

UCUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera en Administración Turística

**“Análisis de la importancia del servicio al cliente en el Museo
Pumapungo”**

**Ensayo académico previo a la obtención
del título de “Licenciado en Administración
Turística”**

Autor:

Bárbara Johanna Zambrano Portilla

C.I.: 1718364977

bj_zam_16@hotmail.es

Director:

Cristina Andrea Barzallo Neira

C.I.: 0103487955

**Cuenca, Ecuador
27-septiembre-2022**

Resumen:

A través de este estudio se ha logrado determinar qué tan importante es el servicio al cliente en el Museo Pumapungo. Puesto que se ha evidenciado que debido a deficiencias como: el poco interés que muestra el personal por los visitantes, interrogante que en la encuesta realizada reflejó inconformidad por parte de los visitantes, arrojando así un resultado de un 43.3% de quienes no están satisfechos con esta situación. Por otro lado, aspectos como: La comunicación que usan para dirigirse a los turistas, o falencias en cuanto a accesibilidad se refiere; son comentarios encontrados en el libro del museo que causan estragos en los visitantes, afectando la imagen del museo y a su vez provocando una mala experiencia, la misma que con el tiempo se convierte en publicidad negativa para el lugar. Es así que para paliar estas deficiencias se han propuesto algunas estrategias que ayudaran a cambiar o mejorar el servicio en el museo, entre esas estrategias se encuentran mejorar el área de recepción, crear un sistema de respuesta ante quejas y reclamos, capacitar al personal, entre otras.

Palabras claves: Servicio. Servicio al cliente. Experiencia. Visitante.

Abstract:

Through this study we have been able to determine how important customer service is at the Pumapungo Museum, since it has been shown that due to deficiencies such as: the lack of interest shown by the staff for visitors, an interrogant that in the survey conducted, reflected dissatisfaction on the part of visitors, thus yielding a result of 43.3% of those who are dissatisfied with this situation. Secondly, aspects such as: the communication used to address tourists, or shortcomings in terms of accessibility, are comments found in the museum book that cause havoc with visitors, affecting the image of the museum and in turn causing a bad experience, which in time becomes negative publicity for the place. In order to alleviate these deficiencies, some strategies have been proposed to help change or improve the reception area, create a response system for complaints and claims, train staff, among others.

Keywords: service, customer service, experience, visitor.

Proyecto de titulación: “Análisis de la importancia del servicio al cliente en el Museo Pumapungo”.

Autor: Bárbara Johanna Zambrano Portilla

Directora: Cristina Andrea Barzallo Neira

Índice

Resumen:	2
Abstract:	3
Dedicatoria	8
Agradecimiento	9
Introducción	10
SECCIÓN 1: SERVICIOS EXTERNOS AL MUSEO PUMAPUNGO.....	11
1.1. Agencias de viajes	12
1.2. Transportación turística.....	12
1.3. Alojamiento.....	12
1.4. Alimentación.....	12
SECCIÓN 2: LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL TURISMO. 13	
2.1. Comunicación verbal.....	14
2.2 Comunicación no verbal.....	14
SECCIÓN 3: SERVICIOS INTERNOS DEL MUSEO PUMAPUNGO	15
3.1. Entorno del servicio.....	15
3.3. Servicio personalizado	16
3.3. Servicio de calidad	17
3.4. Gestión de quejas y reclamos.....	17
3.5. Recepción de quejas y reclamos	18
SECCIÓN 4: DETERMINAR LA PROBLÉMÁTICA PRINCIPAL RESPECTO AL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MUSEO PUMAPUNGO.....	19
4.1. Dimensiones.....	20
4.2. Resultados y análisis de la aplicación del MODELO SERVQUAL	20
4.3. Estrategias a implementarse.....	28
CONCLUSIONES.....	30

UCUENCA

RECOMENDACIONES	31
Bibliografía.....	32
GLOSARIO.....	33

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Bárbara Johanna Zambrano Portilla en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis de la importancia del servicio al cliente en el Museo Pumapungo", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 27 de septiembre del 2022.



Bárbara Johanna Zambrano Portilla

C.I: 1718364977

Cláusula de Propiedad Intelectual

Bárbara Johanna Zambrano Portilla, autor/a del trabajo de titulación "Análisis de la importancia del servicio al cliente en el Museo Pumapungo", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 27 de septiembre del 2022.



Bárbara Johanna Zambrano Portilla

C.I: 1718364977

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico enteramente a mis padres por su sacrificio, su amor infinito, la paciencia, por ser mi apoyo en los momentos difíciles, por no dejarme caer, por siempre impulsarme a seguir adelante y motivarme a cada día ser mejor.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de llegar hasta aquí, por no soltarme de su mano nunca y siempre bendecir mi camino. A la universidad por abrirme las puertas de su institución y permitir prepararme para ser una gran profesional. Agradezco a María José y Ana Paula por ser mis compañeras, amigas y hermanas; y, por último, pero no menos importantes, a mis amigos Karina y Xavier por ser incondicionales y por brindarme su apoyo siempre.

Introducción

Para empezar con este estudio se debe proporcionar algunas definiciones que ayuden a determinar la importancia del servicio al cliente en el Museo Pumapungo. “El servicio al cliente no es una decisión optativa, sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y además constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso” (Couso, 2005) .

Es ir más allá de la venta, es llegar a las emociones del cliente, a través de la empatía, conocer más sobre él, sus gustos, preferencias, requerimientos, deseos, entre otros detalles, los mismos que servirán de guía para crear un producto o brindar un servicio de calidad. Los servicios turísticos son fundamentales para el desarrollo de la actividad turística, por lo tanto, quienes los brindan están destinados a conocer los deseos de sus clientes, para solventarlos y cumplirlos totalmente y definir los aspectos más relevantes para ofrecer el servicio.

Es así que, el presente trabajo investigativo busca conocer un poco más sobre la importancia del servicio al cliente en el Museo Pumapungo, para ello se han determinado varios puntos importantes a tratar para determinar cómo influyen cada uno de ellos respecto al tema principal.

Se abordarán temas tales como: las empresas de servicios turísticos y sus características, puesto que a través de estos se podrá determinar los aspectos más relevantes de cada servicio. Por otro lado, también se revisarán temas como servicio personalizado, la importancia de la comunicación en el servicio al cliente y los tipos de comunicación que se desprende de este mismo tema. Además de realizar un análisis de las características del entorno del servicio que está relacionado directamente con el ambiente que se presenta para prestar un servicio, así como también la gestión de quejas y reclamos que es un tema importante a tratar dentro del servicio al cliente.

SECCIÓN 1: SERVICIOS EXTERNOS AL MUSEO PUMAPUNGO

En cuanto al turismo el servicio tiene una mirada diferente, como lo dice la Organización Mundial del Turismo (OMT), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994).

El turismo hoy por hoy, avanza a pasos agigantados, innovando servicios, creando nuevas alternativas de viaje, nuevos destinos turísticos, nuevas tendencias, mientras todo esto sucede, las empresas de servicios turísticos, enfocan sus recursos en capacitar a sus empleados en la atención al cliente, capacidad de respuesta y solución de problemas para lograr un servicio de excelencia y calidad que cubra las necesidades básicas del cliente, así como sus expectativas. Dichos servicios son definidos como alimentación, de transporte, alojamiento, de mediación (agencias de viajes, mayoristas, operadoras turísticas) y servicios complementarios (entretenimiento), que si bien es cierto no son iguales, están íntimamente relacionados, pues funcionan por separado, pero con un mismo objetivo que es ofrecer servicios creando una misma experiencia al cliente.

Como lo dice el autor (Ramírez Cavassa, 2020). “El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”

Quienes brindan los servicios y su comportamiento frente a la visita del cliente, serán quienes determinen la experiencia al visitante, por lo tanto, es importante tener conocimiento de las características básicas que estas deben presentar y sobre todo tener en cuenta que estos son básicos para crear el ambiente agradable que todo visitante busca y que según el análisis en el Museo existen déficits en algunos de ellos, lo que hace que no exista el contexto anhelado.

1.1. Agencias de viajes

Las agencias de viajes son las que en muchas ocasiones se convierten en el primer momento antes de adquirir una experiencia de viaje, pues son quienes se encargan de organizar, operar y vender los servicios turísticos, por lo tanto, es sumamente importante que el Museo Pumapungo cuente con este tipo de alianza y que según la observación que se realizó no cuenta con la misma lo que repercute en el número de visitantes que fuesen aún mayor de los que se tienen en la actualidad y existiría un referente positivo para la visita al museo icono de la ciudad.

1.2. Transportación turística

Así tan importante como es la agencia de viajes, es la transportación turística, ya que es aquí donde en los recorridos por la ciudad se debe promocionar los sitios de interés común y donde debe salir a relucir la visita al museo que sin duda debe permitir una vivencia especial que una el pasado con el presente de la ciudad de Cuenca.

1.3. Alojamiento

El alojamiento es el punto cumbre de la experiencia de viaje, pues es el lugar donde se realiza la pernoctación y está estrechamente relacionado con la satisfacción del huésped, pues familiariza todas las sensaciones que obtenga allí con la experiencia total del viaje, frente a lo antes expuesto debe ser el socio perfecto con el que el museo puede contar como ente publicitario del lugar.

1.4. Alimentación

El servicio de alimentos y bebidas forma parte de la gama de servicios turísticos, y está relacionada muchas de las veces a la experiencia de las emociones del turista, en el caso del Museo, muchas de las solicitudes van dirigidas a la necesidad de un lugar de expendio de alimentos básicos ya que es extremadamente incómodo salir de las instalaciones para obtener un producto

alimenticio, sobre todo por la extensión del recorrido y el requerimiento mismo del paseante.

SECCIÓN 2: LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL TURISMO

(Pintado, 2014) “La necesidad de las organizaciones integrantes del sector, de asumir un rol comunicador, que genere conversaciones e información con quienes se relacionan; de captar necesidades de las audiencias y responder a ellas con acciones comunicativas de diversa índole”. La comunicación como tal permite mantener contacto una persona con otra, con el único proceso de intercambiar u ofrecer información. Para llevar a cabo este proceso, debe tener varios elementos como, por ejemplo: emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto.

En el turismo es importante la comunicación, por ello hay tres puntos importantes que mencionar: Es un medio de expresión emocional, proporciona información a grupos e individuos e impulsa la motivación. Cuando se habla de que la comunicación es un medio de expresión emocional, se trata de que mediante la comunicación se pueden transmitir emociones, las mismas que incentivan o desmotivan a los turistas al momento de realizar el viaje. Por eso es importante mantener una comunicación efectiva y armoniosa para que el receptor lo reciba de manera clara y asertiva. Para que la comunicación sea efectiva en el turismo se pueden tener en cuenta tres aspectos importantes como lo son: entender la cultura del lugar, promover las respuestas concretas a las preguntas realizadas y, por último, interpretar adecuadamente las palabras.

Por otro lado, la información que se proporcione debe ser información 100% confiable y sobre todo real, ya que, si de alguna manera se brinda información no confirmada o irreal, se pueden provocar malos entendidos y discordias con las personas con las que estamos tratando. Dependiendo la comunicación que mantengamos con los clientes, podría convertirse en una motivación, en el caso de los guías turísticos podrían motivar más a sus turistas solamente teniendo una comunicación interesante, asertiva y real.

La comunicación tiene dos tipos: La comunicación verbal y la no verbal.

2.1. Comunicación verbal

La comunicación verbal, como todos la conocen, es la que se usa normalmente para comunicarse, es decir, a través del uso de las palabras. Para que la comunicación verbal sea buena debe ser, espontánea, armoniosa, directa y concisa, se puede rectificar o hacer correcciones mediante explicaciones, utiliza modismos, es consciente, razonada y también hay acción corporal, significa que lo que se dice con el lenguaje debe ser congruente con el movimiento del cuerpo. En el turismo la comunicación verbal es importante pues para ofrecer los servicios, se debe brindar información clara, específica para evitar interpretaciones erróneas y sobre todo que al momento de adquirir los servicios el cliente no tenga que experimentar situaciones incómodas y se perjudique su experiencia de viaje y, por otro lado, los prestadores de servicios no se queden con una imagen equívoca a los ojos de sus clientes. La información que se proporciona en el museo, es información específica que no se puede prestar para errores y malinterpretaciones. Sin embargo, no todo es la información que el visitante recibe sino de la manera en cómo la recibe, es decir el tono en el que le habla el emisor da el mensaje, y el vocabulario que emplea para hacerlo. Mucho de esto tiene que ver con la capacitación que tenga el personal respecto a cómo brindar la información y cómo recibir al visitante; la información que se proporciona no solo depende de la comunicación verbal sino también de la no verbal puesto que son un complemento importante.

2.2 Comunicación no verbal

Es el lenguaje complementario al de las palabras, transmitido a través de gestos y el lenguaje corporal. Este último abarca todo con respecto a posturas, miradas, movimientos. Se utiliza de manera consciente e inconscientemente para expresar sentimientos, emociones y estados de ánimo. Este tipo de comunicación se complementa a la comunicación verbal, pues ayuda a conectar de mejor manera con el receptor permitiendo que este pueda percibir otros aspectos del emisor. Como se ha mencionado este lenguaje es un complemento de la comunicación verbal, por lo tanto en el Museo Pumapungo tiene mayor relevancia pues en este lugar no se brinda solo información al ingreso sino que

también existe el servicio de guianza voluntario, por lo tanto mucho de lo que se diga verbalmente va a tener que ser acompañado del lenguaje no verbal, recordemos que todo lo que decidimos debe estar armoniosamente complementado con lo que hacemos, es decir en los gestos que se realizan para dar un mensaje, una explicación, una información o simplemente para mantener una conversación. Esto influirá en que el mensaje llegue claro, sin mal interpretaciones o que el visitante tenga una mala percepción del servicio y es lo que está sucediendo en el museo basado en el libro de comentarios en el que muchos visitantes se quejan de la mala comunicación que existe y que no se da seguimiento y solución por lo tanto continúa siendo una de las mayores falencias del Museo Pumapungo.

SECCIÓN 3: SERVICIOS INTERNOS DEL MUSEO PUMAPUNGO

3.1. Entorno del servicio

Si bien es cierto que, para adquirir un servicio o un producto, que satisfagan las necesidades y expectativas, deben tener características específicas o varios elementos que ayuden al momento de la toma de decisión para la compra. La atención que brinda quien ofrece el servicio, es uno de los factores determinantes al momento de adquirir el mismo, pues es quien se encargará de llamar la atención y ganar la confianza del cliente o, muy por el contrario, de perderla y por lo tanto perder la venta. Sin embargo, existen otros factores que consciente o inconscientemente hacen que el cerebro toma decisiones de acuerdo a las sensaciones, es decir a las características que tiene el "ambiente" al momento de recibir el servicio, como, por ejemplo: la música, los colores con los que visten los empleados, el aroma al momento de ingresar y permanecer en el lugar, la iluminación. Estos tendrán un papel importante en la toma de decisiones, pues el cerebro actuará de acuerdo a como se encuentren armoniosamente conjugados estos elementos. El Museo Pumapungo al abrir sus puertas al público en general, debe brindar un entorno propicio para que la permanencia del turista durante su visita sea agradable y satisfactoria. Por tal razón, los parámetros que debe presentar el entorno se detallarán a continuación.

3.2. Sonido, color y aroma

Ilustración 2 Sonido, color y aroma



Sonido

Según dos estudios de (Roballey, 1985) y (Milliman, 1982) “Una música rápida tiende a empujar al cliente a salir más pronto de un negocio. Por otro lado, una música lenta a bajo volumen aumentará el tiempo y el dinero que gasta en su interior”.



Color

El color “es un estimulante, tranquilizante, expresivo, perturbador, impresionante, cultural, exuberante y simbólico; el color impregna cada aspecto de nuestra vida, embellece lo ordinario e imprime hermosura y drama a los objetos cotidianos” (Hirsch & Gay, 1991).



Aroma

“El olfato es el sentido que genera mayor nivel de recuerdo y evocación. Esto se debe a que el olor recorre un camino muy corto hasta llegar al denominado sistema límbico, parte baja de nuestro cerebro responsable de las emociones y el recuerdo”. (Ward, Davies, & Kooijman, 2003)

Fuente: www.estudiahosteleria.com; www.revistamasviajes.com;
www.enlacocina.telemesa.es

Hay que considerar que muchos de estos puntos actualmente no existen en el museo, teniendo en cuenta que hasta hace un par de años el museo propiciaba un ambiente acorde a la actividad que realiza. De tal manera que, el museo debería motivar al visitante a quedarse más tiempo y disfrutar su visita, pudiendo ambientar cada sala expositiva de una manera particular que permita al turista ser parte de la experiencia del museo.

3.3. Servicio personalizado

“La personalización es una de las tendencias más desarrolladas en los últimos años, implantándose en diversas empresas, que han optado por evolucionar y proporcionar valor añadido a los clientes a través de esta técnica”. (Vesanen, 2005).

De acuerdo a cómo va pasando el tiempo las exigencias, necesidades y deseos de los turistas van cambiando e incrementando y a la par los servicios reaccionan a estos cambios y se acoplan a dichos requerimientos. El museo debería enfocar recursos en mejorar sus servicios y capacitar al personal, así como también estudiar y sobre todo entender más a los visitantes, para lograr cumplir con sus deseos, pero aún más que eso, lograr impactar al turista ofreciendo un plus que logre sobrepasar sus expectativas y sus emociones.

Por lo tanto, al ofrecer servicio personalizado en el museo implica, trabajar aún más en la diversificación de los servicios, la puesta en valor de los mismos, que permitan cumplir las metas, pero aún más importante incrementar la confianza total del visitante. Para ello se deberán estudiar e implementar estrategias, para mejorar el servicio que ofrecen, sin provocar que el turista, viajero, etc. se sienta invadido sino más bien comprendido e importante, incentivando un sentimiento de tranquilidad y confianza, lo que en la actualidad es todo lo contrario y se presentan muchas más quejas de buenos comentarios.

3.3. Servicio de calidad

Dentro del sector turístico, se han implementado nuevos sistemas de procesos internos que permiten a cada empleado conocer cada una de sus funciones y obligaciones, entre estas directrices se encuentra el protocolo para el servicio al cliente, más aún cuando respecta a las áreas que están relacionadas directamente con el cliente.

Por lo tanto, en el Museo Pumapungo se debe trabajar en estos aspectos ya que presenta falencias al momento de brindar el servicio a los visitantes en el lugar; estos procesos permiten la mejora continua, la reducción de errores y la eficacia al momento de solucionar problemas además de mejorar la calidad del servicio y brindar el efecto wow.

3.4. Gestión de quejas y reclamos

Las quejas y reclamos no se presentan continuamente, ciertamente todos los establecimientos presentan fallas en algún momento al brindar los servicios, sin embargo, en muchas ocasiones el cliente, turista, huésped, llámese este como

sea dependiendo el servicio que reciba, no presenta su inconformidad a través de una queja o reclamo, ya sea porque realmente no existen en el momento en el que el recibe el servicio, por miedo o por lo contrario, al cliente le disgusta presentar las mismas y prefiere guardar silencio y no regresar al sitio, lo que de por sí significa un cliente menos.

“Si los clientes satisfechos no se quejan, las compañías pierden la oportunidad de remediar el problema y retener al cliente” (Hirschman, 1970). Por lo tanto, es importante que el Museo Pumapungo, se preocupe por el servicio que recibe el visitante, es decir buscar estrategias y maneras de conseguir información sobre cuán satisfechos están los turistas con todo el servicio que recibieron. Además de crear o adoptar un sistema de respuesta para quejas y reclamos que sea efectivo y más que todo que las soluciones se den en el menor tiempo posible. Ya que hoy por hoy, el museo con el único método que cuenta para recibir quejas, reclamos, comentarios o sugerencias es un libro, el mismo que pasa desapercibido por el personal administrativo.

3.5. Recepción de quejas y reclamos

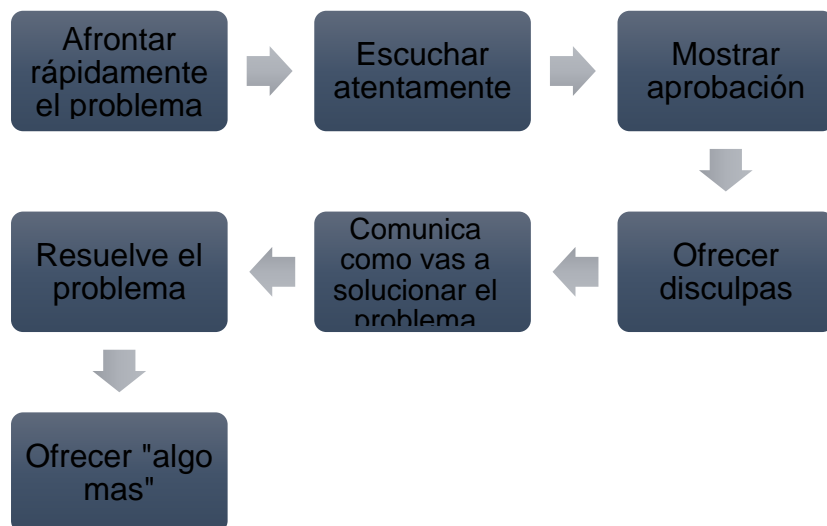


Ilustración 4 Recepción y respuesta de QR

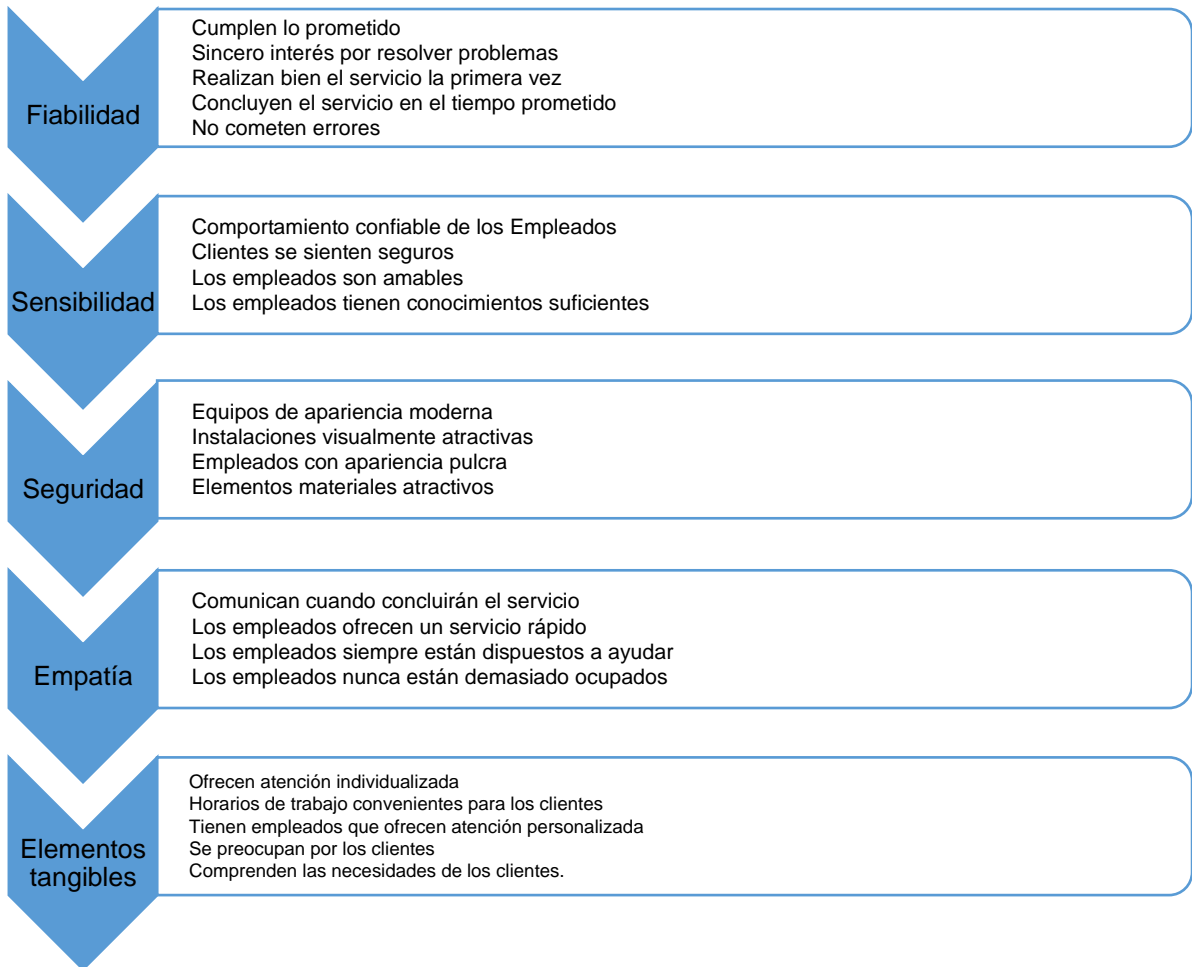
SECCIÓN 4: DETERMINAR LA PROBLÉMÁTICA PRINCIPAL RESPECTO AL SERVICIO AL CLIENTE EN EL MUSEO PUMAPUNGO

Para determinar el grado de importancia del servicio al cliente en el Museo Pumapungo se ha realizado una investigación basada en la aplicación del modelo de evaluación SERVQUAL, el mismo que tiene como finalidad medir el nivel de satisfacción de los visitantes respecto al servicio que reciben, este cuestionario permite calificar de manera cuantitativa las expectativas en una primera instancia y las percepciones después del servicio adquirido. “Es un procedimiento de evaluación que se realiza mediante la aplicación del método de encuesta y sobre la base de un cuestionario que busca medir un sistema de dimensiones y de ítems que representan los componentes de la calidad de servicio” (Chen, Spohrer, & Lelescu, 2008). Para ello se han aplicado un total de 30 cuestionarios a visitantes del Museo Pumapungo, cada uno contiene un total de 22 preguntas clasificadas en 5 dimensiones y 22 atributos. Adicionalmente para este trabajo investigativo se hizo uso de la información del libro de comentarios que posee el museo en la recepción, dicho libro contiene quejas, comentarios, sugerencias y reclamos de los turistas o visitantes respecto a varios aspectos del museo, entre ellos el servicio que brinda el personal de seguridad al ingresar a este sitio.

De tal manera, que aplicar el modelo de evaluación SERVQUAL en el Museo Pumapungo, ayudará a conocer como el visitante se siente respecto al servicio que recibe, pero también permitirá que el personal administrativo pueda evaluar todo de manera conjunta y en caso de encontrar falencias en el servicio, buscar estrategias para mejorar. La aplicación de este cuestionario, así como la información que se encuentra en el libro de comentarios del museo, contribuyen a que el museo pueda reducir los errores y maximizar sus servicios, siendo un servicio de calidad y más no de cantidad.

4.1. Dimensiones

Ilustración 5 Dimensiones SERVQUAL



Fuente: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)

4.2. Resultados y análisis de la aplicación del MODELO SERVQUAL

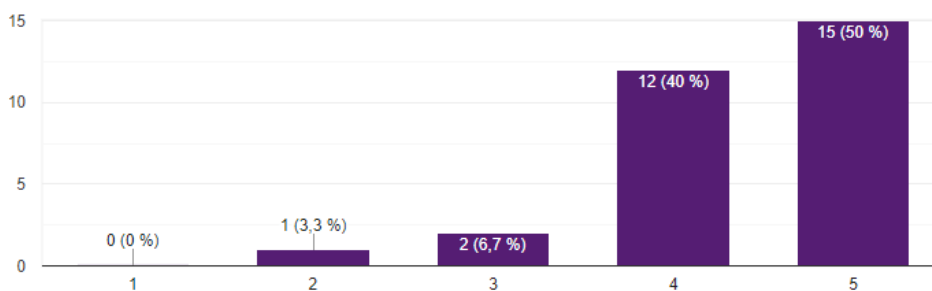
Elementos tangibles

Elementos Tangibles

El Museo Pumapungo cuenta con instalaciones modernas

 Copiar

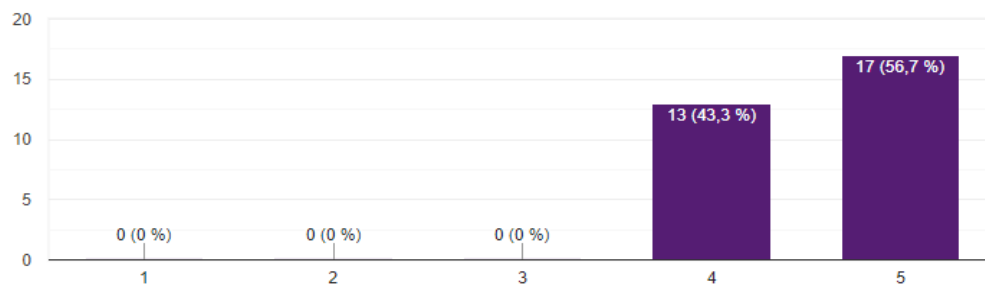
30 respuestas



Las instalaciones físicas del Museo Pumapungo son visualmente atractivas

 Copiar

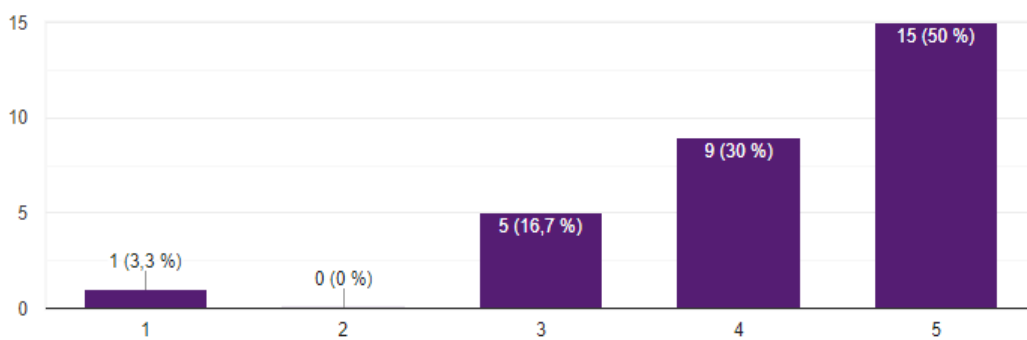
30 respuestas



Los empleados del Museo Pumapungo tienen apariencia pulcra

 Copiar

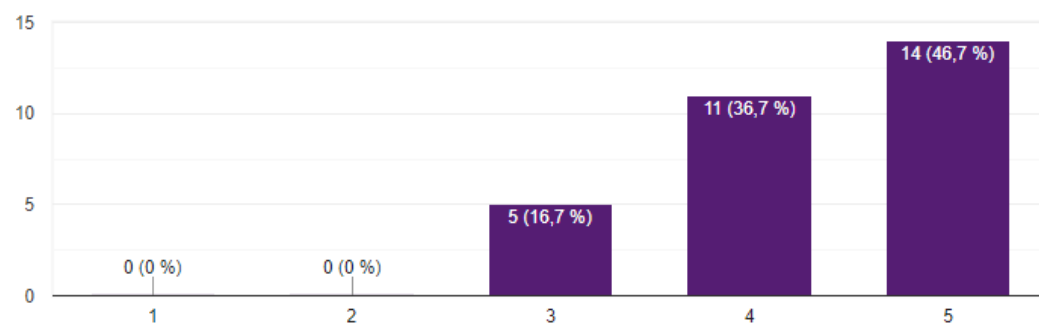
30 respuestas



Los elementos materiales e instalaciones dentro del Museo Pumapungo son visualmente atractivos

 Copiar

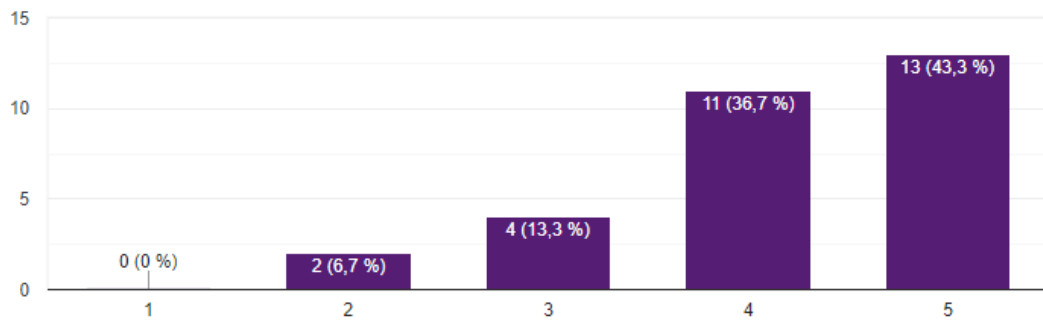
30 respuestas



Los horarios de actividades de la del Museo Pumapungo son convenientes

 Copiar

30 respuestas



Con los resultados obtenidos en la aplicación del modelo SERVQUAL, en la dimensión de elementos tangibles se puede evidenciar que con un porcentaje mayoritario los visitantes se encuentran de acuerdo y totalmente de acuerdo en cómo se encuentran las instalaciones del museo, su apariencia, horarios y el personal. Mediante una observación directa se pudo evidenciar que la parte infraestructural y horarios está acorde a las expectativas del visitante.

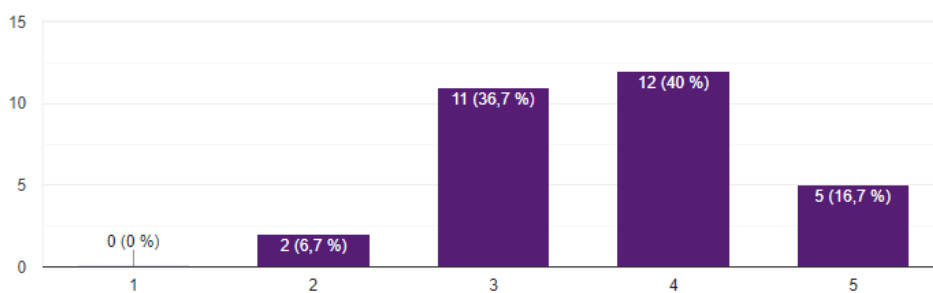
Fiabilidad

Fiabilidad

Cuando el personal del Museo Pumapungo promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace

 Copiar

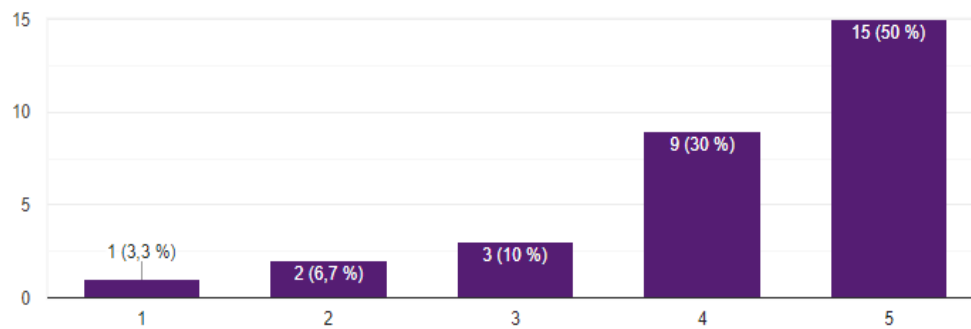
30 respuestas



El Museo Pumapungo concluyó el servicio en el tiempo prometido.

 Copiar

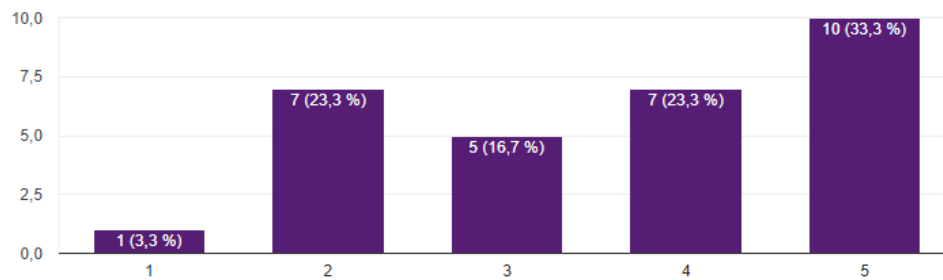
30 respuestas



Cuando usted tuvo un problema el Museo Pumapungo mostró un sincero interés en solucionarlo.

 Copiar

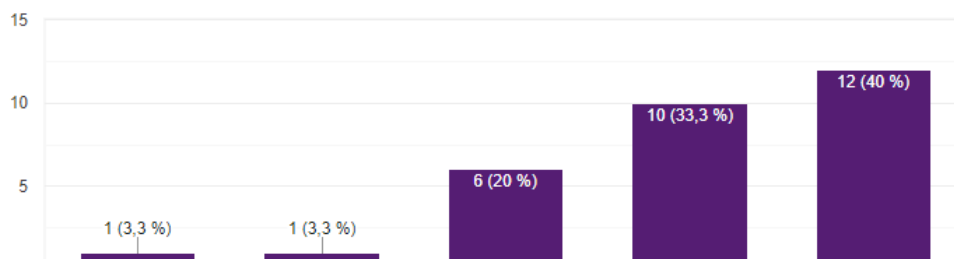
30 respuestas



El personal del Museo Pumapungo demostró transparencia e integridad.

 Copiar

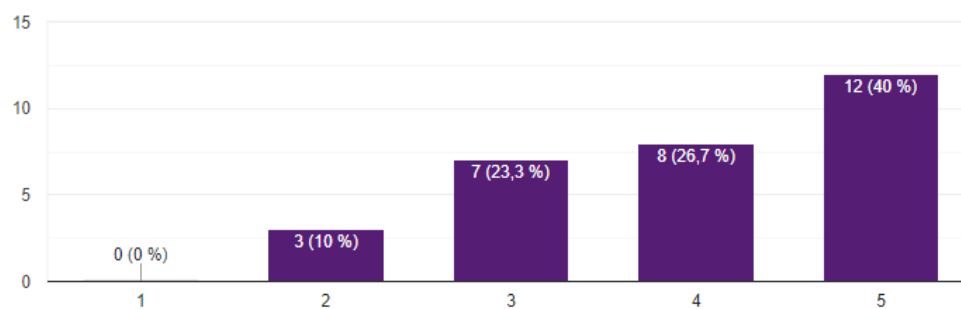
30 respuestas



El Museo Pumapungo mantiene informados a los visitantes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios

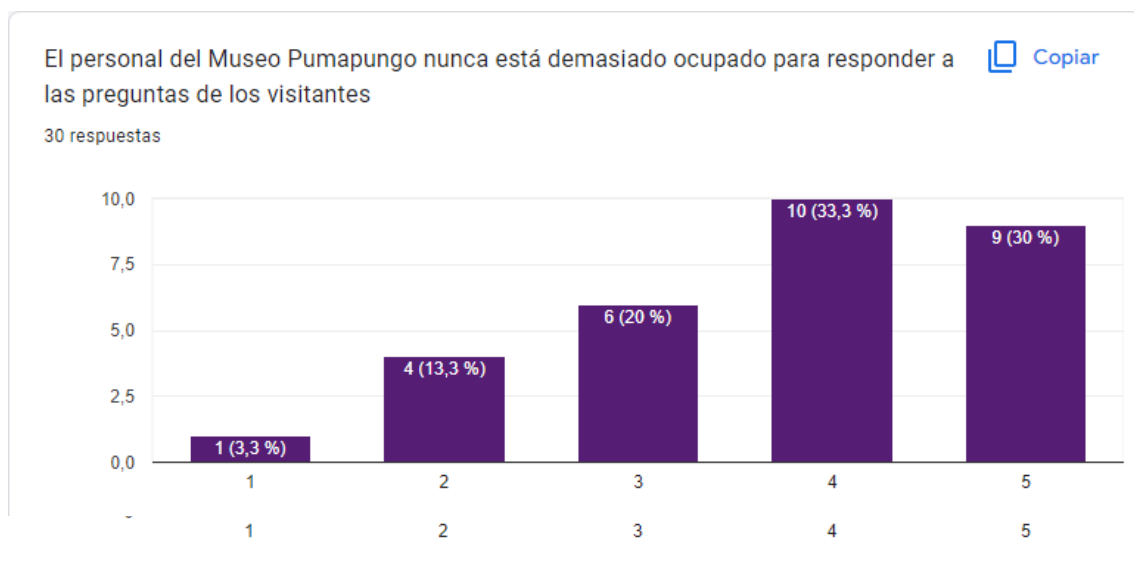
 Copiar

30 respuestas



Respecto a la Fiabilidad, se obtuvieron como resultado que los visitantes se encuentran en su mayoría conformes con situaciones como, el desempeño en el servicio, actividades y la integridad del museo. Más, sin embargo, se puede notar que hay un descontento en dos aspectos de esta dimensión como lo son: el interés que tiene el personal por solventar problemas y el tiempo que promete para cumplir alguna especificación. Por lo tanto, estos resultados reflejan y acentúan las deficiencias que tiene el museo respecto al servicio.

Capacidad de respuesta



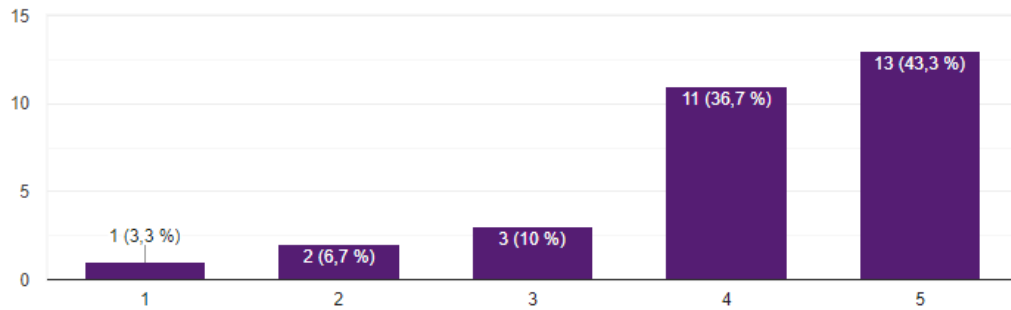
En cuanto a capacidad de respuesta, existe una ligera disputa por si se presenta una inconformidad o, por el contrario, puesto que hay percepciones diferentes. Es así que al mostrarse esta situación se puede decir que el servicio exterioriza también algunos aspectos positivos que en este caso se podrían fortalecer.

SEGURIDAD

Los empleados del Museo Pumapungo le inspira confianza

 Copiar

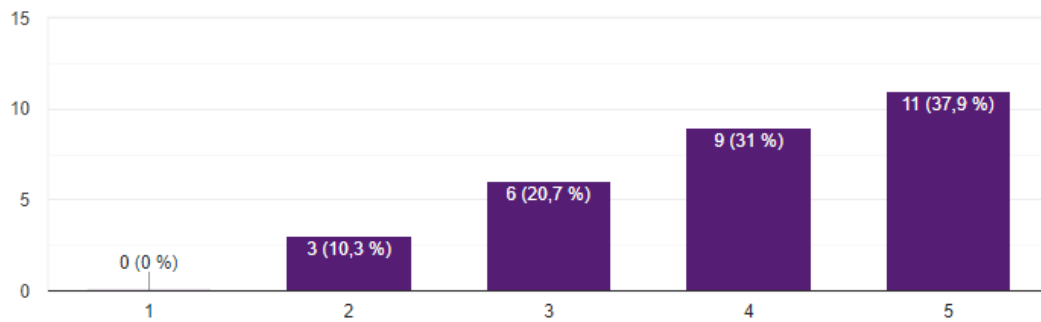
30 respuestas



El personal del Museo Pumapungo está dispuesto a ayudar a los visitantes

 Copiar

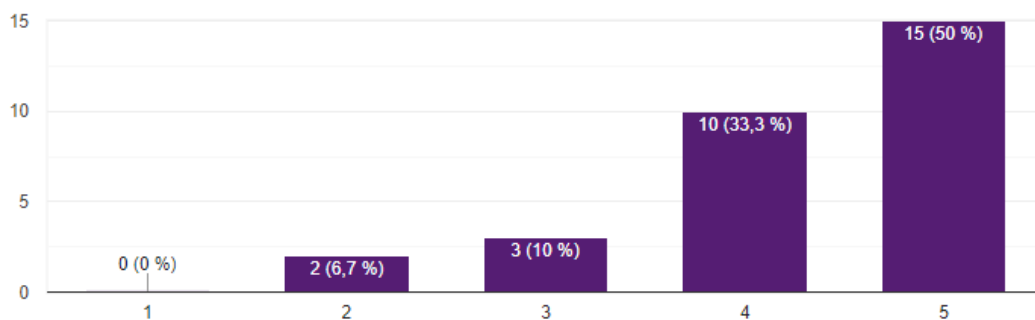
29 respuestas



Se siente seguro al realizar transacciones con el Museo Pumapungo

 Copiar

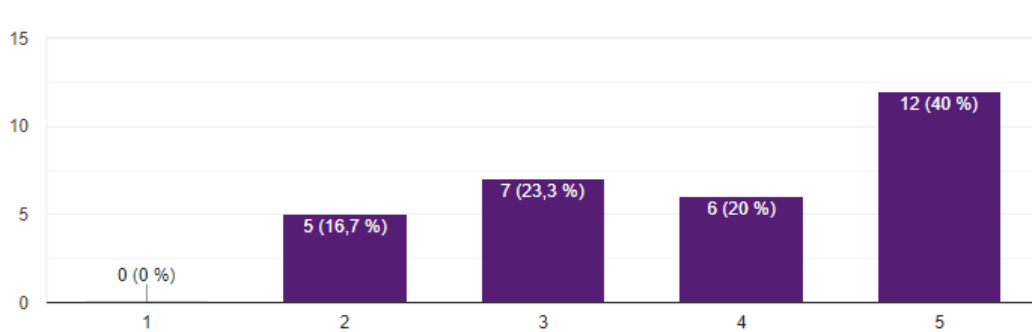
30 respuestas



Los empleados del Museo Pumapungo cuentan con el conocimiento para responder sus consultas



30 respuestas



La seguridad que brinda el personal respecto a la confianza que brindan, es el esperado por los visitantes. Por otro lado, la amabilidad y el conocimiento que muestran sobre el sitio es el adecuado, pero también se muestra una inconformidad no solamente con el personal sino con la información que está expuesta en las diferentes salas. Es decir, los guiones de las exposiciones y la señalética del museo, observaciones que se encuentran plasmadas en el libro de comentarios del museo.

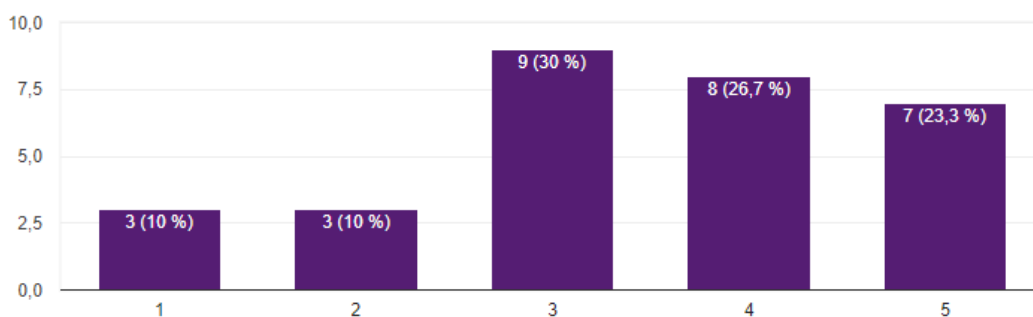
EMPATÍA

Empatía

El Museo Pumapungo le brinda atención individual



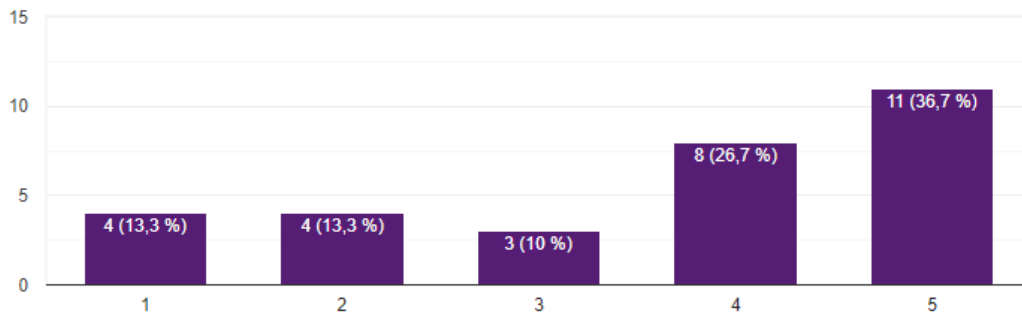
30 respuestas



Los empleados del Museo Pumapungo entienden sus necesidades específicas

 Copiar

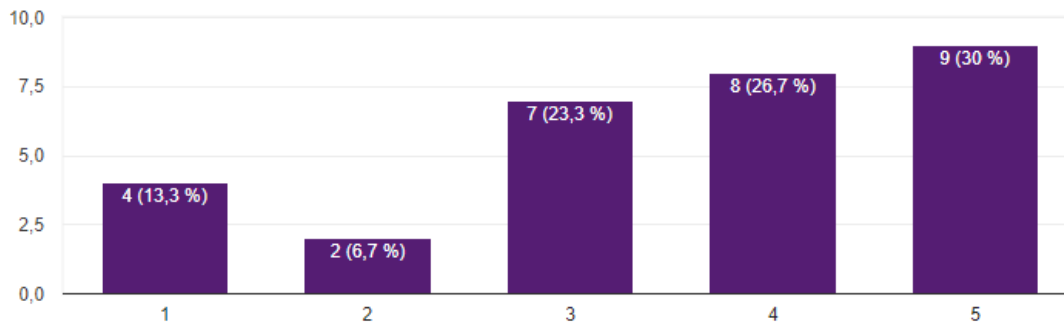
30 respuestas



El Museo Pumapungo cuenta con empleados que le brindan atención personalizada

 Copiar

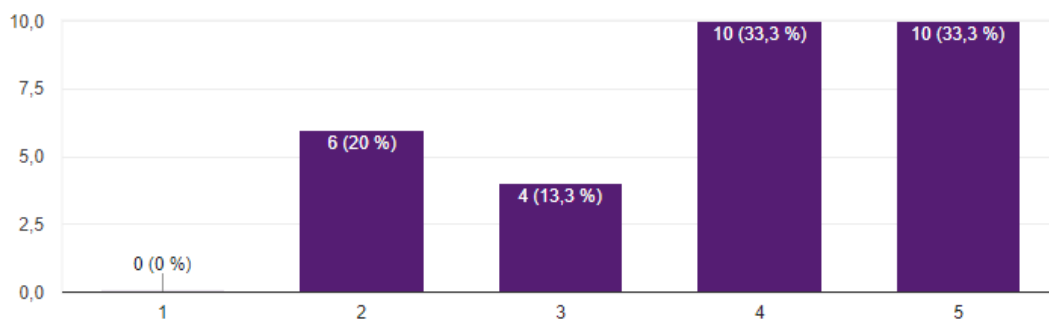
30 respuestas



El Museo Pumapungo se preocupa de cuidar los intereses de sus visitantes

 Copiar

30 respuestas



Con base en los problemas evidenciados en el libro de comentarios se extrajo el inconveniente principal que es la inexistencia de un protocolo de recepción, lo que obviamente recae en un malestar general de los visitantes, ya que es de conocimiento común que las personas que por lo general no pronuncian su malestar simplemente evitan volver al lugar y realizan comentarios negativos sobre esa experiencia es por eso que es alarmante que existan tanto comentarios negativos sobre este tema y es por este mismo motivo que se toma en consideración las dimensiones de seguridad y empatía, que se consideran esenciales para saber en qué nivel afecta este tipo de falencias, que hablando de manera objetiva tampoco son tan reales ya que no se puede obtener el 100% de sinceridad de los visitantes.

4.3. Estrategias a implementarse

El análisis realizado en este estudio respecto a las opiniones vertidas por los visitantes a través del modelo de evaluación SERVQUAL, ha dejado como evidencia que el museo presenta algunas falencias respecto al servicio y entre algunos otros aspectos. Sin embargo, en el libro de comentarios se logra divisar de mejor manera las inconformidades del visitante puesto que estas son exactas, es decir expresan tal cual su molestia. Estas razones son las que permiten evaluar toda la situación actual en el museo, y por lo tanto buscar estrategias para paliar todas estas problemáticas y al ser el Museo Pumapungo uno de los centros de interés principal en la ciudad, tanto turístico como cultural se debe brindar un servicio de calidad.

Por lo tanto, se ha determinado algunas posibles soluciones a los problemas principales basados en los resultados del estudio, y en el libro de comentarios. Entre ellos está determinar un personal para el área de recepción, capacitación a los guardias de seguridad sobre servicio al cliente, crear un sistema de quejas y reclamos en el museo, así como un método de soluciones inmediatas a las problemáticas que se presenten en el momento de la visita, capacitar al personal administrativo sobre la importancia de tener un protocolo de servicio al cliente, así como la solvencia de problemas que se presenten con los visitantes o turistas en el museo. También es importante que los empleados se involucren con todo lo que respecta al museo y que se tenga conciencia de que los clientes internos

UCUENCA

(trabajadores) son los más importantes dentro del museo puesto que ellos son la imagen que se proyecta a la gente de como se maneja internamente el ambiente laboral.

CONCLUSIONES

Tras la investigación realizada en este trabajo se ha logrado conocer a fondo la realidad que enfrenta el museo Pumapungo en lo que respecta al área turística, recordemos que el museo más allá de ser un sitio arqueológico y cultural, es un lugar que recibe a miles de visitantes al año y por lo tanto está estrechamente relacionada con el turismo. De acuerdo a esto, se ha evidenciado que muestra una gran falencia en aspectos de servicio, tanto del personal que labora allí, así como de otra índole. Por estas razones, se ha logrado determinar algunas soluciones a estas problemáticas que se esperan mejoren el servicio del museo en un futuro y por ende la imagen del sitio.

El servicio que reciben por parte de los guardias de seguridad ha sido uno de los mayores inconvenientes que presentan los visitantes a través del libro de comentarios y lo respalda el análisis del modelo SERVQUAL, donde el servicio es uno de los aspectos que más opiniones divididas genera. Sin embargo, también se encuentran comentarios respecto a ciertos aspectos de la infraestructura del museo, como por ejemplo que el acceso al parque etnobotánico es limitado para las personas con discapacidad pues no disponen de rampas, así como también letreros con escritura braille para los no videntes. Por otro lado, se ha generado malestar entre los visitantes al no poseer un lugar donde adquirir alimentos o al menos bebidas hidratantes, por lo cual se ven obligados a abandonar la visita para ir a una tienda a adquirir dichos productos.

Estos entre otros, son los principales motivantes para que realizar propuestas que puedan ser efectivas en cuanto a mejorar el servicio en el museo se refiere.

Y por todo lo antes expuesto, el personal administrativo del Museo Pumapungo tiene conocimiento respecto a ciertas falencias que existen de tal manera que se encuentran en total predisposición para realizar las mejoras que sean necesarias para que el servicio sea de excelencia y que se generen buenos comentarios por parte de los visitantes, puesto que están conscientes que el museo es un sitio que esta abierto al público en general y que por lo tanto se debe generar un ambiente propicio para que las personas disfruten de la visita.

RECOMENDACIONES

1. Determinar a una persona para el área de recepción. Se sugiere contratar al personal adecuado para el área mencionada con la finalidad de que sea esta persona quien tenga la responsabilidad de recibir, dar la bienvenida, direccionar y dar las respectivas indicaciones a los visitantes.
2. Crear un protocolo de servicio al visitante, el mismo que contendrá los lineamientos a seguir para brindar un servicio de excelencia en el museo.
3. Capacitar al personal de seguridad y administrativo en servicio al cliente, sobre la importancia que tienen los visitantes para el museo, pero sobre todas las cosas crear empatía en ellos para que se cree un excelente ambiente laboral y que eso se refleje al momento de recibir o tratar con un turista.
4. Implementar un sistema para atender y dar soluciones inmediatas y eficientes a las problemáticas que se presenten en el museo. Con la finalidad que el visitante se lleve una buena impresión, se sienta confiando y tranquilo al saber que su molestia fue escuchada y resuelta con eficacia.
5. Leer periódicamente las fuentes donde se encuentren los comentarios, sugerencias, quejas o reclamos de los visitantes para evaluar periódicamente el servicio del museo y para reducir errores en el proceso de brindar un servicio.

Bibliografía

- Chen, Y., Spohrer, J., & Lelescu, A. (2008). Three factors to sustainable service system excellence: A case study of service system. *Services Computing*.
- Couso, R. (2005). *Servicio al Cliente*. España: Ideas propias.
- Hirsch, R., & Gay, S. (1991). Effect on Ambient Olfactory Stimuli on the Evaluation of Common Consumer Product. *Journal Chemical Senses*.
- Hirschman, A. (1970). *Further Reflections and a Survey of Recent Contributions*. Cambridge: Harvard University Press.
- Milliman, R. (1982). Using background music to effect the behavior of supermarket shoppers. *Journal of Marketing*.
- OMT. (1994). *Presentación de las Tendencias del Turismo hasta el año 2000 y después*. Madrid: Capitán Haya.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Pintado, T. (2014). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. Madrid: ESIC.
- Ramírez Cavassa, C. (2020). *Servicios Turísticos I*. Malvinas: Universidad Tecnológica Nacional.
- Roballey, T. (1985). Using background music to effect the behavior of supermarket shoppers. *Journal of Marketing*.
- Vesanen, J. (2005). What is a Personalization? *Helsinki School of Economics Working Paper*.
- Ward, P., Davies, B., & Kooijman, D. (2003). Ambient smell and the retail environment: relating olfaction research to consumer behavior. *Journal of Business and Management*.

GLOSARIO

Expectativa: Anhelo de que sucede una situación como se la imagina.

Museo Pumapungo: Sitio de interés cultural que posee el Parque Arqueológico Pumapungo donde se encuentran vestigios de influencia incaicañari.

Perspectiva: Idea de cómo es cierto objeto o situación.

Quejas: Mostrar inconformidad ante un hecho o suceso.

ANEXOS

ANEXO 1. MODELO SERVQUAL



Sección 1 de 6

Cuestionario SERVQUAL para la evaluación de la calidad del servicio en el Museo Pumapungo

El presente cuestionario presenta 22 preguntas relativas distribuidas en 5 dimensiones, las mismas que permitirán conocer sobre lo que usted piensa sobre el servicio que se ofrece en el Museo Pumapungo durante su visita. Para ello deberá marcar un número de acuerdo a su percepción, es decir, donde el 1 representa que está totalmente en desacuerdo, y por el contrario el 5, que está totalmente de acuerdo. Puede marcar el número que mejor describa lo que piensa respecto al servicio. En este cuestionario no existen respuestas correctas o incorrectas. Recuerde que es un cuestionario para conocer su percepción del servicio que ofrecen en el lugar mencionado.

Elementos Tangibles

Dimensión 1

El Museo Pumapungo cuenta con instalaciones modernas *

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Las instalaciones físicas del Museo Pumapungo son visualmente atractivas *

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Los empleados del Museo Pumapungo tienen apariencia pulcra *

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

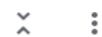
Los elementos materiales e instalaciones dentro del Museo Pumapungo son visualmente atractivos *

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Los horarios de actividades de la del Museo Pumapungo son convenientes *

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Fiabilidad



Dimensión 2

Cuando el personal del Museo Pumapungo promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Cuando usted tuvo un problema el Museo Pumapungo mostró un sincero interés en solucionarlo.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

El personal del Museo Pumapungo demostró transparencia e integridad.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

El Museo Pumapungo concluyó el servicio en el tiempo prometido.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

El Museo Pumapungo mantiene informados a los visitantes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Capacidad de respuesta



Dimensión 3

El personal del Museo comunica a los visitantes cuándo concluirá su visita

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

El personal del Museo Pumapungo ofrece un servicio rápido a los visitantes

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

El personal del Museo Pumapungo está dispuesto a ayudar a los visitantes

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

El personal del Museo Pumapungo nunca está demasiado ocupado para responder a las preguntas de los visitantes

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Seguridad



Dimensión 4

Los empleados del Museo Pumapungo le inspira confianza

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Se siente seguro al realizar transacciones con el Museo Pumapungo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo



El personal del Museo Pumapungo es amable con los visitantes

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Los empleados del Museo Pumapungo cuentan con el conocimiento para responder sus consultas

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Empatía



Dimensión 5

El Museo Pumapungo le brinda atención individual

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

El Museo Pumapungo cuenta con empleados que le brindan atención personalizada

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo
--------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

El Museo Pumapungo se preocupa de cuidar los intereses de sus visitantes

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Los empleados del Museo Pumapungo entienden sus necesidades específicas

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

ANEXO 2. FOTOGRAFÍAS LIBRO DE COMENTARIOS

