los últimos años, en algunos museos prevalecen miradas muy tradicionalistas sobre los procesos culturales y educativos, demostrando una estructura de manejo y administración poco acordes a las necesidades actuales; ya que en estas instituciones a más de dar respuestas, se debe generar preguntas y ofrecer un entorno que favorezca la exploración y el descubrimiento; mejorando así el proceso de aprendizaje y a su vez ofreciendo espacios educativos, los cuales sirvan como apoyo para la formación y la práctica cultural (Fernández, 2003).

A partir 1974, el Consejo Internacional de Museos (ICOM) definió una nueva museología en la que afirma que el Museo es una «Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de educación y deleite testimonios materiales del hombre y su medio.», es importante mencionar que con el pasar del

tiempo los museos han evolucionado tanto en la forma, como en su función y pensamiento de base. A pesar de este concepto, actualmente se crea una nueva Museología (ciencia que estudia la razón de ser de los museos), cuya idea principal es el museo visto como ente social y adaptado, a las necesidades de una sociedad en rápida mutación. Desde este punto de vista, se ha intentado desarrollar un museo vivo, participativo, que se define por el contacto directo entre el público y los objetos mantenidos en su contexto. Actualmente tanto los museos como la museología están concentrando su atención más en las personas que en los objetos, exhibiciones u otras actividades, dejando a un lado la antigua percepción que se tenía de los museos como depósitos de obras de arte para hoy por hoy convertirse en elementos dinamizadores de la cultura y de la educación (Fernández, 2010, 73; Hernández, 2006).

Es importante mencionar que en el pasado el turista debía acoplarse al cambio constante de las actividades turísticas; no obstante, en los últimos años, el turismo ha ido evolucionando dando como resultado un turismo que se tiene que ajustar a las diferentes exigencias de un mercado cambiante (Hernández, 2008). Esto implica que el papel social de los museos no debe ser separado de la motivación de sus visitantes. En Canadá, por ejemplo, los museos son por ley lugares de diversión; las nuevas formas de relacionarse con el público y los conceptos que se quiere transmitir, implican nuevas técnicas de exhibición, es decir, una nueva forma de llevar la colección a conectarse con el visitante (Barreto, 2001). Es así como surge la necesidad de crear una forma de comunicación entre lo que el museo exhibe y quién lo visita; de ahí el contar con una herramienta como la interpretación, que se basa en generar una exhibición atractiva que realmente comunique un mensaje (Ham, 1992).

Así surge la propuesta del diseño e implementación del contenido educativo y museológico del Museo de la Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo (EPTCMM), como respuesta a las exigencias de la sociedad actual. Este es un importante destino turístico el cual recibe diariamente una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros, especialmente adolescentes y niños, los cuales visitan este lugar por fines educativos o recreativos. De esto surge, la importancia de diseñar un museo que mejore la experiencia de los visitantes, a través de una mejor recepción de la información de una manera que pueda motivar al turista de todas las edades y este pueda dejar un mensaje final, y de esta manera se podrá cumplir con las dos responsabilidades anteriormente mencionadas.

1.2.Delimitación del Problema:

En 1979 se construyó el Monumento Ecuatorial, el cual tiene en su interior un Museo Etnográfico que muestra los grupos étnicos de las diferentes regiones del Ecuador. Actualmente los museos tradicionales han sufrido lentos procesos de adaptación a los cambios socioculturales y a las exigencias de una constante evolución como es en el caso de los nuevos museos interactivos, los mismos que ofrecen espacios interesantes para la comunicación y el aprendizaje sin olvidarse de la protección de los bienes que se exhiben (Yahya, 1996).

El Museo Etnográfico ha mantenido, por varios años y en similar contexto, las ideas y principios de un museo tradicional; proporcionando los mismos contenidos en cuanto a la información y exhibiciones que se brindan, siendo este el principal problema que tiene el museo, ya que no se ha acoplado a los constantes cambios que han tenido las motivaciones y requerimientos de los visitantes, afectando así al turista que muestra una insatisfacción durante la visita. Esta insatisfacción se ve reflejada principalmente en los comentarios escritos y verbales que se recibe de los turistas por la falta de innovación, motivación y poca metodología educativa, es importante indicar que el único documento de verificación que cuenta el museo es una carpeta de comentarios ubicada a un costado de la salida.

En la actualidad se ha comprobado que el turismo va evolucionando y ha dado un giro muy importante lo que indica que los destinos turísticos deben acoplarse a las exigencias del turista ya que de esta manera podrán satisfacer las necesidades del mismo (Fernández, 2003: 17).

De aquí surge la pregunta:

¿Qué se puede mejorar en el Museo de la Mitad del Mundo para que la experiencia del visitante sea más interpretativa?

1.3.Objetivos:

1.3.1. General:

Evaluar los puntos necesarios para realizar una propuesta interpretativa en la Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo con el fin de mejorar la experiencia de visita y la comunicación para el turista.

1.3.2. Específicos:

- Realizar una línea base de la situación actual museográfica y los contenidos que se están usando en la información que se brinda al turista.
- Analizar los actuales requerimientos del turista como base para determinar los perfiles de los visitantes y las necesidades de comunicación y servicios que se requieran para la propuesta.
- Proponer un programa de interpretación y museológico en el cual se determinará los tipos de espacios y actividades interactivas a implementarse en el Museo.

1.4.Marco Teórico:

La necesidad del hombre por hacer buen uso de su tiempo libre no es novedad, ya que en el pasado, el tiempo libre era dedicado a la cultura, la religión, el deporte y la diversión fuera de su lugar de residencia, lo que actualmente se conoce como turismo. En los últimos años, el turismo es considerado como la mayor industria de servicios del mundo, el cual ha generado un sin número de empleos, convirtiéndose en uno de los principales motores de crecimiento para los países más pobres del mundo, estableciendo distintas clases de turismo, destinados a uno u otro público, en referencia a su poder adquisitivo, a sus gustos, a sus preferencias e inquietudes...etc. (Barreto, 2001).

Es importante mencionar que las ganancias del turismo no son sólo económicas, pues el intercambio cultural también es muy importante porque permite ampliar los conocimientos del turista y anfitrión. Este tipo de turismo conlleva aparejados una serie de componentes sociales y educativos, que lo diferencian de las corrientes ligadas a la tematización del tiempo libre, especialmente del turismo tradicional, conocido también como turismo de masas; es de esta manera que el turismo cultural está considerado parte del grupo de turismo alternativo, ya que los turistas se concentran en la cultura de los lugares adonde van, por ejemplo: ver cosas construidas muchos años antes (las pirámides) o ver museos (Hernández, 2008).

Una parte esencial del turismo cultural son los museos, ya que estos son centros de investigación y proveedores de servicios culturales que tiene la finalidad de conservar, enriquecer y exponer sus colecciones. Por otra parte, buscan transmitir el legado cultural a futuras generaciones, sin perder de vista que el museo implica no solo la custodia física y la restauración de los elementos de una colección, sino también saber motivar al visitante al mismo tiempo de educarlo sobre la cultura de un pueblo (Hernández, 2008).

Lamentablemente los museos, no se han manejado adecuadamente, ya que se sigue con la idea de aquellos museos tradicionales primitivos, llamados también “Gabinetes de curiosidades”, porque en sus inicios solo fueron amontonamientos de objetos sin conexión, clasificación o indicación, que llenaban todo el espacio, provocando un exceso visual que no traía aparejada prácticamente ninguna información. Esto provocó que el turista, con el pasar del tiempo, muestre cierto rechazo hacia los museos; ya que se posicionaron en sus mentes como lugares aburridos, sin ninguna motivación y ocasionando que este aspecto negativo se transmita a futuras generaciones (Barreto, 2001). Estas generaciones poseen varias opiniones de los museos considerándolos como un templo, un salón de clases, que no cumplían ninguna función y su único interés era de incrementar las exposiciones con objetos en vitrina o paredes que a simple vista no justificaban su existencia. En consecuencia, la visita a los museos se convertía en obligación y por ende una experiencia negativa para el visitante, tanto físicamente como intelectualmente produciendo un efecto contrario a lo que se esperaba, ya que el objetivo principal de las exposiciones en el museo es el de crear experiencias únicas y significativas, por lo cual en varios museos se ha empezado a estudiar al público, llegando a la conclusión que no solo el visitante es el elemento justificador de la existencia del museo sino también la información que se brinda, ya que depende de esta y de las exposiciones para hacer que la visita sea grata o no grata, convirtiendo el aprendizaje de las exposiciones en procesos constructivos de la interpretación para los visitantes (Hernández, 2006; Fernández, 2010).

Por tal motivo y tras haber focalizado por más de 25 años las funciones del museo tradicional, el ICOM a partir de 1971 realizó la IX Conferencia General celebrada en Grenoble y París eligiendo como tema *El Museo al servicio del hombre, hoy y mañana*, subrayando la nueva orientación del museo al servicio público lo misma que había sido omitida en definiciones anteriores, esto constituyó no solo un giro radical sobre las funciones del ICOM que les venía atribuyendo convencionalmente como: colecciones, conservar, restaurar, sino también el comienzo de una serie de cambios orientados a nuevas actividades y propuestas que se enfoquen en la importancia y obligación que tienen los museos a la hora de desempeñar su papel en la sociedad, educación y acción cultural (Perticará, 2010; Fernández, 2010, 326; Gutiérrez, 2010). La renovación de las nuevas perspectivas museológicas han hecho que se empiece a hablar de la “nueva museología” que se ha convertido en una corriente que propone una revisión de las teorías, las prácticas en museos y exhibiciones, el propósito principal es el

dinamizar la estructura de los museos, para que sean más abiertos a la educación, a la práctica social, modificando lenguajes y escenarios, así como también concebir su función de patrimonio (Alderoqui, 2011: 50).

Actualmente en el 2010, se realizó la 22ª Conferencia general del ICOM la cual tuvo lugar en Shanghái (China), con el tema *Los Museos para la armonía social*, en la cual, la principal preocupación que se manifestó en esta conferencia fueron los museos en el siglo XXI y la encrucijada que están sufriendo a causa de las grandes transformaciones en la economía global y el medio ambiente, alertando la necesidad urgente de salvaguardar la diversidad cultural y biodiversidad del patrimonio común de la humanidad, por medio de las nuevas perspectivas museológicas. Convirtiéndose en principales temas para un futuro: la sostenibilidad ambiental, cultural, económica y social, ya que los museos hoy por hoy se están caracterizando por ser intérpretes de estas transformaciones mediante el diálogo intercultural de promover el respeto mutuo entre generaciones, fomentando nuevos modelos de colaboración que proporcionen las oportunidades a los miembros en contribuir al desarrollo de los museos (ICOM, 2010).

En las conferencias del ICOM desde 1971 hasta la actualidad, se llegó a la conclusión de que los museos son instituciones que deben estar en continuo cambio, orientados a las necesidades de la sociedad que actualmente demanda la interactividad en dichas instituciones, además de convertirse en espacios de diálogo y transformación social, teniendo en cuenta que en el pasado se asumía que los museos contaban como público a un grupo homogéneo pero que en la actualidad se dan cuenta que los grupos tienen diferentes intereses. El éxito de un museo interactivo no depende solamente de las exhibiciones, también se toma en cuenta la manera en la que se brinda la información, la misma que debe estar inclinada a traducir el lenguaje técnico de una ciencia o área relacionada en términos e ideas, que las personas en general, puedan entender fácilmente; esto implica hacerlo de forma que sea entretenido e interesante para ellos y a su vez evocar la interacción entre los museos y la ciudad a través de cinco elementos: cultura, sociedad, economía, innovación y desarrollo. Por lo tanto para alcanzar la superación en la misión de los museos, ya sea en turismo de masa o de la sociedad, estos deben ofrecer contenidos únicos, diferentes contemplando la posibilidad de incorporar diferentes tipos de información y sobretodo aceptando las exigencias y opiniones del público que visita los museos (Perticará, 2010; ICOM, 2010; Fernández 2010; Gutiérrez, 2010).

Hoy por hoy, la disciplina más utilizada es la interpretación del Patrimonio, entendiéndose como un proceso de comunicación de carácter creativo o a su vez el arte de revelar el significado, importancia del legado natural, cultural e histórico al público que visita esos lugares en su tiempo libre, para que lo aprecien, disfruten y contribuyan a su conservación (Blaya, 2004). Este proceso de comunicación permite establecer vínculos entre el lugar y el público sobre los contenidos, el valor, la significación y la importancia de los objetos de una colección o exposición, permitiendo a su vez crear conciencia al público sobre el valor que representa el descubrimiento e interpretación de un patrimonio (Fernández, 2003).

La principal característica para que toda interpretación sea exitosa es la informal, ya que es diferente al ambiente de un salón de clases, la gente pondrá menos atención si la exhibición, paneles, rótulos que se utilizan para medios de comunicación, les recuerda a la cotidiana educación formal, por lo tanto la interpretación tiene que ser amena, con medios interpretativos que asocien con el entretenimiento, una comunicación de fácil comprensión con lenguaje claro y sencillo para provocar al visitante curiosidad y a su vez pueda participar en las actividades propuestas, convirtiendo al museo en un espacio de comunicación que propicia el dialogo a través de una relación unidireccional, en la que el museo se convierte en generador de información y el público recibe el mensaje e interpreta, por tal motivo, las instituciones museísticas han iniciado procesos de captación de información, interpretación y respuesta ante las exigencias del público, esto se convierte día a día en un proceso de retroalimentación continuo tanto para el museo como para los usuarios que lo visitan (Jácome, 2003; Gutiérrez, 2010).

Cabe recalcar que dar información no significa interpretar, pero toda interpretación debe incluir información, si los museos deciden convertirse en espacios significativos para los visitantes, deben hallar la atmosfera adecuada para el encuentro fructífero y el dialogo con historias que puede llegar a ser significativas cuando el intérprete es capaz de relacionarlo con algo que el público ya tiene en el cerebro y hacer de su visita una experiencia inolvidable y transformadora (Jácome, 2003). Toda experiencia por lo general tiene dos aspectos: uno inmediato, de agrado o desagrado y otro mediato, el mismo que está relacionado con su influencia sobre las experiencias subsistentes, es de esta manera que la interpretación juega un papel muy importante en el museo ya que debe dar experiencias que no solo resulten agradables inmediatamente, sino que además generen experiencias futuras deseables que

garantice la continuidad de la experiencia, para que los museos con el pasar del tiempo se conviertan en lugares sensibles a sus visitantes, los mismos que se deben modificar con las experiencias del público que los visita (Alderoqui, 2011: 64).

De esta manera la interpretación del Patrimonio en los museos viene cobrando cada vez más fuerza en los planes de desarrollo de los sitios turísticos natural o cultural, en tal sentido que esta disciplina ayuda a proporcionar metodologías y estrategias que sean acordes para la presentación del patrimonio y una adecuada transmisión de mensaje impactante, esta interpretación ayuda a mediar entre el lugar y el visitante, revelando los significados para una mejor comprensión y que a su vez ofrezca la posibilidad de convertir la visita en una vivencia que a la larga pueda contribuir a propiciar el encuentro entre patrimonio y sociedad (Morales, 2005).

No cabe duda que los intereses del visitante actual, hoy van más a la búsqueda de los museos que crean un diálogo con su público, una interactividad que los haga entes vivos con varias funciones no sólo recreativas, sino también formativas, de capacitación, de investigación y de crecimiento humano, consecuentemente el éxito de todo museo dependerá de la readaptación que se haga en estas instituciones lo cual permitirá la supervivencia de estos y el incremento en el número de usuarios que visitan estas instituciones (Barreto, 2001; Gutiérrez, 2010).

1.5. Hipótesis

Una propuesta de interpretación ayudará a crear una experiencia de visita amena y educativa, mejorando la visita del turista en la Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo.

1.6.Marco Metodológico

Inicialmente para la realización del análisis y propuesta se realizará una investigación bibliográfica, seguida de una observación descriptiva-cualitativa y un análisis histórico del Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo, para poder conocer su evolución, diagnosticar los cambios, la situación actual, el mercado existente y plan de manejo actual.

Consecuentemente se procederá a la realizar entrevistas a los actores claves de la empresa que están compuestos por: Gerente General, Jefe de Marketing, Jefe de Museo, cabe recalcar que en la primera parte del estudio se tomó en cuenta al grupo de actores claves de la empresa ya son aquellos quienes administran y toman decisiones con respecto al actividades que se

realizan en el museo; además de conocer la situación actual del museo pueden indicar cuál es la apreciación que tienen frente al actual manejo, perfiles de turistas, demanda de los mismos y requerimientos.

Posteriormente se realizarán 400 encuestas a los visitantes tanto nacionales como extranjeros que visitan el Museo de la Mitad del Mundo, las mismas que ayudarán a determinar el grado de conocimiento y satisfacción de los turistas frente a la aplicación de un nuevo plan de interpretación con el objetivo de conocer cuáles son las exigencias actuales y posibles sugerencias. Cabe mencionar que el número de encuestas se las determinó por medio de la fórmula finita, tomando en cuenta que la población anual del museo en el 2011 es de 149.321 turistas nacionales y extranjeros. Para la aplicación de las encuestas se procederá a un muestreo aleatorio simple seleccionando la muestra al azar, con el fin de que no haya sesgo en la información; Además se realizará un focus groups, el mismo que será aplicado entre 5 a 8 niños que visiten el museo, se realizará varias preguntas que ayudarán a determinar sus exigencias y percepción del museo después de la visita.

Finalmente, con los resultados anteriormente obtenidos de el focus groups, entrevista y encuestas se podrá realizar un FODA para determinar las estrategias generales que serán utilizadas para realizar el Análisis previo del plan de interpretación en el museo.

2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL MUSEO ETNOGRAFICO DE LA MITAD DEL MUNDO

2.1.Descripción general del Museo Etnográfico

La Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo” (E.P.T.C.M.M) es uno de los atractivos más visitados a nivel nacional e internacional. Entre los principales atractivos que tiene la E.P.T.C.M.M se encuentra al Monumento Ecuatorial, el cual en su interior contiene al Museo Etnográfico que abre sus puertas los siete días de la semana, desde las 9:00 am hasta las 18:00 pm, todos los días del año. El museo exhibe una muestra museográfica de los grupos indígenas del Ecuador y consta de nueve niveles, sin contar con la planta baja y un mirador (Jarrín, 2007).

En la planta baja se encuentra una muestra general del Ecuador tanto humana, geográfica, así como también las actividades económicas de cada una de las regiones del país. En este recorrido inicial se observan tres salas: en la primera se encuentra un tablero eléctrico con un mapa del Ecuador y fotografías en donde se indica la ubicación geográfica de cada grupo indígena. En la segunda sala se expone información perteneciente a Cochasquí con la ayuda de una maqueta, instrumentos musicales y fotografías. En la última sala se representa a la Región Insular, con una muestra de la historia, flora y fauna de Galápagos a través de tres dioramas (Jarrín, 2007).

Posteriormente se sube por el ascensor hasta en mirador en el cual se puede apreciar un panorama de la Ciudad Mitad del Mundo en los cuatro puntos cardinales, al igual que se puede observar la majestuosidad de los cerros, montañas y volcanes, entre los cuales se puede destacar: Los Cerros de la Marca, Volcán Pululahua, Taita Rumi, Casitagua, Volcán Cotopaxi, Los Cerros de la Providencia, Rumicucho, entre otros.

Consecutivamente se desciende por las gradas para iniciar el recorrido del Museo Etnográfico donde se exhibe los grupos indígenas del Ecuador iniciando el recorrido desde la Región Costa, Sierra y Amazonía. A continuación se indica los grupos que exhibe el museo actualmente en su interior, separados por cada una de las regiones (Jarrín, 2007).

- ✓ Región Costa con los siguientes grupos: Chachi, Afro-ecuatorianos de Esmeraldas, Cholo pescador, Montubios.

- ✓ Región de la Sierra se encuentran: T'sachila, Afro-ecuatorianos del Chota, Mujer Zuleta, Otavaleños, Artesanías de la Pichincha, Cotopaxi, Grupos de Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Cañarí, Chola Cuencana y Saraguro.
- ✓ Región de la Amazonía: Aí'cofan, Quichuas de la Amazonía, Siona Secoyas, Huaorani, Shuar y Achuar.

Finalmente, se puede recalcar que la mayoría de las piezas que están en el Museo Etnográfico se encuentran en comodato con el Ministerio de Cultura y bajo resguardo de la E.P.T.C.M.M., por tal motivo estas dos instituciones comparten la responsabilidad de conservar las piezas etnográficas que son la parte tangible del museo, al igual de difundir correctamente la parte intangible, refiriéndose a las tradiciones, costumbres, etc., ya que éstas contienen un gran significado sociocultural porque a más del valor económico, la importancia radica en el valor social o cultural que los bienes representan para el Ecuador.

Es importante mencionar que las acciones de conservación de los bienes no se han visto reflejadas desde la colocación de los bienes etnográficos, ya que es notorio el deterioro de la mayoría de piezas que se encuentran en el museo, por tal motivo en el 2011, el Ministerio de Cultura (Unidad de Patrimonio) procedieron a retirar 118 piezas que se encontraban en comodato para realizar su conservación y cambiarlas por otras, el retiro de las piezas del museo ocasionó que algunas exposiciones se encuentren vacías. Cabe indicar que los bienes que son de propiedad de la E.P.T.C.M.M. se encuentran en exposición y la mayoría de las piezas están en las mismas condiciones de las piezas retiradas.

2.2. Historia e importancia del Museo Etnográfico

En el año de 1736, llega al Ecuador la primera Misión Geodésica conformada por los científicos franceses Bouguer, Godin, La Condamine se unieron los españoles Jorge Juan y Antonio Ulloa, insignes marinos; y en tierras ecuatoriales se une a la misión el ecuatoriano Pedro Vicente Maldonado por sus excelentes conocimientos en geodesia y geografía. El objetivo principal fue el medir un arco de meridiano para comprobar la verdadera forma de la tierra (Crespo, 1986).

A finales del siglo pasado, la Academia de Paris envía una Segunda Misión Geodésica comandada por el General Charles Perrier para medir un arco de meridiano mayor que el de la primera Misión. Posteriormente, en 1936, el Comité Franco Americano auspicia la idea del

geógrafo ecuatoriano, Ing. Luis Tufiño, en levantar un monumento de 10 metros en conmemoración a los 200 años de la llegada de la Primera Misión Geodésica en San Antonio de Pichincha (Crespo, 1986); lugar donde nunca estuvieron ninguna de las dos misiones de científicos franceses. Sin embargo, la Línea Ecuatorial fue proyectada en base a los hitos dejados por la primera misión. Actualmente y tras haber estado 43 años en este sitio, el monumento de 10 metros fue trasladado a Calacalí a 7km al occidente, lugar por donde pasa la Línea Ecuatorial (Crespo, 1986).

En el año de 1979, se construye el segundo obelisco bajo el auspicio del Honorable Consejo Provincial de Pichincha, denominado Monumento Museo Etnográfico, similar al antiguo obelisco, a diferencia que las dimensiones fueron triplicadas para dar espacio a la exhibición etnográfica, cuidando los elementos arquitectónicos definidos en el primer obelisco por su constructor el Ing. Luis Tufiño, en 1936 (Romero, 2006).

El monumento esta edificado de hormigón armado con revestimientos de piedra andesita pulida y recortada, su forma es piramidal-cuadrangular con sus cuatro monolitos en los ángulos, además que tiene la orientación geográfica de los cuatro puntos cardinales y en cada uno de ellos fue colocado las siguientes inscripciones:

- ✓ En el Hemisferio norte dedicado al sabio riobambeño Pedro Vicente Maldonado, se colocó una leyenda conmemorativa.
- ✓ En el Hemisferio Occidental se colocó un escudo de armas español como una dedicatoria a los ilustres españoles Jorge Juan y Antonio de Ulloa.
- ✓ En el Hemisferio Sur se colocó un escudo de armas del Ecuador como reconocimiento a la obra científica de la Misión Geodésica de Francia.
- ✓ Y finalmente en el Hemisferio Oriental del monumento se colocó una dedicatoria a los académicos franceses (Jarrín, 2007).

En la parte alta del monumento se encuentra una esfera metálica que pesa 5 toneladas y 4,5 de diámetro, la cual está representando la posición real de la tierra, con los 5 continentes. El globo terráqueo se encuentra rodeado de una cinta metálica que indica la Línea Ecuatorial y su forrado laminar es de metal repujado. El Globo terráqueo fue donado por la Escuela Politécnica Nacional de Quito (Romero, 2006).

La Historia del Museo Etnográfico empieza en el periodo del Señor Prefecto Provincial, Doctor Patricio Romero Barberis, quien solicito al Banco Central del Ecuador la colaboración

para realizar el Proyecto “Mitad del Mundo”, con la instalación de una exposición en el nuevo monumento a la línea Equinoccial. Es por esta razón que la Dirección General de los Museos del Banco Central, proponen exponer en el interior del monumento una breve visión de la riqueza étnica y geográfica del Ecuador, como contribución a la difusión de la identidad nacional.

Con la inauguración del Monumento el 9 de agosto de 1982, el Museo del Banco Central inicialmente instala en la planta baja, la exposición llamada “Manos, Luz y Color”, cubriendo todos los gastos, al igual que se procede a la firma de la Acta de Entrega-Recepción de las piezas, entre el Honorable Consejo Provincial de Pichincha y el Museo del Banco Central, en donde consta que las piezas se encuentran en calidad de custodia y reposan en el Monumento. Con la firma del convenio el Banco Central del Ecuador se compromete a instalar el 1 de marzo del 1983, la exposición general sobre la riqueza étnica y geográfica del Ecuador en los nueve niveles y planta baja. Por lo tanto, en el año de 1985, se abre al público la exhibición con los nueve niveles restantes, exhibiendo en cada planta la exposición étnica de dos provincias del Ecuador; las muestras fueron, en sus inicios, dadas en comodato por el Banco Central del Ecuador, gracias a su fondo Etnográfico. Estas piezas se ubicaron bajo la supervisión de María del Pilar Merlo, Responsable Etnográfica del Banco Central, y el Ing. Fernando Vinuesa, como Gerente de la Empresa de Turismo Ciudad Mitad del Mundo en 1982 (com. pers. Aldaz, 2010).

El museo ha pasado por procesos de mejoras, a través de su historia, en su inicio empezó únicamente con exhibiciones de maniqués y algunas piezas que fueron donadas por el Banco Central del Ecuador sin cédulas explicativas y la planta baja contaba con 4 gigantografías de los mapas de cada una de las regiones. En el 2004, como excusa de la Elección Miss Universo Ecuador, se ve la necesidad de colocar las cédulas explicativas bilingües que contengan información más completa de cada grupo étnico con su respectivo mapa, ya que por medio de este evento se esperaba un mayor flujo de turistas (com. pers. Aldaz, 2010).

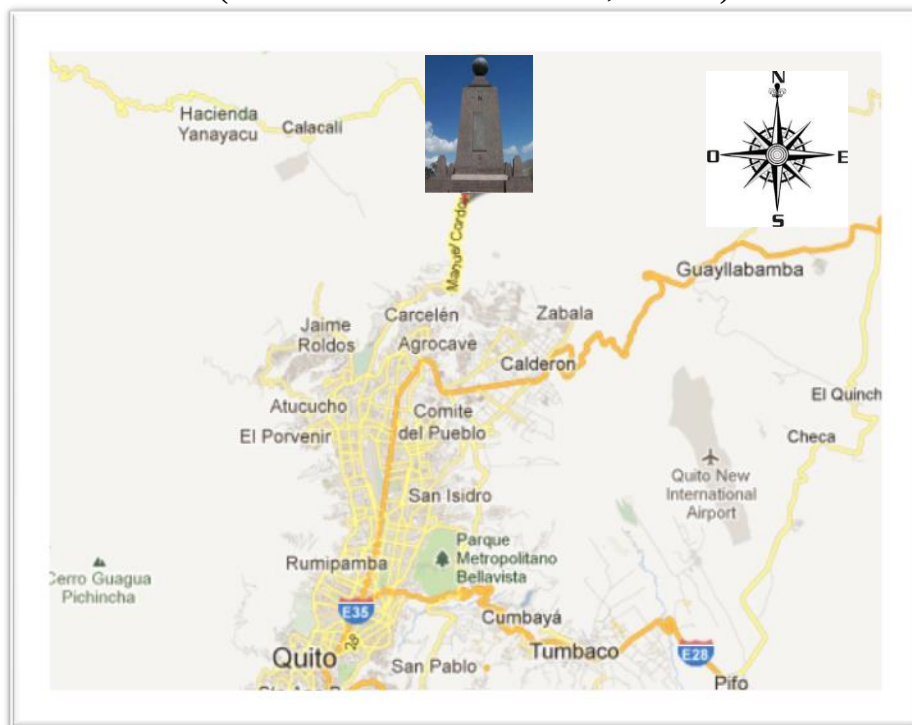
En el área de exposición de Galápagos se contaba con una tortuga y algunas fotografías, lo cual ocasionaba que esta área no brindara un servicio satisfactorio a las exigencias de los turistas, ya que su información era muy escasa. Por este motivo en el año 2006, se colocaron varios dioramas y cédulas explicativas en el área de exposición de Galápagos para que se pueda dar una mejor explicación de este importante atractivo turístico. Finalmente en el 2007,

se colocó un equipo de musicalización y sonorización para la implementación de música instrumental en cada piso, lo que funcionó correctamente por tres años y consecutivamente se fue dañado hasta quedar actualmente sin funcionamiento (com. pers. Aldaz, 2010).

La formación inicial del museo fue gracias a los aportes museográficos del Banco Central del Ecuador, lo cual fue muy beneficioso para miles de turistas tanto nacionales como extranjeros; debido a que el objetivo principal desde su creación era mostrar una breve visión de la riqueza étnica y geográfica del Ecuador desde la Mitad del Mundo, al ser un país Multiétnico, Pluricultural y Multilingüístico (com. pers. Aldaz, 2010). Sin embargo, hoy en día este objetivo no se ha cumplido plenamente, ya que el museo se ha mantenido en un contexto muy tradicional sin la debida actualización en exposición como en información, lo que produce desinterés al actual turismo tanto nacional como extranjero que lo visita.

Ilustración 1: Mapa de ubicación Mitad del Mundo

(Av. Manuel Córdova Galarza, km13.5)



Fuente: Mapas de Google.

2: Plano Mitad

Ilustración “Ciudad del Mundo”



Fuente: E.P.T.C.M.M.

2.2.1. Descripción de la muestra museográfica

El museo está conformado de nueve niveles, planta baja y un mirador. A continuación se hace una descripción de acuerdo al recorrido que el visitante realiza, iniciando en la planta baja en la cual se analizará cada uno de los espacios destinados para las muestras museográficas.

2.2.1.1. *Planta Baja*

La planta baja es el primer recorrido que el turista hace en su visita, en donde se muestra una introducción general del Ecuador que contiene la riqueza humana, geográfica y económica del país, además de países por donde atraviesa la Línea Ecuatorial.

- a) Inicialmente se encuentra un espacio destinado “**Ecuador Milagro Ecológico**” se encuentra ubicado un Mapa del Ecuador (Anexo #1) en el cual muestra las regiones

(Costa, Sierra, Amazonía y Región Insular), nombre de las provincias, límites y una leyenda de los ríos principales. Se encuentra una descripción pequeña en inglés y español, la cual explica información del porque es llamado “Milagro Ecológico”.

b) A continuación se encuentra el “**Planisferio**” es una representación de un mapamundi y los principales países por donde atraviesa la línea ecuatorial, en el pasado el mapamundi contaba con una base de vidrio, la misma que indicaba los meridianos, paralelos y la línea ecuatorial, actualmente no se encuentra ya que la base vidrio ya se rompió y no ha sido remplazada, dejando únicamente el mapamundi sin ningún significado. En la parte inferior del planisferio se encuentran 9 fotografías de grupos indígenas de los países por donde atraviesa la línea ecuatorial sin ningún nombre que indique la procedencia. Existe un pequeño rótulo con información en español e inglés, ubicado al lado izquierdo (Anexo #2).

c) Línea Ecuatorial en Nuestro País: Es el nombre que se le denominó al siguiente espacio, en donde se encuentra un mapa del Ecuador con las 4 regiones pegado a la pared sin ninguna leyenda, el objetivo principal del mapa es indicar los lugares por donde atraviesa la línea ecuatorial, conjuntamente con cada fotografía del lugar y el nombre. Las fotografías son de blanco y negro, se encuentran en la parte superior del mapa. Existe un pequeño rótulo con información en español e inglés, ubicado al lado izquierdo.

d) Sala # 1 Cubículo: La primera sala se la ha denominado El Cubículo, lugar donde se ubica un tablero eléctrico que se lo utiliza cuando existe un gran número de estudiantes, el procedimiento es ubicarlos en el piso frente al mapa y se realiza la explicación del museo, indicando una fotografía del grupo y la ubicación geográfica en el mapa.

e) Ecuador Multiétnico, Multilingüístico y Pluricultural: Al seguir con el recorrido en la planta baja se puede observar un mapa mural, en el cual se aprecia 64 fotografías a color de los diferentes grupos indígenas del Ecuador, sin nombre que ayude a la identificación de los grupos. El objetivo principal del mapa es indicar la variedad de culturas representantes de la población ecuatoriana recalando al Ecuador como país pluricultural, Multilingüístico y multiétnico. Existe un rótulo con información en español e inglés, ubicado al lado derecho.

f) Sala # 2 Cochasquí: En la segunda sala cuenta con 1 maqueta de escala 1:1000 con leyenda y sin rótulos de información perteneciente al Parque Arqueológico de Investigación Científica Cochasquí, 4 instrumentos musicales (sin información), 9 artesanías (sin información, ni nombres), 1 maqueta de la vivienda (sin información) y 2 Gigantografías con fotos de la pirámides y plantas circulares. En esta sala se pretende dar a conocer la información más relevante de Cochasquí.

g) Gigantografías de las 4 Regiones del Ecuador: Posteriormente se puede encontrar 4 gigantografías con el mapa de cada una de las regiones del Ecuador destacando los principales aspectos económicos, estos mapas se encuentran desactualizados. En la parte inferior de cada gigantografías se encuentra poca información en inglés y español.

h) Sala # 3 Galápagos: Finalmente la tercera sala indica tres dioramas de Galápagos en los que se quiere recalcar la historia de las Islas Galápagos, sus orígenes, flora y fauna y los problemas que presenta el Archipiélago, cabe recalcar que la información que se presenta es escasa y desactualizada. La información es en español y en inglés en lugares poco visibles.

Finalmente, se puede agregar que en la planta baja la muestra que ocupa el 80% de la información es acerca de la riqueza humana, geográfica y económica del país, lo cual hace que el turista al iniciar el recorrido tenga como introducción una visión general del Ecuador.

2.2.1.2. Mirador

Posteriormente después de visitar la planta baja se ingresa al ascensor, el cual lleva hasta un mirador panorámico, desde el cual se puede apreciar toda la Ciudad Mitad del Mundo y sus atractivos como: Plaza de toros, Pabellones Culturales, Plaza central, Iglesia, Avenida de los Geodésicos, Gallera y un sin número de locales comerciales y restaurantes.

En cuanto a la Geografía hacia el norte, se destaca los Cerros de la Marca, estos se encuentran representados en el escudo de la Provincia de Pichincha y el Pululahua. Al sur, a lo lejos se observa las lomas de Carcelén, La Pampa y en días despejados se puede observar al Volcán Cotopaxi con 5.897 metros. Al este, el Catequilla, el Nevado Cayambe, Cerros de la Providencia, Rumicucho y finalmente hacia el oeste, se puede apreciar el Taita Rumi, con 3.246 metros, su significado “Padre de Piedra” y el Volcán Casitagua con 3.515 metros.

Actualmente en el mirador del museo se encuentra un AltaVista que no ha sido actualizado por años, el mismo que no pertenece a la empresa. Es importante indicar que no existe ningún tipo de información de lo que se puede observar desde el mirador.

2.2.1.3. Museo Etnográfico

Luego, los turistas descienden por las gradas para realizar la visita en el interior del Museo Etnográfico, por lo tanto se realizará una descripción de las exposiciones por cada piso, resaltando la región en la que se ubican cada grupo.

a) Primer piso

Iniciando el recorrido en este piso se encuentra la región de la Costa con los Chachi y Afro-ecuatorianos de Esmeraldas, al descender por las gradas no se encuentra ningún rótulo que indique en que región se inicia el recorrido.

- **Chachi:** En la exposición del grupo Chachi se puede observar la cédula explicativa (Anexo #3) con información general del grupo tanto en español como en inglés con un mapa de la provincia en la que se encuentra el grupo resaltando con parte anaranjada la ubicación exacta y una fotografía. También se puede resaltar varias fotografías en blanco y negro sin ninguna información de las mismas, al igual que una leyenda de un instrumento que no se encuentra exhibiendo actualmente.
- **Afro-ecuatoriano de Esmeralda:** Inicialmente en esta exposición se puede apreciar fotografías de blanco y negro representando el baile tradicional del grupo “MARIMBA”, al igual la cédula explicativa con la información del grupo en español e inglés, al igual que la ubicación del lugar. Lo más representativo en este espacio son: pipas de madera, herramientas de pesca, instrumentos musicales y utensilios de cocina, los cuales cuentan con pequeñas cédulas explicativas.

b) Segundo piso

Continuando con la región de la Costa se desciende al segundo piso en el cual se puede apreciar los siguientes grupos: Cholo pescador, Montubio y T'sachila.

- **Cholo Pescador:** Al descender por las gradas se encuentra la escenificación de una playa con fotos en blanco y negro, al igual que se puede apreciar una canoa de tamaño real y redes sin ninguna explicación, ni protección de la misma, al lado derecho se puede observar la cédula explicativa de información general del grupo en español e

inglés y con el mapa. También se encuentran escasos instrumentos que se utilizan para la pesca sin ninguna información al respecto. Cabe mencionar que el espacio es muy reducido para grupos grandes.

- **Montubio:** En este lugar destinado al grupo los Montubios, se observa las cédulas explicativas con la información general en español e inglés y la ubicación, conjuntamente se puede apreciar los instrumentos de agricultura con sus respectivos nombres, sombreros de paja toquilla, artesanías, montura de cuero y paja, cabe recalcar que no cuentan con explicación de sus usos. No existe diferenciación entre este grupo y el siguiente los T'sachila, ya que los objetos se encuentran muy cerca unos de otros.
- **T'sachila:** En esta exposición (Anexo #4) al no existir diferenciación produce confusión, ya que no cuenta con una cédula explicativa ni rótulo indicando el grupo, ni la región en la que se encuentra. En cuanto a las piezas etnográficas con las que cuenta esta exposición son vestimenta típica del hombre y mujer e objetos que se utiliza para realizar curaciones mágico-religiosas, conjuntamente con algunas fotografías a color.

c) Tercer piso

Continuando con el descenso al tercer piso del Museo se exhibe al grupo afro-ecuatoriano del Chota junto a otras dos comunidades tradicionales de la Provincia de Imbabura como son los Otavaleños y Zuleta.

- **Afro-ecuatorianos del Chota:** Inicialmente en el descenso se puede observar la representación de una vivienda tradicional del Chota hecha con la técnica del bahareque: columnas de Chaguarquero, paredes con la mezcla de excremento de animal, arcilla y bagazo de la caña y para finalizar el techo con hojas de caña de azúcar, cabe mencionar que la vivienda se encuentra en deterioro ya que no se ha hecho ningún cambio por varios años. La exposición cuenta con una fotografía de blanco y negro, instrumentos musicales representando la “Banda Mocha” los cuales tienen nombre pero sin ninguna cédula explicativa, además existen cédulas explicativas de objetos que no se encuentran representados en la exhibición.
- **Provincia de Imbabura (Mujer Zuleta y Otavaleños):** En esta exposición de la provincia de Imbabura se encuentra una cédula explicativa en una posición inadecuada,

la cual contiene información general de ambos grupos en español e inglés. En una parte se encuentra la representación de la Mujer de Imbabura, se puede apreciar fotografías y vestimenta típica de este grupo, cabe recalcar que no existe ningún rótulo o cédula explicativa que indique información específica de la exhibición.

En la siguiente parte se encuentra representando a los Otavaleños con dos maniqués con la vestimenta típica del grupo, fotografía de la actividad en blanco y negro, instrumentos musicales, representación de danzantes y tradiciones como son la jocchas u ofrendas, es importante mencionar que al igual que la anterior no se cuenta con ningún rótulo o cédula que indique la información de la exhibición.

d) Cuarto piso

- Posteriormente se desciende al cuarto piso, espacio que se encuentra destinado a la **Provincia de Pichincha** (Anexo #5) con costumbres y tradiciones de las zonas rurales. En este espacio se encuentra la cédula explicativa en inglés y español de la información general de la provincia. En cuanto a la exposición etnográfica contamos con un maniquí del “Danzante de Aruchico”, el cual pertenece a la provincia de Imbabura, fue trasladado a este piso para llenar espacio y actualmente no se cuenta con ninguna cédula que explique información del danzante.

Existe un conjunto de fotografías a color tanto de los diferentes grupos indígenas como una fotografía de la Ciudad de Quito, sin explicación cédulas explicativas. En este piso se cuenta con figuras de masa pan, velas policromadas, instrumentos musicales y una representación del palo encebado (juego tradicional), todas estas exposiciones cuentan con pequeñas cédulas explicativas en ambos idiomas.

e) Quinto piso

Al seguir descendiendo por el museo en el quinto piso aparecen los grupos de Cotopaxi y Tungurahua en la cual se encuentran los Salasaca y Chibuleos, recalando principalmente las labores agrícolas y artesanales.

- **Grupos en Cotopaxi:** Se continúa con la apreciación de las cédulas explicativas que contiene la información general de la provincia con ambos idiomas. Lo siguiente que llama la atención en esta exposición son las fotografías que la gran mayoría son de color, recalando principalmente la fotografía del Volcán Cotopaxi el cual no contiene

ningún rótulo con el nombre de este majestuoso volcán. Posteriormente se puede apreciar tres actividades totalmente diferentes en diferentes lugares como son: Instrumentos que utilizaban para la extracción de la piedra pómez en Pujilí, Figuras de cerámica realizadas en Victoria y finalmente en Tigua, lugar donde se realizan los cuadros de Tigua, con pequeñas cédulas explicativas sin ninguna protección. En el centro del piso se puede apreciar al danzante de Corpus Cristi el cual cuenta con vestimenta típica, cuenta con cédula explicativa poco visible al costado del mismo.

- **Grupos de la provincia de Tungurahua:** En esta exposición se observan a dos grupos indígenas los Chibuleos y Salasaca, los cuales cuentan con una sola cédula explicativa de la información general de la provincia de Imbabura tanto en español como inglés y un mapa de la posición de los grupos en general. Actualmente se encuentran una fotografía del Volcán Tungurahua sin identificación del mismo.

El primer grupo son los Chibuleos donde se observan fotografías en blanco y negro desactualizadas, dos maniqués con la vestimenta típica del grupo e instrumentos de agricultura los cuales no cuentan con ninguna explicación y se encuentran poco visibles.

Consecutivamente se puede apreciar al siguiente grupo en esta provincia como son los Salasaca que se encuentran en la misma condición que el grupo anterior con fotografías en blanco y negro, dos maniqués con vestimenta típica del grupo y un telar de pedal instrumento utilizado para realizar su actividad.

f) Sexto piso

Bajando al Sexto nivel, se encuentra un espacio destinado, a la Provincia de Chimborazo considerada la provincia con mayor población indígena del país y también se observan costumbres y festividades de la Provincia de Bolívar.

- Inicialmente con la **Provincia de Chimborazo** se observa una cédula explicativa de la información en general de Chimborazo, en este espacio llama la atención la fotografía del Chimborazo a color, sin rótulo que indique el nombre. Se puede apreciar varios ponchos de diferentes grupos indígenas, los cuales no cuentan con ninguna cédula explicativa que indique la población a la cual pertenecen, también hay un instrumento de comunicación y maniquí poco visibles sin información. Hacia el lado derecho se

puede ver la representación de una cocina indígena con poca información y con objetos que se encuentran en deterioro.

- Continuando con el espacio destinado para la **Provincia de Bolívar** se localiza la cédula explicativa con la información general tanto en español como inglés. En cuanto a los objetos que se hallan en exposición se destacan las armas de fuego pertenecientes al Tambán (población de Bolívar), castillos de juegos pirotécnicos. Es importante mencionar que en este lugar se encontraban instrumentos para la elaboración del pan, los cuales fueron retirados por conservación dejando únicamente un instrumento, el cual no cuenta con información.

g) Séptimo piso

En el séptimo nivel se presenta la tradición y artesanías de los pobladores de las provincias de Cañar, Azuay y Loja.

- En el espacio destinado para la **Provincia de Cañar**, encontramos al grupo Cañarí (Anexo #6), en el cual actualmente se cuenta únicamente con una cédula explicativa en español e inglés, ya que los objetos y maniqués que se exhibían fueron retirados para la conservación dejando prácticamente sin objetos propios de esta provincia. Para llenar este espacio se colocó un maniquí con la ropa de la novia de maca perteneciente a la provincia de Cotopaxi, causando información errónea al visitante.
- En cuando a la **Provincia de Azuay**, se encuentra la cédula explicativa la cual no se encuentra en un lugar visible, también cuenta con un maniquí con vestimenta tradicional de la provincia. Hacia el lado derecho se puede apreciar varias artesanías que son importante para esta provincia la cual únicamente cuenta con una cédula que indica información general del grupo.
- Concluyendo con el último grupo que pertenece a la **Provincia de Loja**, se encuentra a los Saraguro en un pequeño espacio en el cual se encuentra una cédula explicativa en inglés y español, instrumentos utilizados para las actividades que se realizan en la provincia con cédula explicativa poco visible y un maniquí con vestimenta tradicional sin explicación del significado de la misma.

h) Octavo piso

Iniciando con la **Región de la Amazonía** se desciende al octavo piso, el cual está destinado a las nacionalidades indígenas del Oriente como: A'í Cofán, Quichuas del Oriente, Siona-Secoya y Huaorani (Anexo #7).

Es importante mencionar que al descender por este piso no se aprecia ningún rótulo que indique en que región se encuentran los visitantes, lo más destacado en este piso son las fotografías en gran formato de las diferentes etnias que se están exhibiendo la mayoría son de blanco y negro. La exposición de los 4 grupos está en las mismas condiciones, todos cuentan con una cédula explicativa con la información general de cada grupo. Es importante recalcar que varios de los objetos que se encontraban en exposición fueron retirados por motivos de conservación, dejando los espacios prácticamente vacíos como es en el caso del grupo de los Siona Secoyas. Los pocos objetos etnográficos no cuentan con ningún rótulo o información que indique cuál es su uso e importancia y a que grupo pertenecen.

i) Noveno piso

En el noveno piso se observan las viviendas típicas de los Grupos Shuar y Achuar, en general la vivienda cuenta con varios objetos utilizados por estas comunidades, al igual que se puede apreciar las cédulas explicativas con la información general del grupo. Las viviendas no se encuentran en buen estado ya no se ha realizado la conservación por varios años y los objetos que se encuentran en el interior no están debidamente protegidos ni cuentan con la información adecuada que indique su importancia y uso.

En conclusión se puede indicar que las exposiciones que se encuentran en el interior del museo son importantes ya que indican una muestra de los grupos indígenas que tiene el Ecuador.

2.3.Situación del uso público

En el pasado los atractivos naturales y culturales realizaban acciones directas para protegerse: como es la limitación de aquellas actividades que se consideraba incompatibles o perjudiciales para el atractivo, en la actualidad se ha demostrado que también son importantes las acciones indirectas en las que se encuentra asociada el Uso Público, especialmente cuando se origina la presencia de visitantes y el turismo tradicional, el mismo que se ha ido incrementado en los últimos años en cada uno de los atractivos tanto culturales como naturales (Valle, 2001).

El uso Público, no hay que confundirlo con la actividad turística, busca principalmente la conservación de los valores culturales y naturales de un espacio de visita abierto al público en general. Se lo caracteriza por tener un conjunto de funciones que maneja la relación de los visitantes, tanto reales como potenciales, produciendo un cambio en la información que consigue el visitante, ya que a más de dar información también lo hace partícipe del lugar; a su vez logra un acercamiento afectivo entre el visitante y el lugar. El visitante interactúa con el recurso a través de la aplicación de distintas técnicas y modalidades tales como son la divulgación, interpretación, información, entre otros (Morales y Guerra, 1996; Valle, 2001). Son varias las estrategias que se usan para lograr la interacción; las cuales suelen depender de las metas u objetivos que tenga el lugar donde se aplica, entre las que se puede destacar los siguientes aspectos:

- Adaptar la oferta de visitantes en el atractivo, determinando la capacidad de carga para poder reducir los impactos negativos.
- Canalizar las actitudes del público hacia una experiencia positiva.
- Acercar al visitante al medio natural o cultural que los rodea.
- Brindar mejores oportunidades de disfrute al visitante.

Por tal motivo, el uso público no puede actuar solo ya que necesita de una adecuada interpretación, convirtiéndose hoy por hoy en una de las estrategias más eficaces a la hora de aproximar el lugar al visitante, por lo tanto es importante que ambos vayan de la mano, ya que por medio de estas estrategias el lugar puede establecer los mecanismos necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda actual y potencial de todos los sectores de usuarios, así como el cumplimiento de las normas de cada lugar. La Estrategia del uso público hace que la información, la educación y la interpretación sean un puente que permita el acceso de los visitantes al atractivo, esto tiene importancia porque por medio de estas se conseguirán las herramientas que ayudarán al desarrollo del uso público (Morales y Guerra, 1996).

Una de las estrategias que promueve el uso público es la educación y comunicación con el visitante acerca de valor natural al igual que cultural, sin olvidarse de la percepción positiva y la gestión cultural del patrimonio, lo cual proporciona oportunidades a la función educativa para que se pueda desarrollar en los espacios culturales de una manera adecuada creando una experiencia positiva. Todos estos aspectos van de la mano con la utilización de varias

herramientas de comunicación que se proporciona al visitante como son: itinerarios, Guianza, folletos, exposiciones, guiones, entre otros. Es importante recalcar que por medio de estas herramientas se puede transmitir la información básica que el visitante necesita conocer del lugar desde el inicio del recorrido hasta la culminación, cabe recalcar que estos medios no aseguran la positiva o negativa experiencia, ya que todo dependerá de los factores en conjunto que el visitante obtenga en la visita (Morales y Guerra, 1996; Valle, 2001).

Es de esta manera que la interacción entre el Uso Público y la Interpretación se ha convertido en una estrategia importante que se está implementando en los atractivos naturales y culturales, la misma que ayuda a conectar el atractivo con el visitante mediante una adecuada comunicación. Es importante recalcar que para el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo estos términos son desconocidos, ya que hasta la actualidad se lo ha considerado un museo tradicional porque mantiene por varios años las mismas estrategias en cuanto a la comunicación con el visitante. Sin embargo, a pesar de desconocer los términos el museo sin darse cuenta ha utilizado las siguientes herramientas de manera individual como son: guías o intérpretes, exposiciones, señalización, folletos e información (guion del museo, cédulas explicativas).

Por tal motivo a continuación se realizará la descripción de cada una de las herramientas utilizadas desde el momento de la visita hasta la culminación de la misma, para dar conocer cómo se utilizan las herramientas actualmente en el museo y cuáles son sus falencias (com. pers. Aldaz, 2010).

a) Guía Turístico

La primera comunicación que se tiene con el visitante es cuando ingresa al museo y el turista tiene dos opciones en cuanto a la visita: la primera es realizar la visita por su cuenta sin el apoyo de un Guía Turístico por determinados motivos: ya sea que no tiene tiempo el turista, vienen con su propio guía, no observaron la señalización que indica el servicio de Guianza o que no requieren el servicio, es de esta manera que los visitantes realizan por su cuenta un recorrido auto-guiado sin asegurar el éxito de la visita. La segunda opción es realizar la visita con un guía ya sea en español o inglés, siendo que el recorrido dura aproximadamente 45 minutos dependiendo del interés del turista, en cuanto a la información y metodología que manejan los guías es la misma, sin que exista diferenciación en los tópicos, temas y lenguaje. Es importante recalcar que la interacción con el visitante durante varios años ha dependido

únicamente de la personalidad de cada uno de los guías, más no de la exposición (com. pers. Aldaz, 2010).

b) Exposición

Después de la elección del turista si va o no con guía, se encuentra el tema de las Exposiciones, siendo que el uso público ha aportado estrategias de acción para hacer de los espacios más educativos y amenos, este no es el caso de las exposiciones que se encuentran en el museo, ya que éste sigue manteniendo el antiguo concepto de un museo tradicional, el cual amontona los objetos sin conexión, ni distribución racional de las piezas produciendo saturación visual al visitante (Morales y Guerra, 1996).

Actualmente, el museo retiro varias de las piezas que se encontraban en comodato para la restauración de las mismas, con el objetivo de sustituirlas por otras piezas, suceso que causo cierto malestar en los visitantes, ya que hasta el momento no se han hecho la gestión necesaria para recibir las nuevas piezas. Esto ha dejado espacios vacíos en la mayoría de las exposiciones; uno de los métodos que utilizó la actual administración del museo fue colocar piezas que no tienen conexión o son de otros grupos para rellenar esos espacios (Anexo # 8); como consecuencia se produce confusión en la información que se da tanto al turista nacional como extranjero (com. pers. Aldaz, 2010).

c) Señalización

Otro punto importante que se debe tomar en cuenta es la escasa y nula señalización que se tiene en el interior del museo, como es el caso de la prohibición de tomar fotografías en el interior del museo para lo cual únicamente existen dos letreros que se encuentran poco visibles, el primero está colocado en el inicio del recorrido y el segundo en la mitad del museo. De esta manera se pierde totalmente el objetivo de colocar la señalización, ya que el turista lo interpreta de forma errónea, lo que ocasionará futuros inconvenientes.

d) Información

Por otro lado, si el turista accede a contar con un guía para el recorrido, se debe tener en cuenta que el museo cuenta con varios usuarios como son: instituciones educativas, turistas nacionales y extranjeros que con el pasar del tiempo son más exigentes en cuanto a la información que reciben. A pesar de conocer las exigencias de los turistas, el museo se ha quedado estancado en cuanto a la actualización de guiones, mapas y cédulas explicativas, produciendo información desactualizada al visitante. El caso más claro es el Guión del museo,

el cual detalla cada una de las piezas de los grupos etnográficos sin tener un tópico o mensaje que indique el propósito de la exposición o cual es el énfasis de la misma. Es importante indicar que la EPTCMM en los últimos años ha adquirido piezas y las ha colocado en exposición y retirando algunas, a pesar de esto el guión que tiene el museo no ha sido actualizado, por lo cual se sigue manejando la misma información de años atrás e incluso piezas que actualmente fueron retiradas siguen constando en el guión; al igual que sus cédulas explicativas y las nuevas piezas que fueron colocadas no constan ni en el guion, ni tampoco cuentan con cédulas explicativas que indiquen por qué se encuentran ahí.

En lo que se refiere a cédulas explicativas se encuentran distribuidas en la mayoría de los grupos indígenas, las mismas que indican la información del grupo tanto en español y en inglés, en este caso existe un exceso en la información que se da al turista, además que tanto el mapa de ubicación como la información no ha sido cambiada se encuentra actualmente desactualizada (com. pers. Aldaz, 2010).

Finalmente, el visitante por lo general solicita obtener la información del museo en folletos u otros materiales que puedan llevarse con ellos, ya que estos son la “cara de presentación” del museo y no solamente un recuerdo; sino que sirven de puente o mediadores que invitan al visitante a involucrarse con la exposición. En este proceso surge otro inconveniente ya que el museo no ha previsto correctamente el número de folletos que necesita diaria, mensual o anualmente, por tal motivo, los folletos se terminan antes de tiempo, lo cual causa malestar al turista (com. pers. Aldaz, 2010).

Por lo expuesto anteriormente se puede apreciar que aunque el museo si cuenta con herramientas para tener una adecuada comunicación con el turista, lamentablemente no las ha manejado correctamente, lo cual ha producido desinterés y malestar que se ha visto reflejado en los comentarios escritos.

2.3.1. Tipos de visita al museo

En la actualidad el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo ha identificado distintos público, los cuales se los ha identificado únicamente por medio de los boletos (nacionales, extranjeros y niños) que se venden en el museo, es importante recalcar que no son datos exactos, ya que todo dependerá del criterio de la persona recaudadora, por lo tanto se menciona los siguientes públicos en el museo:

- a) *Instituciones educativas* es el primer público que cuentan todos los museos en general, estos son identificados por varios factores como nivel académico (escuelas, colegios, universidad), tercera edad, lugar de procedencia, entre otras., este público visita el museo por fines educativos en determinados meses. En cuanto al museo se refiere, de acuerdo a las estadísticas anuales obtenidas por la venta de boletos en el 2011, se recibió a 35.607 visitantes que representan el 19% del visitante que ingresa al museo. Por tal motivo, hace dos años atrás inicio un proceso de reservaciones por el gran número de estudiantes que se reciben en ciertos meses, sin embargo este método es únicamente para tener organización en el servicio de guía y estadísticas del museo, ya que no se cuenta con actividades, recorridos o estrategias diferentes que ayuden en el recibimiento de los grupos ya reservados.

Es de esta manera que la información que se brinda al estudiante es similar a la que se brinda al público en general, a diferencia del tiempo que disminuye a 30 minutos dependiendo del guía que los acompañe (com. pers. Aldaz, 2010). A pesar que el proceso de reservación se implementó hace años atrás, no se ha hecho las gestiones necesarias para que todas las instituciones tengan conocimiento de este proceso, por tal motivo ha existido dificultad ya que se ha dado prioridad a las instituciones reservadas y no a las otras instituciones produciendo malestar a los estudiantes.

- b) *Turistas en general*, al igual que las instituciones educativas este también se subdivide en: turista nacional, turista extranjero, grupos familiares, grupos de amigos, entre otros., los cuales buscan momentos de recreación en su tiempo libre. Actualmente en el Museo Etnográfico se ha identificado dos grandes grupos como son: *el turista nacional y extranjero*, convirtiéndose en uno de los mayores segmentos que tiene el museo, tanto a nivel nacional como internacional y por ende el más exigente en cuanto a la información que recibe. Mediante las estadísticas anuales obtenidas por la venta de boletos en el 2011; en turistas extranjeros se recibió 39.752 visitantes que representan el 22% y en turistas nacionales se recibió 109.569 representando al 59% de personas que ingresan al museo.

La visita puede ser en español o inglés, siendo esta la única diferenciación que se tiene, ya que se maneja la misma información que los otros grupos. En cuanto al servicio de guía dura aproximadamente 45 minutos, dependiendo de las exigencias del turista, como también de la

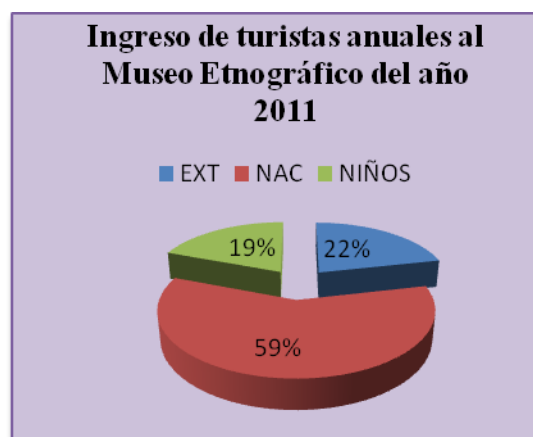
disponibilidad de los guías; al no contar con horarios del servicio de Guianza y poco personal para cubrir la gran afluencia de turista únicamente ciertos turistas reciben el servicio y otros no los reciben (com. pers. Aldaz, 2010). A continuación se muestra dos gráficos representativos del ingreso de turistas en el museo.

Tabla 1: Estadísticas anuales del Museo

TURISTAS	AÑO 2011
Extranjeros	39.752
Nacionales	109.569
Niños	35.607

Fuente: E.P.T.C.M.M.

Ilustración 3: Ingreso de turistas anuales al Museo Etnográfico del año 2011.



Elaboración: Autor.

Fuente: E.P.T.C.M.M.

2.3.2. Plan de manejo actual del museo

En esta parte se destacará la estructura organizacional de la E.P.T.C.M.M y posteriormente se indicará en que área se encuentra el Museo Etnográfico, con el fin de conocer cómo se maneja el museo. Actualmente la E.P.T.C.M.M. forma parte del Honorable Consejo Provincial de Pichincha (H.C.P.P.), por lo tanto el organigrama estructural (Anexo # 9) está conformada de la siguiente manera:

- Primer Nivel Directivo Superior: se encuentra el Directorio y el Gerente General.

- Nivel de Apoyo: Asesoría Jurídica y Auditoría Interna.
- Nivel Asesor: Administrativo, Financiero, Recursos Humanos, Sistema.
- Nivel Operativo: Marketing y Difusión Cultural (Planetario y Museo).

A continuación se indica las funciones generales del Primer Nivel Directivo conformada por El Directorio, el Gerente General y el Nivel Operativo, centrándose principalmente en el Área de Difusión Cultural ya que el Museo Etnográfico se encuentra dentro de esta área.

- El Directorio.*- se encuentra en primer nivel y es órgano de gobierno, representa la máxima decisión, entre una de sus funciones es determinar las políticas y metas generales de la Empresa, aprueba o modifica la Estructura Orgánica de la E.T.C.M.M., al igual que los manuales e instructivos necesarios para su funcionamiento, además de aprobar los planes, programas y presupuesto anual de la E.T.C.M.M., etc. (Jarrín, 2007).
- El Gerente General.*- es el Representante Legal de la E.P.T.C.M.M., quien es escogido por el Prefecto o Vice-prefecta de la Provincia de Pichincha, quien lo presenta ante el directorio, entre las funciones es administración de la E.P.T.C.M.M., someter oportunamente a la aprobación del Directorio los planes, programas y proyectos que formule cada área para el mejoramiento de la misma, además de la presentación de informes cuando lo solicita el Directorio (Jarrín, 2007). Actualmente quien se encuentra como Gerente General es el Dr. Ramiro Pontón.
- Difusión Cultural.*- la siguiente área actualmente es manejada por el Sr. Fernando Pazmiño, encargado de la realización de las jornadas culturales como: contratación de artistas para los diferentes eventos que realiza la E.P.T.C.M.M., además de administrar las áreas del Planetario y Museo Etnográfico.

El Museo Etnográfico se encuentra dentro del Área de Difusión Cultural, el mismo que es manejado inicialmente por: Ing. Raquel Aldaz (Analista Museística) y Sr. Fernando Pazmiño (Jefe de Cultura). Si bien es cierto el museo no cuenta con plan de manejo, es importante recalcar que las actividades se las realiza a través de proyectos; los cuales deben constar en el Plan Operativo Anual (POA) que es aprobado tanto por el Ing. Ramiro Pontón (Gerente General) y el Directorio del H.C.P.P. Cabe indicar que cada

año el Museo Etnográfico cuenta con un presupuesto y proyectos a realizar los cuales constan en el POA, a pesar de esto se ha descuidado todo tema referente a la actualización del museo sin tomar en cuenta las nuevas tendencias de los museos actuales, dando prioridad a otros proyectos que no han beneficiado al turista ni al museo, suceso que se ve reflejado en la situación de descuido que sufre en este momento.

Para tener una idea de los proyectos que están planificados para este año se menciona los siguientes:

- ✓ Realización de una mini biblioteca, la cual no cuenta con espacio, ni sustento educativo ya que el material que se quiere usar para investigación son monografías que dan los señores pasantes al culminar las prácticas como requisito para entrega del certificado de pasantías, siendo de esta manera contraproducente ya que si este proyecto se llega a dar se produciría inconvenientes por la mala información que se brindaría (com. pers. Aldaz, 2010).
- ✓ Museo Interactivo es uno de la palabra que utilizaron cuando adquirieron dos pantallas digitales, las cuales actualmente ya se encuentran en el museo: la primera en la planta baja y la segunda por medio piso del museo, el objetivo es colocar videos de los grupos indígenas, lo cual ya se lo hace en una de la pantalla ubicada en el primer piso sin causar mayor interés por parte de los turistas, entre otros proyectos (com. pers. Aldaz, 2010).

Como se pudo apreciar anteriormente con los proyectos propuestos para este año, se ve reflejada que ninguno tiene que ver con la satisfacción que el turista busca al momento de realizar su visita.

2.3.2.1. *Museos tradicionales*

La palabra museo proviene del griego “Museion” de la época clásica, que quiere decir, templo dedicado a las musas en alusión a las nueve diosas que protegían: la épica, la música, la poesía amorosa, la oratoria, la historia, la tragedia, la comedia, la danza y la astronomía. Todas las tradiciones hablan de ellas como las cantoras, quienes presidían el pensamiento en todas las formas, por tal motivo el “Museion” era descrito como un lugar consagrado al estudio y al

saber; después en latino se utilizaba el término “Museum”, de donde procede actualmente la palabra “Museo”(Castellanos, 1999: 1).

No fue hasta el Renacimiento entre los siglos XV y XVI, qué el término “museo” se lo utilizó para determinar a un espacio físico, que tiene como característica principal la colección de objetos privados de la sociedad jerarquizada y aristocrática que creían en el arte y cultura como un privilegio para ciertos individuos. Posteriormente algunos de los iniciadores de las colecciones privadas renacentistas permitieron al público el acceso a sus salas, como es el caso del Papa Sixto IV, en el año 1477, quien abrió el Museo Capitolio y su ejemplo fue seguido por otros (Hernández, 1998).

A pesar de esta iniciativa, hay que mencionar que el público al que eran abiertas las colecciones estaba dentro del mismo círculo cerrado de las amistades con los mismos gustos y el nivel académico. A partir del siglo XVIII, surge la idea del museo público, que tenía como objetivo el difundir las colecciones con un valor educativo; las cuales no sean para el disfrute de pocos sino para todos, no obstante, este objetivo se llevó a cabo de manera lenta (Hernández, 1998; Pastor, 2009: 28).

En el siglo XIX se desarrollaron la primeras definiciones del museo sin tener mayor trascendencia (Linarez, 2012). No obstante, a partir de 1946, la Organización de las Naciones Unidas para la Cultura y la Educación (UNESCO) se preocupa por el porvenir de los espacios culturales, por tal motivo creó el ICOM, siendo esta asociación no gubernamental quien otorgue finalmente la definición al término museo como: “la institución permanente que conserva y expone colecciones de objetos, de carácter cultural o científico, para fines de estudio, educación y deleitación” (Hernández, 1998, p.69).

En la Década de los 70, existió una redefinición de la institución museística la misma que abrió las puertas a las nuevas corrientes teóricas que buscaba un giro con la relación entre el museo y la sociedad, siendo el principal objetivo convertir al museo en una institución que no tenía en cuenta solo el territorio, sino el contexto natural, social y cultural. Esta tendencia que era apoyada por George Henri Riviére y Hughes de Varine (Directores del ICOM), al mismo tiempo fue rechazada por los museólogos tradicionales, quienes querían continuar viendo al museo como un lugar que colecciona y conserva los objetos, sin tomar en cuenta el cambio continuo de la sociedad y las necesidades actuales (Castellanos, 1999: 2). Una de las conferencias que impactaron considerablemente fue en 1971, la IX Conferencia General del

ICOM que tomó como tema “El Museo al servicio del hombre hoy y mañana”, constituyendo un gran giro en la sociedad y en el ICOM que de cierta manera aún mantenían la idea de que el museo colecciona, conserva, restaura, investiga y comunica, a partir de esto empiezan unos notables cambios en actividades y propuestas (Fernández, 2010: 73).

Si se retrocede un poco en el tiempo, los museos eran caracterizados por ser lugares sagrados, ya que contenían en su interior la historia de la sociedad y el deber era preservar la integridad de los objetos y bienes como elementos de nuestro patrimonio, a los cuales se iba solamente a admirar y contemplar las obras, además de que se convirtieron en instrumentos utilizados para la conservación del acervo patrimonial, y el olvidarse de la función principal del museo es como borrar el valor del pasado que por medio de estas instituciones se intenta transferir a las futuras generaciones. Si bien es cierto, ahora los museos que no han actualizado sus raíces o su identidad que en un inicio era muy fuerte, se los ha denominado *Museos tradicionales*, aquellos que si no se acoplan a las nuevas necesidades y exigencias del público, corren el riesgo de ser superados por aquellos que si lo han hecho (Varie-Bohan, 1979).

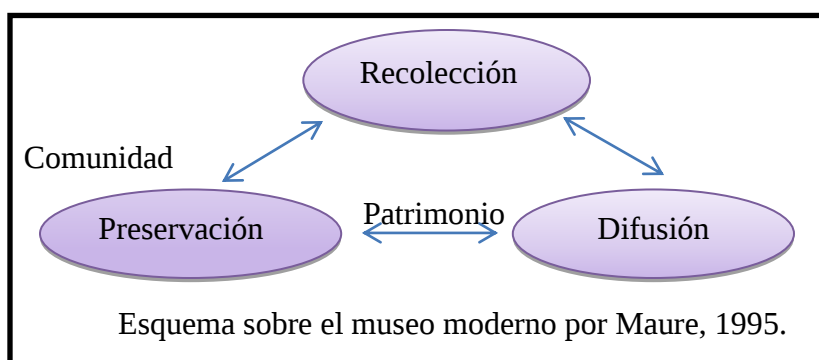
Es importante rescatar que la mayoría de museos en el mundo se están adaptando a las actuales necesidades, pero otros aún se mantienen estancados en sus propias tradiciones, a pesar de esto, los museos tradicionales no han perdido la importancia de cualquier otro museo, ya que el papel que juegan es más amplio incluso que el de una biblioteca porque la colección de un museo ya sea tradicional o moderno representa visualmente elementos de gran importancia para el desarrollo de la sociedad moderna (Varie-Bohan, 1979).

Hoy por hoy, al museo tradicional se lo describe como: lugares anticuados, gabinete de curiosidades, mausoleos, en fin existen muchos términos, ya sea porque cuentan con muchos objetos y bienes que saturan al visitante con mucha información o por la ausencia de los medios didácticos que hagan que el visitante se sienta partícipe de la exposición. Es de esta manera que varios autores como Maure (1995), realizaron esquemas que ayuden a la diferenciación del museo tradicional con el museo moderno y la relación que cada uno tiene con la sociedad (Fernández, 2010, p 325). A continuación se indica los dos gráficos explicativos:

Ilustración 4: Museo Tradicional



Ilustración 5: Museo Moderno



Como se pudo apreciar en los dos gráficos están emprendiendo un verdadero reto para responder a los nuevos formatos sin renunciar a la singularidad que los caracteriza por tener una doble responsabilidad: la de preservar la integridad de los objetos como parte importante del patrimonio, sin descuidar la contribución con la sociedad, labor que tiene que ver con la parte educativa. Al igual que los museos, la gestión que el ICOM ha hecho por más de 60 años de existencia están dando varios frutos, con la realización de importante encuentros en todo el mundo, con el propósito de reflexionar y ampliar las definiciones sobre los continuos cambios y la realidad museística que atraviesan los museos del mundo, y a partir de estas actividades hoy se describe las cinco actividades básicas de un museo: conservar, exhibir, adquirir, investigar y educar (Linarez, 2012).

Refiriéndose al museo de la Mitad del Mundo, tal y como lo entendemos hoy en día, nace con un sentido tradicionalista, el cual ha mantenido hasta la actualidad. Si bien es cierto, en su inicio contó con expertos del Banco Central del Ecuador, quienes proporcionaron sus conocimientos y montaron las exposiciones, se debe recalcar que cuando nació el Museo

Etnográfico de la Mitad del Mundo, las exposiciones y criterios se encontraban acordes a ese tiempo, por lo tanto no existía la insatisfacción que se ve en el presente.

La existencia histórica del museo de la Mitad del Mundo ha reflejado cambios pequeños entre los que se puede mencionar: colocación de cédulas explicativas, implementación de algunos bienes etnográficos, colocación de pantallas digitales, entre otras. Dichos cambios no han resultado significativos para que el museo evolucione, ya que no se realizó el estudio necesario en cual justifique cuales son las exigencias y necesidades del público, y lo único que se ha realizado es amontonar los objetos sin conexión, ni uso que determine su necesidad.

Como fue mencionado anteriormente, todos los museos cuentan con una doble responsabilidad y mucho más con las exigencias actuales de los visitantes. A pesar de conocer dicho tema, el Museo de la Mitad del Mundo ha descuidado estos objetivos, lo cual se hace notorio con el simple hecho de observar las exposiciones por la falta de conservación y el descuido en el uso de las herramientas de comunicación para dar una adecuada información al turista. A continuación se presenta una tabla de comparación, entre la visión tradicional y la visión actual del museo para conocer en cual visión se basa el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo.

Tabla 2: Comparación entre visión tradicionalista, Visión actual y Museo Etnográfico

	MUSEO TRADICIONAL	NUEVO MUSEO	MUSEO ETNOGRÁFICO
	Sociedad separada	Sociedad incluyente y activa	Sociedad separada
Visión	Focalizado en el interior	Focalizado en el exterior	Focalizado en el interior
	Visión singular	Visión compartida y actualizada	Visión singular
	Valoración asumida	Valoración merecida	Valoración asumida
Prioridades	Coleccionar	Cambiante enfoque educativo	Colección escasa
del	Enfoque en el pasado	Con visión en el futuro	Enfoque en el pasado
Museo	Exposición permanente	Exposición permanente y temporal	Exposición permanente
	Responsabilidad comunitaria limitada	Responsabilidad comunitaria compartida	Responsabilidad comunitaria limitada
	Comunicación cerrada	Comunicación abierta	Comunicación cerrada
Comunicación	Información privilegiada	Información compartida	Información privilegiada
	Debate, discusión	Diálogo	Informar

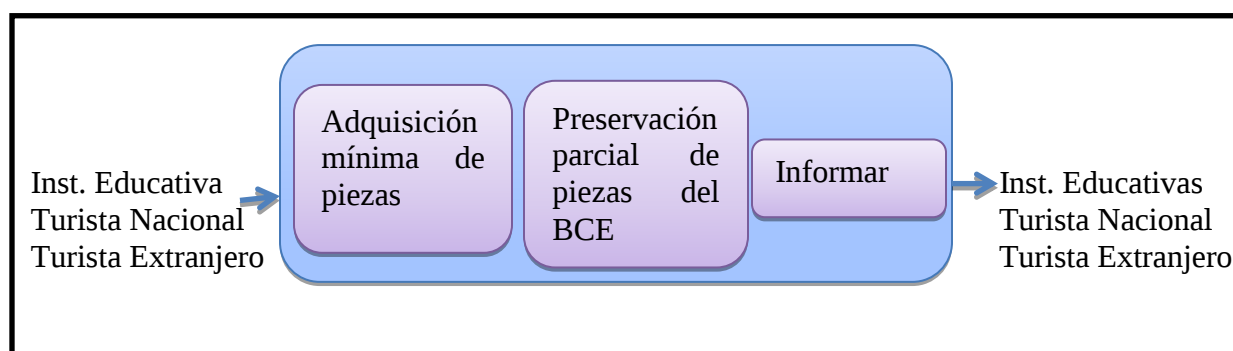
Cuadro comparativo entre museo tradicional y nuevo museo, Andrés Palma, 2012.

Fuente: E.P.T.C.M.M.

Como se pudo apreciar en el cuadro comparativo, la visión que más se asemeja al Museo Etnográfico es la visión tradicional, concluyendo que el Museo Etnográfico se mantiene hasta

la actualidad funcionando como un museo tradicional. Los indicadores que hace que este museo se lo considere tradicional es porque ha dado prioridad al enfoque del pasado como por ejemplo: la escasa colección de las piezas, mantener una comunicación cerrada, información para el público de masas, mantener a la sociedad separada del museo, conservación únicamente en los bienes del Banco Central del Ecuador, exposiciones permanente sin innovación, entre otros., lo que ha producido que las operaciones de recolección, preservación y difusión sean efectuadas en el museo como un mundo aparte de la sociedad, por lo tanto, las funciones son organizadas de manera lineal (Fernández, 2003: 107). A continuación se muestra una ilustración del Museo Etnográfico:

Ilustración 6: Museo Etnográfico Mitad del Mundo



Fuente: E.P.T.C.M.M
Elaboración: Autor

2.3.2.2. *Análisis de interpretación*

La mayoría de museos están sujetándose a procesos de cambio, en la cual se ve inmersa la relación entre el hombre-cultura-naturaleza y conservación, estos cambios han producido que se implementen nuevas herramientas de comunicación como es la Interpretación de Patrimonio. La interpretación se la define como:

Un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones de nuestro patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio; también se considera que es: el arte de revelar "in situ" el significado del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio. (Morales, 1998, p. 31).

También como:

Uno de los procesos de mayor importancia dentro de la dinámica museística; las reacciones, emociones y sentimientos derivados de las experiencias vividas en el público marcan y constituyen el espacio del museo. Es decir: el proceso de lectura por parte de los usuarios es tan importante como el momento de la creación [...] (Alderoqui y Pedersoli, 2011: p. 95).

La interpretación de patrimonio se la ha considerado como una disciplina que tiene tres instrumentos fundamentales: investigar, conservar y difundir, su finalidad es dar una explicación del legado cultural, histórico y natural. Esta posee varias metodologías las cuales ayudan a tener una buena comunicación con el público y aplicada en los atractivos, permitirá integrar al público tanto con el entorno como con la información que se brinda. Se recalca que la Interpretación no es solo dar información de cierto lugar, sino es hacer que el visitante descubra varios significados de los recursos patrimoniales de una manera activa y a su vez generar conciencia de conservación (Morales, 1998)

Al referirse de un atractivo cultural en específico, como son los Museos, se debe tener en cuenta que actualmente existe una gran diversidad de museos con diferentes temáticas, exposiciones, público y contenidos; esto hace que sea más difícil definir los métodos para utilizar con respecto a la comunicación. Por un lado se encuentran las exposiciones tradicionales, que son lineales y unidireccionales; por otro lado se encuentra la actual comunicación interpersonal e interactiva (Pastor, 2009: p.51).

A menudo se encuentra que las exposiciones en los museos son hechas para público en general o público de masas, olvidándose completamente del público educativo (niños, jóvenes, personas con nivel educativo bajo, etc.) para quienes las exposiciones no son accesibles, ya que no fueron hechas para ellos. Como única alternativa para tener una experiencia positiva se hace que el personal de la institución busque maneras de hacer atractivo e interesante la exposición, transformando de un tipo de comunicación de masas a una comunicación más interactiva. Sin embargo, no todo es positivo ya que en el caso de que no exista una ayuda del personal se producirá una experiencia negativa ya que la exposición no está destinada para ese tipo de público (Pastor, 2009: p.50).

Hoy por hoy, la interpretación es la herramienta de comunicación que se establece entre el museo y el público sobre el contenido, el valor, la significación y representación de los objetos

de una exposición. El museo contiene gran parte del patrimonio que ha sido heredado y es producto del pasado de la sociedad, el cual quiere ser transmitido a las futuras generaciones. Por tal motivo los museos modernos están cambiando la comunicación de masas por una audiencia activa, ya que las personas decodifican los mensajes de acuerdo a sus propias experiencias. Una de la maneras más accesibles para llegar a interactuar con el público es ofrecer diferentes comunicaciones para los distintos grupos de personas, así se dejará a un lado la masificación de los grupos y el tradicional estilo narrativo lineal, remplazándolo por modelos más flexibles y abiertos a la comunicación con el público (Fernández, 2010: p.102; Pastor, 2009: p.52).

Finalmente, se puede mencionar que la comunicación e interpretación en un museo desempeña un rol muy importante en el fortalecimiento social de las personas que lo visitan; ya que la incorporación activa y participación, permitirá al visitante apropiarse del patrimonio, ayudar a conservarlo y tener experiencias positivas que puedan ser generadoras de nuevas ideas, al igual de nuevos cambios en la visión del museo en la sociedad. Es importante recalcar que la interpretación hacia los visitantes tiene que ser proporcionados tanto por la estructura y organización del museo, como la calidad y preparación de sus profesionales, medios e instalaciones, tareas y por los programas concretos de acción educativa (Fernández, 2003: p.33).

Como se mencionó anteriormente el Museo Etnográfico, nace como un proyecto que fue elaborado por la Sindicatura lo que ahora conocemos como el Honorable Consejo Provincial de Pichincha, desde sus inicios hasta la actualidad no ha existido un plan de interpretación. Cabe recalcar que en el Ecuador, los museos no tienen un enfoque de interpretación, es por esta razón que se toma como base el documento “Recomendaciones para las Buenas Prácticas en Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural” de la Asociación de la Interpretación del Patrimonio de España (2006). Se tomó como referencia este documento como una guía básica, la cual ayudará a analizar las acciones de interpretación que se están manejando actualmente en el Museo Etnográfico. Es importante recalcar que se adaptará la guía por razones objetivas ya que algunos temas no son aplicables en el museo.

A continuación se analizará la interpretación que esta utilizando el Museo actualmente; para ello se estableció una escala de valores, siendo el más bajo 0 y llegando a 4 como el más alto,

los cuales califican el grado de avance de las variables que se evalúan en lo referente a la interpretación:

Tabla 3: Criterios de evaluación

Puntuación	Criterio de valoración
0	Muy mal. El criterio no se ha tenido en cuenta.
1	Mal. El criterio se aplica en pequeña medida.
2	Regular. El criterio se tiene en cuenta pero su aplicación es escasa.
3	Bien. El criterio se tiene en cuenta pero no se aplica siempre.
4	Muy bien. El criterio se tiene en cuenta y se aplica.

Fuente: Asociación para la Interpretación del Patrimonio, 2006.

Hay que tomar en cuenta que toda práctica de interpretación debe ser mediante un proceso por esta razón, se analizará las acciones interpretativas del museo desde la Planificación, Diseño/medios interpretativos, Instalación, Servicios atendidos/no atendidos por el personal y Evaluación.

- a) **Planificación.**- Se analiza los programas, servicios, medios, personal, con el cual se pueda transmitir un mensaje al visitante (Morales, 2001). En cuando al museo se refiere, se puede encontrar:

Tabla 4: Valoración de la planificación del plan interpretativo del Museo

Criterio	0	1	2	3	4
Hubo un proceso de planificación interpretativa	X				
Existe un documento (plan o proyecto de interpretación)	X				
El fin último es contribuir a la conservación			X		
Existe una finalidad general que indique la misión de la interpretación del lugar	X				
Se determinó el perfil de los usuarios que son los destinatarios.			X		
Se tiene en cuenta la opinión de la población			X		
Se planteó para prevenir una situación, solucionar un problema o satisfacer una necesidad concreta		X			
Prevé la evaluación y seguimiento del plan	X				

interpretativo					
TOTAL	7/32				

Fuente: Asociación para la interpretación del Patrimonio, 2006

Como se puede apreciar en la tabla # 4 y de acuerdo a la valoración de los indicadores el total es de 7/32 por lo tanto y de acuerdo a la historia del museo se determina que desde su inicio hasta la actualidad no cuenta con un plan de interpretación; lo cual se va manifestado en la variable de conservación, la misma que es deficiente en ciertos bienes que tiene el museo. También se puede apreciar que la exhibición no da respuesta al significado del lugar, en gran medida porque no se ha determinado el perfil de los usuarios y se continúa dando la misma información al público de masas que se maneja en el museo, es importante recalcar que el museo conoce en pequeña medida las necesidades y opiniones del turista, las cuales no han sido tomadas en cuenta, es por esta razón que las exposiciones siguen siendo las mismas. Finalmente, se puede indicar que no existe evaluación ni seguimiento ya que no se cuenta con ningún plan de interpretación, lo cual se ve reflejada en los pocos o nulos cambios que se han realizados en las exhibiciones.

- b) Diseño/medios interpretativos.-** esto depende tanto de institución (imagen, presupuesto, etc.) como también de las necesidades del público que los visita (Morales, 2001).

Tabla 5: Valoración del diseño/ medios interpretativos del Museo

Criterio	0	1	2	3	4
Pretende revelar significados al público			X		
Se tiene en cuenta en todos los programas a niños/as y a los diferentes públicos	X				
Además del conocimiento trasmite emociones o hace reflexionar unos instantes		X			
Hay objetivos específicos en el programa o servicio que describan el resultado esperado por el visitante, en la gestión y recurso.	X				
El mensaje se adapta al nivel del público		X			
Los medios interpretativos son adecuados desde el			X		

punto de vista estético.					
Se realizó una evaluación previa para asegurar la efectividad de los medios	X				
TOTAL	6/28				

Fuente: Asociación para la interpretación del Patrimonio, 2006.

En la tabla #5 y de acuerdo a la valoración de los indicadores el total es de 6/28, se puede identificar que el museo no aplica los principios de interpretación, ya que sus medios interpretativos fueron realizados únicamente para dar información al público de masas, más no para divulgar un mensaje. Es importante mencionar que durante varios años el hacer reflexionar o transmitir emociones ha dependido únicamente de la iniciativa y carácter del guía turístico que recibe a los grupos, ya que el museo no ha tomado en cuenta este criterio. En cuanto al diseño se puede mencionar que en su inicio era adecuado para el público que lo visitaba, pero que en la actualidad se ha descuidado, ya que no ha ido cambiando de acuerdo a las necesidades y exigencias del público que lo visita, como es en el caso de las cédulas explicativas, las cuales no han sido actualizada por varios años. Finalmente, se puede mencionar que no existe una evaluación previa para conocer la efectividad de los medios, la única manera de conocer es mediante un registro de comentarios de los turistas, estos son registrados y archivados sin ser revisados lo cual se ven en la falta de acciones para mejorar el museo.

- c) **Instalación.-** es un aspecto importante que se debe considerar para la colocación de la exposición, hablando del museo. En este intervienen algunos aspectos como es: ubicación inadecuada de piezas, seguridad, mantenimiento adecuado, existencia de barreras, etc. (Morales, 2001).

Tabla 6: Valoración de la instalación de las exposiciones en el Museo

Criterio	0	1	2	3	4
La realizan técnicos cuantificados					X
Proporción adecuada entre los medios interpretativos y el espacio que ocupan los visitantes			X		
Se adaptan a distintos públicos, incluyendo público con necesidades especiales		X			

Permiten un mantenimiento sencillo				X	
Las instalaciones reúnen las condiciones de seguridad para los visitantes			X		
TOTAL	12/20				

Fuente: Asociación para la interpretación del Patrimonio, 2006.

De acuerdo a la valoración que se pudo observar en la Tabla #6 y de acuerdo a la valoración de los indicadores el total es de 12/20, se puede mencionar que el Museo cuenta con las instalaciones necesarias para la colocación de las exposiciones, ya que consta de 9 niveles, una planta baja y un mirador. Dichas exposiciones fueron instaladas por personal capacitado del Banco Central del Ecuador, el cual desde la firma del convenio se comprometió en la organización e instalación completa de la exposición, cubriendo todos los gastos. Cabe recalcar que las exposiciones se encuentran tal y como fueron instaladas en 1985 y hasta la actualidad no se ha realizado ningún cambio.

El problema radica, en que las exposiciones no se adaptan a los distintos públicos que se tiene actualmente, como por ejemplo: el público con sillas de ruedas quienes no pueden visitar el museo, ya que el descenso es por las gradas y no existe la posibilidad que el ascensor se detenga en cada piso. Otro aspecto importante es considerar que diariamente se cuenta con gran cantidad de instituciones educativas que visitan el museo y hasta el momento no se conoce cuál es la capacidad de carga en los pisos, ya que en varias ocasiones los grupos son demasiado grandes, lo cual produce malestar.

En cuanto al mantenimiento se puede recalcar que diariamente se tiene a una persona para que realice el aseo de cada piso pero se debe tener en cuenta que el personal no esta debidamente capacitado para conocer cómo deben ser limpiada las piezas, ya que estas no cuentan con protección. La seguridad esta a cargo de guardias que realiza recorridos permanentes para seguridad del turista y custodio de las piezas, cabe indicar que en varias ocasiones se han perdido o destruido piezas del museo, ya que no cuentan con protección o medidas de seguridad como son cámaras de seguridad.

- d) Servicios atendidos por el personal y no atendidos.-** los servicios atendidos son aquellos que constan de una persona perteneciente a la institución (guías o interpretes) que facilitan el recorrido y la interacción entre el público y el museo. Los servicios no

atendidos son aquellos que no utilizan el personal directamente y su recorrido se basa por medio de señales, folletos, exposiciones, etc. (Morales, 2001).

Tabla 7: Valoración de los servicios atendidos y no atendidos

CRITERIOS		0	1	2	3	4
SERVICIOS ATENDIDOS	El trabajo de los guías se ajusta a los criterios básicos de la interpretación				X	
	Se actualiza los programas atendidos por el personal	X				
	Reciben entrenamiento los guías				X	
	Los guías son evaluados con una periodicidad adecuada					X
SERVICIOS NO ATENDIDOS	Hay métodos o indicadores para evaluar los servicios	X				
	Se realiza mantenimiento efectivo de los servicios		X			
	Los contenidos se revisan y actualizan	X				
TOTAL		11/28				

Fuente: Asociación para la interpretación del Patrimonio, 2006.

En la tabla #7 y de acuerdo a la valoración de los indicadores el total es de 11/28 y se indica los dos casos que tiene el museo como son: los recorridos con guías y los recorridos auto-guiados. El museo cuenta con dos guías de planta que manejan tanto inglés como español, al igual que también se cuenta con guías practicantes de las diferentes instituciones, los cuales están en el museo por un lapso no mayor a dos meses. De tal manera que los recorridos e interpretación depende del guía que reciba el grupo, ya que el museo no cuenta con una planificación o estrategia diferente para cada grupo; la información es la misma para todo el público visitante, ya sean turistas nacionales, extranjeros o niños. En cuanto a la capacitación y evaluación depende del área de talento humano de la E.P.T.C.M.M y en mayor parte de los guías quienes se costean sus propias capacitaciones para dar un mejor servicio. Las evaluaciones son realizadas a las guías de planta y Jefe de Museo; los aspectos que se toman

en cuenta en la evaluación son: aspectos en área administrativa, conocimiento, liderazgo, iniciativa y número de guianza, dejando a un lado la satisfacción del turista con respecto a la exposición o visita del museo.

En el caso que el turista opte por ir sin guía, se recalca que existe un problema mayor ya que los contenidos no han sido revisados ni actualizados por varios años, al igual que las exposiciones no cuentan con el adecuado material interpretativo para que pueda ser entendido fácilmente, ya que no existe un mensaje claro, breve y atractivo que provoque impacto en el visitante (Morales, 2001).

e) Evaluación.- busca conocer la efectividad y eficiencia de un servicio, programa, presentación o actuación interpretativa del guía. Por lo general, en la evaluación se debe haber cumplido los objetivos que fueron fijados antemano y estos deben estar dirigidos al recurso, al público y a la gestión para poder mejorar los servicios que se ofrece (Morales, 2001).

En el caso concreto del museo, no se puede realizar una evaluación, ya que no cuenta con un plan de interpretación. La única forma de medir el servicio, las exposiciones, la satisfacción del turista es de acuerdo a los comentarios que el turista deja al culminar la visita, comentarios que no han causado impactos, ya que solo son registrados y archivados sin producir algún cambio en el museo.

Finalmente, se puede mencionar que la valoración obtenida en el Museo Etnográfico de acuerdo a los indicadores tiene un total de 36/108, por tal razón se confirma que el museo continua con la visión tradicionalista y que sus actividades se encuentran separadas de la sociedad, es por esta razón que carece de un plan de interpretación y que las pocas acciones se las está manejando de manera individual, sin tomar en cuenta las exigencias del turista que lo visita.

3. CAPITULO III. REQUERIMIENTOS Y EXPECTATIVAS DE LOS ACTORES

3.1. Estudio de los actores principales

Mediante el Organigrama (Anexo #8) de la Empresa Pública de Turismo “Mitad del Mundo”, se pudo identificar los actores principales, con los cuales se podrá realizar el respectivo análisis del Museo. A continuación se indica los actores y sus principales funciones con respecto al Museo:

a) Gerente General de la EPTCMM

El representante Legal de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”, es el Gerente General, quien es designado de entre una terna presentada por el Prefecto Provincial al Directorio. Actualmente este cargo lo representa el Dr. Ramiro Pontón (Gerente General E.P.T.C.M.M.). Entre sus deberes y atribuciones que se encuentra la administración de la E.P.T.C.M.M.; somete oportunamente a la aprobación del Directorio los planes, estrategias, presupuesto, programas y proyectos planteados por la Empresa.

Además, ejecuta, coordina y supervisa el cumplimiento de las políticas, objetivos y metas aprobados por el Directorio, al igual que formula proyectos que permitan modernizar, racionalizar e integrar las actividades de la Empresa. Así como también propone al Directorio la aprobación y modificación de los Reglamentos, Manuales e Instructivos de la Empresa, entre otras funciones (E.P.T.C.M.M., 2007, p 4).

b) Jefatura de Marketing

Actualmente el área de Marketing cuenta con: Ing. Gabriela Silva (Jefa de Marketing), Ing. Jorge Carrillo (Analista de Marketing) y Lic. Gabriela Velásquez (Diseño Gráfico). El área de Marketing está encargada de promocionar e incrementar la imagen de la ciudad Mitad del Mundo como destino turístico, de la oferta y los servicios de que dispone de acuerdo con las políticas y estrategias previamente establecidas. Entre las funciones principales que realiza esta área son:

- Diseña el plan anual de mercadeo, lo implanta y controla sus resultados;

- Prepara las Acciones Promocionales: definición, coordinación, gestión y desarrollo de la actividad global de promoción, en base al Plan Anual de Promoción y Mercadeo;
- Analiza y ejecuta el Sistema de Información del Mercado Turístico: encuestas, estadísticas e indicadores de la actividad turística de la ciudad;
- Realiza informes y propuestas sobre la actividad turística de la ciudad;
- Informa periódicamente acerca del grado de satisfacción de los visitantes de Ciudad Mitad del Mundo;
- Colabora en la creación y difusión de ofertas turísticas;
- Provee del material necesario a todos los productos que se encuentran en la E.P.T.C.M.M. para su correcta difusión, entre otras funciones (E.P.T.C.M.M., 2007, p. 50).

c) Jefe de Museo

El Área de Museos, se subordina al Departamento de Difusión Cultural y es manejado por la Ing. Raquel Aldaz (Analista Museística), quien se encarga de administrar los museos de la Ciudad Mitad del Mundo, garantizando su buena conservación y su atractivo al turismo.

Entre sus funciones se encuentra:

- Programar, presupuestar y ejecutar las actividades que se desarrolla a corto, mediano y largo plazo;
- Actualizar las exposiciones museísticas y museográficas, y realizar muestras itinerantes;
- Diseñar, evaluar y ejecutar proyectos y acciones de promoción popular;
- Conservar y dar a conocer los bienes culturales y su interpretación;
- Ejecutar programas didácticos para llegar a todo el público;
- Formular propuestas sobre folletos, hojas explicativas, catálogos y más divulgativos;
- Velar por la Restauración y conservación de todos los bienes culturales en exhibición;
- Mantener adecuados sistemas de información de registros y estadísticas de practicantes;

- Participar en eventos feriales;
- Realizar otras funciones que sean favorables a la imagen institucional (E.P.T.C.M.M., 2007, p 42).

3.1.1. Análisis en grupo de turistas

La metodología que se utilizó para realizar el análisis de los turistas nacionales y extranjeros fue mediante encuestas, las cuales ayudaron a determinar el grado de conocimiento y satisfacción de los turistas frente al Museo Etnográfico; se realizaron 400 encuestas (Anexo # 11), se aplicó la fórmula finita ya que la población anual del museo en el 2011 es de 149.321 turistas nacionales y extranjeros.

Se aplicaron las encuestas en el momento que el turista finalizaba su visita y fueron con un muestreo aleatorio simple y la muestra fue al azar, con el fin de que no haya sesgo en la información y pueda obtenerse la información requerida. A continuación se indica la fórmula aplicada:

Tabla 8: Fórmula para el cálculo de la muestra

Universo Finito		Sustitución de datos	
$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$		UNIVERSO	= 149.321,00
$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 149.321}{(149.321-1)*0,0025 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$		Error permitido	= 5%
$n = \frac{143.407,89}{373,30 + 0,9604}$		Nivel de confianza	= 95,00% 1,96
$n = \frac{143.407,89}{374,26}$		Probabilidad	= 50,00%
$n = 383,18$		No Probabilidad	= 50,00%

3.1.1.1. Turistas Nacionales y Extranjeros

La metodología que se utilizó para determinar los requerimientos de los Turistas Nacionales y Extranjeros fue mediante la aplicación de 400 encuestas de manera aleatoria, en el momento que el turista culminaba la visita. Cabe recalcar que la tabulación de dichas encuestas, se encuentran en (Anexo #12) junto con gráficos que representa cada una de los resultados obtenidos en el estudio de mercado. Las encuestas fueron divididas en tres temas, por lo tanto se realizará los respectivos análisis:

a) Preguntas relacionadas con el perfil del turista

En cuanto al perfil del turista se determinó que el 76% de los visitantes se encuentran entre los 19 a 64 años, la mayoría siendo turistas nacionales, con un nivel de instrucción alto representando el 41% universitario y su ocupación es distribuida equitativamente dando prioridad un porcentaje del 28% que indica que son estudiantes (Anexo #12).

b) Preguntas relacionadas con el espacio del museo

De acuerdo a las encuestas aplicadas se puede apreciar que los turistas visitan el Museo Etnográfico por motivos de turismo y educación, además indica que el 57% de los turistas no conocían que en el interior del monumento existe un Museo Etnográfico.

Por medio de las encuestas también se pudo determinar que la mayoría de visitantes vienen en grupos de 2 a 5 personas y el 64% de los turistas inician su visita por el ascensor hacia el mirador, siendo que el recorrido debería iniciar por la planta baja la misma que contiene una introducción del Ecuador, es de esta manera que se aprecia que existe desorden en el recorrido. En cuanto a la valoración que se reflejó en las encuestas, los turistas indican que las exposiciones son buenas y comprensibles pero consideran que la información y exposición están desactualizada, al igual que indican que los recorridos son aburridos (Anexo #12).

c) Preguntas relacionadas con la información y señalización

Mediante las encuestas se pudo determinar las siguientes conclusiones: Los resultados indican que los turistas no se sienten conformes con la información ya que la misma se encuentra desactualizada, es por esta razón que el 37% de los encuestados consideran que la información debería ser actualizada cada año y el 77% cree que la información debería ser mejorada en el museo.

El 64% de los turistas encuestados opinan que la información que contienen las cédulas explicativas es clara pero que a su vez contienen mucha información y que la letra es muy pequeña, por lo que indican la insatisfacción en cuanto a la información que provee el museo al turista que lo visita.

Durante el recorrido el turista cuenta con señalización, tanto iconográfica como informativa y mediante, las encuestas se pudo establecer que la mayoría no se encuentran visibles por cual dificulta la visita y produce malestar durante el recorrido, es por esta razón que el 47% de los turistas encuestados opinan que debería existir más señalización en el museo.

Es importante recalcar que la mayoría de museos cuentan con un mensaje final; mediante las encuestas el resultado estableció que el 67% de turistas opinan que el museo cuenta con un mensaje final, pero mediante las encuestas se reflejó que existe confusión por parte de los turistas ya que todos llevan mensajes diferentes. Finalmente se puede recalcar que, como se mencionó anteriormente, existen varias falencias las cuales han sido reflejadas en las encuestas y se ve reflejada en el tiempo que permanecen en el museo, el mismo que no excede los 30 minutos, lo cual representa el 46%.

d) Preguntas relacionadas a las expectativas de la visita

A pesar que en las encuestas se reflejó que el 75% de los turistas, que visitó el Museo Etnográfico, han contado con una experiencia positiva, se recalca que existen varios cambios que se deberían hacer como son la implementación de información en el mirador, fotografías. Se debe tomar en cuenta que los resultados indicaron que a la mayoría le gustaría que en las exposiciones se instalen sonidos, imágenes, fotografías, cosas para tocar, señalización interpretativa, etc.; lo cual ayudará a que la visita sea más amena. Finalmente en las encuestas se reflejó que del turista que regresaría definitivamente es el 47% seguido muy de cerca el 41% con el probablemente volvería.

3.1.1.2. Instituciones Educativas

El Museo Etnográfico cuenta con otro segmento muy importante como son los niños, ya que en meses de clases, varias instituciones educativas incluyen al museo dentro de sus visitas educativas, además que en los fines de semana se cuenta con turismo familiar, en el cual se percibe una gran cantidad de niños. Razón por la cual se consideró realizar un análisis de las expectativas de los niños, este análisis se lo realizo por medio de un focus groups.

Análisis del Focus Groups

Objetivo: Determinar las expectativas y sugerencias de los niños

Público: Niños/as de 8 a 11 años

Tamaño: 8 niños

Lugar: Interior del Museo Etnográfico (Cubículo)

Tiempo: 30 minutos

Luego de la recopilación de datos que se obtuvo en el focus groups y con el fin de hacer que todos participen, se determinó que el número ideal para realizar el análisis fue de 8 niños, con un rango de edad de entre 8 a 11 años y las preguntas se aplicó en el cubículo (lugar destinado para dar Guianza a niños, cuando el número excede los 30 niños), de acuerdo a esta investigación se obtuvieron los siguientes resultados.

1. ¿Ustedes saben lo qué es un Museo Etnográfico? La mayoría de los niños respondieron NO. Posteriormente se les preguntó: ¿Saben de qué es el Museo? Muchos indicaron que no sabían y por otra parte indicaron que eran de indios y ropa.
2. Vamos a recordar todos ¿Qué recuerdan del Museo? A lo cual, la mayoría de niños encuestados afirman que recuerdan los instrumentos musicales, la ropa de los maniquís y con más énfasis citaron que recuerdan la amazonia (plumas, instrumentos, coronas, casas, cama, etc.).
3. ¿Ustedes vieron algún rótulo con información en el recorrido? Los niños afirmaron que no vieron palabras, otros mencionaron que había muchas letras, que estaba alto y en palabras que no entendían, otros que estaban cansados y no querían leer.
4. ¿Conocen las regiones del Ecuador? La mayoría afirmo que sí, en la escuela nos enseñaron y se preguntó ¿Con que región iniciamos en el museo? La mayoría indico que no se acordaban y otros intentaban adivinar, la única región que mencionaron es la amazonia porque recuerdan la casa en el último piso.
5. Ahora recuerden el museo y digan ¿Les gustaron las exposiciones? La respuesta fue Si, pero dijeron que las caras de los maniquís estaban feas y que había mucha ropa.
6. Finalmente, se les pregunto: ¿Cómo les gustaría que sea el museo? La mayoría coincidieron que quisiera que hubiera juegos, que pudieran tocar las cosas, que hayan dibujos y animales, sonidos, que no sea aburrido, que nos cuenten historias.

Puntos de vista obtenidos del Focus Groups en niños

Mediante el focus groups se pudo determinar que las expectativas de los adultos, no son las mismas de los niños, es importante recordar que muchos de los niños que visitan un museo no saben que contiene un museo. De esta manera se identificó como uno de los principales problemas “la falta de información hacia los niños”, ya que necesitan inicialmente identificar el lugar al que van y cuál es el objetivo de visitar un museo. Además, se pudo apreciar que los intereses de los niños se inclinan más hacia cosas que puedan ser relacionadas con su vida diaria o a su vez algo que sea nuevo y novedoso como es en el caso de las coronas de plumas en la Región de la Amazonia.

Cuando se realizaron preguntas referentes a la exposición y a la información se obtuvo resultados diferentes a las encuestas realizadas a los adultos, ya que la mayoría de los niños ni siquiera vieron la información, otros se reusaron a leer o no alcanzaban, por lo cual se aprecia que las cédulas explicativas del Museo Etnográfico está hecha para público adulto y no está destinada para niños.

Las siguientes preguntas indicaron que los niños recuerdan cosas buenas y cosas malas, como es el ejemplo de los maniquís con caras feas, también recuerdan que no podían tocar los objetos, además que les pareció aburrido el museo. En cuanto a recuerdos buenos que causaron un impacto son: algunos objetos de las exposiciones, los cuales al momento de preguntar no pudieron identificar a que grupo pertenecen.

Finalmente, cuando se hizo la pregunta más importante “¿Qué les gustaría de un museo?”, los resultados arrojaron que querían recorridos más cortos y entretenidos, incluyendo actividades y juegos destinados para niños. Razón por la cual mediante el focus groups realizado a niños, se pudo determinar que el museo no cumple con las expectativas de este segmento, ya que existen más experiencias malas que buenas, lo cual ha reflejado que el Museo Etnográfico no está cumpliendo una de las responsabilidades de los museos como es contribuir con la educación de la sociedad, es importante recalcar que si los niños reciben experiencias enriquecedoras, en un futuro se convierten en turistas potenciales para un museo.

3.1.2. Análisis de los actores claves

Se realizaron entrevistas a los actores claves de la E.P.T.C.M.M., el día miércoles 8 de agosto del 2012, fue a partir de las 2 pm, en las oficinas de cada uno de los actores.

a) Gerente General

Mediante la entrevista (Anexo # 13) realizada al Dr. Ramiro Pontón (Gerente General de la E.P.T.C.M.M.), se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ El Gerente tiene grandes expectativas del museo, por la gran cantidad de turistas que lo visitan diariamente. Además, considera que actualmente es necesario cubrir las necesidades de los turistas.
- ✓ En cuanto al mensaje, considera que el museo cuenta con un mensaje final, el cual es transmitido a los turistas, quienes perciben de manera diferente el concepto de lo que es País. Además, recalcar que el mensaje a difundir debería no solo a dar a conocer la Mitad del Mundo sino también el país.
- ✓ De acuerdo a la entrevista realizada se piensa que el museo si cumple con las expectativas y necesidades actuales, a pesar de esto que crea la necesidad de realizar cambios y mejoras, hacer del museo un lugar más dinámico e interactivo, capaz de generar inquietudes en los visitantes.
- ✓ Se considera que el cambio en las exposiciones y señalización es muy importante, la cual debería hacerse con la implementación de nuevas tecnologías que permitan a su vez que el turista asuma la información de manera adecuada.
- ✓ El tipo de visitante se ha podido identificar es el turista extranjero pero con el tiempo se ve reflejado que también se cuenta con el segmento de los niños, ya que se considera que el museo se está incluyendo en el pensum de algunas instituciones educativas.

b) Jefe de Marketing

Mediante la entrevista (Anexo # 13) realizada a la Ing. Gabriela Silva (Jefe de Marketing de la E.P.T.C.M.M.), se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ A nivel promocional se debería seguir manejando al Ecuador desde la Mitad del Mundo es uno de los conceptos que el área de marketing recalca en la mayoría de sus actividades para promocionar el destino turístico.
- ✓ De acuerdo al criterio de la Jefatura de Marketing, considera que el museo no cuenta con un mensaje final, pero se considera importante la creación de un mensaje que pueda ser transmitido a los turistas. Menciona que la Ciudad Mitad del Mundo como

tal manejaba una frase “Conoce al Ecuador desde la Mitad del Mundo” y se considera que podría manejarse como mensaje.

- ✓ En cuanto a las expectativas actuales de los turistas en el Museo, es importante reconocer que el museo es un lugar caduco que debería modernizarse cambiando las exposiciones, señalización y hacerlo más interactivo para que este pueda resolver las expectativas de los turista, sería importante que se vayan tomando los colores, la nueva imagen de la empresa, implementando tecnología.
- ✓ De acuerdo al público que se visita se ha apreciado que es diverso recalando principalmente el segmento nacional.
- ✓ Hace mucho tiempo se está pensando en la idea de cambiar la temática de la Mitad del Mundo, aunque es importante mencionar que el museo no cuenta con una misión, ya que solamente se maneja la misión de la empresa. Dentro de los cambios se propone que se revise la temática, tecnología para que la gente pueda interactuar.

c) Jefe de Museo

Mediante la entrevista (Anexo # 13) realizada a la Ing. Raquel Aldaz (Jefe del Museo de la E.P.T.C.M.M.), se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ El Museo debe poder satisfacer todas las necesidades y expectativas de los turistas
- ✓ El mensaje que transmite es ser un país Multiétnico, Multilingüístico y Pluricultural. Se debería también transmitir ambos aspectos: el respeto por la diversidad de los grupos indígenas y el espacio geográfico.
- ✓ De acuerdo al Jefe de Museo, considera que no se satisface las expectativas de turista al 100% y recalca que el cambio es una buena alternativa para cumplir las exigencias de los visitantes.
- ✓ El Público que visita el museo es diverso y que se piensa en el museo como un lugar que debería cambiar y ser acogedor, con contenidos museológicos y señalización adecuada.
- ✓ No cuenta con una misión propia del museo sino que se basa en la de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”.
- ✓ En cuanto a las sugerencias se propone asesoramiento del personal externo para convertirse en un lugar acogedor, implementar tecnología, ser generador de conocimientos.

Puntos comunes de las entrevistas realizadas a los actores claves:

De acuerdo a las conclusiones de los actores entrevistados se puede concluir que todos concuerdan que el Museo Etnográfico necesita realizar cambios en cuanto a la exposición, temática, información y señalización, para que esta pueda satisfacer las necesidades de las demandas actuales de los turistas. Además, se puede apreciar que existe cierta confusión en cuanto al mensaje final, ya que las entrevistas reflejaron que los diferentes actores perciben diferentes mensajes siendo que se está presentando un mismo producto y concuerdan en que el museo debería manejar el mensaje tomando en cuenta temas como: Ecuador, Mitad del Mundo, Cultura.

Por medio de las entrevista se dio a conocer que el Museo Etnográfico actualmente no cuenta con una misión u objetivos definidos, ya que por varios años las actividades se están manejando de acuerdo a la misión corporativa es decir como Ciudad Mitad del Mundo, sin tomar en cuenta que a pesar de estar en un mismo lugar, son diferentes productos y cada uno debería ser manejado con objetivos o misiones que justifiquen su razón de ser.

En cuanto al público que visita el museo, todos los actores concuerdan que el público es diverso (nacionales, extranjeros y niños) y que el museo no provee actividades dedicadas para cada uno de los grupos sino que es únicamente para un público de masas. Finalmente, Existen criterios similares en cuanto a las sugerencias para el museo como son las siguientes: implementación de tecnología, actualización de exposiciones, ser un lugar más acogedor que pueda crear y motivar al turista, ser generadores de conocimientos, entre otros.

3.1.3. Análisis del perfil y requerimientos del turista

3.1.3.1. Análisis del Perfil

El Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo cuenta con un público variado, es importante recalcar que el flujo de turistas va a ir variando de acuerdo a los meses y a la temporada. Luego de la recopilación de los datos, se analizó la información y se identificó que el perfil del turista es el siguiente:

Rango de edad: entre 19 - 64 años,

Nacionalidad: Predominan turista nacionales

Sexo: Femenino y masculino de igual proporción

Instrucción: Universitaria, la mayoría.

Datos adicionales: Generalmente los turistas vienen en grupos de 2 a 5 personas y son grupos familiares junto con amigos (Anexo # 12).

3.1.3.2. Requerimiento del turista

Por medio de las encuestas se pudo determinar los requerimientos y expectativas que tienen los turistas al visitar el Museo Etnográfico, a continuación se mencionan las más principales:

- a) En cuando a las exposiciones consideran que son buenas pero que es necesario actualizarlas cada año, mantenerlas en buen estado, utilizar tecnología adecuada y hacerlas más interesantes.
- b) De acuerdo a la información y cédulas explicativas del museo, las encuestas indicaron que debería estar actualizada y dar prioridad a otros lugares que no cuentan con información como por ejemplo: el mirador, el cual debería contener información y fotografías de los lugares que se observan, con el fin que puedan ser reconocidas fácilmente, en el caso que la visita lo hagan sin guía turístico. En cuanto a las cédulas explicativas se refiere se recalca nuevamente la actualización y manejar la información de una manera adecuada y acorde para los diferentes grupos que visitan el Museo Etnográfico como por ejemplo: la cédula explicativa debería contener información clara y adecuada que indique datos relevantes de la exposición.
- c) Posteriormente, por medio de las encuestas se pudo determinar que la señalización interpretativa es uno de los aspectos que están fallando en el Museo Etnográfico, ya que se está manejando la señalización en símbolos como en letras, las cuales se encuentran ubicadas en lugares poco visibles, causando malestar en la visita.
- d) Finalmente y de manera general se puede acotar que el museo por varios años no ha cambiado y ahora se ve reflejada en la insatisfacción de los turistas en cuanto a la visita, quienes mediante las encuestas concordaron que el museo debería ser actualizado, ofrecer actividades y exposiciones más dinámicas e interesantes para los diferentes grupos de turistas. Algunas de las propuestas acogidas por los turistas es la implementación de señalización interpretativa, mejorar las exposiciones e imágenes, colocar cosas que se puedan tocar, sonido o música en los pisos, tecnología, proveer de folletos, entre otras cosas.

3.2. Resumen de los resultados

3.2.1. Análisis FODA

Analógicamente, los museos y destinos turísticos se encuentran inmersos en situaciones de gran competencia, donde las fuerzas del entorno y exigencias de los turistas se van modificando continuamente, lamentablemente muchos sitios no han reaccionado y han dejado pasar el tiempo empeorando la situación actual como es el caso del Museo Etnográfico. Es importante mencionar, que por varios años no se ha realizado un análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (FODA) del museo, razón por la cual se considera de gran importancia realizar el FODA, ya que este instrumento permitirá resumir el analizar del museo y a la vez permitirá combinar el entorno interno y externo, lo cual ayudará a determinar las estrategias. A continuación se indica los factores internos y externos del museo, para posteriormente realizar la combinación y determinar las estrategias.

3.2.1.1. Análisis externo

Un Museo no puede existir fuera del entorno que lo rodea, este análisis externo permite al atractivo identificar las posibles amenazas y oportunidades (Bigné, 2000: 308). A continuación se aborda de manera específica el análisis externo del Museo Etnográfico.

Tabla 9: Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo – Matriz Análisis externo

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Crecimiento del 8% de extranjeros (2011)	1. Museo Intiñan
2. Agencias de Viajes	2. Temporadas altas en turismo nacional y extranjero
3. Turismo nacional e internacional	3. Inseguridad económica, política, legal y social
4. Publicidad por Internet, radio	4. Mayor utilización de los instrumentos de marketing turístico por los competidores
5. No hay parqueadero en otros museos	5. Cambio de gustos de los consumidores
6. Desarrollo de nuevos segmentos de mercado	
7. Infraestructura adecuada para proporcionar servicios turísticos.	

3.2.1.2. Conclusiones:

De acuerdo al análisis externo del entorno que rodea al Museo Etnográfico se determinó lo siguiente: el Ecuador en el 2011 reflejo un incremento del 8% de turistas extranjeros, siendo la

Mitad del Mundo uno de los principales atractivos del Ecuador, es importante indicar que el Museo no ha aprovechado este incremento, manteniéndose al margen de las exigencias del turista ocasionando que busquen otras alternativas de atractivos como por ejemplo: El Museo Intiñan.

En el pasado el museo contaba con la frecuente visita de agencias de viajes, quienes traían a sus turistas, para hacer que conozcan el “Ecuador desde la Mitad del Mundo”, actualmente el número de agencias ha reducido dramáticamente por la falta de actualización y mala información que se provee al turista. Además, los instrumentos de marketing utilizados por los competidores son más eficaces, que los que se maneja para el Museo Etnográfico.

Actualmente, se han identificado nuevos segmentos de mercado como es el caso de las instituciones educativas, a pesar de esto hasta el momento no se han realizando las actividades necesarias para mantener e incrementar este segmento, lo cual ocasionará posteriormente que se convierta en una amenaza. Una de las oportunidades que tiene el Museo Etnográfico, es la gran variedad de servicios turísticos (parqueadero, cabinas telefónicas, restaurantes, tiendas de artesanías, correo del ecuador, etc.), ubicados en el exterior del monumento.

3.2.1.3. *Análisis interno*

Los elementos internos se los identifica a través de las fortalezas y debilidades, que tiene el atractivo turístico (recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, percepción de los consumidores, entre otros.), este estudio permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente (Bigné, 2000: 328). A continuación se aborda de manera específica el análisis externo del Museo Etnográfico.

Tabla 10: Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo – Matriz Análisis interno

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Monumento de la Mitad del Mundo 2. Ubicación Geográfica 3. Fidelidad de turistas y agencias de viaje 4. Amplio espacio 5. Atractivos ubicados en la Ciudad Mitad del Mundo y programaciones artísticas los fines de semana.	1. Precio 2. Información desactualizada 3. Carencia de innovación museográfica 4. Falta de imagen consolidada y segura 5. Falta de plan de interpretación 6. Museo destinado para público de masa 7. Piezas y objetos en mal estado

	8. Limpieza 9. Carencia de planificación de actividades 10. Programas publicitarios escasos
--	---

3.2.1.3.1. Conclusiones:

Conforme al análisis interno se estableció que en el pasado aquellos aspectos que eran fortalezas, actualmente se han convertido en amenazas para el Museo Etnográfico. Inicialmente el museo se creó con la finalidad de hacer conocer al “Ecuador desde la Mitad del Mundo”, objetivo que no se ha cumplido correctamente ya que en sus inicios fue un museo que cumplía con las expectativas, pero actualmente se ha descuidado dejando que se convierta en un museo tradicional, perdiendo por completo el significado de sus inicios y como consecuencia se ha obtenido que el turista busque otras alternativas que satisfagan sus exigencias.

En cuanto a las exposiciones se refiere, se puede apreciar que se encuentran en mal estado y no han sido actualizadas por varios años, recientemente algunas piezas pertenecientes al Ministerio de Cultura fueron retiradas, dejando espacios en blanco y hasta el momento no se han realizado acciones para adecuar de mejor manera las exposiciones o a su vez hacer las gestiones necesarias para que el Ministerio entregue nuevas piezas al museo. Hoy por hoy, varios museos han realizado innovaciones en sus exposiciones y han implementado planes de interpretación que se han adecuado a los diferentes segmentos. Estas actividades y herramientas no se han visto implementadas en el museo ya que se continúa con exposiciones y actividades destinadas para públicos de masas.

El museo es parte de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”, la cual cuenta con programas publicitarios destinados para la Ciudad Mitad del Mundo, descuidando completamente la promoción del museo, ya que han hecho énfasis en programaciones artísticas los fines de semana, si bien es cierto ayudan a atraer un segmento de turistas es importante recalcar que del público que ingresa a la Ciudad Mitad del Mundo, solamente el 30% ingresa al museo.

Consecuentemente se puede indicar que algunas agencias de viajes e instituciones educativas se han mantenido fieles al Museo Etnográfico, pero de acuerdo al registro de visitas de agencias de viajes, se recalca que la visita está disminuyendo con el pasar del tiempo y

posteriormente se convertirá en una Amenaza, ya que no se ha hecho nada para conservar dichos segmentos fieles.

Finalmente, se puede hablar de la ubicación de la Mitad del Mundo, a pesar que la Mitad del Mundo como tal, es uno de los más importantes atractivos del Ecuador, hay que recalcar que existen varios inconvenientes como la mala información que se proporciona al turista convirtiendo esto en una amenaza, ya que internamente no se habla en un mismo lenguaje y por varios años no se ha establecido una imagen conjunta del Museo con la Ciudad Mitad del Mundo, lo cual produce experiencias negativas y confusión al turista.

3.2.2. Estrategias generales

En el punto anterior se realizó un análisis de la situación interna y externa del Museo Etnográfico, con dicho análisis se determinará las estrategias generales que deberían realizar, estas estrategias se las obtendrá por medio del siguiente cuadro:

Tabla 11: Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo – Matriz FODA

MATRIZ FODA	FORTALEZA	DEBILIDAD
	1. Monumento de la Mitad del Mundo 2. Ubicación Geográfica 3. Fidelidad de turistas y agencias de viaje 4. Amplio espacio 5. Programaciones artísticas	1. Precio 2. Información desactualizada 3. Carencia de innovación museográfica 4. Falta de imagen consolidada y segura (misión, visión, objetivos) 5. Falta de plan de interpretación 6. Museo destinado para público de masa 7. Piezas y objetos en mal estado 8. Limpieza 9. Carencia de planificación de actividades

		10. Programas publicitarios escasos
OPORTUNIDAD 1. Crecimiento del 8% de extranjeros (2011) 2. Agencias de Viajes 3. Turismo nacional e internacional 4. Publicidad por Internet, radio 5. No hay parqueo en otros museos 6. Desarrollo de nuevos segmentos de mercado 7. Infraestructura adecuada para proporcionar servicios turísticos.	Estrategia FO 1. Aumentar el flujo de turistas por medio de actividades de promoción 2. Promocionar el Museo Etnográfico, aprovechando la ubicación Geográfica y el monumento. 3. Alianzas estratégicas con las agencias de viajes e instituciones educativas 4. Realizar actividades para incentivar los nuevos segmentos de mercado 5. Promocionar las programaciones artísticas, atractivos e infraestructura turística.	Estrategia DO 1. Establecer incentivos y promociones para los clientes actuales y potenciales. 2. Establecer los objetivos y misión clara del museo. 3. Realizar plan de interpretación 4. Actualizar exposiciones, información, señalización del museo. 5. Realizar promoción al museo
AMENAZA 1. Museo Intiñan 2. Temporadas altas en turismo nacional y extranjero 3. Inseguridad económica, política, legal y social 4. Falta de apoyo 5. Mayor utilización de los instrumentos de marketing turístico por los competidores 6. Cambio de gustos de los consumidores.	Estrategia FA 1. Ofrecer promociones especiales a clientes que poseen lealtad con el Museo 2. Difusión del museo y servicios de calidad en varios idiomas a nivel nacional e internacional. 3. Difundir en un solo lenguaje la importancia de la Mitad del Mundo y el Museo Etnográfico 4. Utilización del amplio espacio para realizar actividades de acuerdo a las exigencias de los turistas. 5. Utilizar instrumentos de marketing más eficaces para	Estrategia DA 1. Actualizar el Museo Etnográfico de acuerdo a las exigencias de los turistas, con el fin que el precio se justifique. 2. Utilizar temporadas altas del turismo nacional y extranjero, para realizar nuevas actividades y en temporadas bajas usar estrategias de marketing para incrementar el turismo. 3. Realizar estudios periódicamente, los cuales ayudarán a determinar las exigencias actuales y realizar cambios o modificaciones en el

	difundir al Museo, monumento y los atractivos complementarios.	Museo.
--	--	--------

La Matriz FODA de la tabla # 5 se ha construido sobre la base de las matrices FD (Fortalezas y Debilidades) y OA (Oportunidades y Amenazas) de la tabla # 2 y tabla # 3 y por medio de está se desarrollaran las siguientes estrategias para el Museo Etnográfico: (1) de fuerzas y debilidades; (2) de debilidades y oportunidades; (3) de fuerzas y amenazas; y (4) de debilidades y amenazas:

1. *La estrategia Fortaleza – Oportunidad (FO).*- es la estrategia en la cual se utiliza la fuerza interna de la empresa para beneficiarse de las oportunidades externas. De esta manera cuando un atractivo tiene debilidades lucha por superarlas y convertirlas en fuerza y cuando enfrenta amenazas las evita y se concentra en las oportunidades. Por tal motivo se determinó las siguientes estrategias:
 - ✓ Aprovechar el incremento turístico anual, para aumentar el flujo turístico en el museo, mejorando la promoción del atractivo.
 - ✓ Promocionar el Museo Etnográfico, aprovechando la ubicación Geográfica y el monumento.
 - ✓ Crear alianzas estratégicas con las agencias de viajes e instituciones educativas y de esta manera se creará fidelidad en el atractivo.
 - ✓ Realizar actividades para incentivar los nuevos segmentos de mercado, con el fin de mejorar la imagen actual del museo.
 - ✓ Promocionar las programaciones artísticas, atractivos e infraestructura turística.
2. *Las estrategias Debilidades – Oportunidad (DO).*- se superan las debilidades internas aprovechando las oportunidades claves externas, que permitan superar sus debilidades. Mediante el cruce se determinó lo siguiente:
 - ✓ Establecer incentivos y promociones para los clientes actuales y potenciales.
 - ✓ Establecer los objetivos y misión clara del museo, con el fin de proporcionar un mejor servicio e imagen al turista que lo visita.
 - ✓ Realizar plan de interpretación con el fin de brindar experiencias enriquecedoras a los diferentes segmentos que tiene el museo.

- ✓ Actualizar exposiciones, información, señalización del museo, ya que de esta manera se pretende brindar una nueva imagen, dejando de ser un museo tradicional, sino ser un museo capaz de cumplir las expectativas de los turistas y crear nuevos segmentos.
 - ✓ Realizar promoción que permita hacer conocer tanto el Museo Etnográfico como también sus diferentes atractivos dentro de la Mitad del Mundo, al igual que los servicios turísticos que se brinda.
3. *Las estrategias Fortaleza – Amenaza (FA).*- por medio de esta estrategia se intenta usar las fortalezas de la empresa para evitar o disminuir las consecuencias de las amenazas externas. A continuación se detalla las siguientes estrategias:
- ✓ Ofrecer promociones especiales a clientes que poseen lealtad con el Museo
 - ✓ Difusión del museo y servicios de calidad en varios idiomas a nivel nacional e internacional.
 - ✓ Difundir en un solo lenguaje la importancia de la Mitad del Mundo y el Museo Etnográfico
 - ✓ Utilización del amplio espacio para realizar actividades de acuerdo a las exigencias de los turistas.
 - ✓ Utilizar instrumentos de marketing más eficaces para difundir al Museo, monumento y los atractivos complementarios
4. *Las estrategias Debilidades – Amenazas (DA).*- por medio de esta se intenta disminuir las debilidades internas y evadir las amenazas externas. A continuación se indica las estrategias:
- ✓ Actualizar el Museo Etnográfico de acuerdo a las exigencias de los turistas, con el fin que el precio se justifique.
 - ✓ Utilizar temporadas altas del turismo nacional y extranjero, para realizar nuevas actividades y en temporadas bajas usar estrategias de marketing para incrementar el turismo.
 - ✓ Realizar estudios periódicamente, los cuales ayudarán a determinar las exigencias actuales, para realizar cambios y poder modificar el Museo de acuerdo a las necesidades actuales. A continuación se indican las estrategias que se relacionan directamente con este estudio:

Tabla 12: Estrategias para el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo

MUSEO ETNOGRÁFICO	ESTRATEGIAS
FO	✓ Aprovechar el incremento turístico anual, para aumentar el flujo turístico en el museo, mejorando la promoción del atractivo ✓ Crear alianzas estratégicas con las agencias de viajes e instituciones educativas y de esta manera se creará fidelidad en el atractivo. ✓ Realizar actividades para incentivar los nuevos segmentos de mercado, con el fin de mejorar la imagen actual del museo.
DO	✓ Establecer incentivos y promociones para los clientes actuales y potenciales. ✓ Establecer los objetivos y misión clara del museo, con el fin de proporcionar un mejor servicio e imagen al turista que lo visita. ✓ Realizar plan de interpretación con el fin de brindar experiencias enriquecedoras a los diferentes segmentos que tiene el museo. ✓ Actualizar exposiciones, información, señalización del museo, ya que de esta manera se pretende brindar una nueva imagen, dejando de ser un museo tradicional, sino ser un museo capaz de cumplir las expectativas de los turistas y crear nuevos segmentos.
FA	✓ Difusión del museo y servicios de calidad en varios idiomas a nivel nacional e internacional. ✓ Difundir en un solo lenguaje la importancia de la Mitad del Mundo y el Museo Etnográfico ✓ Utilización del amplio espacio para realizar actividades de acuerdo a las exigencias de los turistas.
DA	✓ Utilizar temporadas altas del turismo nacional y extranjero, para realizar nuevas actividades y en temporadas bajas usar estrategias de marketing para incrementar el turismo. ✓ Realizar estudios periódicamente, los cuales ayudarán a

	determinar las exigencias actuales, para realizar cambios y poder modificar el Museo de acuerdo a las necesidades actuales
--	--

Finalmente, de acuerdo a los cruces realizados en el FODA, se puede concluir que las estrategias deben estar enmarcadas en líneas de acción que contemplen: la planificación, investigación, equipamientos, servicios, destinatarios, administración y desarrollo, en cada una de las estrategias propuestas.

4. CAPITULO IV: PROGRAMA DE INTERPRETACIÓN

4.1.¿Qué es la interpretación y sus beneficios?

La interpretación de patrimonio es un método de comunicación que varios atractivos turísticos están utilizando, como es el caso de los museos, la misma que se ha considerado como una de las estrategias más adecuadas y efectivas de comunicación con el visitante. Se considera necesario la utilización de la interpretación en el Museo de la Mitad del Mundo, ya que está herramienta permitirá convertir el lenguaje científico a un lenguaje ameno y comprensible, lo cual proporcionará la oportunidad de producir experiencias enriquecedoras. Un aspecto importante que hay que considerar es que a un turista, no se le puede dar la información con términos científicos, sino que a partir del conocimiento científico se debe brindar un mensaje atractivo, claro y directo, con el fin de poder proporcionar una experiencia única (Ham, 2007). Para asegurar que el turista tenga una buena experiencia, entra en acción otro aspecto de la interpretación, quizás una de las más importantes, es aquella que se concibe a través de su entendimiento, su producción de pensamientos y significados, durante y después de la visita del atractivo, usualmente esto se lo realiza con un plan de interpretación (Ham, 2007: p.5). Es de esta manera que al interpretar se está hablando de tres aspectos:

1. “Brindar una visión de ese algo, basada en el conocimiento científico”
2. “Traducir para que comprendan mejor ese algo”
3. “Hacer pensar con respecto a ese algo”. Ya lo dice Freeman Tilden (2006), en su cuarto principio: La interpretación no es instrucción, sino provocación (Ham, 2007: p. 5).

Hoy por hoy, los museos se están centrando en cumplir las responsabilidades que tienen: preservar la integridad del objeto y contribuir a la educación de la sociedad, incluyendo la interpretación, la educación e información, ya que uniéndolas constituyen una herramienta básica para la difusión del atractivo turístico. Actualmente, se pretende que el Museo Etnográfico no de solo información sino que *traduzca y haga pensar*, llegando a conectar emocionalmente al público con el patrimonio, siendo esta la base para transmitir los valores y el significado del atractivo al público. La interpretación en los museos es el término generalizado a referirse a mediación entre el público y el museo, está a su vez incluye lo siguiente: orientación, rótulos, textos y provisión de información.

4.1.1. Orientación:

La orientación al visitante no es valorada en el Museo Etnográfico y está se divide en dos planos:

- *Orientación física.*- por medio de esta se informa al visitante donde se encuentra y los servicios que posee el atractivo.
- *Orientación intelectual.*- clarifica el contenido del museo y la forma de visitarlo, de tal manera que el visitante pueda optar por la opción que mejor de convenga (Lord y Gail, 2007: p.117).

La orientación es importante ya que si no se cuenta con la debida información al inicio de ingresar al atractivo, este puede convertirse en una experiencia negativa, caso contrario si se brinda información clara y puntual desde el primer momento, produce un sentimiento como en casa (Lord y Gail, 2007: p.117).

4.1.2. Rótulos y textos:

En muchos museos la realización de textos representa una verdadera batalla, ya que cada museo tiene su propio entendimiento y formas de desempeñar el lenguaje escrito en las exposiciones, sin embargo hay que tener en cuenta lo siguiente:

- La denominación o temática de la exposición.
- Tamaño de letreros y paneles.
- El tipo de información a proporcionar
- El tono en el que se redacta (autoritario, socrático, objetivo)
- Número de palabras
- La fuente, tamaño y color (Lord y Gail, 2007: p.118).

Aunque el proceso de producción de textos de una exposición parte del conservador responsable, hay que tener en cuenta que los criterios de una sola persona, no representa las necesidades del público. De tal manera se debe considerar este criterio también debe pasar por manos del departamento de educación, quién revisa los textos desde la perspectiva del visitante y finalmente pasa a manos del departamento de publicidad para que añada la imagen. Como se apreció este es un trabajo en conjunto con algunas áreas, el cual tiene que ser

renovado frecuentemente, ya que las exigencias van cambiando con el pasar del tiempo (Lord y Gail, 2007: p.118).

4.1.3. Provisión de información

En la actualidad el público que visita un museo, esta interesado en obtener información del lugar, es de esta manera que se han creado diversos canales de información:

- *El personal de información:* son aquellos que deambulan por las salas de los museos guías preparados para responder a las preguntas de los turistas, a esta actividad se la conoce como una interpretación espontánea, en la cual se provoca al turista a con inquietudes.
- *Centros de información:* Es un punto donde se brinda información del lugar, servicios y lugares de interés.
- *Guías sonoras:* este instrumento es muy usado para las exposiciones temporales y posteriormente se utiliza en exposiciones permanentes.
- *Visitas guiadas:* estos siguen siendo los medios de comunicación preferidos. La mejor manera de utilizar es proporcionar programas de visitas guiadas y de las conferencias a cargo de personas vinculadas al museo (Lord y Gail, 2007: p.121).

4.1.4. Los beneficios son los siguientes:

- Contar con una herramienta para un cambio de actitud.
- Cumplir con la segunda responsabilidad que es la educación, promoviendo programas que incluyan a todos los segmentos de mercado.
- Brindar experiencias recreativas – educativas.
- Tener un mejor manejo de la información y hacerla más amena.
- Es una forma de mejorar la imagen institucional.
- Utilizar adecuadamente el espacio y las exposiciones, realizando cambios en las exposiciones e información de acuerdo a las exigencias actuales
- Inculcar al visitante un sentido de orgullo hacia la cultura y la historia de la Mitad del Mundo

4.2.El Recurso

Tomando en cuenta que el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo, todavía mantiene una visión tradicionalista, sobre los procesos culturales y educativos, lo que ha demostrado una estructura de manejo y administración poco acordes a las necesidades actuales, se propone aplicar una estrategia, en la cual complemente la educación y la interpretación. Así, se cumpliría una de las responsabilidades olvidadas, la cual es “contribuir con la educación de la sociedad”, utilizando herramientas que permitan crear experiencias únicas, siendo un refuerzo para la educación formal.

El Museo Etnográfico cuenta con exposiciones permanentes, las cuales se encuentran distribuidas en nueve pisos y su recorrido frecuentemente inicia desde la planta baja, mirador y su descenso es por las gradas, recorrido que no siempre es cumplido a cabalidad. A continuación se plantea una serie de cambios que puedan mejorar al Museo y que tienen cierta incidencia sobre la función interpretativa:

4.2.1. Planificación

Inicialmente, se considera que antes de realizar un plan de interpretación, el museo debería determinar inicialmente su finalidad con la creación de la misión, visión y objetivos.

Consecuentemente, se recalca la importancia de incluir criterios de interpretación del atractivo en los planes y programas de todos los años porque la situación del museo es variable; así como también es importante conocer el público al cual se esta dirigiendo los planes de interpretación, mediante este estudio se determinó el perfil del turista actual, ya que no se está hablando de público de masas, sino un público diverso y los planes deberían estar planificados para los diferentes segmento de turistas.

Otro aspecto que se debe considerar es contar con la opinión de la población y de los turistas que lo visitan, ya que de esta manera se podrá contar con mayor apoyo y accesibilidad a los cambios con miras a mejorar. Al contar con una planificación previa se podrá prevenir situaciones, solucionar problemas y satisfacer las necesidades concretas.

4.2.2. Orientación

La orientación tanto física como intelectual es un aspecto que por varios años se ha descuidado en la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”, recordando que el museo es uno de los productos que ofrece la ciudad.

La primera cara que tiene el turista antes de ingresar al Museo Etnográfico es el ingreso de la Ciudad Mitad del Mundo, en el cual no reciben la suficiente información de los servicios y productos que tiene, su costo adicional y por lo tanto se crea inseguridad, confusión y experiencias negativas al turista, al momento de acceder a demás atractivos. De acuerdo al tema de la orientación en el ingreso, actualmente la Ciudad Mitad del Mundo está tomando ciertas medidas al respecto como son: creación de un centro de información, distribuir al personal el día domingo en el área de ingreso para proveer de información y mejoramiento en la señalización e imagen de la Ciudad Mitad del Mundo, a pesar de estas medidas se recalca nuevamente que estas actividades no han favorecido al Museo Etnográfico ya que no se brinda la información acorde. Adicionalmente se puede hacer las siguientes recomendaciones:

- Proveer de folletos interpretativos al ingreso de la Ciudad Mitad del Mundo, como un apoyo extra a la información que se está dando actualmente.
- Hacer conocer a todo el personal de la empresa, para que si existiera el caso pueda brindar la información básica al turista o a su vez dirigirlo a los diferentes atractivos.
- Capacitación constante al todo el personal de la E.P.T.C.M.M., en cuanto a atención al cliente.
- Colocación de material interpretativo en la boletería del ingreso a la E.P.T.C.M.M, con información de precios, horarios de guianza y temática del museo.

4.2.3. Tópico

Los tópicos deben estar de acuerdo a la visión del Museo, aunque actualmente no se cuenta con una visión, se considera que se propone tres tópicos generales, los cuales se encuentren acordes con la temática del Museo: Costumbres y tradiciones de los grupos indígenas, Regiones del Ecuador e Historia de la Mitad del Mundo. Con los tópicos se pretende:

- Reforzar el sentido de pertenecía y experiencias vivenciales.
- Producir experiencias enriquecedoras y positivas.
- Identificar el origen de ser del Museo y la historia de la Mitad del Mundo

- Reforzar la educación formal.

4.2.4. Respecto al servicio y exposiciones

En cuanto al servicio de interpretación utilizados en el museo y por el gran flujo de turistas diarios, se han identificado dos tipos: guiado y auto-guiado. Actualmente el museo cuenta con un servicio de Guianza, el mismo que no se encuentra organizado por horarios y cuenta con rótulos poco visibles, este debe ser promocionado como una alternativa auxiliar y no básica. De acuerdo al estudio realizado se pudo apreciar que el servicio auto-guiado es el más frecuente porque existe una gran cantidad de turistas que optan por no querer el servicio de Guianza. Razón por la cual se plantea los siguientes:

- ✓ Mejorar los servicios auto-guiados en el museo (señalización interpretativa, exposiciones, cédulas explicativas, entre otros.), los cuales sean capaces de cumplir las expectativas de los turistas que no requieren un servicio de Guianza personalizado.
- ✓ Selección de espacios, materiales y exposiciones existentes susceptibles ha convertirse en interpretativas, para incluirlas en los programas.
- ✓ Incorporación de técnicas y diseño interpretativo de los proyectos recreativos (recorrido señalado, mirador).
- ✓ Diseño de programas de interpretación que permitan tener un itinerario en servicios guiados.
- ✓ Diseño de trípticos que contengan la información relevante del museo y recomendaciones para los recorridos auto-guiados.
- ✓ Adecuar las exposiciones actuales con espacios lúdicos, capaces de motivar la experiencia transportándolos al lugar (sonidos, olores, fotografías, etc.)

4.2.5. Señalización

Como se mencionó anteriormente el museo cuenta con dos métodos para dar información: guiado y auto-guiado. En este punto se hablará más acerca del método auto-guiado, ya que como se demostró en las encuestas realizadas, la mayoría de turistas busca esta alternativa por varias razones como: falta de tiempo, desconocimiento del servicios guiado, prefieren ir solos, etc. A pesar que el museo está consiente de que esté es el método más usado, no se ha hecho

nada con respecto a adecuar las exposiciones para que sean claras y entendibles, ocasionando malestar en el turista.

El objetivo principal de señalización interpretativa, es que a más de proporcionar información debe dar recomendaciones y sugerencias que el turista pueda observar fácilmente y pueda ayudar a cuidar las piezas exhibidas. El museo cuenta con señalización pero existen ciertas dificultades como: señalización poco visibles, algunas solo en un idioma o máximo en dos y en otros casos es escasa. A continuación se indican recomendaciones para mejora del museo:

- ✓ En el inicio del museo debe tener un cartel que indique tiempo del recorrido, servicios guiados y auto-guiados, medidas de seguridad, costo.
- ✓ Incorporación de técnicas interpretativas en el diseño y elaboración de los contenidos en el museo.
- ✓ La señalética debería contener la imagen corporativa, para identificar que el museo es parte de la Mitad del Mundo.
- ✓ Incluir señalización interpretativa en el mirador.
- ✓ Determinar de acuerdo a las necesidades del público, el lugar ideal de colocar la señalización con el fin de que pueda ser observada fácilmente y tampoco saturar el recorrido con señales.
- ✓ Debido que al Museo ingresan extranjeros nacionales y extranjeros, buscar un equilibrio en la señalética como por ejemplo: uso de símbolos que son fáciles de reconocer para nacionales, extranjeros y niños.
- ✓ Las cédulas explicativas deben contener información referente a la exposición y en palabras claras, con tamaño adecuado de letra.

4.2.6. Calidad

Cada uno de las herramientas utilizadas para la interpretación deben ser evaluadas periódicamente para asegurarse de la calidad, ya que mediante éstas se podrá conocer si son efectivas o no y realizar los cambios correspondientes. Al realizar el análisis de calidad se podrá conocer:

- ✓ Control de calidad y seguimiento en las condiciones interpretativas de los proyectos.
- ✓ Satisfacción de los turistas con respecto al cambio.

- ✓ Una vez realizada las modificaciones, es importante realizar capacitaciones acerca de las técnicas de interpretación.

4.2.7. Respetto a las otras áreas de la Ciudad Mitad del Mundo

El Museo Etnográfico es parte de Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”, por tal razón se cuenta con el apoyo de las diferentes áreas, por tal motivo se considera necesario que todo el personal este inmerso y tenga conocimiento de las actividades del Museo.

- ✓ Cooperación con otros departamentos para manejar la imagen y promoción del Museo Etnográfico.
- ✓ Cooperación entre las áreas para recuperar, investigar y poner en valor la cultura y etnografía, dando la información correcta al turista y que a su vez todos puedan proporcionar información al turista.
- ✓ Cooperación en todas las áreas para que manejen un mismo mensaje del museo.

4.3.Los destinatarios

El Museo Etnográfico cuenta con un público diverso y entre los más identificados se recalca: al turista nacional, turista extranjero e instituciones educativas. A continuación se menciona algunas características de estos segmentos, aquellas que se deben considerar en la realización de las actividades interpretativas:

4.3.1. Turista nacional

De acuerdo a las encuestas se identifico que este segmento es el más frecuente que tiene el Museo de la Mitad del Mundo, el cual generalmente viene en grupos de 2 a 5 personas de amigos o familia, su interés es recreación- educativo. Es importante recalcar que ese segmento generalmente es frecuente en todas las épocas del año.

4.3.2. Turista extranjero

Este segmento de turista solamente es constante en la temporada alta, y su interés principal es llegar al atractivo Mitad del Mundo y como complemento el Museo Etnográfico, hay que considerar que en muchos casos desconocen que dentro del monumento existe un Museo Etnográfico.

4.3.3. Instituciones educativas

Este es un segmento actual que el Museo Etnográfico ha captando en los últimos años, no por ofrecer actividades diferentes, sino por iniciativa de las instituciones educativas. Este segmento se encuentra latente en temporada escolar y su interés es únicamente educativo. Por medio del focus groups realizado se pudo observar que las exposiciones no están dirigidas a niños.

Como se pudo apreciar todos los segmentos a los cuales están dirigidos los programas de interpretación tienen diferentes intereses al momento de la visita al Museo Etnográfico, razón por la cual se considere que las actividades y modificaciones sean hechas acorde a los grupos y no manejadas como un segmento de masas. Por tal motivo se considera lo siguiente:

- Constantemente realizar un registro de visitas y priorizar a turistas potenciales
- Realizar estudios de satisfacción y nuevas exigencias de turistas.
- Brindar un registro de reservas más eficaz, en el cual se conozca los objetivos de los profesores y niños en cuanto a la visita del museo, para de esta manera se pueda tener en cuenta (tiempo de visita, horario, interés educativo, conocimientos previos, etc.)
- Realizar itinerarios para las visitas guiadas tanto en inglés como en español, además de proveer con el material necesario que el turista requiera para la visita.
- Brindar información antes, durante y después de la visita a la E.P.T.C.M.M.
- Promocionar el atractivo como tal, en los diferentes canales de comunicación.
- Ofrecer exposiciones temporales o actividades en determinadas fechas.
- Exposiciones y actividades adecuadas para el segmento de niños

4.4. Objetivos para la interpretación

- Ayudar al turista a tener un mayor entendimiento del lugar y su importancia, a través de experiencias enriquecedoras con el fin de inculcar respeto.
- Promover al Museo para que establezca un mensaje claro por medio de la interpretación para transmitirlo al público y mejorar la imagen del Museo.
- Obtener beneficios económicos al brindar servicios de calidad, de acuerdo a las exigencias actuales de los turistas.

4.5.El mensaje

La decisión de lo que se va a hablar depende de tres aspectos: el recurso, los intereses del público y la administración, no se trata de los intereses personales sino del complemento de los tres aspectos anteriormente mencionados. Inicialmente, el Museo Etnográfico se creó con el objetivo de dar una breve visión de la riqueza étnica y geográfica del Ecuador, como contribución a la difusión de la identidad nacional. Posteriormente esta visión se ha ido perdiendo, ya que con el cambio de administración y la falta de renovación en las exposiciones, se creó una confusión en el significado del museo. A continuación se indican las opiniones de los actores claves y del público acerca de que debería contener el mensaje:

4.5.1. Actores claves

Mediante la entrevista realizada a los actores claves (Anexo #13), se determinó que a nivel de administración, el mensaje debería contener dos aspectos: la importancia por estar en la Mitad del Mundo y la importancia de los Grupos indígenas del Ecuador, un slogan que se ha manejado en el pasado es “Conoce al Ecuador desde la Mitad del Mundo”, y los autores consideran que se lo debería manejar como mensaje.

4.5.2. Turistas nacionales y extranjeros

Por medio de la tabulación de encuestas (Anexo #12) realizadas a turistas nacionales y extranjeros, se determinó que los turistas consideran que el Museo, si cuenta con un mensaje, el mismo que se refiere a la Mitad del Mundo y a la Cultura del Ecuador, por esta razón se considera que las preferencias del mensaje van relacionado a los temas anteriormente indicados.

Es importante indicar que del total de turistas que ingresan a la Mitad del Mundo, únicamente el 30% ingresa al museo y de este porcentaje de acuerdo a las encuestas (Anexo #12) se determinó que el 57% conoce que este es un Museo Etnográfico. Por tal motivo hay que considerar que la motivación de los turistas al visitar este atractivo es la “Mitad del Mundo”, por lo cual se considera que para dar un mensaje más impactante se debería unir estos dos tópicos, quizás buscar en la historia y la cosmovisión indígena, para crear un vínculo entre Mitad del Mundo y Grupos indígenas.

4.6. Servicios Interpretativos

El Museo Etnográfico cuenta con materiales que informan, aunque en su inicio fueron de gran calidad, actualmente son insuficientes ya que no proveen interpretación, estos materiales de información no expresan claramente la importancia del museo. A continuación se mencionan los servicios de interpretación que deberían ser utilizados en el museo:

4.6.1. Cédulas explicativas y señalización interpretativa

Son un método práctico de proveer información relevante y deben estar presentes en cada una de las exhibiciones del Museo Etnográfico, pero hay que tener en cuenta el tamaño de letra, no excederse en la información y que a su vez esta sea actualizada constantemente. Estas deben encontrarse en lugares visibles y accesibles para todos los segmentos de turistas y siempre con la imagen empresarial para reafirmar la identidad del Museo.

- ✓ En cuanto a las cédulas explicativas se refiere, estas cuentan con varias ventajas como: son removibles fácilmente para su actualización o cambio de información, además que son de gran apoyo para los turistas que optan por hacer el recorrido auto-guiado, y a su vez permiten que el turista cree su propia información a partir de estas, provocando experiencias positivas. A continuación se muestra dos bosquejos de cédulas explicativas:

Ilustración 7: Bosquejo # 1



Elaboración: Autor.

El primer bosquejo es más formal y permitirá tener información más general del grupo indígena y sus atractivos. Una de las desventajas es que no es tan detallado y su escritura debe ser de manera general y su ventaja es que al contar con un mapa del Ecuador y al mismo nivel un mapa de la provincia permitirá que el turista se pueda ubicar en el lugar que se encuentra el grupo, la escritura en español como en inglés tiene la misma altura ya que de esta manera permitirá que sea accesible tanto para adultos como para niños.

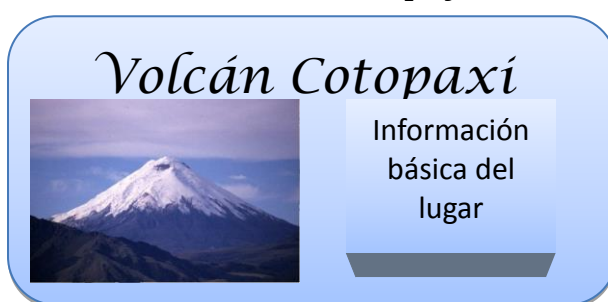
Ilustración 8: Bosquejo #2



Elaboración: Autor.

En cuanto al bosquejo # 2 se refiere, se puede apreciar que es menos informal y esté hablara individualmente de un evento en la historia, de una tradición, de una actividad, de un baile, etc. y a la vez incentivará al turista para que investigue más, le invite a reflexiona y a valorarla.

Ilustración 9: Bosquejo #3



Elaboración: Autor

En el bosquejo #3, como se puede apreciar se continúa manejando el color celeste porque es uno de los colores empresariales que maneja la Mitad del Mundo y se considera que se debe manejarse en todos los rótulos. La ubicación es en el mirador, ya que de acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas (Anexo #12) consideran importante colocar rótulos informativos, los mismos que contenga la fotografía del lugar, atractivo y montaña junto con la información básica, para que de esta manera el turista pueda tener una mayor interpretación en el mirador panorámico.

- ✓ En cuanto a la señalización se menciona y basándose en los resultados de las encuestas realizadas (Anexo #12), se determino que deberían ser en símbolos, ya que este es un lenguaje universal fácilmente entendible para turistas nacionales, extranjeros y niños y si el caso lo amerita colocación de letras, evitando el término “Prohibición”. Los rótulos en el Museo se convierten en un aspecto fundamental medio de esté el turista podrá identificar en que lugar o región se encuentre sin confundir la información; además es indispensable colocarlos en lugares visibles; sin olvidarse de no exceder visualmente al museo. A continuación se indican bosquejos de la señalización y rótulos:

Ilustración 10: Bosquejo #4



Elaboración: Autor.

Ilustración 11: Bosquejo #5



Elaboración: Autor.

4.6.2. Exhibiciones

Utilizadas mayormente en los museos, las exhibiciones juegan un papel muy importante en estos lugares y son una de las herramientas de interpretación más eficaces a la hora de conectar al turista con la información. Por medio de las entrevistas y encuestas realizadas a los actores del museo, se determinó que se deberían cambiar las exposiciones, haciéndolas más lúdicas y reales, ya que éstas deben ser capaces de crear emociones en el público que lo visita. La propuesta es adecuar con espacios lúdicos el museo diferenciando cada una de las regiones a través de: colores que diferencien cada región, identificar la relevancia de cada grupo indígena y recalcarlo, implementación de sonido en cada piso; Además se considera necesario implementar un espacio para niños, en el cual pueda transmitirse videos, estas herramientas permitirá que el turista pueda interactuar con las exposiciones, trasladarlo al lugar y crear experiencias positivas.

4.6.3. Folletos o trípticos

Los folletos permiten una interpretación más detallada y además pueden servir como recuerdo para el turista. Esta alternativa es útil para los recorridos auto-guiados, ya que permitirán a su vez identificar como es el recorrido del museo, conocer que están observando de tal manera que la información que se maneje debe ser escogida cuidadosamente y que no informe sino produzca pensar. Para determinar la cantidad adecuada anualmente debe realizarse un análisis del turista del año anterior y así realizar el pedido, de tal manera se evitará el inconveniente que se acaben antes de la nueva adquisición.

4.7. Propuesta de los planes de interpretación para los diferentes segmentos.

Como se mencionó anteriormente el Museo Etnográfico, cuenta con segmentos diferenciados, de tal manera se considera realizar una propuesta del plan de interpretación de los siguientes segmentos:

- Plan de Interpretación para turista nacionales y extranjeros.
- Plan de Interpretación para niños.

Los planes detalla los objetivos de cada segmento de turistas, planteando las nuevas herramientas de interpretación que deberían ser tomadas en cuenta en el Museo Etnográfico, las mismas que fueron determinados por medio de las encuestas para adultos y para niños un focus groups. Los siguientes planes de interpretación tienen como finalidad pasar de ser un museo tradicionalista a un museo capaz de crear experiencias enriquecedoras, y asimismo, poner las bases para mejorar la información, participación de actores y creación de herramientas que puedan hacer que mejore la imagen institucional ante el turista que lo visita.

4.7.1. Plan de Interpretación para Turistas Nacionales y Extranjeros

A continuación se muestra una propuesta del plan de interpretación en el Museo Etnográfico, el cual está destinado a un público adulto tanto nacional como extranjero, ya que mediante las encuestas realizadas a estos segmentos se pudo determinar que sus exigencias son similares, razón por la cual se realizó un solo plan de interpretación para nacional y extranjero. Es importante mencionar las bases de este plan de interpretación fueron de acuerdo a los resultados presentados en las encuestas (Anexo # 12).

Tabla 13: Resumen del Plan Interpretativo para Adultos

TEMA	Costumbres y tradiciones de los Grupos indígenas e Historia de la Mitad del Mundo
DESTINATARIO	Adulto nacional y extranjero con un rango de edad entre 19 - 64 años, de sexo masculino o femenino
OBJETIVOS	✓ Ayudar al turista a tener un mayor entendimiento del lugar y su importancia, a través de experiencias enriquecedoras con el fin de inculcar respeto. ✓ Promover al Museo para que establezca un mensaje claro por medio de la interpretación y de esta manera poder transmitir al público y mejorar la imagen del Museo.

		✓ Obtener beneficios económicos al brindar servicios de calidad, de acuerdo a las exigencias actuales de los turistas.
METAS		✓ Lograr que el 80% de los turistas puedan valorar las costumbres y tradiciones de los grupos indígenas. ✓ Incrementar el disfrute del visitante por medio del de interpretación.
MENSAJE		Conozca la riqueza cultural del Ecuador, a partir de la historia en la Mitad del Mundo.
MATERIALES DE INTERPRETACION		Señalización y rótulos interpretativos. Exhibiciones actualizadas y lúdicas. Folletos. Implementación de sonidos.
MEDIOS Y SERVICIOS	Y	Inicialmente la visita empezaría desde el Ingreso a la Ciudad Mitad del Mundo, con paneles informativos que indiquen que el costo del ingreso, la temática y los horarios para la visita guiada. Posteriormente, después de adquirir el ticket, se identificará si el turista accedió a la visita guiada o auto-guiada y se entregará el folleto explicativo. Por lo tanto el recorrido esta distribuido de la siguiente manera: <u>Planta baja:</u> Información general del Ecuador con datos actualizados, exhibiciones lúdicas (Anexo # 12). Además al ser la planta baja un espacio amplio se plantea modificar lo que actualmente se conoce como “El cubículo”, haciendo un área para niños y adultos, en la cual se propone la implementación de juegos y actividades lúdicas que ayuden a reconocer si se entendió el mensaje como por ejemplo: un rompecabezas grande con las provincias, preguntas de verdadero y falso, entre otras. <u>Mirador:</u> Momento ideal para hablar de la historia de la Mitad del Mundo, geodésicos, cosmovisión indígena y su importancia. El mirador debe estar adecuado con cédulas explicativas que contengan fotografías e información básica de los lugares que se pueden observar desde el mirador, sin exceder visualmente (Ilustración # 7). <u>Pisos del Museo:</u> Al empezar el recorrido por los pisos del museo se pretende interpretar las costumbres y tradiciones del legado cultural y las herramientas a utilizar son: las exhibiciones, los rótulos, señalización

interpretativa y cédulas explicativas (Ilustración # 5, 6, 8, 9)

- ✓ *Primer piso:* El turista debe ser capaz de reconocer en que Región del Ecuador empieza el recorrido, lo cual se identifica inicialmente con la ayuda de rótulos, exhibición lúdica, ambientación (sonido de mar), coloración de paredes (amarillo), fotografías, etc.

Se empieza con la Región de la Costa con el Grupo Chachi, este piso alberga una exposición en la cual se considera de mayor relevancia explicar a los visitantes las actividades, vestimenta e idioma, al no contar con varios bienes museográficos que permitan realizar mejor la explicación, se utilizará fotografías que permitan revivir los recuerdos del turista. En el caso que el turista haya optado por ir sin guía, se cuenta con los recorridos auto-guiados capaces de provocar al turista como se planteo en el bosquejo # 2, en cual contenga preguntas que provoquen a leer la información, es importante considerar que las cédulas explicativas deben ser con información actualizada, utilizar palabras sencillas, tamaño adecuado (Anexo #12, Información y señalización: preguntas # 1, 2, 3). Otra herramienta es utilizar la interpretación espontánea, aunque esta no se aplica a todos los turistas.

Posteriormente se encuentra los Afro-ecuatorianos de Esmeraldas, uno de los hechos que mayor impacto tuvo en este grupo fue como llegaron al Ecuador, por lo tanto es importante recordar la historia, de tal manera que sea valorada por los turistas que visitan al museo. A partir de su historia se empieza a conectar cada una de las actividades, tradiciones sin olvidarse de su baile tradicional “La Marimba” y sus instrumentos musicales, se propone la ambientación con música de la marimba (Anexo #12, Expectativas del visitante: pregunta #3)

- ✓ *Segundo Piso:* Al continuar con el siguiente piso se puede confirmar a simple vista, que se continúa con la Región de la Costa, además se considera importante la implementación de rótulos (Ilustración #9) que cumplan las expectativas del visitante

y de la imagen de la E.P.T.C.M.M.

Se empieza con el grupo del Cholo pescador, por lo tanto es necesaria la adecuación total de la exhibición, proporcionando mayor espacio al turista y proveer información actualizada al respecto de la actividad. Al igual que en la anterior exhibición se utiliza los recuerdos de la playa, el mar, el calor de esta manera se podrá trasladar al turista a esa región. Para poder transmitir energías positivas, se utilizará la herramienta de la ambientación que incluye sonido de mar, gaviotas, etc. y así se conectará al turista con la exhibición (Anexo #12).

Se continua con los Montubios, los temas más destacados para los turistas y con el cual se puede hacer un contacto es hablar del “Sombrero de paja toquilla”, su historia, la equivocación de llamarlo sombrero de Panamá, indicar su proceso de elaboración, ya que por medio de esto se empieza el proceso de valoración del producto ecuatoriano y de manera básica se puede hablar de otras actividades. Es importante recalcar que para poder transmitir el mensaje deseado se necesita contar con información actualizada, hacer que el recorrido sea ameno a fin de no aburrir al turista, implementación de fotos que transmitan más que las palabras, la señalización en lugares visibles que puedan ser observados fácilmente (Anexo #12).

La exhibición de los T'sachila, cuenta con varios bienes con los cuales se puede interpretar, inicialmente se puede hablar de la formación de la nueva provincia, de la tradición de pintarse el cabello con achiote y relacionarlo con la función que cumple en la comida ecuatoriana, además no hay que olvidar su actividad una de las más conocidas a nivel nacional. En esta parte se utiliza las herramientas de la exhibiciones lúdicas (imágenes, sonidos), cédulas explicativas con información actualizada en inglés y español (Ilustración # 5, 6), señalización visible (Ilustración #8) y rótulos (Ilustración #9).

✓ *Tercer nivel:* Al empezar con este piso, se debe reflejar el cambio

de Región mediante rótulos y la Exhibición, de tal manera que al preguntarse ¿Cuáles son los primeros recuerdos que vienen a la mente cuando se dice Sierra? La respuesta es: frío, ponchos, comida, actividad, en margen a estas respuestas se realizará el recorrido. Empezando por el cambio de tonalidad de color (tal ves color café), cambio en el sonido de la ambientación (música alegre), se mantendrá la rotulación (Ilustración # 9) y la señalización interpretativa (Ilustración # 8), la misma que debe encontrarse en cada piso para recordar las recomendaciones a los turistas. Como se indica en cada piso del museo la información actualizada, debe estar visible y hecha para todos los segmentos del turista.

Empezando con el recorrido de la Región de la Sierra, con el grupo de los Afro-ecuatorianos del Chota, se puede realizar una comparación de tradiciones entre los afro-esmeraldeños y los del chota, a su vez contando la historia, la música tradicional, los instrumentos musicales; así se comprueba que tanto esta llegando la información y si el turista no logra recordar, se procederá a cambiar la metodología. En el caso que el recorrido sea autoguiado una vez más se habla de las exhibiciones actualizadas y adecuadas a transmitir el mensaje que permita al turista mantenerlo activo y provoque curiosidad, las herramientas que pueden ayudar son las fotografías que contengan preguntas provocadoras (Ilustración # 6).

Se continúa con la Provincia de Imbabura con dos de los grupos más conocidos como son: la Mujer Zuleta y los Otavaleños, en las exhibiciones no se cuenta con mayor dificultad porque el turista nacional y extranjero lo conoce, su interés se inclina más hacia la vestimenta, sus actividades, tradiciones e idioma. Las herramientas que se pueden utilizar son las fotografías que contengan mensajes provocadores, maniquís actuales con cédulas explicativas de la vestimenta y algunos significados como por ejemplo: el collar de la Mujer Otavaleña, además se debe buscar la manera de conectar

la exhibición con sus recuerdos y se puede hablar de la chicha de la Sierra. Al buscar en sus recuerdos y compartir experiencias se puede hacer interactuar más con la exhibición, de tal manera que no vean una lugar con objetos, sino que puedan ver la importancia de cada detalle de su vestimenta, sus artesanías, etc.

- ✓ *Cuarto nivel.*- El cuarto piso es uno de los más amplios y menos adecuados en el museo, inicialmente la implementación de los rótulos indicando la Provincia de Pichincha, al no contar con una exhibición se puede realizar gigantografías similares al bosquejo #2, con mensajes provocativos que puedan conectar al público emocionalmente con la temática tratada en este piso, la cual se basa exclusivamente las tradiciones como son: la figuras de masa pan, velas policromadas de la ronda utilizada en las iglesias, juegos palo encebado, toros de pueblo y bandas. Es importante indicar que a más de utilizar las cédulas explicativas, se puede utilizar videos referentes a los temas anteriormente indicados, ya que este piso cuenta con la facilidad de un plasma, el mismo que fue adecuado para indicar de manera visual las actividades y por medio de esto el turista se desconectará por unos segundos del recorrido, para posteriormente conectarlo nuevamente a la metodología utilizada.
- ✓ *Quinto nivel.*- Las temáticas manejadas en la Provincia de Cotopaxi y Tungurahua son muy similares, ya que se centran en las actividades de cada una. Un tema que se puede ampliar es el danzante de “Corpus Cristi”, es importante indicar que el maniquí se encuentra en mejores condiciones que los otros expuestos en el museo. En cuanto a las herramientas utilizadas para la interpretación son muy similares a las recomendadas en los anteriores pisos, a diferencia que se considera que las fotografías del Volcán Cotopaxi y Tungurahua debería ser a color, actualizadas y con información básica (nombre del volcán, altura), al igual que se recalca que las exposiciones deben ser lúdicas (Anexo #12).

- ✓ *Sexto nivel.-* Consecuentemente se baja a la Provincia de Chimborazo, en el cual es necesario cambiar toda la exhibición, empezando con la fotografía del Chimborazo, que al igual que en Cotopaxi y Tungurahua, se debe colocar la información básica como: nombre, altura y significado. Posteriormente se hablará de las diferentes comunidades y su vestimenta, al igual de los instrumentos utilizados en el pasado, haciendo referencia con el presente.

Se ubica en una parte de una cocina indígena con la cual se puede manejar varias herramientas, utilizando los recuerdos de la niñez para el turista nacional y para el extranjero la experiencia de la comida ecuatoriana.

En la provincia de Bolívar, es importante la actualización de información y fotografías de calidad. La temática ideal son las actividades utilizadas en el pasado, relacionándolas con las actuales y recalando las nuevas leyes para crear valores como es la prohibición de la pólvora.

- ✓ *Séptimo piso.-* Aquí culmina la Región de la Sierra con los tres últimos grupos: Cañarí, Chola Cuencana y Saraguro.

Se requiere implementar exhibiciones lúdicas que permitan brindar una adecuada información, cédulas explicativas actualizadas con preguntas que inviten a la reflexión. En cuanto a la temática de cada grupo se destaca lo siguiente: El grupo Cañarí debe priorizar la temática de sus actividades, historia, idioma y Ruinas de Inga pirca con su significado e importancia en la cosmovisión indígena y por medio de está se puede traer a recalcar la importancia de la Mitad del Mundo. En la exhibición de la Chola Cuencana, la temática a tratar es la vestimenta, actividad e importancia de Cuenca. En el grupo de los Saraguro, su temática es similar a la de la Chola cuencana, pero en la exhibición se dará mayor prioridad a la vestimenta, actividades y su historia. Una vez determinada la temática de cada lugar, se plantea la utilización de cédulas explicativas similares al bosquejo #2, la cual permitirá al turista

reflexionar acerca de la Región de la Sierra.

Para poder crear experiencias positivas durante todo el recorrido se debe considerar lo siguiente: la interpretación de los temas anteriormente indicados debe ser amena, tratar de buscar temas que puedan ser de interés para motivar al turista a compartir sus experiencias y en todo momento se debe tratar de cumplir los objetivos planteados inicialmente.

- ✓ *Octavo piso.-* Al empezar el piso del Oriente, se pretende desde el inicio causar una sensación que permita trasladar al turista a la región, a través de las siguientes adecuaciones: implementación de exhibiciones lúdicas como selva, iluminación más baja que los anteriores pisos, ambientación con sonidos de la selva que puedan transmitir tranquilidad (Anexo #12). Se pretende que el turista al ver esta exhibición, su primer pensamiento sea “Amazonía”. Otras de las herramientas a utilizarse son las cédulas explicativas con información actualizada y preguntas que provoquen curiosidad, no es tarea difícil porque el Oriente es una de las regiones más atractivas para el turista. En el octavo piso se pretende hablar acerca de las costumbres, tradiciones, vestimenta y actividades de los grupos indígenas de la amazonia, además se debe mencionar los impactos por las petroleras y madereras; así como también las acciones realizadas actualmente para proteger la flora y la fauna del lugar. Como se menciono anteriormente al ser el Oriente muy atractivas para el turista, no se debe descuidar los aspectos de interpretación como son hacer el recorrido ameno, permitir que el turista comparta experiencias y comentarios, ser abierto al dialogo, de esta manera se asegura la experiencia positiva.

- ✓ *Noveno piso.-* Al ser el último piso juega uno de los papeles más importantes porque aquí concluye la visita y hay que considerar que el recorrido con un guía demanda bastante tiempo; por tal motivo el piso debe ser más ameno que los otros pisos.

Las exhibiciones cambian ya que si en el anterior piso se contaba con la selva, en este piso se podrá apreciar el tipo de vivienda, los

artefactos más comunes que se encuentran dentro de ella, tradiciones (t´zanza, chicha de yuca, etc.) y actividades. Por medio de los recorridos se pretende hacer reflexionar, valorizar la amazonia y sus tradiciones. Al culminar la visita se agradece por haber visitado el Museo Etnográfico y recorrido las regiones del Ecuador, recordando que valoremos lo nuestro e indicar que si desean información y fotografías pueden dejar sus correos electrónicos para enviarles.

4.7.2. Plan de interpretación para niños

Actualmente, el Museo Etnográfico cuenta con un nuevo segmento que se está incrementando en los últimos años como son los niños, quienes en temporada de clases visitan el museo por fines educativos, razón por la cual se considera realmente importante contar con un plan de interpretación para niños. A continuación se plantea una propuesta del plan de interpretación destinada a niños, la base de la propuesta se la hizo por medio de los resultados obtenidos en el focus groups realizado a los niños.

Tabla 14: Resumen del Plan Interpretativo para niños

TEMA	Costumbres y tradiciones de los Grupos indígenas e Historia de la Mitad del Mundo
DESTINATARIO	Este plan esta destinado para niños que buscan esparcimiento, disfrute y aprendizaje.
OBJETIVOS	✓ Ayudar al turista a tener un mayor entendimiento del lugar y su importancia, a través de experiencias enriquecedoras con el fin de inculcar respeto. ✓ Promover al Museo para que establezca un mensaje claro por medio de la interpretación y de está manera poder transmitir al público y mejorar la imagen del Museo. ✓ Obtener beneficios económicos al brindar servicios de calidad, de acuerdo a las exigencias actuales de los niños.
METAS	✓ Lograr que el 80% de los niños puedan valorar las costumbres y tradiciones de los grupos indígenas.

		✓ Incrementar el disfrute del visitante por medio de la interpretación.
MENSAJE		Costumbres y tradiciones para el futuro.
MATERIALES DE INTERPRETACION		Señalización y rótulos interpretativos. Exhibiciones actualizadas y lúdicas. Folletos. Implementación de sonidos. Videos.
MEDIOS Y SERVICIOS	Y	En cuanto a Instituciones Educativas se refiere, el recorrido es de manera diferente existen dos opciones: la primera es que previamente hayan hecho la reservación y la segunda que lleguen de imprevisto. Una de las recomendaciones es que se de información a las instituciones para que realizar una reservación previa antes de la visita, para poder atender mejor a las niños. Inicialmente el recorrido empieza en el museo, a la hora acordada por las instituciones educativas y el recorrido esta planificado de la siguiente manera: <u>Planta baja:</u> Información general del Ecuador con datos actualizados, exhibiciones lúdicas. El recorrido no se centra en dar solo información sino se pretende que el niño participe de la exposición y se sienta parte del museo, ya que en la planta baja se pretende que el niño entienda la distribución del museo. En la planta baja se ubica una maqueta de toda la Ciudad Mitad del Mundo, la misma que se usará para dar la información que habitualmente se le da al turista adulto en el mirador, por cuestiones de seguridad al niño se da la explicación en la maqueta. Además al ser la planta baja un espacio amplio se plantea modificar lo que actualmente se conoce como “El cubículo”, haciendo un área para niños y adultos, en la cual se planteara como juegos que nos ayuden a reconocer, si se entendió el mensaje como por ejemplo: un rompecabezas grande con las provincias, preguntas de verdadero y falso, entre otras. Además que se recuerda que dentro de las respuestas obtenidas en el focus groups, se menciona que necesitan cosas para tocar y en está sala multiusos se plantea colocar cosas que puedan ser manipuladas fácilmente por los niños. <u>Mirador:</u> Depende de la edad de los niños, no se puede mostrar la vista panorámica por cuestiones de seguridad. Está información será cubierta en

la planta baja en la maqueta de la Mitad del Mundo para lo cual se necesita hacerla más lúdica e interactiva. Aquí se aprovecha para dar recomendaciones y sugerencias para el recorrido. Hay que tener en cuenta el tiempo que tienen para la visita, este dato es proporcionado por la persona a cargo de la institución educativa.

Pisos del Museo: Antes de iniciar con el recorrido el guía debe saber la temática que se ha manejando en clases para poder reforzar la información con la visita en el museo y planear de ante mano el plan de interpretación. Es mejor reforzar un tema y no dar de todo un poco, ya que hay que recordar que los niños no mantienen la atención por tanto tiempo, además el recorrido debe ser ameno y no hacer parecer a un salón de clases sino que interactúen con la exhibición. Los temas a tratar en los pisos son: las costumbres, vestimenta, tradiciones del legado cultural, entre otras; y las herramientas a utilizar son: las exhibiciones, los rótulos, señalización interpretativa y cédulas explicativas

- ✓ *Primer piso:* Al contar con exhibiciones lúdicas permitirá que el niño pueda reconocer en que Región del Ecuador se inicia el recorrido y lo identifica inicialmente con la ayuda de rótulos (Ilustración #9), exhibición lúdica, ambientación (sonido de mar), coloración de paredes (amarillo), fotografías, etc. (Focus groups).

Se empieza con la Región de la Costa con el Grupo Chachi, el piso alberga una exposición en la cual se considera de mayor relevancia explicar a los visitantes las actividades, vestimenta e idioma, al no contar con varios bienes museográficos que permitan realizar mejor la explicación, se utilizara fotografías, hará preguntas que produzcan curiosidad; además de buscar un tema atractivo para que los haga reflexionar como por ejemplo: ¿Sabían que las canoas las hacían con un árbol? ¿Se imaginan como lo hacían? Posteriormente se encuentra los Afro-ecuatorianos de Esmeraldas, uno de los hechos que mayor impacto tuvo en el grupo fue como llegaron al Ecuador, por lo tanto es importante recordar la historia, de tal manera que sea valorada por los niños que visitan al museo. A partir de su historia se empieza a conectar

cada una de las actividades, tradiciones, buscar algo que les atraiga a los niños como es la música, se puede hacer conexiones con los instrumentos actuales y los que utilizaban los afro-ecuatorianos como por ejemplo: ¿Sabían que la Marimba es para ellos como un piano para nosotros?

- ✓ *Segundo Piso:* Al continuar con el siguiente piso se puede confirmar a simple vista, que se continúa con la Región de la Costa, además que los rótulos confirmarán la información.

Se empieza con el grupo del Cholo Pescador, en el cual es necesaria la adecuación total de la exhibición, proporcionando mayor espacio al turista y mayor información al respecto de la actividad de la pesca. Similar a la de un adulto, con un niño se deben conectar emocionalmente a la exhibición utilizando los recuerdos de la playa, el mar, el calor para lograr trasladar al turista a esa región. Para poder transmitir energías positivas, se utilizará la herramienta de la ambientación que incluye sonido de mar, gaviotas, etc. y así se conectará al turista con la exhibición.

Se continua con los Montubios, los temas más destacados para los turistas y con el cual se puede hacer un contacto es hablar del “Sombrero de paja toquilla”, su proceso de elaboración. ¿Conocen el proceso de la elaboración del sombrero de paja toquilla?, la pregunta propiciará a que intervengan en la exposición y así valoren el producto ecuatoriano. Otro tema de importancia en el grupo es: ¿Saben lo que es una montura? Y posteriormente explicar el tema, traduciéndolo en un lenguaje simple.

La exhibición de los T'sachila, cuenta con varios bienes con los cuales se puede interpretar, inicialmente se puede hablar de la formación de la nueva provincia. ¿Cuáles son las provincias nuevas? ¿Saben con qué se pintan el cabello los T'sachila?, ¿En que utilizan el achiote sus mamis?, etc. son temas con los que se puede realizar una interpretación adecuada; además no hay que olvidar su actividad una de las más conocidas a nivel nacional. Es importante recalcar que en todos los recorridos deben ser amenos

y participativos. Las herramientas con las cuales se puede usar en la interacción son las exhibición, cédulas explicativas (Ilustración #6), sonido de ambientación, entre otras.

- ✓ *Tercer nivel:* Al empezar con el tercer piso, se debe reflejar el cambio de Región y al preguntarse ¿Cuáles son los primeros recuerdos que vienen a la mente cuando se dice Sierra? La respuesta es: frio, ponchos, comida, pescados, en margen a estas respuestas se realizará el recorrido, ya que si no se tiene un tema propuesto por la profesora a cargo, los temas anteriormente indicados se convierten en una pauta a seguir para empezar con el recorrido, escogiendo temas de interés de los niños. Empezando por el cambio de tonalidad de color (tal ves color café), cambio en el sonido de la ambientación (música alegre), se mantendrá la rotulación y la señalización interpretativa, la misma que debe encontrarse en cada piso para recordar las recomendaciones. Como se indica en cada piso del museo la información debe estar visible, actualizada y con términos sencillos fácilmente comprensibles para los niños.

Empezando con el recorrido de la Región de la Sierra, con el grupo de los Afro-ecuatorianos del Chota, se puede realizar una comparación entre los instrumentos musicales (focus groups) de los afro-esmeraldeños y los del chota. Indicando como se realizan las casas y con que materiales, a partir de esto van a surgir muchas preguntas y la oportunidad para conectar con la región de la sierra. En el caso que el recorrido sea auto-guiado una vez más se habla de las exhibiciones actualizadas y adecuadas a transmitir el mensaje que permita al turista mantenerlo activo y provoque curiosidad.

Se continúa con la Provincia de Imbabura con dos de los grupos más conocidos como son: la Mujer Zuleta y los Otavaleños, en el segmento de los niños pasa lo contrario a los adultos, ya que los niños son más observadores pero muchos no recuerdan a que provincia o nombre pertenece al grupo, de tal manera al ser uno de los grupos más fáciles de ubicar se puede hacer una conexión con

los locales comerciales que se encuentran fuera del monumento, ya que la mayoría son Otavaleños. La mayoría de ecuatorianos conocen ciertas palabras en quichua, es el momento propicio para indicar cuales son esas palabras y hacer más amena la visita. Las herramientas que se pueden utilizar en este aspecto son las fotografías que contengan mensajes provocadores, maniqués actuales con cédulas explicativas de la vestimenta y algunos significados como por ejemplo: el collar de la mujer Otavaleños y para conectarlos con sus recuerdos se puede traer a colación la chicha de la Sierra de esta manera se puede transmitir esa apreciación por la vestimenta, sus artesanías, etc.

- ✓ *Cuarto nivel.*- En este espacio puede ser uno de los más amplios y menos adecuados en el museo, inicialmente la implementación de los rótulos indicando la Provincia de Pichincha, al no contar con una exhibición se puede realizar gigantografías similares al bosquejo #2, con mensajes provocativos que puedan conectar al niño emocionalmente como por ejemplo: Colada morada, guagua de pan, el palo encebado, toros de pueblo y bandas. Se considera que la sala al ser amplia puede adecuarse algunos juegos interpretativos que puedan ser tocados como por ejemplo: Verdadero o Falso y también se cuenta con videos representando los temas anteriormente mencionados para que la visita en el piso sea más visual y de esta manera por unos segundos el niño se desconectará del recorrido, para posteriormente conectarlo nuevamente a la metodología utilizada.
- ✓ *Quinto nivel.*- Las temáticas que causa más impresión en los niños son las mascararas de tigua en la Provincia de Cotopaxi. Se podría hacer referencia a las utilizadas en fin de año y ver la importancia de cada una de estas tradiciones. En la Provincia de Tungurahua, se hace realce con los niños en las actividades e instrumentos utilizados; además de hablar del tema del danzante de “Corpus Cristi”. En cuanto a las herramientas utilizadas para la interpretación son muy similares a las recomendadas en los

anteriores pisos, a diferencia que se considera que las fotografías del Volcán Cotopaxi y Tungurahua debería ser a color, actualizadas y con información básica (nombre del volcán, altura) y cambiar las exposiciones por lúdicas.

- ✓ *Sexto nivel.-* Consecuentemente se baja a la Provincia de Chimborazo, en el cual es necesario cambiar toda la exhibición, empezando con la fotografía del Chimborazo, que al igual que en Cotopaxi se debe colocar la información básica como: nombre, altura y significado. Posteriormente se hablará de las diferentes comunidades y su vestimenta, al igual de los instrumentos utilizados en el pasado, haciendo referencia con el presente.

Se ubica en una parte de una cocina indígena con la cual se puede manejar varias herramientas, como: relacionar las cocinas de antes con Fogón y las actuales, recordar la comida que hasta la actualidad aún realizan las mamis, etc.

En la Provincia de Bolívar, es importante la actualización de información y fotografías de calidad. La temática ideal son las actividades utilizadas en el pasado, relacionándolas con las actuales y recalando las nuevas leyes para crear valores como es la prohibición de la pólvora.

- ✓ *Séptimo piso.-* En este piso se culmina la Región de la Sierra con los tres últimos grupos: Cañarí, Chola Cuencana y Saraguro.

En este piso se requiere implementar exhibiciones lúdicas que permitan brindar una adecuada información, cédulas explicativas actualizadas con preguntas que inviten a la reflexión. En cuanto a la temática de cada grupo se destaca lo siguiente: El grupo Cañarí debe priorizar la temática del idioma y Ruinas de Inga Pirca con su significado e importancia en la cosmovisión indígena y así poder recalcar la importancia de la Mitad del Mundo. En la exhibición de la Chola Cuencana, para introducirlos en el tema se puede recordar la canción de la Chola Cuencana, en la cual habla de la mayoría de objetos utilizados; además se habla de Cuenca y sus casas haciendo uso de las cédulas explicativa. En el grupo de los

Saraguro, su temática es similar a la de la Chola cuencana, en el piso se dará mayor prioridad a la vestimenta, actividades como por ejemplo: ¿A qué se parece el sombrero?, entonces ¿Cuál creen que es su actividad?, provocar que ellos busquen la información, a partir de lo que ven en la exhibición.

Una vez determinada la temática de cada lugar, se plantea la utilización de cédulas explicativas similares al bosquejo #2, la cual permitirá al turista reflexionar acerca de la Región de la Sierra.

Para poder crear experiencias positivas durante todo el recorrido se debe considerar lo siguiente: la interpretación de los temas anteriormente indicados debe ser amena, tratar de buscar temas que puedan ser de interés para motivar a niño a compartir sus experiencias y en todo momento se debe tratar de cumplir los objetivos planteados inicialmente.

- ✓ *Octavo piso.-* Al empezar el piso del Oriente, se pretende desde el inicio causar una sensación que permita trasladar al turista a la siguiente región, lo cual se conseguirá a través de las siguientes adecuaciones: implementación de exhibiciones lúdicas como selva, iluminación más baja que los anteriores pisos, ambientación con sonidos de la selva que puedan transmitir tranquilidad. Se pretende que cuando miren la exhibición, su primer pensamiento sea “Amazonía”. Otras de las herramientas a utilizarse son las cédulas explicativas con la información y preguntas que provoquen curiosidad, no es tarea difícil ya que el Oriente es una de las regiones más atractivas para el turista. En el octavo piso, se iniciará con una pregunta provocadora ¿Saben ustedes quienes son los guerreros de la selva? Y posterior a la pregunta se hablará de los grupos indígenas, sus costumbres, tradiciones recalcándolos como los protectores de la flora y fauna, buscando que los niños valoren la flora y fauna, para que el mensaje deseado sea transmitido posteriormente. Como se menciono anteriormente al ser la Amazonia una de las regiones más atractivas, no se debe descuidar los aspectos de interpretación como son hacer el

recorrido ameno, permitir que el niños comparta experiencias y comentarios, ser abiertos a que conversen, asegurando la experiencia positiva.

- ✓ *Noveno piso.-* Al ser el último piso juega uno de los papeles más importantes hay que considerar que los niños estarán más inquietos y cansados; por está razón la explicación en el piso debe ser más ameno que los otros pisos.

Las exhibiciones cambian ya que si en el anterior se contaba con la selva, y en el último piso se apreciará el tipo de vivienda, los artefactos más comunes que se encuentran dentro de ella, tradiciones (t'zanza, chicha de yuca, etc.) y actividades, aquí aun se hace relación a lo actual. La pregunta provocadora es: ¿Ustedes han tomado la chicha de yuca? ¿Saben como lo hacen y el significado que tiene?

Al culminar la visita se agradece por haber visitado el Museo Etnográfico, haciendo un compromiso con los niños para que valoremos lo nuestro y recalcarles que ahora ellos son los mensajeros para transmitir a su familia lo aprendido.

Como recomendación se plantea buscar un espacio en el Ciudad Mitad del Mundo, para realizar una sala de usos múltiples en la cual se permita realizar charlas, cursos y talleres sobre las temáticas vinculadas con Grupos Indígenas y Mitad del Mundo.

Cuando se inició la investigación se tenía claro dos puntos: en primer lugar la investigación tenía como reto el determinar el perfil de los turistas, los grupos en los cuales están segmentados, determinar la situación actual del museo, conocer las visiones de actores claves como también de turistas y en segundo lugar utilizar como base los resultados de la primera investigación para proponer estrategias y planes de interpretación con el fin de mejorar las experiencias de los turistas.

Si los planes de interpretación propuestos se aplicarán en el museo, inicialmente contribuirían a que el museo inicie un proceso de identificación mediante la creación de la misión, visión y objetivos claros; y a partir de esto encaminarse a cumplir con las responsabilidades que le atribuyen como tal. Además sería el inicio del cambio de la visión tradicionalista con la cual

se ha mantenido por varios años para convertirse en un museo generador de experiencias positivas y educativas. Con la presente propuesta el museo debe ser capaz de crear experiencias memorables, significativas y contextualizadas; ya que por medio de estas vivencias los públicos puedan crear procesos de aprendizaje para que el patrimonio sea valorado.

5. CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ✓ Por medio de la línea base se pudo determinar que el museo actualmente no cuenta con una misión, visión y objetivos claros, lo cual está produciendo que exista confusión en las estrategias que implementa cada año, este dato fue proporcionado por las entrevistas realizadas a los actores claves.
- ✓ Los museos tienen dos responsabilidades las cuales se encuentran expresadas en su misión como es: preservar la integridad del objeto como elemento de nuestro patrimonio y la de contribuir a la educación de la sociedad; pero en el caso del Museo Etnográfico se ve reflejada en la línea base que no las cumple, ya que las exposiciones se encuentran sin mantenimiento por varios años y hasta el momento no se han hecho programas destinados a la educación.
- ✓ Por medio de las entrevistas a los actores se puede concluir que todos concuerdan que el Museo Etnográfico necesita realizar cambios en cuanto a la exposición, temática, información y señalización, para que esta pueda satisfacer las necesidades de las demandas actuales de los turistas. Además, se puede apreciar que existe cierta confusión en cuanto al mensaje final, ya que las entrevistas reflejaron que los diferentes actores perciben diferentes mensajes siendo que se está presentando un mismo producto y concuerdan en que el museo debería manejar el mensaje tomando en cuenta temas como: Ecuador, Mitad del Mundo, Cultura.
- ✓ En cuanto a las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros, el 37% de los encuestados consideran que la información debería ser actualizada cada año y el 77% cree que la información debería ser mejorada en el museo; a esto se añade las exhibiciones caducas con las que cuenta el Museo Etnográfico, además de la colocación de objetos de diferentes grupos para rellenar el espacio, produciendo malas experiencias y confusiones por la mala información.
- ✓ El Museo Etnográfico no cuenta con un estudio del público que lo visita, de tal manera que las pocas acciones que han realizado desde su creación hasta la actualidad, ha sido en base a una visión de un público masivo sin características diferenciadoras.

- ✓ En los últimos años no se han realizado encuestas que ayuden a determinar las actuales exigencias de los turistas, la única herramienta con la que cuenta el museo es un registro de comentarios diario, en el cual los turistas ponen sus experiencias buenas o malas, pero los comentarios únicamente son registrados y archivados sin que se tomen las debidas medidas.
- ✓ Por medio de las encuestas se determinó que el Museo Etnográfico cuenta con tres segmentos bien diferenciados: turistas nacionales, extranjeros y niños. Es importante indicar que de acuerdo a la tabulación se obtuvieron resultados del 57% de los turistas que ingresaron al museo no conocían su temática, lo mismo que produjo desde el inicio un sentimiento de decepción.
- ✓ La actualización de las exhibiciones e información es una de las prioridades que se debería considerar, ya que como se determino en las encuestas realizadas, la mayoría de turistas optan por no solicitar el servicio de Guianza. Por lo tanto, el museo debe proveer la misma información por medio de las herramientas como son: la señalización interpretativa, cédulas explicativas, exhibiciones lúdicas, las cuales sean capaces de transmitir el mensaje deseado.
- ✓ Por medio de la investigación se determinó que el museo es un lugar excluyente y no es accesible para todos turistas, ya que no cuenta con las instalaciones necesarias para discapacitados, como es el caso de las personas silla de ruedas; ya que el recorrido consiste en subir por el ascensor y bajar por las gradas.
- ✓ Una de las mayores problemáticas que tiene el museo es la visión tradicionalista por parte de persona a cargo del museo, ya que por esta razón no se han implementado programas de interpretación y museología y como consecuencia se empieza a ver que el museo es superados por otros.
- ✓ No existe la adecuada promoción del museo, ya que el área de marketing enfoca sus acciones hacia las programaciones artísticas las cuales únicamente se ofrecen los fines de semana, desvalorizando completamente al Museo Etnográfico. Es importante mencionar que del total de turistas que ingresan a la Ciudad Mitad del Mundo únicamente el 30% ingresa al Museo.

5.2.Recomendaciones

- ✓ Es importante que se determiné la misión, visión y objetivos en el museo, para que las actividades a realizarse se hagan entorno las finalidades del museo.
- ✓ Se considera que las acciones y actividades propuestas anualmente por medio del POA, deberían contener las dos responsabilidades: la preservación de los bienes que debe ser realizada en un determinado tiempo y la parte educativa la cual se la realiza por medio de programas educativos, destinado para los diferentes segmentos del museo.
- ✓ Realizar estudios de público con el fin de determinar los actuales segmentos y crear estrategias para atraer a los potenciales turistas. Estos estudios permitirán conocer si existe un incremento en el turista o una disminución y permita tomar las medidas necesarias.
- ✓ Es recomendable realizar estudios de mercado frecuentemente del Museo Etnográfico, los actuales ayudarán a determinar las actuales exigencias y recomendaciones; además de conocer la situación actual del museo de acuerdo a la percepción de los turistas. Adicional a esto se puede realizar un registro eficiente de los comentarios diarios dejados por el turista, hacer un reporte y tomar las medidas correspondientes.
- ✓ Realizar actividades educativas para los actuales segmentos de turistas del Museo Etnográfico, a fin de estimular su fidelidad con el atractivo. Es importante mencionar que los planes puede ser modificados eso dependerá de las exigencias actuales de los turistas y de los objetivos del museo.
- ✓ Muchos turistas ingresan al museo por confusión ya que solo querían ir al mirador o pensaban que es otro museo, razón por la cual es necesario realizar medidas para difundir el atractivo y la temática, con el fin de que el 57% de turista que no conocían la temática del museo disminuya y se evite sentimientos de engaño.
- ✓ Capacitación a la administración del museo, con el fin de cambiar la visión tradicionalista, lo cual permitirá que se elaboren actuales proyectos y programas enfocados en la interpretación y basados en la exigencias de los turistas.
- ✓ Adecuar al Museo Etnográfico para que se convierta en un lugar de inclusión social, con el fin de realizar acciones para obtener nuevos segmentos como son los discapacitados, realizando planes de interpretación destinados a este segmento.

- ✓ Realizar estudios de mercado encaminados a turistas potenciales y establecer la base para realizar programas de interpretación para nuevos segmentos, además de proponer actividades educativas y didácticas, con el fin de incrementar la cifra del 30% de turistas actuales que ingresan al Museo Etnográfico.
- ✓ Es importante recordar que antes de la realización de un plan de interpretación es necesario contar con una planificación previa que permita definir los objetivos, los mensajes a difundir, los actores, las actividades y requerimientos de los turistas; es recomendable realizar todo el proceso de: planificación, diseño, instalación, servicios interpretativos y evaluación.
- ✓ En cuanto al mensaje a difundir hay que tener en cuenta que este no se lo propone por medio de los requerimientos que realiza el plan de interpretación; sino este parte de los intereses de los recursos, del público y la administración. De acuerdo a las encuestas, entrevistas se determinó que en el mensaje debe estar inmerso dos temas: Mitad del Mundo y Grupos Indígenas.
- ✓ Hay que tener en cuenta que los servicios interpretativos que se encuentran en los planes de interpretación no son estáticos, deben ser actualizados y modificados de acuerdo a las exigencias de los turistas, considerando que se está en un mundo cambiante.
- ✓ Así como se propuso determinar los objetivos claros del museo, el plan de interpretación también cuenta con objetivos que deben ser claros y medibles, a fin de poder realizarlos y cumplirlos; además de que por medio de estos el museo contara con las bases para realizar las actividades pertinentes.
- ✓ Realizar reuniones con área de Marketing, quienes son los encargados de difundir el producto, planes de interpretación, actividades con el fin de posicionar nuevamente al Museo Etnográfico como uno de los principales productos de la Mitad del Mundo.

6. BIBLIOGRAFIA:

- ✓ Aldaz, Raquel. Comunicación personal. Analista Museística de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”. Quito, 10 enero 2012.
- ✓ Aldaz, Raquel. Comunicación personal. Analista Museística de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”. Quito, 29 mayo 2012.
- ✓ Aldaz, Raquel. Entrevista. Analista Museística de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”. Quito, 13 de agosto 2012.
- ✓ Alderoqui, Silvia. La educación en los Museos: de los objetos a los visitantes. Buenos Aires, Paidós, 2011.
- ✓ Asociación para la Interpretación del Patrimonio. PDF: Recomendaciones para las Buenas Prácticas en Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural. España, 2006.
- ✓ Barreto, Margarita. Paradigmas Actuales de la Museología (2001). Revista Electrónica Naya. Internet. <http://museoivon.galeon.com/Paradigmas.pdf>. Acceso: 27 de mayo 2010.
- ✓ Bigné, Enrique. Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo. Madrid, Esic, 2000.
- ✓ Castellanos, Patricia. Archivo PDF: Los museos tradicionales, su público y el uso de las TIC: el caso del Observatorio Científico de la Ciudad Mediterránea. España, 1999.
- ✓ Crespo Toral Hernán, “Historia de la Medición de la Tierra”. Quito, 1986.
- ✓ Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”. Manual de Clasificación de Puestos. San Antonio de Pichincha, 2007.
- ✓ Fernández, Luis. Introducción a la Nueva Museología. Madrid, Alianza, 2003.
- ✓ Fernández, Luis. Museología y Museografía. España, Serbal, 2010.
- ✓ Gutiérrez, Andrés. Contextualización de la documentación en los museos. España, Trea SL, 2010.
- ✓ Ham, Sam. Department of Conservation Social Sciences, Universidad de Idaho, EE.UU.
- ✓ Hernández, Francisca. Evolución del concepto de museo. España, Trea SL, 2008.
- ✓ Hernández, Francisca. Planeamiento teórico de la museología. España, Trea SL, 2006.
- ✓ Hernández, Francisca. El Museo como espacio de comunicación. Gijón, Trea SL, 1998.
- ✓ ICOM, Consejo Internacional de Museos. Exposición Universal 2010. Internet: <http://icom.museum/L/1.html>. Acceso: 20 de enero 2012

- ✓ Jácome, Felipe. Tesis: Propuesta de la remodelación del Museo “Centro de Información del Parque Cotopaxi” orientado a la interpretación. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Departamento de Geografía, Quito, 2003.
- ✓ Jarrín, Mario. Tesis: Propuesta de incremento del flujo de visitas hacia la Ciudad Turística Mitad del Mundo. Escuela Politécnica Nacional, Escuela de Posgrado en Ciencias Administrativas y Economía, Quito, 2007.
- ✓ Linarez, Juan. El museo, la museología y la fuente de información museística. Venezuela. Internet: <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v17n4/aci05408.pdf>. Acceso: 3 de mayo 2012.
- ✓ Lord, Barry y Dexter, Gail. Manual de gestión de museos. España, Ariel, 2007.
- ✓ Morales, Jorge. La planificación interpretativa que asegura la excelencia en interpretación. España, 2005.
- ✓ Morales, Jorge y Francisco Guerra. Uso Público y Recepción en Espacios Naturales Protegidos “La atención a los visitantes reales y potenciales”. Sevilla, 1996.
- ✓ Morales, Jorge. Guía práctica para la interpretación del Patrimonio. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura. Difusión monografías, segunda edición, 2001.
- ✓ Pastor, Ma. Inmaculada. La experiencia educativa en el Museo. España, Ariel, 2009.
- ✓ Palma, Andrés. Seminario: Museos en un mundo cambiante, Museología y Públicos del Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales (Simmycc). 16 de mayo 2012.
- ✓ Perticará, Ángel. Una nueva propuesta para el desarrollo. Fundación Hábitat y Desarrollo. Internet: <http://www.turismosustentable.org/download.php?id=36>. Acceso: 27 de mayo 2010.
- ✓ Pontón, Ramiro. Entrevista. Gerente General de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”. Quito, 13 de agosto 2012.
- ✓ Romero, Patricio. El hombre Visionario. Quito, Editora Luz de América, 2006.
- ✓ Salas, Juan, Archivo. PDF: La interpretación en el Uso Público de los ENP, 2006.
- ✓ Silva, Gabriela. Entrevista. Jefe de Marketing de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”. Quito, 13 de agosto 2012.
- ✓ Valle, Alberto. La gestión del uso público en espacios protegidos (2001). Forestales. Internet: http://www.forestales.net/archivos/forestal/especial%20cantabria/cantabria_uso_publico.htm. Acceso: 15 de abril 2012.
- ✓ Varie-Bohan, Hugues. Los museos en el mundo. España, Salvat, 1979.

7. ANEXOS

7.1. Anexo 1: Ecuador Milagro Ecológico



Foto: Autor.

7.2. Anexo 2: Cédulas explicativas pequeñas

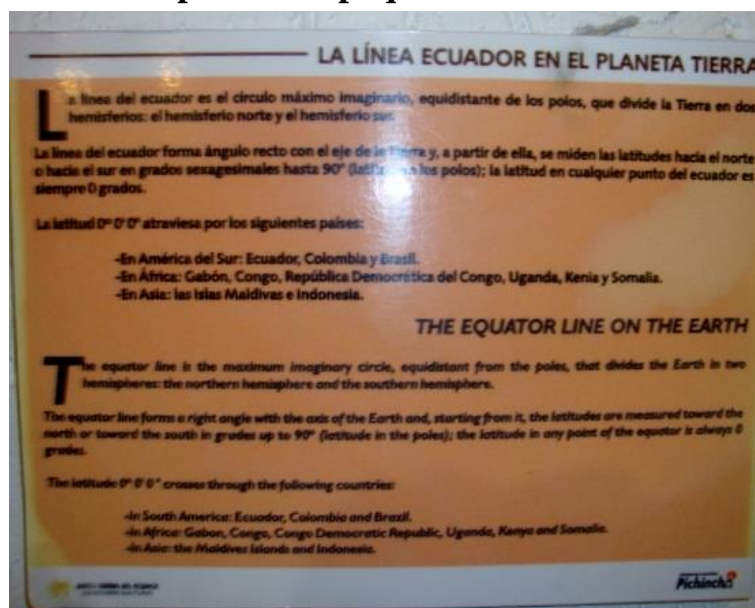


Foto: Autor.

7.3. Anexo 3: Cédula Explicativa grande



Foto: Autor.

7.4. Anexo 4: Exhibición de T'sachila



Foto: Autor.

7.5. Anexo 5: Exhibición de la Provincia de Pichincha



Foto: Autor.

7.6. Anexo 6: Exhibición de la Provincia de Azuay



Foto: Autor.

7.7. Anexo 7: Exhibición del Grupo Siona Secoya



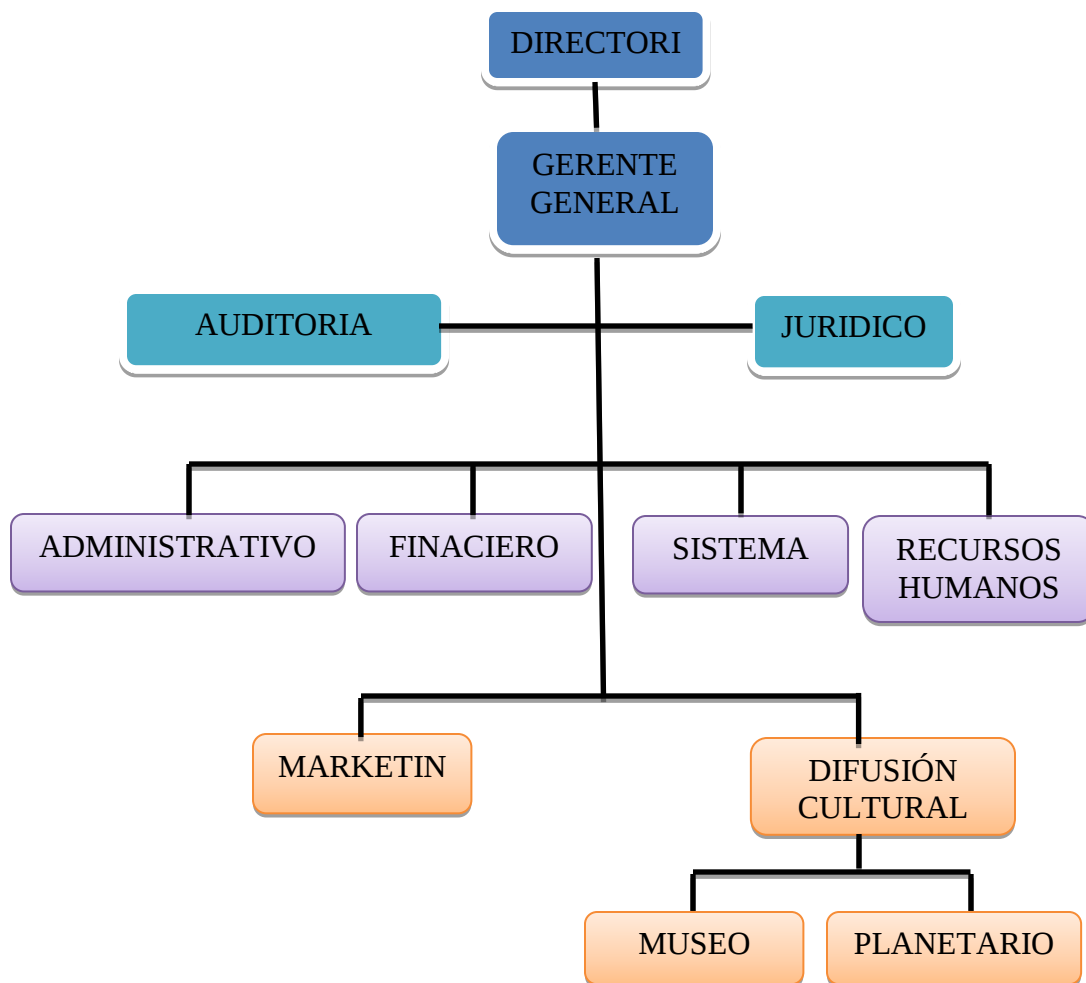
Foto: Autor.

7.8. Anexo 8: Exhibición de la Provincia de Cañar (Vestimenta perteneciente a otra provincia)



Foto: Autor.

7.9. Anexo 9: Organigrama de la Empresa Pública de Turismo “Ciudad Mitad del Mundo”



- Nivel Directivo Superior
- Nivel Apoyo
- Nivel Asesor
- Nivel Operativo

Fuente: E.P.T.C.M.M.

Elaboración: Autor

**7.10. Anexo 10: Estadísticas del Ingreso de turistas al Museo
Etnográfico 2011**

MES	TURISTAS	AÑO 2011
ENERO	EXT	5.242
	NAC	2.553
	NIÑOS	3.126
FEBRERO	EXT	3.323
	NAC	4.115
	NIÑOS	2.864
MARZO	EXT	3.724
	NAC	4.906
	NIÑOS	3.778
ABRIL	EXT	3.544
	NAC	4.289
	NIÑOS	2.546
MAYO	EXT	3.062
	NAC	3.319
	NIÑOS	3.495
JUNIO	EXT	2.825
	NAC	3.995
	NIÑOS	3.062
JULIO	EXT	4.272
	NAC	7.069
	NIÑOS	3.919
AGOSTO	EXT	3.106
	NAC	7.668
	NIÑOS	3.565
SEPTIEMBRE	EXT	2.097
	NAC	4.226
	NIÑOS	2.467
OCTUBRE	EXT	3.173
	NAC	4.291
	NIÑOS	2331
NOVIEMBRE	EXT	2.755
	NAC	57.733
	NIÑOS	2.264
DICIEMBRE	EXT	2.629
	NAC	5.405
	NIÑOS	2.190
	TOTAL	184928

7.11. Anexo 11: Formato de la Encuesta aplicadas a turistas

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Encuesta para determinar el perfil del turista y su nivel de satisfacción en la visita del Museo Etnográfico

Edad: _____
Nacionalidad: _____
Sexo: F o M
Instrucción: _____ Primaria _____ Bachiller _____ Universitario _____ Postgrado _____ Master
Ocupación: _____ Estudiante _____ Empleado _____ Empresario _____ Comerciante _____ Independiente

PREGUNTAS DEL ESPACIO DEL MUSEO (Marque con una "X" la respuesta seleccionada)

- ¿Qué le motivó a visitar el museo?
☐ Turismo
☐ Educativo
☐ Recreación
- ¿Sabía Usted que en el interior del monumento, existe un museo de grupos indígenas del Ecuador?
☐ Si ☐ No
 ¿Qué esperaba en el museo? _____

- ¿Por dónde inicio su recorrido?
☐ Planta baja
☐ Por el mirador
☐ Por las gradas directo al museo.
- ¿Usted visitó el museo con?
☐ Amigos
☐ Familia
☐ Agencia de Viaje
☐ Otros _____
- ¿Usted realizó su recorrido?
☐ Solo
☐ 2 a 5 personas
☐ 6 a 15 personas
☐ 16 o más personas
- ¿Durante el recorrido Usted se sintió cómodo con el espacio de cada exposición?
☐ Si ☐ No
 ¿Por qué? _____

- ¿Cómo califica las exposiciones del Museo? (Por favor marcar una "X" en cada Título)

Título 1	Título 2	Título 3	Título 4
☐ Excelente	☐ Actualizada	☐ Comprensible	☐ Interesante
☐ Buena	☐ Desactualizada	☐ Confuso	☐ Poco Interesante
☐ Mala		☐ Educativa	☐ Aburrido

¿Qué podría mejorarse? _____

PREGUNTAS DE LA INFORMACION Y SEÑALÉTICA (Marque con una "X" la respuesta seleccionada)

- ¿Cada cuánto cree usted que debería ser actualizada la información?
☐ Cada mes
☐ Cada 6 meses
☐ Cada año
☐ Cada dos años o más
- ¿La información de las cédulas explicativas estuvo acorde con la exposición?
☐ Si ☐ No
- ¿Cree Usted que es necesario mejorar la información que tiene el museo?
☐ Si ☐ No
 ¿Qué mejoraría? _____

¡Muchas Gracias por su amable colaboración!

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Encuesta para determinar el perfil del turista y su nivel de satisfacción en la visita del Museo Etnográfico

4. ¿Considera Usted que la información en las cédulas explicativas es? (Por favor marcar una "X" en cada Título)

Título 1	Título 2	Título 3
☐ Clara	☐ Mucha información	☐ Letras pequeñas
☐ Confusa	☐ Poca información	☐ Letras grandes
	☐ Información adecuada	☐ Tamaño adecuado de letras

¿Por qué? _____

5. Marque con una "X" la señalética que usted pudo observar en la visita (Puede marcar más de una opción).

- | | | |
|---|--|--|
| ☐ Precios | ☐ No tomar fotografías | ☐ Rótulos con nombres del grupo |
| ☐ No fumar | ☐ Cédulas explicativas grandes | ☐ No suba por las gradas |
| ☐ Extintores | ☐ Cédulas explicativas pequeñas | ☐ Solicite el servicio de Guianza |
| ☐ Por favor subir por el ascensor y bajar por las gradas | ☐ Entrada y Salida | |

6. ¿Durante el recorrido pudo diferenciar rótulos o nombres que le ayudaron a reconocer las regiones del Ecuador?

Sí ☐ No ☐

9. ¿Cree que el museo brinda un mensaje final al turista?

Sí ☐ No ☐

7. ¿Cree que hace falta más señalización?

Sí ☐ No ☐

¿Dónde? _____

10. Si su respuesta fue afirmativa. ¿Con qué tema se relaciona el mensaje?

☐ Mitad del Mundo

☐ Grupos Indígenas

☐ Cultura del Ecuador

☐ Otros _____

8. ¿Cuánto tiempo permaneció en el Museo?

☐ 5 a 15 minutos

☐ 15 a 30 minutos

☐ Más de 30 minutos

PREGUNTAS DE SUS EXPECTATIVAS EN LA VISITA

(Marque con una "X" la respuesta seleccionada)

1. ¿Su experiencia fue positiva?

Sí ☐ No ☐

¿Por qué? _____

2. ¿Qué información le gustaría en el mirador?

☐ Nombre de montañas y fotos

☐ Información y fotografías

☐ Información Mitad del Mundo

☐ Otra _____

3. ¿Le gustaría que la exposición contenga?

☐ Sonidos

☐ Olores

☐ Imágenes

☐ Cosas para tocar

☐ Señalización interpretativa

☐ Otros _____

4. ¿Usted volvería?

☐ Definitivamente si volvería

☐ Probablemente volvería

☐ Nunca volvería

¿Por qué? _____

5. ¿Qué le gustaría encontrar en su próxima visita?

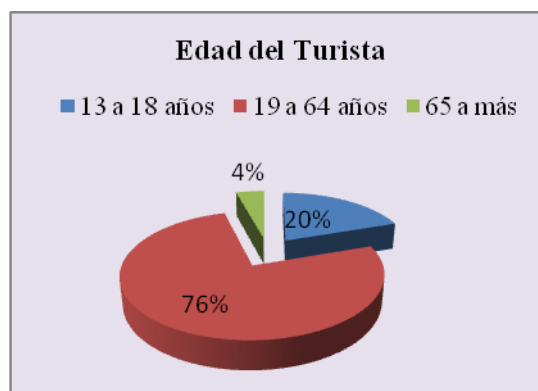
¡Muchas Gracias por su amable colaboración!

7.12. Anexo 12: Tabulación de las encuestas aplicadas en el Museo Etnográfico

PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL PERFIL DEL TURISTA

Pregunta # 1

Edad	# encuestas
13 a 18 años	79
19 a 64 años	304
65 a más	17
TOTAL	400



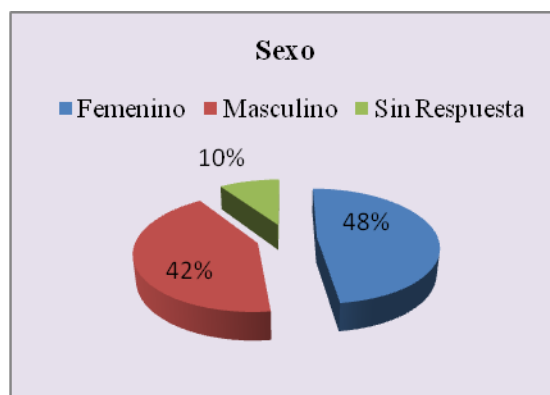
Pregunta # 2

Nacionalidad	# encuestas
Nacionales	261
Extranjeros	127
Sin Respuesta	12
TOTAL	400



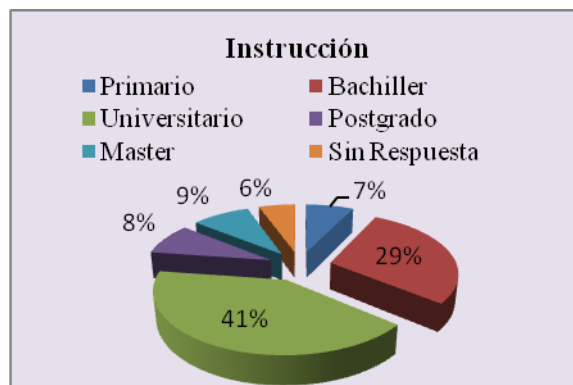
Pregunta # 3: Sexo

Sexo	# encuestas
Femenino	192
Masculino	170
Sin Respuesta	38
TOTAL	400



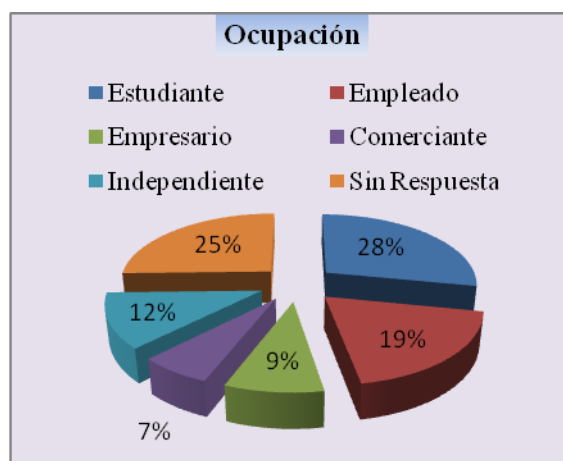
Pregunta # 4: Instrucción

Instrucción	# encuestas
Primario	29
Bachiller	115
Universitario	165
Postgrado	34
Master	35
Sin Respuesta	22
TOTAL	400



Pregunta # 4: Ocupación

Ocupación	# encuestas
Estudiante	113
Empleado	77
Empresario	35
Comerciante	26
Independiente	49
Sin Respuesta	102
TOTAL	402



PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL ESPACIO DEL MUSEO

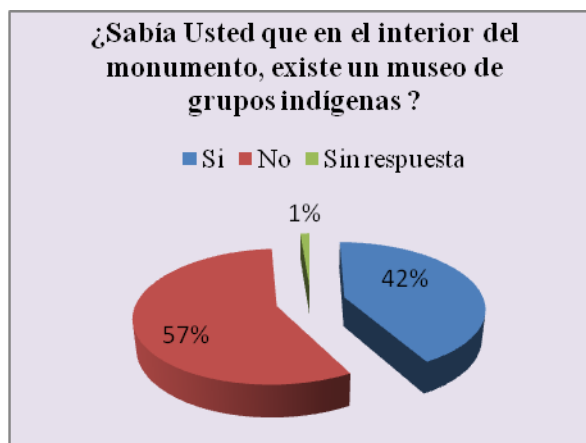
Pregunta #1: ¿Qué le motiva a visitar el museo?

	# Encuestas
Turismo	239
Educativo	107
Recreación	61
Sin respuesta	12
TOTAL	419



Pregunta #2: ¿Sabía Usted que en el interior del monumento, existe un museo de grupos indígenas?

	# Encuestas
Si	168
No	227
Sin respuesta	5
TOTAL	400



Pregunta #3: ¿Por donde inicio su recorrido?

	# Encuestas
Planta baja	102
Por el mirador	255
Por las gradas directo al museo	40
Sin respuesta	3
TOTAL	400



Pregunta #4: ¿Usted visito el museo con?

	# Encuestas
Amigos	158
Familia	191
Agencia de Viajes	6
Otros	46
Sin respuesta	1
TOTAL	402



Pregunta #5: ¿Usted realizo su recorrido?

	# Encuestas
Solo	22
2 a 5 personas	269
6 a 15 personas	55
16 o más	52
Sin respuesta	2
TOTAL	400



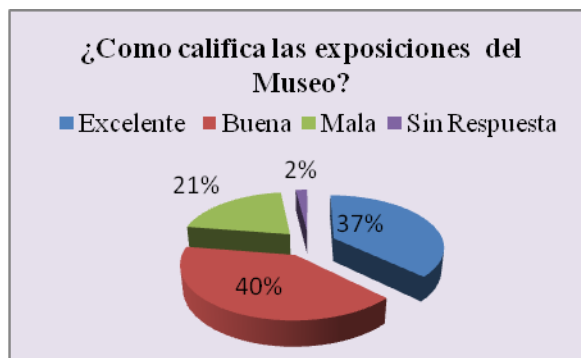
Pregunta #6: ¿Durante el recorrido usted se sintió cómodo con el espacio de cada exposición?

	# Encuestas
Si	311
No	89
TOTAL	400

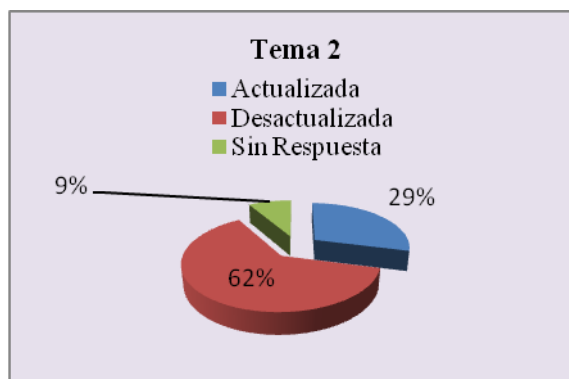


Pregunta #7: ¿Como califica las exposiciones del Museo?

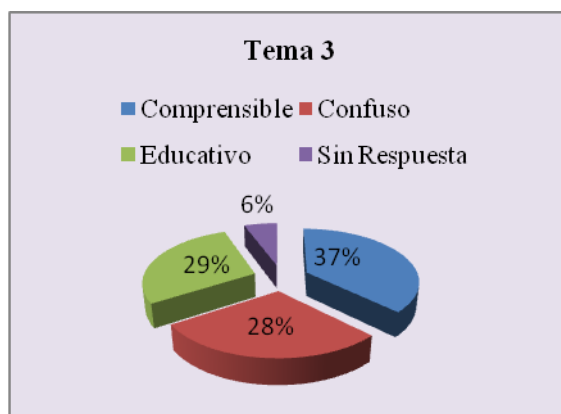
Tema 1	# encuestas
Excelente	149
Buena	161
Mala	82
Sin Respuesta	8
TOTAL	400



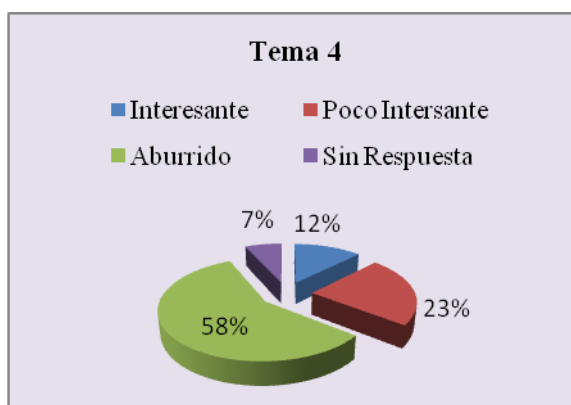
Tema 2	# encuestas
Actualizada	116
Desactualizada	250
Sin Respuesta	34
TOTAL	400



Tema 3	# encuestas
Comprensible	152
Confuso	116
Educativo	116
Sin Respuesta	23
TOTAL	407



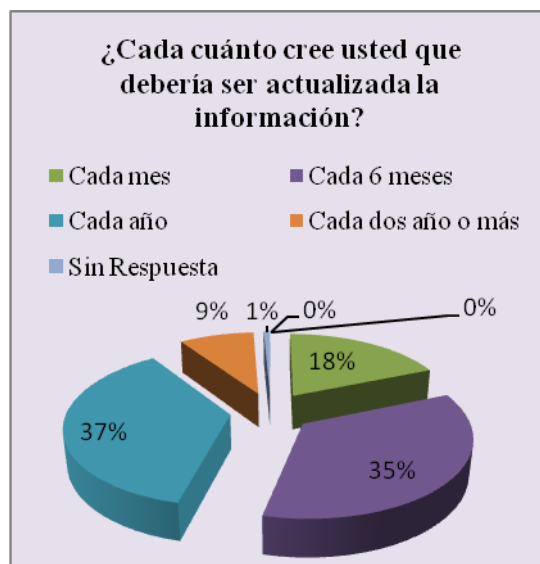
Tema 4	# encuestas
Interesante	50
Poco Interesante	92
Aburrido	231
Sin Respuesta	27
TOTAL	400



PREGUNTAS RELACIONADAS CON LA INFORMACIÓN Y SEÑALETICA

Preguntas # 1: ¿Cada cuánto cree usted que debería ser actualizada la información?

	# encuestas
Cada mes	75
Cada 6 meses	140
Cada año	147
Cada dos año o más	35
Sin Respuesta	3
TOTAL	400



Preguntas # 2: ¿Cree que es necesario mejorar la información que tiene el museo?

	# encuestas
Si	309
No	82
Sin Respuesta	9
TOTAL	400

Preguntas # 3: ¿Considera Usted que la información en las cédulas explicativas?

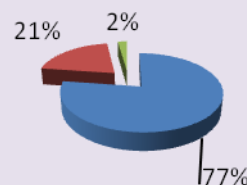
	# encuestas
Clara	255
Confusa	114
Sin Respuesta	31
TOTAL	400

	# encuestas
Mucha información	140
Poca información	106
Información adecuada	118
Sin Respuesta	36
TOTAL	400

	# encuestas
Letras pequeñas	164
Letras grandes	49
Tamaño adecuado de letras	142
Sin Respuesta	45
TOTAL	400

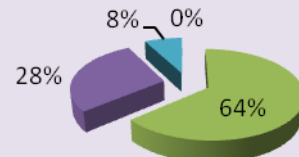
¿Cree que es necesario mejorar la información del museo?

■ Si ■ No ■ Sin Respuesta



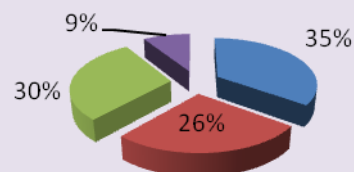
¿Considera Usted que la información en la cédula explicativa es?

■ Clara ■ Confusa ■ Sin Respuesta



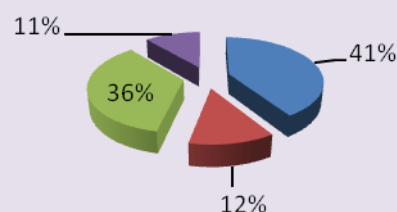
¿Considera Usted que la información en la cédula explicativa es?

■ Mucha información ■ Poca información ■ Información adecuada



¿Considera Ustes que la información en la cédula explicativa es?

■ Letras pequeñas ■ Letras grandes ■ Tamaño adecuado de letras ■ Sin Respuesta

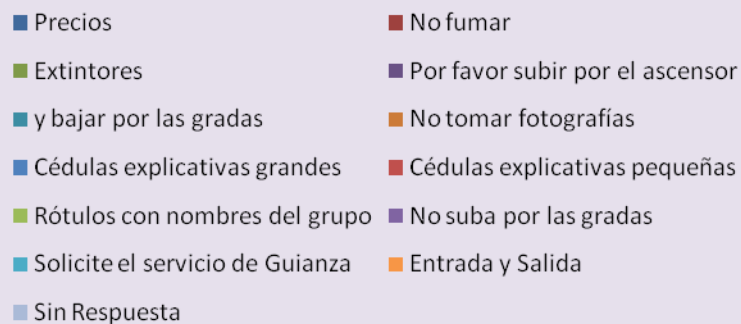


Preguntas # 5

Marque con una "X" la señalética que usted pudo observar en la visita

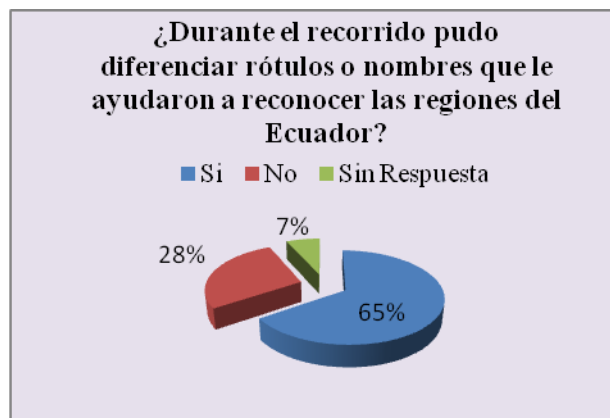
	# encuestas
Precios	143
No fumar	109
Extintores	135
Por favor subir por el ascensor y bajar por las gradass	133
No tomar fotografías	203
Cédulas explicativas grandes	105
Cédulas explicativas pequeñas	76
Rótulos con nombres del grupo	136
No suba por las gradass	77
Solicite el servicio de Guianza	60
Entrada y Salida	192
Sin Respuesta	24
TOTAL	1469

¿Señalética que Usted pudo observar en el recorrido?



Pregunta #6: ¿Durante el recorrido pudo diferenciar rótulos o nombres que le ayudaron a reconocer las regiones del Ecuador?

	# encuestas
Si	262
No	111
Sin Respuesta	27
TOTAL	400



Preguntas # 7
¿Cree que hace falta más señalización?

	# encuestas
Si	190
No	163
Sin Respuesta	47
TOTAL	400



Pregunta # 8
¿Cuánto tiempo permaneció en el Museo?

	# encuestas
5 a 15 minutos	96
15 a 30 minutos	182
más de 30 minutos	89
Sin Respuesta	33
TOTAL	400



Pregunta # 9
¿Cree que el museo brinda un mensaje final al turista?

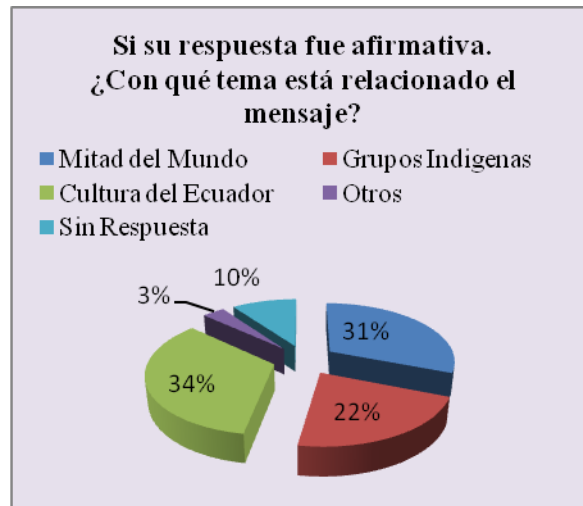
	# encuestas
Si	249
No	131
Sin Respuesta	20
TOTAL	400



Pregunta # 10

**Si su respuesta fue afirmativa.
¿Con qué tema está relacionado el mensaje?**

	# encuestas
Mitad del Mundo	110
Grupos Indígenas	77
Cultura del Ecuador	121
Otros	12
Sin Respuesta	35
TOTAL	355



EXPECTATIVA DE LA VISITA

Pregunta # 1

¿Su experiencia fue positiva?

	# encuestas
Si	302
No	78
Sin Respuesta	20
TOTAL	400



Pregunta # 2

¿Que información le gustaría en el mirador?

	# encuestas
Nombre de montañas y fotos	212
Información y fotografías	119
Información de la Mitad del Mundo	118
Otra	12
Sin Respuesta	37
TOTAL	498



Pregunta # 3

¿Le gustaría que la exposición contenga?

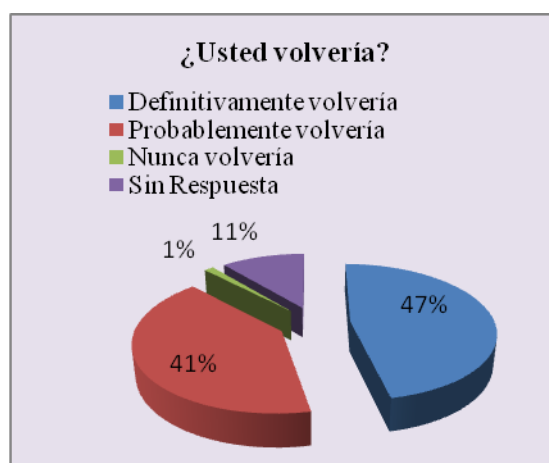
Sonidos	250
Olores	130
Imágenes	212
Cosas para tocar	206
Señalética interpretativa	103
Otros	5
Sin Respuesta	24
TOTAL	930



Pregunta # 4

¿Usted volvería?

	# encuestas
Definitivamente volvería	187
Probablemente volvería	164
Nunca volvería	5
Sin Respuesta	44
TOTAL	400



7.13. Anexo 13: Preguntas de las entrevistas a autores claves.

a) Encuestado: Dr. Ramiro Pontón (Gerente General)

1. ¿Qué expectativas tiene del Museo Etnográfico?

“Claro la expectativa de este Museo Etnográfico que tenemos aquí en la Ciudad Mitad del Mundo, es una expectativa bastante grande en razón que tenemos una visita constante y permanente de visitantes nacionales y extranjeros que obviamente hace que seamos bien competitivos y más aun cuando es asunto de la confluencia del tema este turístico que tenemos temporadas muy acentuadas de visitas por ejemplo de nacionales donde uno de los atractivos fundamentales es el Museo Etnográfico y por esto es de cubrir las expectativas que la misma gente busca de este espacio físico como es el Museo, hay que ir obviamente ir cubriendo las necesidades de acuerdo a las necesidades que buscan los visitantes” (Pontón, 2012)

2. *¿Considera Usted que el Museo Etnográfico cuenta con un mensaje final? ¿Cuál es el mensaje?*

“Si, yo creo que si cuenta con un mensaje final porque hemos concentrado en el mismo asunto de un pasaje histórico e inclusive muy detallado que tiene que ver con las zonas, las regiones hacen que los turistas que nos visitan tenga un asunto muy claro de lo que nosotros tratamos de detallar en ese museo. Obviamente cada uno de ellos lleva a su haber el concepto de lo que es el País” (Pontón, 2012).

3. *¿Qué mensaje debería difundir el Museo al turista? ¿Debería ser más enfocado en la Mitad del Mundo o en los grupos indígenas?*

“Bueno ahí yo creo vamos por partes. Ahí deberíamos ir nosotros fundamentalmente en este espacio hablemos tan geográfico como es la Mitad del Mundo, es importante primero de dentro del mismo concepto lo que es la Mitad del Mundo, que es este asunto del equilibrio, de lo que estamos en la mitad de la tierra, es un asunto de expectativa y el otro tema es que nosotros no debemos solamente dar una imagen de lo que es esto la Mitad del Mundo y la Ciudad como tal sino que estamos vendiendo la imagen del país. Primero el museo ya data en cada uno de sus niveles las regiones y costumbres que obviamente permite que la persona consciente ya tiene una idea de lo que es el país y el Ecuador, yo creo que la visita como tal del visitante a la ciudad creo su propio asunto de la realidad de lo que nosotros tenemos acá viendo sus edificaciones, el museo, el planetario. Bueno tantos asuntos que tenemos dentro de la empresa, pero si es importante el hecho que nosotros demos a conocer lo que es en definitiva el país y no solamente la concentración como tal de la Mitad del Mundo” (Pontón, 2012).

4. *¿Considera Usted que el Museo Etnográfico, cumple las expectativas y necesidades actuales del público?*

“Yo creo que si, es obvio el hecho que debe haber ciertos asuntos de mejora de cambio pero en definitiva la historia es una sola y nosotros vamos viendo que este espacio que se ha asignado al museo cumple las expectativas, vamos viendo obviamente que otros museos tratan de ser un poco más dinámicos, en tal caso que proponen asuntos de juegos, es un asunto más de atracción para la visita de ese museo, pero lo que nosotros estamos dando al país al mundo, es un asunto de un Museo Etnográfico que está exactamente

indicando los procesos históricos que ha vivido el país, estamos indicando que es lo que tenemos como Ecuador, estamos indicando obviamente el asunto de cultura y estamos señalando las costumbres. Yo creo que si, estamos cumpliendo las expectativas en este museo, habrá obviamente hacer ciertas mejora, interactivos que pueda generar cierta inquietud en el visitante porque hay que hacer renovación a este museo” (Pontón, 2012).

5. *¿Qué le gustaría cambiar del Museo con respecto a la exposición, información, señalización?*

“Bueno yo creo que un poco, yo sí creería que debería hacer ciertos cambios inclusive en... recordando esa foto que se ve de los inicios de la Mitad del Mundo y obviamente en el museo también tenemos todo el asunto de fotografías de vestimenta, etc. cosas que si deberían cambiar, ahora tenemos el asunto tan avanzado como es la ciencia, la tecnología, diferentes fotografías tomadas de distintos lados, manejados diferentes asuntos de tecnología que no se han hecho una renovación en nuestro asunto físico como es el museo y que si debería cambiar con esto de la fotografías, deberíamos remodelarnos si ese es el término en cuanto a lo que estamos presentando las culturas que nosotros tenemos en el país. Y obviamente la señalética es algo muy importante para que la gente en su mayoría los que visitan son los extranjeros, que son personas muy cultas y ordenadas, que sencillamente con señalética ellos van a ir asumiendo por si solos la información” (Pontón, 2012).

6. *¿Podría describir el tipo de público que visita el Museo?*

“Bueno como he podido palpar como decía anteriormente, veo que hay más interés de visitantes extranjeros, algo que llama muchísimo la atención es precisamente el asunto de los niños, son personas que vienen más a conocer el asunto del Museo Etnográfico y se van y los veo muy felices, es parte incluso del pensum de la materia de historia y de geografía, la preocupación de los maestros hacen que visiten el museo y veo yo un asunto de mucha presencia hablando más del país y de los estudiantes” (Pontón, 2012).

7. *¿Cree que se está cumpliendo con la misión del Museo?*

Yo creo que si, justamente lo que acabo de indicar, tiene una visión muy importante para el país, una misión que de alguna manera como empresa nos sentimos felices de como empresa el dar este asunto de misión, este trabajo entregado para que los visitantes, las

personas que están acá lleven algo de lo que es como país dar a conocer todo el emporio de riquezas y costumbres que tenemos, entonces la misión está completamente cumplida en el Museo Etnográfico (Pontón, 2012).

8. *¿Cuáles son sus sugerencias para el Museo Etnográfico?*

Las sugerencias es que el Museo es interrelacionarse inclusive de algo como en vivo como lo que veía el otro día cuando estábamos celebrando el dos de agosto algo que puede interpretarse con personajes vivos, algo que sea para el turista muy real que pueda darnos más allá de la explicación que obviamente las personas que están allá arriba en el asunto de la Guianza que profesionalmente todos lo vienen realizando pero si es importante crear, motivar algunos cambios si me parece fundamental (Pontón, 2012).

b) Encuestada: Ing. Gabriela Silva

1. *¿Qué expectativas tiene del Museo Etnográfico?*

Dentro de las expectativas a nivel general de la Ciudad Mitad del Mundo, considero que tenemos lo principal que es mostrar el Ecuador desde la Mitad del Mundo, pienso que el Museo debería encaminarse a eso también a ser un referente nacional sobre la cultura del Ecuador (Silva, 2012).

2. *¿Considera Usted que el Museo Etnográfico cuenta con un mensaje final? ¿Cuál es el mensaje?*

Creo que no se promueve a nivel de departamento cultural que son las personas que promueven el Museo Etnográfico y todo lo que se muestra dentro de este. Pienso que no cuenta con un mensaje final y si considero que seria importantísimo que se empiece a manejar un mensaje de este tipo (Silva, 2012).

3. *¿Qué mensaje debería difundir el Museo al turista?*

A nivel de marketing y a nivel promocional siempre manejamos la frase y el slogan de la Ciudad Mitad del Mundo que es “Conoce al Ecuador desde la Mitad del Mundo”, pienso que la idea con la que se creo el Museo Etnográfico fue esta mostrar la cultura, las etnias, las artesanías, la vestimenta y todo lo que tenga que ver con las etnias del Ecuador. Pienso que este seria un buen mensaje que se puede ir manejando para que se pueda dar este mensaje final a toda la gente que nos visita (Silva, 2012).

4. *¿Considera Usted que el Museo Etnográfico, cumple las expectativas y necesidades actuales del público?*

Para mí está un poco caduco, pienso que debería modernizarse, volverse interactivo para que la gente tenga oportunidad de explorar más cosas, resuelvan muchas inquietudes con las que seguramente vienen, que son las de adquirir conocimiento que sean relativas al Ecuador. Pienso que sería importantísimo que se cambie en este aspecto, volverlo interactivo sobretodo moderno que vaya a la mano de la tecnología y de las cosas modernas que se están dando (Silva, 2012).

5. *¿Qué le gustaría cambiar del Museo con respecto a la exposición, información, señalización?*

Las exposiciones si deberían cambiarse totalmente a nivel de departamentos de cultura, a nivel de empresa y de jefaturas siempre se está hablando un poco del tema de que debe modernizarse totalmente debe cambiarse la presentación, debemos usar la marca Mitad del Mundo, estamos estrenando un manual corporativo, sería importante que se vayan tomando los colores, la nueva imagen de la empresa, implementemos tecnología (Silva, 2012).

6. *¿Podría describir el tipo de público que visita el Museo?*

Pienso que es diverso a nivel de Mitad del Mundo, hemos dado un giro al segmento que nos visita, se ha vuelto un mercado nacional, un mercado local de estudiantes, de familia pienso que este es el principal público que nos visita y es el que se recibe al igual en el Museo Etnográfico (Silva, 2012).

7. *¿Cómo le gustaría a Usted que sea el Museo?*

Que sea diferente en algún momento hablamos que se cambie la temática del Museo, que si estamos ubicados en la Mitad del Mundo que el museo contenga información sobre la Mitad del Mundo, que implementen temas relativos a la cultura del sol y todos los aspectos astronómicos que tienen mucho que ver con la situación geográfica y el sitio en el que estamos (Silva, 2012).

8. *¿Cree que se está cumpliendo con la misión del Museo?*

El museo no tiene misión a mi criterio debería plantearse esto, el Museo Etnográfico está dirigido por un departamento de cultura que debería hacer su propia planificación estratégica para que las cosas se vayan caminando de mejor manera. A nivel de empresa nosotros manejamos una misión que es la de brindar servicios de calidad, pienso que esto debería adoptarse a nivel del museo y ponerlo en práctica (Silva, 2012).

9. *¿Cuáles son sus sugerencias para el Museo Etnográfico?*

Que se revise la temática, la posibilidad de implementar tecnología, de interactuar con la gente de no ser un sitio estático donde la gente se acerque y solo vea ciertos aspectos, sino que sea un lugar donde la gente pueda investigar tenga más curiosidad donde la gente comparta con los conocimientos con las personas que están aquí (Silva, 2012).

c) **Encuestada: Ing. Raquel Aldaz**

1. *¿Qué expectativas tiene del Museo Etnográfico?*

Al igual que los otros museos las expectativas es poder satisfacer las necesidades que tenemos por parte de nuestros turistas, conocer que es lo que ellos necesitan y que podemos hacer para mejorar (Aldaz, 2012).

2. *¿Considera Usted que el Museo Etnográfico cuenta con un mensaje final? ¿Cuál es el mensaje?*

Pienso que si nos hemos manejado con el mensaje del Ecuador Multiétnico, Multilingüístico y Pluricultural y hemos trabajado en función de ello (Aldaz, 2012).

3. *¿Qué mensaje debería difundir el Museo al turista?*

El mensaje que nosotros tenemos es el respeto por la diversidad de los grupos de las distintas comunidades miembros integrantes de la nacionalidad ecuatoriana y aprender a revalorizar lo nuestro y primero a dar valor a lo que nosotros tenemos, tomando en consideración el espacio geográfico en primer lugar y segundo el tema cultural (Aldaz, 2012).

4. *¿Considera usted que el mensaje debería ser de los Grupos Indígenas o de la Mitad del Mundo?*

Lo ideal sería combinar los dos aspectos, partir de la ubicación privilegiada que nosotros tenemos en el valle equinoccial y complementarlo con el tema cultural y el aporte que cada uno de los grupos ha tenido desde sus inicios hasta la situación actual de cada uno de ellas (Aldaz, 2012).

5. *¿Considera Usted que el Museo Etnográfico, cumple las expectativas y necesidades actuales del público?*

En un ciento por ciento no, si nosotros nos encontramos hasta la actualidad y afortunadamente contamos con un buen porcentaje de turistas que nos siguen visitando es lógicamente porque tenemos un interés o un cierto atractivo, sin embargo estamos

obligados a tomar en consideración todos sus comentarios, sus opiniones y no estamos satisfaciendo el ciento por ciento de los mismos, es necesario cambiar tomar algunas medidas para poder cambiar esta situación (Aldaz, 2012).

6. *¿Qué le gustaría cambiar del Museo con respecto a la exposición, información, señalización?*

Es importante tomar en consideración primero la actualización de los contenidos, luego tendríamos que tomar en cuenta la parte museográfica es decir las exposiciones que se están realizando, sin embargo tomando en cuenta mi perfil es en el campo turístico, no me atrevería a decir aspectos puntuales, considero que es necesario contar con un asesoramiento con personas encargadas en temas de historia, geografía, museología, museografía, inclusive restauración que nos puedan dar una opinión en función de la decisión que se quiera tomar y para ello es necesario inclusive contar con la perspectiva y con la idea que se tenga como empresa para que nosotros sepamos hacia donde tenemos que mirarnos (Aldaz, 2012).

7. *¿Podría describir el tipo de público que visita el Museo?*

Nosotros tenemos un público diverso quizás en otros casos se los puede tener segmentados en el caso de nuestro museo hablamos que recibimos desde grupos de niños pequeños de 1 a dos años hasta personas de avanzada edad y quizás a esto se debe la dificultad de tratar de satisfacer justamente a todo este público. No es una tarea sencilla y no se le puede segmentar porque correríamos el riesgo de dejar a un lado grupos o segmentos menores (Aldaz, 2012).

8. *¿Cómo le gustaría a Usted que sea el Museo?*

Quizás lo ideal para todos y en pocas palabras un lugar acogedor , que tenga contenidos y que tenga museología que se encuentre organizada que este dado bajo los parámetros internacionales, con una señalética apropiada que se encuentre dadas en las exhibiciones y establecidas con la ayuda y asesoramiento del personal idóneo como ya lo había manifestado, para que nosotros podamos estar de acuerdo y llenar las expectativas de los distintos públicos y a su vez obviamente contar con el personal (Aldaz, 2012).

9. *¿Cree que se está cumpliendo con la misión del Museo?*

Personalmente creo que se ha cometido un error muy grande, nosotros no podíamos hablar o decir que la misión de la empresa es exactamente de la misión del museo, para quienes

nos hemos preocupado por capacitarnos y conocer mucho a más de la realidades esa es la primera acción que se debe realizar aquí, definir específicamente cual es la misión del museo y que este acorde con los parámetros establecidos por el ICOM (Aldaz, 2012).

10. ¿Cuáles son sus sugerencias para el Museo Etnográfico?

Básicamente las que ya he comentado que se tome en cuenta la situación del museo, que se tome en cuenta en consideración el asesoramiento del personal de los profesionales que nos puedan asesorar, tomar en consideración las ideas que nosotros tengamos de cambio de contenidos, segundo la parte museográfica, tercero volverlo un lugar acogedor incluyendo a los distintos públicos porque ya no habla actualmente de visitantes o turistas para poder acoger a todos ellos, de pronto incluir la tecnología si fuera el caso no redundar en el tema tecnológico y complementar con la interacción para tener un museo constructivista que sea una fuente generadora de conocimiento y que no sea únicamente un lugar donde una persona va a asistir para continuar receptando información y que le impida o que le cohiba generarse ideas y generar sus propios conocimientos (Aldaz, 2012).