

# UCUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

“Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo”

Trabajo de titulación previo a  
la obtención del título de  
Licenciado en Turismo

Autoras:

Nathaly Gissella Astudillo Naula

CI: 0106879257

Correo electrónico: nathiastudillo@gmail.com

Andrea Katherine Brito Román

CI: 0107341844

Correo electrónico: andrea22100881@gmail.com

Directora:

Mgs. Cristina Andrea Barzallo Neira

CI: 0103487955

**Cuenca, Ecuador**

21-noviembre-2022

## **Resumen:**

La valiosa función de los museos en el sector turístico, determina la importancia de ofrecer a sus visitantes servicios de calidad; a su vez, obliga a considerar altas expectativas que tienen sobre las experiencias turísticas, y que cada vez son más exigentes en cuanto a servicios de excelencia.

Lo anterior, ha generado la necesidad de replantear las actividades turísticas y analizar si la puesta en valor de sus recursos deja buenos resultados. Así, la forma tradicional de gestionar un museo ha quedado en el pasado, es necesario establecer una comunidad que disfrute de experiencias excepcionales, y permitan al visitante interactuar con sus sentidos para destacar la capacidad de admiración e ilusión.

Este estudio muestra que el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo no analiza la satisfacción de sus visitantes, y a partir de ello, establece como su objetivo general, el identificar el nivel de satisfacción de sus visitantes en el periodo 2021-2022.

El enfoque de la investigación fue mixto, de alcance descriptivo y corte transversal, lo cual permitió diagnosticar la gestión turística actual del museo mediante entrevistas semiestructuradas y la medición de la satisfacción de sus visitantes por medio de la aplicación de encuestas basadas en el modelo SERVQUAL. Los datos obtenidos fueron analizados a través de estadística descriptiva e inferencial con los estadísticos de Wilcoxon, Chi Cuadrado de Pearson y Tablas Cruzadas. Entre los resultados obtenidos, se evidencia que existe insatisfacción de los visitantes sobre la calidad de servicio recibido en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

**Palabras claves:** Satisfacción. Calidad. Percepción. Museo. SERVQUAL.

## Abstract:

The valuable role of museums in the tourism sector determines the importance of offering their visitors quality services; in turn, it forces to consider high expectations they have about tourist experiences, and that are increasingly demanding in terms of excellent services. This has generated the need to rethink tourism activities and analyze if the enhancement of their resources yields good results. Thus, the traditional way of managing a museum has been left in the past, it is necessary to establish a community that enjoys exceptional experiences, and allow the visitor to interact with their senses to highlight the capacity for admiration and illusion. This study shows that the Pumapungo Museum and Archaeological Park does not analyze the satisfaction of its visitors, and from this, establishes as its general objective, to identify the level of satisfaction of its visitors in the period 2021-2022. The research approach was mixed, descriptive and cross-sectional, which allowed to diagnose the current tourism management of the museum through semi-structured interviews and the measurement of the satisfaction of its visitors through the application of surveys based on the SERVQUAL model. The data obtained were analyzed through descriptive and inferential statistics with the Wilcoxon, Pearson Chi Square and Cross Tables statistics. Among the results obtained, it is evident that there is dissatisfaction of visitors about the quality of service received at the Pumapungo Museum and Archaeological Park.

**Keywords:** Satisfaction. Quality. Perception. Museum. SERVQUAL.

Trabajo de titulación: "Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo"

Autor(es): Astudillo Naula Nathaly Gissella, Brito Román Andrea Katherine

Dirección: Mg. Cristina Barzallo Neira

Certificado de Precisión Tur-265

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



[guido.abad@ucuenca.edu.ec](mailto:guido.abad@ucuenca.edu.ec)

Cuenca, 5 de julio de 2022

Elaborado por: GEAV

cc. Archivo Enviado por correo electrónico a director de trabajo de titulación por emergencia sanitaria COVID19.

## Índice

Resumen .....	2
Abstract .....	3
Agradecimientos.....	13
Dedicatoria .....	15
Introducción.....	16
CAPÍTULO I .....	19
GESTIÓN TURÍSTICA DEL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO .....	19
PUMAPUNGO .....	19
1.1. Fundamentación teórica.....	19
1.2. Antecedentes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	25
1.3. Descripción de la gestión actual del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, periodo 2021-2022.....	34
1.3.1. Estructura organizativa en un museo.....	37
1.3.2. Estructura organizativa del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	39
1.3.3. La planificación en un museo.....	43
1.3.4. Planificación del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	44
1.3.5. Visitantes .....	52
1.3.6. Seguridad en un museo .....	58
1.3.7. Seguridad en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.....	61
CAPÍTULO II .....	69
MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL .....	69
MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO .....	69

2.1. Identificación de las dimensiones del modelo SERVQUAL.....	69
2.2. Diseño del cuestionario a aplicar en el museo.....	74
2.3. Aplicación de cuestionarios de satisfacción .....	76
CAPÍTULO III .....	79
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO .....	79
3.1. Aplicación de distintas pruebas de hipótesis de la herramienta SPSS .....	79
3.2. Determinar el nivel de satisfacción de las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	79
3.2.1. Análisis de fiabilidad .....	79
3.2.2. Prueba de normalidad.....	82
3.2.3. Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon .....	84
3.2.4. Análisis de brecha entre expectativas y percepciones.....	86
3.3. Comparación del nivel de satisfacción de los visitantes de acuerdo con variables sociodemográficas.....	97
3.3.1. Características sociodemográficas de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.....	98
3.3.2. Tablas cruzadas y Chi Cuadrado.....	106
Conclusiones.....	118
Recomendaciones.....	120
Referencias bibliográficas .....	123
Anexos .....	138

## Índice de Tablas

Tabla 1 Registro de visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ...	32
Tabla 2 Unidades del proceso sustantivo del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.....	41
Tabla 3 Equipo del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	42
Tabla 4 Exposiciones temporales realizadas en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, año 2021 .....	45
Tabla 5 Programas técnicos del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	48
Tabla 6 Proyectos de los EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	50
Tabla 7 Programa de Cooperación Interinstitucional.....	52
Tabla 8 Actividades para disminuir el nivel de riesgo.....	63
Tabla 9 Dimensiones y atributos del modelo SERVQUAL .....	72
Tabla 10 Criterios de interpretación de Alfa de Cronbach .....	80
Tabla 11 Medición del nivel de fiabilidad del cuestionario de expectativas y percepciones del modelo SERVQUAL .....	80
Tabla 12 Medición del nivel de fiabilidad del cuestionario SERVQUAL .....	81
Tabla 13 Pruebas de hipótesis .....	82
Tabla 14 Prueba de normalidad .....	83
Tabla 15 Criterios de interpretación de la prueba de los rangos con signo de Wilcoxon.....	84
Tabla 16 Criterios de interpretación de la brecha entre percepciones y expectativas de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	87
Tabla 17 Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de elementos tangibles .....	87
Tabla 18 Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de fiabilidad ..	89
Tabla 19 Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión capacidad de respuesta.....	91
Tabla 20 Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de seguridad.	93
Tabla 21 Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de empatía ...	95

Tabla 22 Brecha de expectativas y percepciones de las dimensiones de SERVQUAL.....	97
Tabla 23 Criterios de interpretación de la prueba de Chi-cuadrado .....	106
Tabla 24 Tabla cruzada entre la variable edad en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo..	107
Tabla 25 Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable de edad con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	109
Tabla 26 Tabla cruzada entre la variable género en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo..	110
Tabla 27 Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable género con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo .....	111
Tabla 28 Tabla cruzada entre la variable procedencia en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.....	113
Tabla 29 Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable de procedencia con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.....	114
Tabla 30 Tabla cruzada entre la variable nivel de instrucción en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.....	115
Tabla 31 Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable de nivel de instrucción con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. ....	116

**Índice de Figuras**

Figura 1 Elementos de la gestión turística de un museo ..... 36

Figura 2 Estructura organizativa del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo durante el periodo 2021-2022 ..... 40

Figura 3 Resultado de la prueba de Wilcoxon ..... 85

Figura 4 Variable edad de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 98

Figura 5 Variable género de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 99

Figura 6 Variable procedencia de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 100

Figura 7 Lugar de procedencia de visitantes nacionales del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 101

Figura 8 Lugar de procedencia de los visitantes extranjeros del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 102

Figura 9 Nivel de instrucción de los visitantes extranjeros del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 103

Figura 10 Variable ocupación de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 104

Figura 11 Variable de motivación de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo ..... 105



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Nathaly Gissella Astudillo Naula en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico 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, 21 de noviembre de 2022



---

Nathaly Gissella Astudillo Naula

C.I: 0106879257

## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Nathaly Gissella Astudillo Naula, autora del trabajo de titulación "Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 21 de noviembre de 2022



---

Nathaly Gissella Astudillo Naula

C.I: 0106879257

## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Andrea Katherine Brito Román en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico 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, 21 de noviembre de 2022



---

Andrea Katherine Brito Román

C.I: 0107341844

## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Andrea Katherine Brito Román, autora del trabajo de titulación “Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 21 de noviembre de 2022



---

Andrea Katherine Brito Román

C.I: 0107341844

## **Agradecimientos**

El desarrollo de este trabajo de titulación no hubiera sido posible sin la ayuda del Mgs. Marcos Paulo Sempértegui Cárdenas, Director Ejecutivo del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, quien nos brindó el apoyo necesario desde el primer momento.

Gracias a nuestra tutora Mgs. Cristina Andrea Barzallo Neira, por su paciencia, guía y por compartir sus conocimientos durante la elaboración del presente trabajo.

Además, se agradece a cada uno de los visitantes del museo, que, de la manera más gentil, nos brindaron su tiempo y participaron en la contestación de las encuestas.

Queremos agradecer también a todos los docentes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, quienes han sido un aporte invaluable durante toda la carrera universitaria para nuestro crecimiento profesional.

También es necesario destacar algunos agradecimientos personales:

Agradezco a mis padres, por ser mi motivación y apoyo constante durante toda mi vida y más aún en mi carrera universitaria. Por estar siempre ahí para mí, por siempre guiarme con su ejemplo, las palabras nunca serán suficientes para expresarles todo mi agradecimiento por brindarme siempre lo mejor para seguir adelante. A mis hermanos, por su respaldo, empatía y alegría que aportan a mis días para que este camino sea más llevadero.

A mi novio, por ser mi soporte y luz en días difíciles, por nunca dejarme desistir, por su comprensión, incondicionalidad y amor en todo momento. Gracias por siempre confiar en mí, gracias, por tanto.

Por último, pero no menos importante, me doy las gracias a mí, por ser la persona que soy ahora, por mi constancia y esfuerzo durante todo este tiempo. Por demostrarme lo capaz que soy.

Nathaly Gissella Astudillo Naula

Quiero expresar mi sincero agradecimiento, en primera instancia a mis padres, por brindarme su amor y apoyo incondicional durante toda esta etapa de crecimiento. Por creer y confiar en mí. Ustedes son mi inspiración y ejemplo a seguir. Agradezco a mis hermanos, por su confianza, cariño, motivación y sobre todo alegría en mis días más difíciles. Mis abuelos, quienes con su paciencia y consejos me han impulsado a ser una persona de bien. A mi mejor amiga, por su comprensión y sincera amistad, quien ha estado conmigo en los buenos y malos momentos.

Andrea Katherine Brito Román

## **Dedicatoria**

Este trabajo va dedicado a las personas más importantes de mi vida. A mis padres, Wilson y Mónica por ser el principal apoyo durante toda mi carrera universitaria y por ser quienes me motivan día tras día a cumplir mis sueños. A mis hermanos, William y Heidy, quienes siempre me acompañan con su alegría y me impulsan a ser un buen ejemplo para ellos. A mi novio, mi David, mi complemento, por estar siempre a mi lado en cada reto que decido vivir, otorgándome todo el amor, ayuda y sabiduría para alcanzar cada meta de mi vida.

Ustedes, son el motivo de mis triunfos.

Nathaly Gissella Astudillo Naula

A mis padres, Jhon y Lucía, por darme los ánimos y las fuerzas para seguir adelante y enfrentar las adversidades. Con su amor incondicional, me han motivado y apoyado durante toda mi formación personal y académica para cumplir cada una de mis metas. A hermana María, que, a pesar de la distancia, me brinda su tiempo, paciencia y cariño infinito. Gracias por ser mi mano derecha y soporte en todo instante. A mi hermano Pablo, por siempre cuidar de mí y enseñarme a ser una persona valiente y perseverante. A mi abuela Digna y a mi abuelo Heriberto (E.P.D.) quienes me criaron con profundo amor; inculcándome valores para alcanzar el camino del bien, me brindaron la fuerza y su bendición para seguir adelante. A mi mejor amiga Nataly, quien ha sido mi cómplice y que, sin duda, su sincera amistad me ha regalado las mejores sonrisas. You're my person.

Andrea Katherine Brito Román

## Introducción

Los museos son instituciones trascendentales para la conservación de la cultura, al custodiar bienes patrimoniales para el disfrute de la sociedad. Además de ello, se caracterizan por ser lugares de interacción, comunicación, enseñanza y recreación, dedicados al desarrollo de sentidos y percepciones, a su vez, están prestos en beneficio de la ciudadanía (Carmona y Freitag, 2014). En ese sentido, se denota la relevancia de los museos en la sociedad, al ser espacios que no solamente custodian objetos de gran valor cultural, sino que, hoy en día constituyen sitios importantes para la construcción social a través de la cultura, en consecuencia, aportan de manera significativa al desarrollo de la sociedad.

Con el pasar del tiempo, los museos han logrado convertirse en íconos para el sector turístico, debido a que se ha demostrado ser uno de los lugares más concurridos por turistas alrededor del mundo (Qizi, 2021). Lo que antecede permite deducir que, las instituciones museísticas se encuentran dentro de un ámbito muy competitivo, como es el turismo, ya que están en constante competencia frente a otras atracciones turísticas para la captación de los visitantes.

De ahí que, se vuelve indispensable tener una gestión adecuada en el museo, que involucre actividades diferenciadoras que capten la atención de los visitantes, con el objetivo de brindar un servicio que no sólo satisfaga, sino que supere las expectativas de cada uno de los visitantes. En consecuencia, analizar la satisfacción del visitante es primordial, ya que, en función de las falencias detectadas, posibilita la toma de medidas adecuadas en torno a la planificación de las actividades. Sumado a ello, permite fortalecer los aspectos que de cierta forma fueron percibidos de buena manera, para así lograr el retorno de los visitantes. De modo que, la ejecución de estas acciones genera una mayor ventaja competitiva frente a otros atractivos culturales.



En ese marco, el presente trabajo se centra en el análisis de la satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. Este museo de carácter público, gracias a su privilegiada ubicación en la antigua ciudad de Tomebamba, evidencia la presencia de las culturas Inca y Cañari, lo que lo convierte en uno de los museos y complejos arqueológicos más importantes para la ciudad y la provincia del Azuay (Yllia, 2017). Con ello, se manifiesta que contiene aspectos culturales valiosos, de modo que, se posiciona como un referente de la historia de la ciudad. Este hecho compromete a la institución a conservar y mantener en buen estado este patrimonio de gran valía para el beneficio de la sociedad.

Cabe resaltar que, en esta institución no existe la estrategia de analizar la satisfacción de sus visitantes, pues, carece de la aplicación de instrumentos de evaluación de calidad del servicio, así como un cuestionario de retroalimentación o un buzón de sugerencias que permita conocer las recomendaciones de los visitantes. Por tal motivo, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo general identificar el nivel de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

A fin de cumplir el objetivo general, el presente estudio consta de tres capítulos. El primer capítulo aborda la revisión de las definiciones de museo, visitante, calidad y satisfacción, los cuales son términos clave en la investigación. Además, se detallan los antecedentes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo y se describe la gestión actual de forma general y la gestión con un enfoque turístico del museo a través de la revisión bibliográfica y el desarrollo de entrevistas semiestructuradas al director de la institución, con el objetivo de diagnosticar la gestión turística del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

En el segundo capítulo, se identifican las variables sociodemográficas, el instrumento de escala de Likert y las dimensiones del modelo SERVQUAL para la elaboración y aplicación de los cuestionarios. Con el fin de medir la satisfacción y

la calidad del servicio brindado a los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo de acuerdo a sus expectativas y percepciones a través del modelo SERVQUAL.

Finalmente, en el tercer capítulo, se analiza los resultados obtenidos con base a los cuestionarios del modelo SERVQUAL, aplicados a los visitantes en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, a través de análisis estadísticos. Con el fin de determinar la satisfacción del visitante del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, con base al servicio esperado y recibido por parte del museo. Además, se comparan las expectativas y percepciones de los encuestados con respecto a sus características sociodemográficas. Agregado a ello, se identifica si dichas expectativas y percepciones dependen de los aspectos sociodemográficos de los visitantes.

## **CAPÍTULO I**

### **GESTIÓN TURÍSTICA DEL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO**

Este capítulo aborda la conceptualización de términos clave para la investigación, así mismo, contiene aspectos importantes sobre los antecedentes históricos del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo y la descripción de su gestión durante el período 2021-2022, con el fin de analizar la situación actual del museo en relación a la calidad del servicio que ofrece a sus visitantes.

#### **1.1. Fundamentación teórica**

El presente trabajo de investigación pretende analizar la satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, para ello, resulta necesario identificar ciertas conceptualizaciones y definiciones sobre términos clave para entender la dinámica de los museos, su relación con el turismo y la satisfacción de los visitantes. Dentro de los términos a definir se contempla la conceptualización de museo, visitante, calidad y satisfacción.

En primer lugar, para definir a un museo, la Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación (UNESCO, 2021), institución que vela por la protección y promoción del patrimonio cultural de los museos, sostiene que son lugares encargados de manifestar y conservar objetos de valor. Por su parte, el Consejo Internacional de Museos (ICOM, 2019) afirma que los museos son instituciones que permiten conocer la evolución de la sociedad, debido que guardan objetos culturales importantes para la humanidad y preservan el patrimonio a través del tiempo para generaciones futuras.

Por añadidura, la Red de Museos en Iberoamérica (2015) señala que estos establecimientos además de tener la función de resguardar la identidad y memoria

de un pueblo, son los encargados de transmitir el patrimonio, así como hacer accesible su acervo para todos los miembros de la colectividad.

En Ecuador, el Art. 33. de la Ley Orgánica de Cultura (2016) considera a estas instituciones como lugares públicos en donde se practican actividades simbólicas y custodian bienes patrimoniales de la nación. Asimismo, el Ministerio de Cultura y Patrimonio (s.f.) se refiere a los museos como espacios que demuestran la interculturalidad y los hechos del pasado, fortalece la enseñanza de manera participativa, mantiene y transmite el patrimonio.

De tal manera, se puede precisar que estos lugares preservan, mantienen, investigan y difunden el patrimonio cultural y, a su vez permiten conectar con el pasado de un lugar, teniendo un acercamiento a su cultura a través de diferentes obras, pinturas, esculturas, piezas, yacimientos arqueológicos o elementos de valor cultural que continúan siendo conservados, con fines recreativos, de ocio y educación para el disfrute de sus visitantes.

Además, resulta destacable describir la importancia de los museos en el sector turístico. Su importante valor en la promoción turística, e incluso, en algunas circunstancias, han sido los encargados de posicionar la actividad turístico cultural a nivel mundial; llegando a registrar millones de visitantes al año (Avecillas *et al.*, 2021). Tal es el caso de los museos más famosos como el Museo Louvre, Museo Nacional de China, Museos Vaticanos, Museo Metropolitano de Arte de Nueva York y el Museo Británico los cuales acogen a millones de visitantes cada año (Sánchez, 2020). Esto refleja la capacidad de los museos al atraer un número considerable de visitantes, al ofrecer experiencias excepcionales, así también, evidencia el rol trascendental de los museos como atractivos turísticos en un destino.

En efecto, se estima que el 40% de ingresos económicos del turismo mundial es producido por el turismo cultural, siendo los museos uno de los atractivos más

concurridos (UNESCO, 2020). Con ello, se deduce la significancia y aporte al desarrollo económico de las instituciones museológicas en el turismo cultural.

De esta manera, los museos al ser considerados símbolos de atracción turística que llaman la atención de personas alrededor del mundo, se concibe la idea sobre la preocupación de identificar qué tipo de visitante acude a estas instituciones y así conocer sus necesidades e intereses.

En lo que respecta al término visitante, de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (2010) señala que, es la persona que se traslada hacia un lugar distinto al de su origen con motivo de ocio, negocios o motivación personal. La misma institución, lo clasifica como turista, cuando el visitante pernocta en el lugar de destino o como visitante del día o excursionista, cuando no pernocta. De acuerdo a ello, se manifiesta que los museos acogen a estos dos tipos de visitantes que se trasladan de su lugar de procedencia, sin embargo, cabe resaltar que estos establecimientos también acogen la visita de su población local.

Concerniente a los visitantes que asisten a los museos, se ha podido evidenciar varias tipologías según diferentes autores. Para comenzar, Dean (1994) categoriza a los visitantes en tres grupos, en primer lugar, los *visitantes casuales*, caracterizados por moverse de manera rápida en el lugar sin dar mucha importancia a lo que observan, en segundo lugar, *visitantes de paso*, muestran un interés de forma más genuina por la experiencia de visita al museo y sus colecciones, finalmente, los *visitantes de estudio* se caracterizan por prestar un mayor interés a las colecciones y exposiciones y objetos, permanecen más tiempo en las instalaciones y revisan detenidamente las etiquetas.

Además, estudios como el de Véron y Levasseur (1989), clasificaron a los visitantes de museos relacionándolos con nombres de animales de acuerdo a su comportamiento en las instalaciones, de esta forma, se denomina al *visitante hormiga* a quienes visitan el museo de manera rigurosa y minuciosa, los *visitantes*

*mariposas* a quienes recorren el sitio de forma libre y espontánea, el *visitante saltamonte* denominado así a quienes visitan únicamente las principales obras y por último el denominado *visitante pez* a quienes recorren el museo de forma completa y rápida.

En general, existen distintas tipologías para clasificar a los visitantes que acuden a los museos ya sea por factores sociodemográficos, actitudes, comportamientos, intereses, preferencias o motivaciones de visita. De este modo, se constata que, los museos reciben diferentes tipos de visitantes con diferentes necesidades, este hecho obliga a las instituciones museísticas cumplir su función en brindar un servicio de calidad que satisfaga los requerimientos de sus espectadores.

Con base a lo anterior, se denota la importancia de la calidad del servicio en las instituciones museísticas. Al respecto, la calidad del servicio se define como la magnitud en que las características propias del servicio cumplen con los requisitos del visitante (Zheng *et al.*, 2021). También, esta calidad es evaluada a través de la calificación o la valoración que otorga el usuario a los servicios consumidos (Contreras, 2021). Con esto, se puede afirmar que la calidad del servicio es el conjunto de acciones que garantizan la satisfacción de los clientes, en este caso visitantes.

Asimismo, la calidad del servicio se expresa por las distintas percepciones del consumidor acorde con sus necesidades, al momento de solicitar el producto o servicio es donde debe convenir los mejores esfuerzos para satisfacer las exigencias de los visitantes (Rojas-Martínez, 2020). Por ello, se deduce que la calidad es percibida de manera subjetiva, ya que cada persona percibe, valora y califica el servicio y la calidad con base a sus requerimientos. Por ende, es fundamental que las organizaciones sean capaces de solventar dichos requerimientos de sus consumidores.

En referencia a la satisfacción, este término ha sido estudiado por distintos autores desde hace décadas. Entre ellos, Oliver (1980) a través de su teoría denominada disconformación esperada, sostiene que la satisfacción se produce mediante las expectativas anteriores a la adquisición de un producto o servicio y, al ser consumidos, la percepción es enfrentada con las expectativas, de esta manera, se produce una disconformación positiva, cuando la calidad del servicio supera las expectativas, por el contrario, es negativa cuando la calidad del servicio es inferior.

Por tanto, la satisfacción es la reacción que tiene el cliente al momento de evaluar sus expectativas con respecto al servicio recibido (Kotler *et al.*, 2017). Para resumir, la satisfacción se alcanza cuando las percepciones del consumidor con respecto a un servicio recibido superan las expectativas.

Adicionalmente, la satisfacción está vinculada a los sentimientos de felicidad del consumidor cuando el suministrador del servicio cumple sus expectativas (Ramírez Asís *et al.*, 2020). Es decir, la satisfacción da como resultado emociones positivas cuando el servicio ha cumplido con las exigencias del consumidor del servicio. En definitiva, se reconoce la interrelación entre calidad y satisfacción dado que puede definir el éxito o no del servicio.

Tomando en consideración a la satisfacción en el ámbito turístico, esto supone un factor elemental por distintos motivos, ya que influye en el futuro comportamiento o lealtad del turista (Devesa *et al.*, 2010). Por consiguiente, la insatisfacción podría afectar a la imagen, la visita continua o recomendación del lugar (Meng *et al.*, 2008). En tal sentido, el turismo en el ámbito cultural no queda exento a esta realidad, debido a que la satisfacción permite mejorar la oferta en relación a las necesidades, tomando en cuenta los factores que más valoran los turistas y así asegurar su regreso y recomendación del lugar que visitan (Coban, 2012).

Adicionalmente, se manifiesta que la percepción de los visitantes acerca de la calidad de un servicio es el pilar fundamental para decidir sobre el grado de

satisfacción de un atractivo turístico y, la experiencia turística en el ámbito del turismo cultural tiene un estrecho vínculo con la motivación del visitante, la calidad percibida y la satisfacción (Zhang, 2020). Además, la experiencia del servicio contribuye a la satisfacción del turista y potencialmente a la lealtad de los visitantes de un museo (Preko *et al.*, 2020).

Sin embargo, en el contexto de la museología, cabe enfatizar que, el estudio del nivel de satisfacción del visitante es un ámbito todavía en desarrollo, por lo cual, los parámetros para su medición son cambiantes ya que varían de acuerdo al autor y la realidad de cada museo. No obstante, regularmente se componen de variables inherentes al visitante y al museo que tienen influencia en el desarrollo de la visita, ya sea de manera positiva o negativa (Bazán *et al.*, 2018). En relación con eso, para determinar la satisfacción del visitante en un museo, existen distintos grupos de variables previas e intrínsecas del visitante, las cuales intervienen en la relación con la experiencia en el museo, además, la percepción del visitante surge como consecuencia de la interacción con los componentes de la exhibición (Bazán y Ajmat, 2021).

Esto supone, la existencia de distintas variables que actúan de manera relativa en el disfrute de la visita y que influyen en la satisfacción del visitante. De esta forma, la consecución de la satisfacción en un museo engloba una serie de distintos factores previos que influyen en el proceso de visita, así como también la interrelación con los elementos que ofrece el museo da como resultado la percepción del servicio recibido.

Por tanto, la satisfacción en los museos se relaciona con factores internos que se basan en las expectativas, motivaciones, intereses y experiencias anteriores a la visita y así también con factores externos, es decir, los servicios prestados por el museo, las exhibiciones, colecciones, oferta museística e inclusive los principios difundidos durante la visita (De Rojas y Camarero, 2008). De esta manera, la



satisfacción dependerá de la relación entre factores como intereses, expectativas, motivaciones e inclusive de factores sociodemográficos de cada visitante, con respecto a factores presentes en el museo como seguridad, atención, calidad de información brindada, entre otros.

Por ende, los museos al estar inmersos en esta realidad, donde la calidad se convierte en un elemento clave para la determinación del nivel de satisfacción del visitante. Se debe ofrecer un servicio de calidad que genere experiencias que vayan más allá de las expectativas de los visitantes, ya que esta experiencia se vuelve parte de la satisfacción, más aún en la actualidad en donde las personas cada vez son más exigentes y tienen altas expectativas por descubrir, experimentar y disfrutar de servicios de alta calidad.

## **1.2. Antecedentes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

El Museo y Parque Arqueológico Pumapungo se encuentra ubicado en la Calle Larga y Av. Huayna Cápac, en el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca, en la parroquia San Blas. El museo no tiene costo de entrada, es de carácter público y es financiado y administrado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

La visión del museo se basa en ser un espacio relativo a la historia y actividades culturales mediante técnicas museológicas innovadoras y participativas para su público, de igual manera su misión se enfoca en la conservación, estudio, exhibición y difusión de bienes culturales a través de la comprensión colectiva de la identidad a través de la representación de acontecimientos y experiencias socialmente transmitidas por personas, pueblos, comunidades y nacionalidades (Museo Pumapungo, 2021).

El Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es considerado en el Directorio de la Red Ecuatoriana de Museos dentro de su tipología según el contenido de sus

muestras, como un museo arqueológico, etnográfico y de arte (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2019). Dentro de este marco, los museos arqueológicos son caracterizados por contener parcial o totalmente colecciones procedentes de excavaciones, en cambio, los museos etnográficos exhiben bienes que representan la cultura de un pueblo, sus tradiciones, creencias religiosas, estructuras sociales, entre otros (UNESCO, 1992). De esta manera el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es catalogado como un museo arqueológico, al contemplar dentro de sus instalaciones colecciones sobre el acervo cultural de las culturas precolombinas de la ciudad. Así mismo, es denominado un museo etnográfico gracias a la existencia de elementos representativos de la cultura de los pueblos que conforman el Ecuador.

Finalmente, los museos de arte exponen obras de arte aplicadas y bellas artes, esta clasificación comprende los museos de escultura, cinematografía, fotografía, galerías, centros de archivo, bibliotecas, entre otros (UNESCO, 1992). Con base a esta denominación, el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es considerado como un museo de arte, ya que ofrece exposiciones relacionadas con el arte, contiene un archivo histórico y fotográfico y también cuenta con la Biblioteca Víctor Manuel Albornoz.

La historia del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo radica en la existencia de culturas prehispánicas como la Cañari, quienes la denominaron Guapondelig cuyo significado es *llanura de las flores*, posteriormente fue conquistada por el imperio Inca dirigido por Tupac Yupanqui, los cuales la nombraron como Tomebamba que significa *Valle de los Tumis o cuchillos* (Idrovo, 2000).

En el año de 1557, tras la conquista española se fundó la ciudad de Cuenca. Este acontecimiento provocó el crecimiento de la ciudad, dejando atrás los rastros de lo que una vez fue la ciudad incásica. Consecuentemente, este lugar fue designado como una cantera en donde las piedras existentes fueron utilizadas para la

elaboración de muros y edificaciones de iglesias como San Blas y la Catedral Vieja (Cordero y Aguirre, 1995).

Para el año de 1922, Jacinto Jijón y Caamaño y Max Uhle con sus arqueólogos el Dr. Ernesto Salazar y el Dr. Jaime Idrovo, iniciaron las investigaciones y trabajos arqueológicos en lo que se denominaba *Quinta Pumapungo*, quienes confirmaron la ubicación y existencia de estos pueblos ancestrales, más adelante, en 1923 fue publicado el mapa de toda el área, con esto se concluía el debate sobre la ubicación geográfica de Tomebamba (Idrovo, 2000).

Según documentos encontrados, Pumapungo antes de ser considerado museo pasó por varios propietarios, es de esta manera que, Doña María de Mercado en el año de 1593 fue propietaria de *dos solares*, posteriormente, se constata en el Archivo Nacional de Historia, Cuenca; 1593: Notaría 490, folio 492 que estos solares fueron comprados por Diego Rumipamba Yndio natural de Pançaleo (Idrovo, 2000).

En un recorrido histórico sobre el sitio, Cordero y Aguirre (1995) señalan que, en el año 1820, pasó a pertenecer a la familia de Chica y Astudillo y para 1874 los propietarios del barrio Pumapungo fueron Manuel Idrovo, Próspero Benavides y Antonio Lazo. Ya para el siglo XX, la parte que perteneció a Idrovo, pasó a manos de la familia Avilés, la de Benavides a la familia Aguilera y la de Lazo a Agustín Vásquez. Con el transcurso de los años, el crecimiento de la ciudad de Cuenca llevó a que estos terrenos se dividan y se loticen, exceptuando la propiedad del sacerdote Agustín Vásquez (Idrovo, 2000). Posteriormente, esa propiedad fue heredada por su hijo el sacerdote Agustín Vásquez quien a su vez donó esta propiedad a los padres jesuitas, para la construcción del Colegio Rafael Borja, la cual finalizó en 1956.

En el año de 1978, el Banco Central compró los terrenos a los padres jesuitas y en el mismo año se estableció en Cuenca el Centro de Investigación y Cultura del Banco Central del Ecuador (Cordero y Aguirre, 1995). Al mismo tiempo, se obtuvieron los primeros bienes culturales realizados a través de donaciones brindadas por el Sr. Guillermo Vásquez Astudillo, las cuales pertenecían a las culturas Cuasmal y Tuncahuan, también, la aportación de las bibliotecas pertenecientes a Alfonso Andrade Chiriboga y Víctor Manuel Albornoz, colecciones como las del Padre Crespi y la colección etnográfica de Luis Moscoso Vega, todo ello aportó para el inicio de un museo en Cuenca (Carrasco, 1988).

Por consiguiente, debido a la gran cantidad de bienes culturales albergados, enseguida se tuvo la obligación de adquirir un lugar con más espacio y que sea adecuado para la conservación y puesta en valor de los mismos. Por tal razón, el Banco Central alquiló en el centro de Cuenca una edificación, con el objetivo de abordar de manera óptima los requerimientos de este museo (Museums of the World, 2014).

Seguidamente, en el año de 1992 se estableció el nuevo Museo de Pumapungo, instaurado en las instalaciones del Banco Central, donde funciona actualmente, considerándose uno de los más completos y grandes de la zona sur del Ecuador (Museums of the World, 2014). De esta manera, en este proceso surge la creación de las salas en las que está dividido el museo, así, se puede distinguir la Sala Nacional de Etnografía, Sala Arte siglo XIX, Sala Arqueológica Tomebamba. También, el museo cuenta con la Biblioteca Víctor Albornoz, el Parque Ancestral y el Museo Numismático.

Dentro de la Sala Nacional de Etnografía se contemplan objetos de los distintos grupos humanos, nacionalidades y etnias que guardan relación con la memoria social de nuestro país, dando a conocer sus valores culturales tanto tangibles como intangibles a través de la representación de su cotidianidad, vestimenta,

costumbres, fiestas, rituales (Museo Pumapungo, 2021). Esto demuestra el rol fundamental que cumple el museo, al ser custodio de la cultura de nuestro país y al mismo tiempo, comunica y transmite el sentimiento de identidad cultural al exponer o exhibir el patrimonio tanto material como inmaterial que refleja la vida cotidiana de la cultura ecuatoriana.

La Sala de Arqueología, busca potenciar el valor histórico del lugar, así mismo, esta se encuentra en constante construcción, de manera inclusiva tanto en contenidos como en los recursos museográficos y tecnológicos (Museo Pumapungo, 2021). De esta manera, se refleja el interés de la institución en adaptar los contenidos para los visitantes, lo cual permite entender de mejor manera el contenido cultural que alberga dentro de su sala arqueológica.

En la Sala de Arte se aprecian las pinturas y esculturas con cualidades únicas que demuestran los procesos de adopción de técnicas y tendencias artísticas traídas de Europa al continente americano (H. Rodríguez, comunicación personal, 09 de marzo de 2022). Es así que, el museo no solamente aborda temáticas en relación a aspectos históricos o arqueológicos, sino que también posibilita el acercamiento al arte a través de la apreciación de distintas exhibiciones artísticas.

Por otra parte, el Parque Ancestral Pumapungo contiene tres zonas: el Parque Arqueológico, en donde se puede evidenciar los vestigios pertenecientes al periodo incásico; el Parque Etnobotánico, el cual cuenta con alrededor de más de 230 especies de árboles y plantas nativas de los Andes y, el Santuario de aves, con más de 30 especies que han sido rescatadas y forman parte de la concepción andina de pueblos (Museo Pumapungo, 2021). Estas particularidades hacen que el museo sea más atractivo para los visitantes. De manera que, las personas mantienen un contacto con la naturaleza y además permite tener una experiencia más cercana a la historia a través de un recorrido alrededor de los vestigios de importante valor histórico como lo es el sitio arqueológico.

Además, el museo comprende una Biblioteca denominada Víctor Manuel Albornoz, la misma cuenta con un fondo documental y hemeroteca, un archivo fotográfico y archivo histórico con documentos alusivos a la memoria de la región que son de utilidad para beneficio de investigadores, estudiantes o lectores que requieran ahondar sus saberes sobre la historia local y nacional (H. Rodríguez, comunicación personal, 09 de marzo de 2022). Esto evidencia que el museo fomenta de cierta manera el desarrollo de la investigación a través del acceso a su biblioteca para que investigadores, docentes o estudiantes puedan recurrir a información relevante que se encuentra allí.

Finalmente, en las instalaciones de la institución se encuentra el Museo Numismático, el cual es administrado por el Banco Central del Ecuador. En este espacio se presenta la historia de la moneda, así como también sus principales cambios y características durante los distintos reinados. Además, se muestran los sistemas de intercambio en la comercialización indígena y las principales rutas de comercio durante la época precolombina en América (Banco Central del Ecuador, 2016). Pese a que el Museo Numismático forma parte de otra administración, la presencia dentro de las instalaciones del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo simboliza otro punto de interés para los visitantes, debido a que incluye elementos atractivos que fomentan el aprendizaje sobre la historia de la economía del país.

Con la inauguración en la nueva edificación del museo y con la existencia de las salas para la realización de las exposiciones, posiblemente influyó de cierta manera para el aumento de las visitas a este sitio, acogiendo varios tipos de visitantes tanto nacionales como extranjeros, grupos de estudiantes y grupos de personas con capacidades diferentes. Cabe destacar que, en el periodo de 1992 hasta el año 2003, el museo carecía de un registro de visitantes y, es hasta el año 2004 que la institución empezó a registrar las cifras de visitantes, no obstante, en

ese entonces pertenecía al Banco Central (M. Quizhpe, comunicación personal, 07 de marzo de 2022). Aquí se denota los indicios en el cambio de la gestión del museo, lo que conlleva a deducir que, la institución comenzó a preocuparse por identificar la cantidad de personas que asiste al museo y, de la misma manera identificar qué tipo de público asiste al mismo.

Cabe mencionar que, el país carecía de un ente que regule la actividad cultural en el territorio, no es sino hasta el año 2007, que se fundó el Ministerio de Cultura como órgano rector de la actividad cultural a través del Decreto Ejecutivo No. 5, posteriormente en el año 2013, cambió su denominación por *Ministerio de Cultura y Patrimonio* (Decreto Ejecutivo 5, 2013). El cuál ejerce la rectoría del Sistema Nacional de Cultura, orientado en una visión institucional de estructurar procesos relacionados con la cultura y ejecución de políticas públicas (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018).

Por consiguiente, en el año 2010 todos los bienes de carácter cultural y no cultural y los derechos correspondientes al Banco Central del Ecuador asociados a la gestión cultural del Banco Central, son transferidos al Sistema Nacional de Cultura establecido por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, excepto el Museo Numismático (Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado, Codificación, 2006).

En consecuencia, el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo pasó a ser administrado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, lo cual significa que experimentó cambios dentro de su gestión. Uno de ellos, es la gestión de la información sobre la cifra de visitantes, la cual, hoy en día, es posible visualizarla en la página web del órgano rector de cultura del país. Tal es así que, el museo registra desde el año 2011 hasta el año 2022 el número de visitas anuales tal y como se visualiza en la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Registro de visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

<b>Año</b>	<b>Visitantes</b>
2011	57756
2012	67920
2013	78582
2014	96047
2015	101696
2016	122648
2017	121947
2018	140617
2019	164074
2020	111550
2021	203706
2022	17508

*Nota.* Los datos correspondientes al año 2022 pertenecen únicamente a los meses de enero y febrero. Adaptado del sitio web del Ministerio de Cultura y Patrimonio (2022).

En la tabla mostrada anteriormente, se puede apreciar que el museo durante el periodo 2011 al 2021 ha tenido un constante crecimiento en la demanda de sus visitantes. Sin embargo, en el año 2020, existe un decrecimiento de visitas al museo, debido a que el museo cerró sus puertas debido a la emergencia sanitaria ocasionada por la COVID-19.

Mientras que, en el año siguiente, es decir el año 2021, en el mes de junio se volvió a operar en el Parque Arqueológico y Etnobotánico y, finalmente, en el mes de diciembre, con la reapertura de las salas del museo y la ejecución de varios



proyectos que captaron la atención del público y las cifras ascendieron nuevamente (Museo Pumapungo, 2021).

Con estos antecedentes, hoy en día el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo se posiciona como uno de los atractivos más visitados de la ciudad de Cuenca (Ministerio de Turismo, 2021). Agregado a ello, el lugar lidera como uno de los museos más comentados y reconocidos en la ciudad. Aquello se evidencia en la plataforma TripAdvisor, en la cual el museo recibió una calificación de Excelente por parte de los visitantes cuyas opiniones expresan que es un lugar relajante, lleno de cultura y que recomiendan visitar (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016). Con esto, se denota la buena aceptación de los visitantes hacia el museo y el agrado que causa asistir al lugar, determinando así, un espacio que merece ser visitado y valorado.

De esta manera, se ratifica que los museos son atractivos turísticos que motivan a las personas a trasladarse, para así conocer y disfrutar los recursos materiales e inmateriales del destino, ya sea por criterio cultural o natural (Aliste *et al.*, 2019). Siendo así el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, uno de los sitios que impulsa el interés de los visitantes por conocer la riqueza cultural del lugar.

De ahí que, la visita a los museos constituye una actividad primordial para los turistas con interés en la cultura, aquello denota la relevancia que tienen estos lugares, los cuales inclusive llegan a ser catalogados como auténticos destinos turísticos (Avecillas *et al.*, 2021). Es así que, los museos son el medio para fortalecer la actividad turístico cultural, al ser agentes que promueven el viajar de las personas alrededor del mundo; quienes tienen interés por aprender y conectar con la cultura de un destino.

Finalmente, se concluye que, el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es un espacio privilegiado, ya que dentro de sus instalaciones contiene un valor histórico

y patrimonial referente de la ciudad de Cuenca. Además, ofrece a sus visitantes distintos componentes relacionados a la cultura. Gracias a la variedad de oferta museística que posee el museo, genera un valor agregado, lo cual denota una ventaja competitiva en relación a los otros museos de la ciudad. Igualmente, la demanda de sus visitantes es notoria. Por lo tanto, este hecho, conlleva a tener en cuenta la trascendencia de tener una correcta gestión en este espacio museístico con el objetivo de brindar a los visitantes un servicio excepcional.

### **1.3. Descripción de la gestión actual del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, periodo 2021-2022**

El Museo y Parque Arqueológico Pumapungo al ser un museo que denota importancia en Cuenca, al albergar gran parte del patrimonio de la ciudad y al acoger miles de visitantes al año, es conveniente tener en cuenta la gestión que realizan los encargados del museo, la cual debe posibilitar el cumplimiento de los objetivos. Igualmente, la planificación de actividades y proyectos deben asegurar la salvaguarda, conservación y difusión del patrimonio cultural.

Antes de describir la gestión actual del museo a analizar, es considerable en primer lugar tener claro a que hace referencia la gestión. De esta manera, en términos generales, la gestión apunta al conjunto de acciones o actividades asociadas a la dirección y administración de una asociación (Suarez, 2018). Estas acciones están orientadas a la consecución de los objetivos en una institución (Armijos *et al.*, 2019). En otras palabras, la gestión hace mención a la realización de labores que dan como resultado el logro de las metas planteadas en una organización, es decir, la gestión podría estar relacionada con el éxito o fracaso de una institución.

En este sentido, al referirnos a las instituciones museísticas, es importante tener en cuenta que la gestión general y la gestión turística en museos son dos cosas

diferentes. En primera instancia, con base a estudios realizados en el año 2010 por el Comité Internacional para la Museología del ICOM (ICOFOM) en conjunto con el Musée Royal de Mariemont señalan que la gestión de un museo se enfoca en el cumplimiento de acciones relacionadas al ámbito administrativo, de conservación, exploración y comunicación, así como también su aporte al turismo (Mairesse *et al.*, 2010). En otros términos, la gestión en museos conlleva al cumplimiento de la misión de la institución a través de la ejecución de actividades planificadas que garanticen el cumplimiento de los objetivos de cada área que lo conforma y que a su vez contribuye en el ámbito turístico.

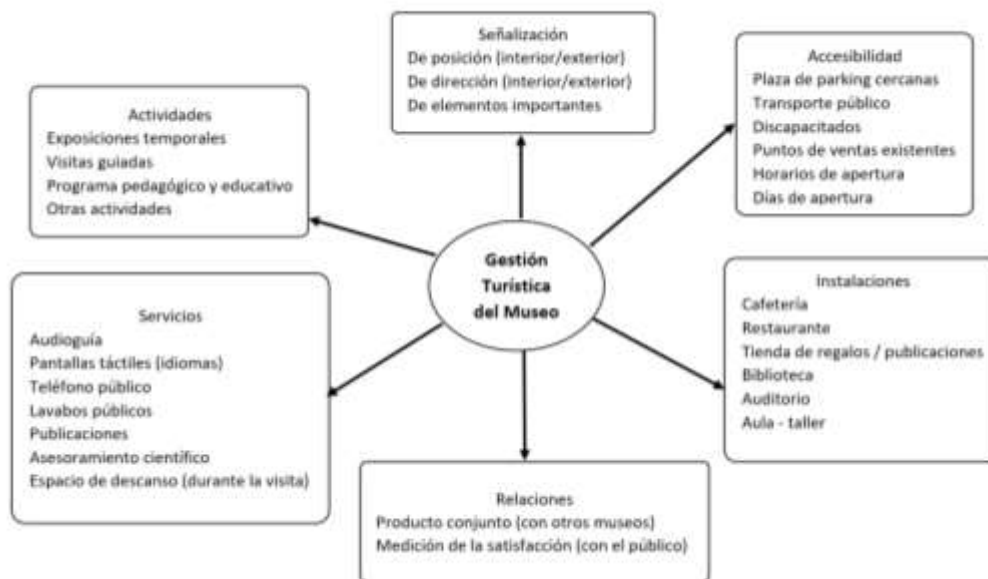
En esa misma línea, la gestión general dentro de un museo garantiza el cumplimiento de la misión y objetivos a corto o largo plazo en relación a sus funciones ya sea de educación, estudio y placer, además posibilita la toma de decisiones a los miembros de la institución en cada una de las áreas (Camprubí, 2015).

Por otro lado, la gestión turística engloba la realización de actividades orientadas a la accesibilidad del museo para sus visitantes y así lograr una buena experiencia, aquí se consideran siete áreas como son instalaciones, señalización, información, accesibilidad, servicios, actividades y relaciones, las mismas que deben ser gestionadas de manera independiente, sin embargo, estas deben ser coordinadas de manera simultánea como la conformación de un todo (Camprubí, 2015).

Tal como se observa en la Figura 1, se muestran los elementos básicos que son considerados en cada una de las áreas que conforman la gestión turística de un museo.

**Figura 1**

*Elementos de la gestión turística de un museo*



*Nota.* Adaptado de (Camprubí, 2015).

Conviene señalar que, es visible la disimilitud entre la gestión general que lleva a cabo un museo en contraste con la gestión turística, dado que la primera se enfoca en el ámbito administrativo, de conservación y difusión de sus bienes patrimoniales, mientras que, la gestión turística implica llevar a cabo actividades relacionadas a la satisfacción de las necesidades de los visitantes. No obstante, ambas ayudan al cumplimiento de los objetivos del museo. De modo que, una adecuada gestión es primordial para el correcto desempeño del museo, el cumplimiento de los objetivos y la sostenibilidad de la institución (Hermosilla *et al.*, 2020).

En conclusión, tener una adecuada gestión general o gestión turística en las instituciones museísticas, posibilita salvaguardar y exhibir el patrimonio

perteneciente a un pueblo o una nación, además, garantiza el progreso y desarrollo de la institución, así como la calidad en los servicios brindados.

Para describir la gestión en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo se ha tomado como modelo de referencia la guía denominada *Cómo administrar un Museo: Manual práctico* desarrollado por la ICOM en colaboración con la UNESCO, debido a que este manual engloba componentes esenciales a considerar para la gestión de museos (ICOM y UNESCO, 2007). Esta herramienta establece parámetros para obtener una gestión eficaz, tomando en cuenta distintos elementos que conforman la gestión turística del museo como seguridad, accesibilidad, señalización, instalaciones, planificación y administración.

### **1.3.1. Estructura organizativa en un museo**

Se refiere a la segmentación y coordinación de actividades y recursos, considerando las sugerencias del personal, lo cual permite tomar correctas decisiones y resolver problemas entre las distintas áreas que conforman la organización (Hernández y Hurtado, 2020). Es decir, permite delegar tareas de acuerdo a los cargos de los distintos miembros. Esto ayudará a los empleados a fortalecer sus capacidades, conocimientos y habilidades en el ámbito en el que se desenvuelven, esto a su vez contribuirá al cumplimiento de las metas y objetivos, logrando desarrollar una ventaja competitiva y un servicio de excelencia (Bastidas, 2018). Por tanto, mediante la estructura organizativa se distribuyen las actividades de las distintas áreas, lo cual facilita las tareas, la comunicación y alcanza los objetivos y metas de una organización en un ambiente de trabajo agradable.

Conforme a los museos, la importancia de establecer una estructura organizativa en estas instituciones, radica en la organización interna y la comprensión de los vínculos jerárquicos existentes, el intercambio de información y la delegación de actividades; la mayor parte de museos siguen una estructura conformada por áreas de administración, operación y conservación, que favorece al cumplimiento

de tareas (Edson, 2007). Del mismo modo, la estructura organizativa en un museo permite entender los lazos generados entre sus áreas, así como la asignación de tareas y responsabilidades que hacen posible el cumplimiento de las actividades.

Continuando con el mismo autor, existen diferentes estructuras organizativas, la primera tiene un orden jerárquico, donde el órgano rector siempre se encontrará en la parte alta, seguidamente estará el director, mientras que los demás miembros del establecimiento estarán de acuerdo a la distribución de responsabilidades y cargos de la institución. En la estructura horizontal todas las áreas tienen contacto directo con el director, dando como resultado igualdad de condiciones a todas las áreas y miembros.

Finalmente, en la estructura matricial se unen las distribuciones horizontales con las verticales, estableciendo relaciones entre las distintas áreas. Sin embargo, independientemente del organigrama que maneje la institución, al director siempre se le considerará como la persona que une a los miembros o personal del museo con el órgano rector (Edson, 2007).

Dicho en otras palabras, las diferentes estructuras organizativas analizadas, reflejan la relación que hay entre las diversas áreas con los órganos rectores y directores de la organización, cabe enfatizar que, en todos los tipos de estructuras organizativas mencionadas se tiene siempre la presencia de una autoridad quien ejerza el mando.

Por el contrario, la autoorganización es una nueva forma de organización dentro de un museo, la cual se produce debido a la inexistencia de una autoridad jerárquica en donde el personal toma decisiones de forma unánime (Janes, 2016). Esto significa que, los miembros son autosuficientes para ejecutar acciones. Mediante esto, desarrollan capacidades de interacción e independencia que les permite empoderarse a sí mismos, generando una cultura de equidad, así, la ausencia de un modelo jerárquico logra que cada miembro del personal que

realiza su función no se vea afectado y sea tratado de forma íntegra (Tanga, 2021).

Con base a ello, se puede concluir que la inexistencia de estas estructuras organizativas hace posible un ambiente laboral equitativo y productivo, donde todo el personal tiene la misma aprobación para tomar decisiones y resolver conflictos por sí mismo; posibilitando el crecimiento personal y desarrollo de sus capacidades. También, la autoorganización podría ser el modelo que facilite la adaptabilidad de la gestión de un museo hacia los nuevos cambios que surgen por la globalización; orientado siempre al cumplimiento de objetivos y metas.

### **1.3.2. Estructura organizativa del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

En cuanto al Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, este no dispone de una estructura organizativa propia, sin embargo, al ser un museo estatal se rige a la estructura organizacional del Ministerio de Cultura y Patrimonio. Aquello representa un aspecto negativo en cuanto a la organización de este museo, de manera que, al no existir una estructura organizativa propia de la institución como tal y al regirse a un modelo basado en el Ministerio de Cultura y Patrimonio, el cual es estandarizado y dado de manera general, no se adapta a las necesidades propias de la institución.

Dada la existencia de distintas formas de organización dentro de una institución, los directivos deben considerar la estructura más idónea que se adapte a las necesidades del museo para facilitar el desarrollo de funciones y actividades.

Para entender cómo está conformada la estructura organizacional del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo basada en el Ministerio de Cultura y Patrimonio, este se distingue en procesos adjetivos y procesos sustantivos (Acuerdo Ministerial Nro.153, 2018). Tal y como se visualiza en la Figura 2.

**Figura 2**

*Estructura organizativa del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo durante el periodo 2021-2022*



*Nota.* Adaptado de (Acuerdo Ministerial Nro.153, 2018).

De acuerdo a la Figura 2, los procesos adjetivos comprenden la Unidad de Asesoría Institucional y la Unidad de Apoyo Institucional. Del mismo modo, está relacionado con temas administrativos, financieros y de planificación, que a su vez comprende actividades de compras públicas, talento humano, pagos de servicios básicos, entre otros (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

Referente a los procesos sustantivos, se encargan de cumplir los objetivos, la misión y la visión del museo, además, estos procesos ayudan a salvaguardar y difundir el patrimonio (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022). Dentro del proceso sustantivo de la organización del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, se cuenta con distintas unidades que se encuentran descritas en la Tabla 2.



**Tabla 2**

*Unidades del proceso sustantivo del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

<b>Unidades que conforman el proceso sustantivo del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo</b>	
<b>Unidad de Conservación y Restauración</b>	Forma parte fundamental en la gestión de forma permanente del Pumapungo, cuyos objetivos se inclinan prioritariamente en la metodología usada para salvaguardar los bienes culturales que se encuentran en el museo, para ello se cuenta con personal profesional en el ámbito que se encarga de la conservación del sitio arqueológico. Las estrategias y acciones llevadas a cabo se encuentran en tres niveles que son: Conservación Pasiva/externa, Conservación Activa/interna y la Restauración. <sup>a</sup>
<b>Unidad de Investigación Museología y Museografía</b>	Se encarga de los proyectos expositivos, articula la investigación con los proyectos museográficos, es decir, cómo se va exhibir en las salas, se encarga de diseñar los dispositivos infográficos, el mobiliario, entre otros. <sup>b</sup>
<b>Unidad de Servicios Culturales</b>	Esta unidad ayuda a articular el proyecto educativo acorde a los objetivos de cada área, a través del desarrollo y la virtualización de contenidos de las exposiciones y reservas, así mismo, establece alianzas estratégicas con profesionales, instituciones educativas y actores sociales. Además, esta unidad contiene un enfoque de responsabilidad social, teniendo en cuenta a grupos de atención prioritaria dentro de las acciones realizadas. Estas acciones tienen como objetivo la difusión de los bienes culturales que custodian las reservas, la puesta en valor de los conocimientos ancestrales y el contacto con la naturaleza del Sitio Arqueológico y Parque Etnobotánico. <sup>a</sup>
<b>Unidad de Red de Museos</b>	Se encarga de articular el museo con otros museos, mediante la realización de programas, proyectos y planes que fomenten la aplicación de sistemas y procesos técnicos de las organizaciones museísticas como repositorios para la investigación. <sup>c</sup>
<b>Unidad de Reservas, Fondos y Depósitos</b>	El museo al albergar bienes patrimoniales y culturales pertenecientes al estado ecuatoriano está obligado a seguir y cumplir procesos técnicos, entre ellos están el registrar, inventariar, digitalizar y valorizar cada uno de los bienes patrimoniales. Esta unidad se encarga del monitoreo, obtención de información técnica acerca del estado y condiciones de las instalaciones y los bienes, genera instrumentos y metodologías y espacios adecuados con las condiciones idóneas para el correcto cuidado de las colecciones, se encarga de generar un ambiente adecuado, además posibilita el desarrollo de la investigación que contribuyan a la creación de muestras que favorezcan la difusión a través de proyectos y programas. <sup>a</sup>

*Nota.* <sup>a</sup>Museo Pumapungo (2022). <sup>b</sup>M. Sempértegui, comunicación personal (02 de marzo de 2022). <sup>c</sup>Acuerdo Ministerial Nro.153 (2018).

También, la institución contiene un equipo conformado por distintas personas distribuidas en unidades, quienes trabajan por cumplir con las actividades y objetivos de la labor que desarrolla el museo, el equipo constituido se detalla a continuación en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Equipo del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

<b>Miembros del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo</b>	
<b>Gobernante</b>	Director Ejecutivo Secretaría
	Marcos P. Sempértegui C. Ximena Paola Abril Albarracín
<b>Asesorías</b>	Unidad de planificación Jurídica Comunicación
	Rosita M. Garrido Chauvín Irina Tapia Hernán Rodríguez
<b>Apoyo</b>	<b>Administrativa</b>
	Responsable Unidad de Apoyo Contratación pública Control de bienes
	Janeth P. Mora A. Sandra Méndez Irma Cecilia Aguilera
	<b>Servicios Generales</b>
	Infraestructura y Seguridad TICS Documentación y archivo
	Wendy P. López B. Hernán Rodríguez J. Maldonado, H. Rodríguez Ximena Paola Albarracín
	<b>Financiera</b>
	Presupuesto Contabilidad Tesorería
	Vanessa Salamea Blanca A. Espinoza O. Vanessa Salamea
	<b>Talento Humano</b>
	Contratación-nómina- Capacitación
	Irina Tapoa
<b>Agregados de Valor</b>	<b>Reservas, Fondos y Depósitos</b>
	Responsable Unidad Reservas Arte
	Marcelo F. Guiracocha Juan F. Vanegas Crespo Ll. Marcelo F. Guiracocha Ll. Hernan Rodriguez G. Juan F. Vanegas C. Ñusta J. Vega C. Irma C. Aguilera A.
	Arqueología Documental/biblioteca Audiovisual Etnográfico Etnobiológico parque administración

---

**Miembros del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

Analista	Nadia G. Arias P.
----------	-------------------

**Restauración y Conservación**

Conservación y restauración	Diego H. Matute C.
-----------------------------	--------------------

Riesgo patrimonial, bienes y sitio	Mary B. Jadán V.
------------------------------------	------------------

**Investigación, Museología y Museografía**

Museógrafo responsable	Jorge M. Ortega A.
Analista de investigación	Juan A. Maldonado N.
Analista de investigación	Maria E. Carrasco

**Servicios Culturales**

Responsable	María X. Moscoso L.
Mediación y recepción	María V. Quizhpe M.

---

*Nota.* Adaptado de (Museo Pumapungo, 2021).

### 1.3.3. La planificación en un museo

La planificación en un museo hace referencia a una actividad integral, que debe exponer la visión de la institución de manera conjunta, es decir, su misión, objetivos, historia, instalaciones, visitantes, consideraciones culturales, sociales y ambientales, entre otros (Edson, 2007). Frente a este concepto, la planificación es una forma de organización que se basa en puntualizar los logros que se desean alcanzar en un museo, tomando en cuenta las distintas áreas que lo conforman.

Asimismo, la importancia de un Plan Estratégico en un museo radica en la organización de acciones con el objetivo de crear un modelo de gestión basado en el cumplimiento de los objetivos, así también debe estar acorde a la misión y visión institucional. Esto es sin duda una herramienta que expone lo que se quiere alcanzar en la organización (Patuisaca, 2022).

Del mismo modo, la adecuada planificación en las instituciones museísticas consiste en identificar las posibles oportunidades y amenazas y, de esta forma tomar decisiones apropiadas, igualmente, orienta a cada área a seguir el mismo enfoque que la institución aspira y posibilita el desarrollo de objetivos, estrategias y programas acorde a las metas (Hermsilla *et al.*, 2020).

Es decir, la planificación de un museo es una herramienta indispensable para que se lleve a cabo una correcta gestión de las actividades, es importante recalcar que esta planificación se realice de manera participativa, en donde se involucre a todos los actores internos y externos, para así tomar en cuenta las necesidades colectivas y que estas sean tomadas en consideración en las acciones del plan estratégico.

#### **1.3.4. Planificación del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

El Museo y Parque Arqueológico Pumapungo maneja una planificación anual denominada Actividades y Plan Museológico de las Entidades Operativas Desconcertadas (EOD) Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. Así mismo, la planificación de exposiciones y eventos se realiza de manera anual, cada una de ellas, de acuerdo a sus características y complejidad tienen su propio tiempo y presupuesto, no obstante, independientemente del grado de complejidad, todas las exposiciones siguen una misma metodología, es decir, en primer lugar, se basa en un proyecto de investigación, esta investigación se asienta en proceso de curaduría, después inicia la elaboración del guion museológico-museográfico, realización del guion educativo, seguidamente el proceso de montaje expositivo y posteriormente la inauguración de la exposición (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

Teniendo en cuenta el año 2021, debido al cierre del museo causado por la pandemia se realizaron acciones de forma técnica y de manera confiable para su reapertura, de manera que beneficien tanto a sus visitantes y personal de la institución. De este modo, para rehabilitar estos espacios, sobre todo en las salas expositivas, se hicieron cambios de los sistemas de iluminación, liberación de paredes, adecuación de pisos y actividades de mantenimiento en la infraestructura (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

Entre las principales exposiciones que se planificaron para el año 2021, de acuerdo al Informe Final de Actividades EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo son las que se describen seguidamente en la Tabla 4.

## Tabla 4

*Exposiciones temporales realizadas en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, año 2021*

<b>Exposiciones Temporales Realizadas en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, año 2021</b>	
<b>Exposición RE</b>	Incita a un nuevo encuentro para recordar, revivir, recrear y re-imaginar. De esta manera, recordar los inicios y los caminos andados. Revivir los momentos que marcaron la memoria. Recrear y aprender de las vidas pasadas. Y re-imaginar posibles mundos mejores. Además, el visitante puede recorrer las exposiciones permanentes, la Biblioteca Víctor M. Albornoz, el sitio arqueológico y el parque etnobotánico (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2021).
<b>Exposición El misterio de la vida tras el lente</b>	Exposición fotográfica de anfibios y microbiología realizada en conjunto con la Universidad Católica de Cuenca. Con el objetivo de mejorar los dispositivos museográficos, colaborar en el diseño museográfico, y coordinar la distribución y montaje de la muestra (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2021).
<b>Exposición Árboles de papel</b>	La exposición “Árboles de papel”, de Larissa Marangoni, hace una visión del mundo a través de un ámbito estético, combinado con una cantidad de ecología política y una realidad militante (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2021).
<b>Exposición El sombrero de paja toquilla.</b>	La exposición fue realizada a petición del Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura, en la cual se rinde homenaje a la labor del artesano del austro (Museo Pumapungo, 2021).
<b>Exposición Pintura en forma de...</b>	Engloba un concepto conmemorativo sobre la trayectoria del autor, Manuel Tarqui, quien ha tenido una trayectoria de más de 40 años en la plástica ecuatoriana (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2021).

*Nota.* Información tomada del documento de Actividades y Plan Museológico 2022 de la EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

Como se evidencia en la Tabla 4, las exposiciones realizadas por el museo contienen un carácter cultural, educativo e interactivo, que además de enseñar al

público sobre distintos temas, se denota el esfuerzo del museo en ofrecer una oferta museística variada que busca atraer de forma creativa a sus visitantes, de ese modo se establece que la planificación de estas actividades basadas en los ejes establecidos por el museo, mantiene un concepto claro que no sólo busca entretener sino también educar.

Con referente al tema de presupuesto del año 2021, Pumapungo al ser una entidad de carácter pública, la cual pertenece al Ministerio de Cultura y Patrimonio, los presupuestos son asignados a través de esta cartera de estado, la institución recibe un fondo anual, mismo que se refleja en la planificación de las actividades del museo. No obstante, los recursos asignados siempre son escasos, por tal razón la institución ha tenido la necesidad de apoyarse de actores y gestores culturales independientes y del sector privado (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

Para el año 2021, el presupuesto operativo anual del museo fue de \$978.630,81, es decir se alcanzó el 99,98% respecto al presupuesto codificado. Este presupuesto fue priorizado para la ejecución de un total de 112 actividades encaminadas al cumplimiento de la misión y visión del museo. Entre estas actividades se encuentran, talento humano, servicios básicos, seguridad, limpieza, mantenimientos básicos, conservación y restauración y la actividad cultural (Museo Pumapungo, 2021).

En cuanto al año 2022, la institución determinó ejes transversales y programas técnicos a desarrollar, estos están fundamentados en cada una de las actividades y proyectos planteados. De esta manera, los ejes conceptuales propuestos son Patrimonio y Memoria, Identidad, Diversidad y Género y Ecologismos (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

**1.3.4.1. Patrimonio y Memoria.** A lo largo del tiempo, la gestión del patrimonio cultural no ha tomado en cuenta la participación de pueblos y comunidades, dejándolos de lado, pese a que estos son los actores principales y dueños de ese patrimonio. Por tal motivo, este eje busca la integración de los pueblos y comunidades a los nuevos discursos museológicos (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

**1.3.4.2. Identidad, Diversidad y Género.** Debido a la importancia que sostienen los museos en la construcción de la identidad y consolidación de la memoria histórica mediante la interrelación que tiene el público con los objetos y contenidos culturales que ofrece el museo, ayuda a la generación del sentido de pertenencia. Igualmente, este eje transversal busca la reflexión acerca de las distintas maneras en las cuales es mostrado el cuerpo individual y social en los proyectos museísticos (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

**1.3.4.3. Ecologismos.** Este eje se fundamenta en la relación existente entre el ser humano y el medio ambiente, promoviendo la reflexión de las consecuencias de la gestión cultural en el entorno ambiental, así también la difusión de los conocimientos de la cosmovisión andina para el cuidado de la tierra. De igual forma, el museo se considera como un lugar para fortalecer a colectivos sociales cuyos objetivos se basan en el cuidado ambiental (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

Además, en relación a la planificación de actividades del museo, el Plan Museológico del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo durante el año 2022, considera cinco programas técnicos, descritos en la Tabla 5.

**Tabla 5**

*Programas técnicos del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

---

<b>Programas técnicos del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo</b>
1. Programa de Diagnóstico y Conservación
2. Programa de Mantenimiento y Edificio
3. Proyecto Museográfico
4. Programa Educativo y de Servicios Culturales
5. Programa de Cooperación Institucional

---

*Nota.* Información tomada del documento de Actividades y Plan Museológico 2022 de la EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

Tomando en consideración los programas del museo mencionados en la Tabla 5, a continuación, se describen detalladamente las actividades de cada programa.

#### **1.3.4.4. Programa de Diagnóstico y Conservación**

Este programa implica actividades y estrategias de diagnóstico y control para asegurar la conservación de las colecciones en el museo, dentro de ello, se encuentra el proyecto emergente de salvaguarda de las colecciones y el proyecto arquitectónico de intervención para disminuir el nivel de riesgo, la ejecución de este programa facilita el mantenimiento de las colecciones (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

#### **1.3.4.5. Programa de Mantenimiento y Edificio**

Este programa involucra el mantenimiento de las instalaciones del museo, así como también del complejo arqueológico, a través del diagnóstico y estudios que faciliten la toma de decisiones para la designación de distintas actividades que logren la disminución de los daños existentes (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).



#### **1.3.4.6. Proyecto Museográfico**

El Proyecto Museográfico constituye las exposiciones a desarrollar y curar por el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo durante el transcurso del año 2022 son las siguientes:

- Lalay Raymi
- Mujeres en la Ciencia
- Segunda Misión Geodésica
- Panoramas sonoros
- Qhapac Ñan
- Resonar
- Humano: formas de reproducción
- Programa Nómada Cuenca
- Textiles del Ecuador

#### **1.3.4.7. Programa Educativo y de Servicios Culturales**

El Museo y Parque Arqueológico Pumapungo al ser una entidad que apoya a la adecuación formal se ve obligado a mantener un programa educativo que fortalezca los objetivos de cada espacio, en consecuencia, se ha establecido actividades que, generen contenidos en conjunto con las reservas y exposiciones, virtualicen contenidos de exposiciones y reservas y se establezcan alianzas estratégicas con instituciones educativas, profesionales y actores sociales.

Para la ejecución de estas actividades se establecieron tres componentes que varían de acuerdo a las características de las colecciones y proyectos, estos son: EOD Pumapungo educa, basado en la creación de actividades recreativas de carácter educativo en función de las reservas del museo así como de las exposiciones presentes; EOD Pumapungo, artes y creatividad consiste en apoyar a la educación no formal a través de las diferentes manifestaciones artísticas y la

elaboración de una agenda cultural y finalmente la EOD Pumapungo en red, la cual hace uso de distintas herramientas tecnológicas para difundir contenidos. A continuación, en la Tabla 6 se describen los proyectos presentes en cada EOD.

**Tabla 6**

*Proyectos de los EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

Proyectos de los EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo		
<b>EOD Pumapungo educa</b>	Proyecto Aulafuera	Visitas programadas por representantes de diferentes centros educativos de la ciudad, quienes deciden los contenidos educativos que desean desarrollar de acuerdo con la oferta del museo.
	Proyecto Wawapungo	Visitas guiadas para el público infantil y adolescentes al Sitio Arqueológico y Parque Etnobotánico por estudiantes universitarios que realizan sus prácticas pre-profesionales. Además, se realizan actividades de carácter lúdico, como el juego del arqueólogo y la siembra o cosecha en la chacra andina.
	Proyecto talleres de vinculación con la comunidad	Actividades generadas para establecer un diálogo lúdico con la comunidad. Talleres para rescatar conocimientos ancestrales alrededor de la chakra andina. Creación de una aplicación que visibilice el uso e importancia de las plantas medicinales.
	Proyecto colonias vacacionales Pumapungo	Ejecución de colonias vacacionales gratuitas dirigidas a niños y adolescentes. Se realizarán talleres lúdicos de cerámica, elaboración de cometas, mediaciones lectoras o recorridos vinculados a temas referentes a las reservas y el Parque Etnobotánico.
	Proyecto de mediación	Este proyecto implica las capacitaciones por parte del personal técnico de la institución.
	Proyecto Dialogando Saberes	Conversatorio o espacio de diálogo entre gestores, actores, y agentes culturales, artísticos y académicos, para compartir material investigativo y vivencial de distintos contenidos vinculados con el museo.
	Proyecto Diálogos al Parque	Espacio de intercambio de saberes y conocimientos con grupos de jóvenes y protagonistas de acciones ciudadanas en torno a diferentes temáticas de interés.
<b>EOD Pumapungo, artes y creatividad</b>	Proyecto Sesiones Pumapungo	Actividades sonoras para incentivar a la industria musical local, a través de conciertos de grupos o bandas cuencanas.
	Proyecto Lecturas íntimas	Actividades que promuevan la lectura y a su vez, encuentros de literatura con actores ícono de cada región.

Proyectos de los EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo		
EOD Pumapungo en red	Proyecto Jóvenes Promesa	Este proyecto tiene el objetivo de apoyar a los actores culturales jóvenes con propuestas artísticas emergentes, mediante la exposición de actividades de producción artística, como conciertos de música, exposiciones museográficas, entre otras.
	Proyecto Danzando con el Puma	Busca visibilizar el movimiento artístico vinculado intrínsecamente con la danza. Consecuentemente, se dará acogida a distintos solistas, escuelas de danza, institutos, la academia, entre otros para realizar sesiones de danza que serán presentadas los fines de semana en el Sitio Arqueológico.
	Bicentenario de la Batalla de Pichincha	Espacios de discusión de temas relacionados a libertad, nación, identidad, patria, entre otras a partir de una perspectiva histórica y contemporánea.

*Nota.* Información tomada del documento de Actividades y Plan Museológico 2022 de la EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

Con estos proyectos descritos, se puede evidenciar que la institución se preocupa por tener actividades planificadas para distintos tipos de visitantes y distintas épocas del año, además, en cada uno de sus proyectos se busca concientizar acerca de la importancia de la cultura en sus distintas formas de expresión, a través de diferentes metodologías estratégicas y dinámicas.

#### 1.3.4.8. Programa de Cooperación Interinstitucional

La amplia demanda que implica gestionar las actividades diarias en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo tanto en sus áreas adjetivas como sustantivas, supera la capacidad del grupo humano con el que cuenta la organización, es por eso que, este programa está enfocado en obtener la cooperación interinstitucional, la cual contemple la contribución de equipos, recursos, productos, talento humano, entre otros. También, que brinden asistencia de apoyo, así como la creación e implementación de procesos complejos de investigación. En la Tabla 7 se muestra a los actores considerados por la institución para el programa de cooperación interinstitucional.

**Tabla 7**

*Programa de Cooperación Interinstitucional*

<b>Actores Presentes en el Programa de Cooperación Interinstitucional</b>	
<b>Academia</b>	Investigaciones de profesionales y estudiantes Prácticas preprofesionales por cada Unidad del museo Cooperación con proyectos y necesidades institucionales.
<b>Colectivos, actores independientes, gestores culturales y creativos</b>	Generación de modelos de gestión mixta Desarrollo de actividades culturales.
<b>Instituciones públicas</b>	Identificación de necesidades por unidad de cara a la cooperación con instituciones públicas. Desarrollo de estrategias de cooperación de acuerdo con las necesidades de cada unidad.
<b>Instituciones privadas</b>	Desarrollo de estrategias de cooperación de acuerdo con necesidades emergentes del museo Programa de captación de fondos y de capacidades

*Nota.* Información tomada del documento de Actividades y Plan Museológico 2022 de la EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

Esta vinculación interinstitucional genera un beneficio mutuo, puesto que, el museo recibe la cooperación externa de otras instituciones, y de esta manera, el museo está abierto para apoyar en la ejecución de diferentes actividades de carácter cultural o académico.

**1.3.5. Visitantes**

A finales de los años 80, el incremento de visitantes a los museos llevó a considerarlos como actores primordiales dentro de la actividad museística, por ende, la función de estas instituciones empezó a centrarse en cumplir con las necesidades y requerimientos de quienes lo visitan (UNESCO, 1993).

Con ello se indica el auge del visitante en las instituciones museísticas, este acontecimiento ayudó a posicionarse como elemento central a tomar en cuenta en las funciones y actividades que desarrollan los museos. Gracias a ello, la actividad

museológica hoy en día, tiene por objetivo cumplir sus actividades con base a las exigencias de sus visitantes.

Por ello, uno de los aspectos que se describen en el Manual Práctico de la ICOM y la UNESCO titulado *Cómo administrar un Museo*, se menciona la importancia de la acogida a los visitantes, es decir, un museo que realmente tiene como prioridad a sus visitantes, debe tener conocimiento del tipo de público que lo visita, y de aquellos visitantes a los que trata de llegar denominados como visitantes potenciales (Woollard, 2007). Esta idea refuerza lo expresado con anterioridad, ya que realmente se constata que los museos han empezado a preocuparse por entender y conocer al público que lo visita, demostrando así el interés por brindar un servicio acorde a sus visitantes.

Hay que tener en consideración que los visitantes pueden enfrentarse a diversos obstáculos, que pueden ser de tipo material, como el precio de la entrada, de tipo físico, como el ascenso y descenso de escaleras, psicológico o social, cuando el personal del museo no acepta con mucho agrado a los visitantes acompañados de niños (Woollard, 2007). Tomando en cuenta las dificultades que podría tener una persona cuando acude a un museo, es vital que la institución se interese por solventar este tipo de problemas físicos, psicológicos o sociales, caso contrario generan una barrera entre el visitante y el museo imposibilitando la capacidad de alcanzar una experiencia placentera.

Teniendo presente las dificultades que podrían suscitarse en la visita a un museo, resulta necesario que este espacio sea adaptable a todas las personas, considerando la accesibilidad como un medio para la aproximación a la cultura hacia distintos públicos que tienen diferentes necesidades, para así complacer a sus asistentes (Martínez Carrillo, 2020). Continuando con el mismo autor, describe a la accesibilidad dentro de un museo como la capacidad del acceso a su espacio físico, así como también a sus contenidos, sin importar la condición de cada

persona. Así mismo, detalla que, la planificación de actividades debe incorporar a todo tipo de personas, estos aspectos son esenciales para que un museo sea accesible, responsable y sostenible.

Aquí se remarca la accesibilidad como punto fundamental dentro de la gestión del museo para el fácil acceso dentro del mismo y a la vez se contribuya a la disminución de barreras existentes dentro de este ámbito de la accesibilidad, dado que, es evidente la acogida de visitantes que tienen distintas necesidades, las cuales deben ser atendidas y contempladas, de este modo, se garantiza el derecho de disfrutar la experiencia de visita.

Por otro lado, para asegurar la calidad del servicio al visitante, el museo debe tomar en consideración los aspectos que engloban una exposición como la profundidad de la información, una organización coherente, la efectividad de los textos, ubicación, los servicios adicionales de museo, entre otros aspectos ya que estos intervienen en la percepción del visitante (UNESCO, 1993). En este contexto, se aprecia que los elementos que conforman una exposición deben estar presentes dentro de la planificación, al momento de la organización de actividades, ya que estos componentes interfieren en la impresión del visitante sobre lo que el museo le ofrece.

En el ámbito físico del museo, este puede tener un gran efecto en los asistentes, favoreciendo la comodidad y motivando el interés por las exhibiciones y las actividades desarrolladas. Cuestiones fundamentales como los pisos, tipo de iluminación, el color de las paredes, la clase de moblaje pueden tener cualidades que brinden tranquilidad o en contraste generar cierta incomodidad al visitante, todo ello, logrará un estímulo para que el visitante regrese al museo (Woollard, 2007). Así, se puede decir que, estos elementos tangibles tienden a ser uno de los factores causantes del disfrute de la experiencia, por ello, el aspecto de las instalaciones museísticas debe ser atractivas y que al mismo tiempo generen

bienestar durante el recorrido, debido a que tienen incidencia en la captación de la atención de los visitantes para apreciar lo que se exhibe.

Otra forma de captar la atención del visitante e incentivar la visita al museo es a través del entretenimiento y participación activa que, al mismo tiempo garantice el aprendizaje y comprensión de las exposiciones (Tovar, 2019). Siguiendo la misma idea de Tovar, una exhibición que llame la atención y sea agradable incrementará el interés del público o visitantes para continuar aprendiendo y despertando su motivación por regresar o visitar nuevas instituciones museísticas. El personal encargado debe examinar esos problemas con toda claridad para acoger las medidas que se imponen (Woollard, 2007). En este aspecto, la planificación de actividades, programas y proyectos al público, deben definirse con base a un enfoque participativo que integre elementos capaces de llamar la atención, pero sin dejar de lado el objetivo principal que es educar y enseñar.

De ello resulta necesario decir que, los museos no pueden ignorar las exigencias y demandas de sus visitantes ya que estos son espacios destinados al servicio de su público. Por tal razón, su desafío consiste en mantenerse en constante evolución e innovación, adaptándose a los nuevos cambios que experimenta la sociedad para así brindar experiencias satisfactorias.

En relación con ello, Pumapungo recibe todo tipo de visitantes, como lo menciona el Director Ejecutivo del museo:

Tenemos un número considerable de visitantes locales, entre estos, alumnos de diferentes unidades educativas, extranjeros y nacionales”. Además, alrededor del 70% las instalaciones del museo están adecuadas para recibir visitantes con discapacidad, el sitio arqueológico por sus características y naturaleza se vuelve complejo, sin embargo, hay una gran parte que puede ser recorrido por personas con discapacidad (...). De parte del museo, tenemos un proyecto que se llama Museo Reimaginado es un

proyecto dirigido para personas con discapacidad (...) este proyecto ha realizado mediaciones especializadas para grupos no videntes, grupos con dificultad auditiva y otro dirigido a personas sin discapacidad, pero con el propósito de sensibilizar a la población sobre las personas con discapacidad, entre esos se realizó una actividad de visitar el museo con los ojos vendados para sensibilizar a las personas que no tienen ninguna discapacidad sobre los posibles problemas y dificultades que enfrenta un no vidente, ahí la importancia del museo cumple un rol en la sociedad más allá de difundir el tema histórico, si el museo puede lograr sensibilizar a un grupo o población sobre el respeto a la personas con discapacidad es una de las entradas de una mediación (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

Con ello se demuestra que, el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo se interesa en temas relacionados a la accesibilidad del público que lo visita, a través de la adecuación de sus instalaciones para personas con dificultades de movilidad, sin embargo, hay mucho trabajo por hacer aún en ese aspecto, dado que la institución se encuentra únicamente adaptada de manera parcial para el fácil acceso al museo.

Así mismo, la creación de proyectos inclusivos enfocados para personas invidentes o con problemas auditivos es la prueba de que el museo está incursionando en la creación de actividades vinculadas no sólo a este tipo de público sino también al público en general con el propósito de concientizar a la sociedad acerca de las dificultades que conlleva tener una discapacidad al momento de realizar cualquier actividad. De la misma manera, adecuando sus actividades a la demanda existente se denota el interés en los responsables del museo por acoplar actividades que sean satisfactorias para todos.



La generación de proyectos inclusivos resulta destacable en el ámbito museológico, pues además de contener un valor agregado en su oferta, garantiza la participación de aquellos grupos que muchas de las veces son olvidados y dejados de lado, permitiendo así el disfrute de una experiencia valiosa para todos los visitantes sin distinción. Demostrando así la prioridad que se da a la accesibilidad en todos los sentidos. Conforme al Plan Museológico este debe atender todas las demandas de todo el público, con el fin de que el museo sea considerado como un espacio inclusivo para que toda persona sin excepción pueda disfrutar del mismo.

En este contexto, la accesibilidad es un factor clave que implica a todas las áreas del museo y que sería muy conveniente que fuera atendido desde todos los puntos de vista, intentando corregir y modificar lo necesario para el buen funcionamiento del mismo.

La institución también se encarga de mediar los contenidos y acoplarlos a un lenguaje sencillo para sus visitantes, según lo destaca el Director Ejecutivo del museo:

Parte de la creación de los proyectos museológicos, una parte fundamental y medular es el guion educativo, este nos permite mediar esos contenidos, a veces de altísima experticia con los públicos diversos (...) El deber del museo es coger estos contenidos de alta experticia, con terminología bastante especializada y convertirlo en un lenguaje amigable y en un discurso vivencial para los diversos públicos. (...) La mediación puede estar transversalizada por diversos conceptos, es decir en una mediación de anfibios puedo hablar de ecologismos, en una visita al sitio arqueológico puedo hablar de feminismo y muchas cosas” (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de marzo de 2022).

En virtud de ello, la adecuada difusión cultural hacia la población se ve reflejada en los esfuerzos que el museo realiza para lograr una mejor comprensión del significado de sus contenidos y de la misma manera la elaboración de un guion idóneo de las exhibiciones acorde al tipo de visitantes. Todo ello representa la responsabilidad del museo para con sus asistentes, así Pumapungo se empeña en ofrecer de una manera personalizada sus mediaciones para el entendimiento del patrimonio que alberga. En esa misma línea resulta necesario decir que es sustancial que el museo aproveche al máximo sus potencialidades para que así se convierta en un medio accesible para la difusión de la cultura a la sociedad.

Igualmente, para perfeccionar la experiencia de los visitantes, las salas temporales fueron remodeladas, a través del levantamiento de tumbados, arreglo parcial de pisos, implementación de películas de control solar y transformación del sistema de iluminación. También, se diseñó un programa educativo para complementar las exposiciones museográficas y se realizó capacitaciones para el personal que apoyará los procesos de mediación (Museo Pumapungo ,2021).

Se evidencia la preocupación del museo por generar un espacio museográfico apto para la apreciación de las colecciones, aquello trae como consecuencia que el museo logre catalogarse como un punto de encuentro accesible para todos.

En general, en el ámbito de la accesibilidad se han llevado a cabo estrategias dentro del museo para superar específicamente barreras arquitectónicas, sin embargo, dichas acciones quizá no están plenamente integradas ya que son realizadas de manera superficial, por lo tanto, no cubre las necesidades de sus visitantes.

### **1.3.6. Seguridad en un museo**

Otro de los elementos que considera el manual práctico de museos, es la seguridad, debido a la función que cumple el museo al ser una institución que

resguarda piezas y objetos de gran importancia y valor para el presente y que están propensos a peligros como robo, vandalismo, incendio, deterioro causado por las aguas y exposición de productos químicos (UNESCO, 2007). Es por ello que, al estar expuestos a estos daños, las instituciones deben enfrentar cualquier problema, tenerlo en cuenta y facilitar los procedimientos de seguridad.

Es primordial que estos establecimientos mantengan una comunicación directa y con el personal de las distintas áreas que componen el museo (ICOM, 2020a). De acuerdo a ello, la comunicación es clave para facilitar la seguridad en todas las instalaciones. Así como también se debe incluir un diálogo constante entre las relaciones externas del museo con sus asociados como bomberos y policía (Jirasek, 2007). De tal manera que, al establecer redes de apoyo con agentes externos soporta aún más el tema de seguridad en caso de cualquier inconveniente suscitado en la institución.

Dado el papel fundamental que cumplen los museos al resguardar objetos de sumo valor y que forman parte del patrimonio de la sociedad, y por tal razón deben ser custodiados y vigilados por un personal de seguridad que muestre profesionalidad y eficiencia en las salas de los museos, esta labor se consigue a través de la selección del personal adecuado para realizar las actividades diarias.

Generalmente el personal de seguridad proviene de empresas externas ajenas al museo y por ello, desconoce la importancia del cuidado de estos objetos, por lo que es necesario que tengan un plan de formación y capacitación que les brinde una orientación idónea para que puedan cumplir con sus funciones (De la Fuente, 2001).

Además, el personal encargado, no son solamente los guardias, sino la dirección general y el personal de servicios técnicos y de conservación constituyen el ámbito de seguridad, de igual manera procede con todas las operaciones que se llevan a cabo en la institución y con los recursos usados. Desde luego, el museo debe

asegurar la protección de las colecciones, sino también la de sus visitantes, su personal, su patrimonio, así como de su reputación (Jirasek, 2007).

Es decir, el cumplimiento de la seguridad en los espacios museísticos radica en la implementación de medidas para la protección tanto de sus bienes como de sus visitantes frente a las amenazas que se puedan presentar. El museo debe estar preparado para actuar en situaciones de riesgo con la ayuda y colaboración de todo el personal, asegurando la protección de las colecciones para que así el público pueda tener acceso a ellas en óptimas condiciones. De la misma manera, brindar confianza y seguridad a los visitantes resulta conveniente para fortalecer la tranquilidad de las personas durante su estancia en el lugar.

Cabe mencionar que, debido a la crisis sanitaria causada por el COVID-19, las instituciones museísticas permanecieron cerradas y para su reapertura tuvieron que adoptar medidas de bioseguridad para garantizar la seguridad tanto de sus visitantes como empleados (ICOM, 2020b). Este hecho denota la susceptibilidad de los museos a factores externos que trae como consecuencia la tendencia hacia cambios para su adaptación al entorno en donde el museo debe elaborar un protocolo conciso y claro que tenga en cuenta el contexto actual.

Estas medidas se han ido acoplado a la situación de cada país, en este sentido, en Ecuador, se emitió el *Protocolo para la activación y/o funcionamiento de los repositorios de la memoria social (museos, archivos, bibliotecas) durante la emergencia sanitaria*, con base a los lineamientos dictados por la Organización Mundial de la Salud se establecen medidas generales a implementar en el espacio para garantizar la seguridad de los usuarios y el personal (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2020). A continuación, se mencionan dichas medidas:

- Uso obligatorio de mascarilla para poder ingresar al lugar.

- Colocar gel hidroalcohólico en todos los mostradores de atención al público y áreas de descanso.
- Disponer los elementos indispensables para el adecuado lavado de manos.
- Aumentar la desinfección de las instalaciones.
- Colocar señalética de bioseguridad visible en las instalaciones.
- Asegurar la ventilación del edificio y en medida de lo posible evitar el uso del aire acondicionado.
- El personal de seguridad debe cumplir una nueva función de control para verificar el cumplimiento de estas medidas de seguridad sanitaria.

### **1.3.7. Seguridad en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

Dentro del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo el tema de seguridad referente a los bienes culturales se ejecuta a través del área de conservación y restauración y áreas de reserva de bienes, además, con la autorización y conocimiento de la Dirección Ejecutiva se aplican diferentes procesos que permiten determinar factores que perjudican el patrimonio que comprende el museo.

Es así que, en el Plan Museológico del museo se plantean distintos programas que favorecen la conservación de los bienes e instalaciones de la institución. En primer lugar, el Programa de Diagnóstico y Conservación de las Colecciones contiene cuatro proyectos los cuales se explican enseguida.

El Proyecto emergente de conservación de las colecciones, abarca medidas de control e intervención de manera urgente en las reservas, al igual, proporciona las herramientas apropiadas de planificación para la toma de decisiones ya sea a corto, mediano o largo plazo (M. Sempértégui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

Mediante el diagnóstico preventivo del estado de conservación se realizan actividades como el control de espacios críticos y plagas. Así también el control sobre datos ambientales, en los contenedores de bienes culturales se efectúa un seguimiento de temperatura y humedad y un análisis organoléptico de las condiciones de cada área (Museo Pumapungo, 2021). De aquí se deduce que la institución mantiene un método para identificar amenazas dentro de los espacios del museo que alberga obras de importante valor cultural y así actuar contra ellas. Así mismo el desarrollo de mecanismos de vigilancia y control, significa que el museo tiene la perspectiva de preservar la integridad de las colecciones.

De forma más técnica, dentro del diagnóstico preventivo, igualmente se encuentran las actividades de valoración las cuales implican el diagnóstico de bienes en mala situación de conservación a través de la identificación de deterioro y su nivel de activación; así mismo las actividades de prelación involucran el control de las reservas diariamente, el registro de datos acerca de componentes ambientales, físicos y seguridad, elaboración del informe semanal de estado de conservación de las reservas y la realización de un examen organoléptico del estado de bienes culturales; por último las actividades de intervención comprenden procedimientos de conservación pasiva y activa aplicadas con base a la valoración y prelación de las colecciones (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

Estas acciones ponen de manifiesto el control que realiza el museo para lograr la preservación del patrimonio que contiene en sus instalaciones, a través de acciones concretas que priorizan el cuidado de sus bienes por medio del seguimiento y control de factores que afecten el estado de conservación.

Así también, a través de la conservación preventiva se realizan acciones para evitar el deterioro de los objetos culturales y establece técnicas de mantenimiento, exhibición y almacenamiento para el correcto manejo de los mismos. De tal modo,

se controla la incidencia de factores externos como el vandalismo, incendio, robo y también se realiza la verificación de las condiciones ambientales de los espacios (Museo Pumapungo, 2021). Las medidas implementadas prueban que el museo mantiene un sistema de control que ayuda a la salvaguarda de los bienes patrimoniales, lo cual denota la preocupación e interés en asuntos de seguridad. La elaboración de estrategias de seguridad y control para las piezas expuestas en el museo es la base para evitar grandes pérdidas o daños de elementos de gran valor cultural.

Continuando con ello, dentro de las actividades de intervención para disminuir el nivel de riesgo se ha optado por la construcción de un mapeo de los factores que intervienen en el riesgo de los bienes culturales, con la finalidad de precisar las acciones a efectuar, las cuales corresponden a mantenimiento, correctivas o emergentes conforme a distintos factores ya sea de seguridad, físico o ambiental los cuales se muestran en la siguiente tabla (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

**Tabla 8**

*Actividades para disminuir el nivel de riesgo*

<b>Factores considerados para las actividades de intervención de disminución de riesgo en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo</b>	
Factores de seguridad	Definir zonas de acceso restringido y protocolos de seguridad.
	Gestión de visitas.
	Gestión de llaves.
	Puntos de vigilancia con personal calificado.
	Protección de las piezas (identificar piezas en riesgo).
	Sistema de cámaras.
	Sistema de sensores de movimiento.
	Sistema contra incendios.
	Sistema de alarmas.

---

**Factores considerados para las actividades de intervención de disminución de riesgo en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

---

Factores físicos	Montaje inadecuado.
Factores ambientales	Elementos extraños. Luz, temperatura y humedad.

---

*Nota.* Adaptado de (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

Para la efectividad de dichas acciones que apoyen a la solución de las necesidades de intervención, se fundamenta en la compilación de la información con la que cuenta el museo. El análisis de esta información ha sido desarrollado desde el año 2021, la cual ha dado como resultado una hoja de ruta que exige el diagnóstico integral del estado del edificio, la actualización y digitalización de planos y el desarrollo de estudios para la intervención. Por consiguiente, el museo al contar con la información adecuada puede efectuar actividades planificadas y adecuadas más no improvisaciones que no atienden a los inconvenientes existentes (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

Así mismo dentro del programa de diagnóstico y conservación de las colecciones se contemplan las actividades de intervención de reservas, un proyecto arquitectónico basado en el diagnóstico integral y estudios del inmueble. En relación a la intervención en las reservas se ha pronosticado la implementación del método RE-ORG desarrollado por ICCROM, con el soporte de la UNESCO, la cual brinda una guía para el proceso de planificación para la implementación de un proyecto de reorganización de depósitos. De esta manera, el método proporciona las directrices necesarias para que el museo lleve a cabo su propio proyecto RE-ORG (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

En relación a la custodia de bienes culturales, en el año 2022 existen tres aspectos de primacía por solventar los cuales son la Entrega-Recepción de la Reserva Etnográfica y la comisión de servicios de la funcionaria Magíster Tamara



Landívar, el proceso de 6.445 bienes culturales arqueológicos repatriados por el gobierno ecuatoriano que se encuentran en estado de entrega-recepción entre el Museo Pumapungo y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y finalmente el proceso de entrega-recepción de reserva arqueología y la pérdida de tres bienes culturales de la reserva (M. Sempértegui, comunicación personal, 02 de junio de 2022).

Por otra parte, para la conservación del sitio arqueológico se ha planificado las siguientes actividades:

- Conservación preventiva y activa de las diferentes estructuras, con mayor énfasis las restauraciones de muros en las diferentes terrazas, cuando existen colapsos.
- Efectuar un diagnóstico acerca del estado actual del sitio arqueológico, se debe incorporar una definición, mapeo de estructuras afectadas la cual se elabora cada 6 meses.
- Definir y elegir las acciones a ejecutar para restaurar los desperfectos de las estructuras arqueológicas.
- Sustitución de material como rocas para realizar las diferentes restauraciones de muros colapsados.
- Limpieza superficial de la vegetación flora.
- Levantamiento de planos de estructuras afectadas
- Documentación del sitio
- Limpieza de agentes contaminantes en la piedra.

También dentro de la planificación de actividades del Museo Pumapungo, se encuentra el Programa de mantenimiento de edificio y equipamientos, de manera anterior se ha manifestado que la estructura del museo se encuentra afectada en distintos niveles, motivo por el cual se ha desarrollado un plan de trabajo para el año 2022, el cual considera acciones como la actualización y digitalización de

planos, diagnóstico integral del estado actual con semaforización y prelación de necesidades de intervención y los estudios para la intervención.

Agregado a ello, el museo en el año 2021 fortaleció las medidas de conservación y protección de los bienes patrimoniales y culturales que contiene la institución. Para disminuir el nivel de riesgo se realizaron acciones como la implementación del sistema de seguridad respaldado por un equipo de guardias y las gestiones desarrolladas para la operación de los sistemas de Circuito Cerrado de Televisión (CCTV), Detección Integral de Incendios (DII). Así mismo, se han instalado láminas de seguridad arquitectónica anti vandalismo en los ventanales de la entidad y láminas de control solar (Museo Pumapungo, 2021).

La función de seguridad del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo se ve reflejada en la ejecución de las medidas mencionadas con anterioridad, cuyo objetivo es la protección de los bienes culturales frente a peligros que atenten con este patrimonio, a los visitantes que recibe día a día y al personal laboral. Por tanto, los responsables del museo han sabido valerse de las nuevas tecnologías para utilizarlas en beneficio de la institución. Gracias a ello, se facilita la tarea de la seguridad, de ahí la importancia de invertir en herramientas tecnológicas que permitan reducir el riesgo frente a cualquier amenaza.

Por otra parte, es necesario mencionar que los planes de seguridad en los museos deberían ser personalizados con base a las condiciones específicas de cada institución. En contraste con ello, existen medidas generales independientemente de las condiciones de cada museo, como la instalación de alarmas, detectores contra incendios, contratación de personal de seguridad calificado, implementación de barreras físicas para la protección de las exhibiciones. El cumplimiento de estas medidas contribuye a la seguridad del museo en general.

Además, también es imprescindible que se cree una cultura de seguridad entre los miembros del personal de la organización, de tal manera que sepan cómo actuar y el proceso a seguir en caso de algún incidente, así mismo esto ayuda para la prevención del personal frente a ciertos riesgos.

Así también, las actividades museológicas al ofrecer un servicio, deben estar en función de la calidad y más aún en la actualidad en donde las personas despiertan su interés en conocer y aprender la historia del destino que visitan. Esta calidad debe estar vinculada también a temas de seguridad, ofrecer un servicio de calidad en el museo debe asegurar el bienestar del público visitante y que a su vez aprecie colecciones conservadas en buen estado, producto del esfuerzo de los funcionarios de la organización en garantizar que las actividades diarias del museo se realicen sin interferencias.

Agregado a ello, la gestión del museo basado en un enfoque turístico permite gestionar el patrimonio de forma que implica la realización de actividades estratégicas en relación a distintos elementos que aseguren la satisfacción del visitante y al mismo tiempo cumpla su objetivo de proteger, conservar y difundir bienes culturales.

Para concluir, el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es sin duda un lugar lleno de historia que permite conectar con la cultura de la ciudad gracias al contenido cultural que este alberga para la nación. En este sentido, se ha visto que el museo se encarga de mantener y conservar en buenas condiciones este gran patrimonio que está a su cuidado a través de programas de conservación.

Así también, se interesa por ofrecer instalaciones visualmente atractivas a sus visitantes, de esta manera, se evidencia la ejecución de distintas actividades en relación a la mejora de la infraestructura que llame la atención de los asistentes, como, por ejemplo, la adecuación de las salas acorde a la temática de exhibición,

la iluminación, renovación de paredes, entre otros. Estas acciones realizadas traen consigo un beneficio mutuo, por un lado, los visitantes se llevan una experiencia satisfactoria, mientras que, el museo recibirá opiniones positivas, que permitan atraer más visitantes.

Por otra parte, a lo largo de los años, el museo ha registrado un número considerable de visitantes, hecho que demuestra que es uno de los atractivos turísticos más visitados en la ciudad. Este hecho ha obligado al museo a considerar en su planificación proyectos dirigidos a diferentes tipos de visitantes.

## **CAPÍTULO II**

### **MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO**

En este capítulo se revisa bibliografía sobre estudios de aplicación del modelo SERVQUAL, así mismo, se identifica las dimensiones de este modelo. Finalmente, se describen las variables sociodemográficas a considerar en la herramienta de medición de la calidad del servicio, aplicada en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

#### **2.1. Identificación de las dimensiones del modelo SERVQUAL**

Dado el aumento de la afluencia de visitantes a los museos, resulta necesario tener referencias acerca de la valoración de los visitantes con respecto a las colecciones y exposiciones del museo (Aliste *et al.*, 2019). De esta manera, medir la calidad del servicio brindado a los visitantes supone una herramienta importante para la toma de decisiones relacionadas a la gestión del museo.

Por ende, la existencia de un modelo que mida la satisfacción del visitante se convierte en uno de los parámetros esenciales a considerar en el sector museológico, debido a que este elemento nos permitirá conocer el nivel de calidad del servicio que se está brindando, identificar errores, plantear posibles soluciones y por ende mejorar la gestión en cada una de las áreas que lo conforma, con el objetivo no solo de satisfacerlos, sino de superar las expectativas de cada uno de los visitantes.

Uno de los métodos más aceptados para la medición de la calidad de servicio es el modelo SERVQUAL, agregado a ello, SERVQUAL ha sido usado considerablemente en distintas investigaciones para la evaluación de la calidad del servicio en los museos (Daskalaki *et al.*, 2020). Confirmando así la validez de este

modelo en distintas organizaciones, tal y como se citan seguidamente algunos ejemplos.

Entre ellos, se menciona el estudio aplicado en los museos de la ciudad de Puebla en México, en donde los resultados obtenidos con base a las dimensiones del SERVQUAL como son elementos tangibles, fiabilidad, capacidad o velocidad de respuesta, seguridad y empatía, muestran que la calidad de los servicios en la mayoría de los museos de la ciudad fue alta (Mena *et al.*, 2016). De esta manera, el SERVQUAL al constituir distintas dimensiones, ayuda a identificar cuales obtuvieron menor rendimiento para posteriormente proponer soluciones y mejoras en los procesos de gestión para así lograr un buen servicio.

De la misma forma, en el Museo de las Momias de Guanajuato en México, a través de la utilización de este modelo, se determina que la capacidad de respuesta influye de manera directa en la experiencia de los visitantes al museo (González *et al.*, 2021). En ese sentido, se infiere que el modelo ayuda a reconocer las dimensiones que influyen directamente en las experiencias de los visitantes, por tanto, se muestra de una manera más clara los aspectos que consideran relevantes para los usuarios, en virtud de ello, orienta a los directores de un museo para la ejecución de acciones específicas.

Igualmente, otro ejemplo del uso del SERVQUAL es en el Museo de Silesia en Polonia, en el cual la aplicación de este modelo determinó que esta institución ofrece una calidad del servicio alta de acuerdo con las expectativas y percepciones analizadas en los visitantes (Kowalska y Ostręga, 2020).

Con base a estos ejemplos, se aprecia el alcance que tiene este modelo, debido a que analiza dos elementos fundamentales que participan de manera activa en la experiencia de una persona en el espacio museístico, es decir, las expectativas y percepciones, por tal razón, este modelo se distingue de otros. Además, muestra aspectos fundamentales a considerar con respecto al servicio al cliente, lo cual

hoy en día es un tema que la actividad turística toma como prioridad para generar emociones y sensaciones que den como resultado experiencias únicas.

Conforme a ello, SERVQUAL fue propuesto en el año de 1985 por los autores Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Leonard, B. en su estudio denominado: *Un modelo conceptual de la calidad del servicio y sus implicaciones para la investigación futura*, en el cual determinaron diez criterios de evaluación de la calidad entre ellos, fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión y conocimiento del cliente y tangibles (Parasuraman *et al.*,1985).

Posteriormente este modelo fue modificado, así, en el año de 1988 los mismos autores en su investigación titulada *SERVQUAL: una escala de ítems múltiples para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio*, aplicaron pruebas estadísticas de correlaciones, que determinó cinco dimensiones definitivas compuestas por 22 ítems o criterios que serán tomados en cuenta para medir la expectativa y percepción que el cliente tiene frente a un servicio (Parasuraman *et al.*,1988).

Con base a lo mencionado anteriormente, las dimensiones que maneja SERVQUAL son *Elementos Tangibles, Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de Respuesta y Empatía*. A continuación, en la Tabla 9 se muestra de manera detallada los 22 atributos de cada dimensión, es decir los ítems que corresponden a cada una de las dimensiones del modelo SERVQUAL.

**Tabla 9**

*Dimensiones y atributos del modelo SERVQUAL*

<b>Dimensión</b>	<b>Atributos</b>
<b>Elementos Tangibles</b>	Equipos de apariencia moderna Instalaciones visualmente atractivas Empleados con apariencia pulcra Elementos materiales atractivos
<b>Fiabilidad</b>	Cumplen lo prometido Sincero interés por resolver problemas Realizan bien el servicio la primera vez Concluyen el servicio en el tiempo prometido No cometen errores
<b>Seguridad</b>	Comportamiento confiable de los empleados Clientes se sienten seguros Los empleados son amables Los empleados tienen conocimientos suficientes
<b>Capacidad de respuesta</b>	Comunicar cuándo concluirán el servicio Los empleados ofrecen un servicio rápido Los empleados siempre están dispuestos a ayudar Los empleados nunca están demasiado ocupados
<b>Empatía</b>	Ofrecen atención individualizada Horarios de trabajo convenientes para los clientes Tienen empleados que ofrecen atención personalizada Se preocupan por los clientes Comprender las necesidades de los clientes

*Nota.* Adaptado de (Parasuraman, V. A. Zeithaml y L. L. Berry, 1988).

De manera general, los *Elementos Tangibles* reflejan el aspecto de las instalaciones físicas de la empresa, la apariencia de los empleados y la condición en que se encuentran los equipos utilizados en la institución. Seguidamente, la *Fiabilidad* engloba la capacidad de ejecutar el servicio de forma precisa con buenos resultados. Por otro lado, la *Capacidad de Respuesta* hace referencia a la disposición de ayudar, brindar un servicio adecuado y resolver problemas de forma inmediata y oportuna. Mientras que, la *Seguridad* se refiere a la capacidad de generar confianza en los visitantes a través de la amabilidad e información brindada por parte del personal y por último la *Empatía*, la cual está relacionada



con brindar una atención personalizada y adaptada a los clientes (Zeithaml *et al.*, 2009).

Agregado a ello, este modelo establece cinco ejes de análisis de la calidad, denominado comúnmente brechas, las cuales hacen referencia a las probabilidades de discrepancia en la cadena de valor del servicio en una institución, a través de la distinción de estas brechas es posible identificar las áreas de mejora en cuanto al servicio al cliente (Mora y Solís, 2019).

A continuación, se describen las brechas propuestas por Parasuraman *et al.*, (1985):

- Brecha 1: Diferencia entre las expectativas de los consumidores y las percepciones de la organización en relación a dichas expectativas.
- Brecha 2: Diferencia entre las percepciones de la organización con respecto a las expectativas del consumidor y la implementación de las normas de calidad del servicio.
- Brecha 3: Diferencia entre las especificaciones de la calidad del servicio y el servicio brindado actualmente a los consumidores.
- Brecha 4: Diferencia entre el servicio actualmente brindado y lo que se comunica a los consumidores sobre dicho servicio.
- Brecha 5: Diferencia entre la expectativa del consumidor acerca del servicio y la calidad percibida del servicio. Cabe decir, que esta brecha engloba todas las brechas anteriores.

Con estos antecedentes, el modelo SERVQUAL ha sido escogido para este estudio, ya que este modelo es fácilmente adaptable a cualquier tipo de empresa acorde a sus necesidades, condiciones y naturaleza; la aplicación del mismo puede ser adaptado a estas condiciones para así obtener resultados más confiables y verídicos (Kowalska y Ostręga, 2020). Por ello, las dimensiones y los

ítems que engloba este modelo se adaptan a la realidad del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, permitiendo determinar la calidad de servicio brindado.

Con base a las brechas propuestas por este modelo, para el presente trabajo se considera la brecha 5, la cual engloba a todas las cuatro brechas para el análisis del servicio esperado y recibido en el museo, de esta manera es posible diferenciar entre las expectativas y las percepciones de los visitantes.

## **2.2. Diseño del cuestionario a aplicar en el museo**

El cuestionario diseñado tuvo el objetivo de conocer las expectativas y percepciones de los visitantes que acuden al Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. El mismo constó de dos secciones, la primera reunió variables sociodemográficas como la edad, género, nivel de instrucción, tipo de empleo, y motivaciones del visitante, para así, conocer características relevantes del visitante que asiste al Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

El planteamiento de estas variables se debe a que estas influyen en la satisfacción y comportamiento del visitante (Peter y Olson, 2006). Así también, estas variables intervienen en la percepción de la realidad del entorno a través de una serie de esquemas, estereotipos y convenciones sociales, que cambian a través del tiempo y de acuerdo con cada cultura (Falk y Dierking, 2016 y Dodd *et al.*, 2012 citado en Bazán y Ajmat., 2021). Precisamente, en investigaciones realizadas en instituciones museológicas se constató que, variables como las de grupo étnico, edad, educación y ocupación tuvieron resultados relevantes en la satisfacción de los visitantes (Brida *et al.*, 2013 y Sheng y Chen, 2012).

Posteriormente, en la encuesta se definieron 22 preguntas acerca de las expectativas y 22 preguntas acerca de las percepciones del servicio recibido en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo basadas en los ítems del modelo SERVQUAL. Por consiguiente, para que el cuestionario sea aplicable al museo las

preguntas fueron acopladas al mismo, excepto en la dimensión de *Seguridad*, la pregunta 15 fue sustituida, ya que originalmente este ítem hace referencia a la seguridad en las transacciones de los visitantes. Dado que, el museo al ser de carácter público, no tiene costo de entrada, tampoco cuenta con una tienda de souvenirs o cafeterías que impliquen transacciones de dinero, por tal motivo, se reemplazó por una pregunta de bioseguridad, aplicada a la realidad actual en el contexto de la pandemia causada por el COVID-19. Finalmente, con estas especificaciones el cuestionario quedó de la siguiente manera, cuestionario en español (Ver Anexos 4) y cuestionario en inglés (Ver Anexo 5).

Cabe enfatizar que, para la evaluación de las preguntas de expectativas y percepciones, se estableció una escala de *Likert*, donde el encuestado califica en un rango del 1 al 7 cada aspecto del museo, de esta manera, se establece 1 como “Totalmente en desacuerdo”, 2 “Muy en desacuerdo”, 3 “En desacuerdo”, 4 “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, 5 “De acuerdo”, 6 “Muy de Acuerdo” y 7 “Totalmente de Acuerdo”.

En ese marco, la escala tipo *Likert* es un instrumento de medición o recolección de datos, en donde se mide el nivel de las actitudes, percepciones, características, categorías o dimensiones sobre algún tema en particular, es decir, mide de manera cuantitativa ítems cualitativos (Reyes *et al.*, 2018). Con base a ello, se justifica el uso de este tipo de escala en el cuestionario del modelo SERVQUAL, ya que es ideal para la medición de la expectativas y percepciones de los visitantes del museo, con respecto a las dimensiones sobre la calidad del servicio que conforman el SERVQUAL.

Además, la importancia de la aplicación de la escala de *Likert* radica en que es una opción eficaz para la recolección de datos, es de fácil construcción y aplicación; así mismo, este instrumento es susceptible a distintas pruebas de validación, convirtiéndose en una herramienta confiable una vez sujeta a cualquier

proceso de confiabilidad (Fabila *et al.*, 2013). Acorde a ello, se demuestra que, es un mecanismo factible para la recopilación de información acerca del servicio esperado y recibido de los visitantes en el museo. Al mismo tiempo, se asegura la validez de la escala al ser sometida a pruebas de fiabilidad, esto garantiza la solidez de los resultados de la presente investigación.

### **2.3. Aplicación de cuestionarios de satisfacción**

Para el cálculo de la muestra, se ha empleado la fórmula de muestreo aleatorio simple (MAS). El objetivo de este método es asegurar a toda la población la misma posibilidad de ser elegidos para la muestra (Otzen y Manterola, 2017). Es decir, en este caso particular, se toma como población el número de visitantes que acudieron al museo en cierto periodo de tiempo, para así, poder determinar la muestra a aplicar en este estudio. De esta manera, se asegura que todos los visitantes tienen la oportunidad de ser escogidos para ser parte de la muestra.

Por consiguiente, se consideró el registro de visitantes del período julio-diciembre del año 2021, donde se registró una población de 189.781 visitantes nacionales y extranjeros. Con esta cifra, se procedió a calcular la muestra para la aplicación de encuestas.

En este cálculo, se tomó un 5% de error y un 95% del nivel de confianza. Estos porcentajes fueron utilizados ya que son los más aceptados para las investigaciones (Hernández *et al.*, 2014). A continuación se detalla el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(z_{\alpha/2})^2 * N * \sigma^2}{(N - 1)E^2 + (z_{\alpha/2})^2 * \sigma^2}$$

**Donde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Total de la población

$\sigma$  = Varianza poblacional

**Z( $\alpha/2$ )** = Nivel de confianza

**E** = Error

**Donde:**

**n** = ?

**N** = 189.781

$\sigma$  = 1,96

**Z( $\alpha/2$ )** = 95%

**E** = 0,05

El resultado obtenido de la muestra pertenece a 384 encuestas. Con este dato, el cuestionario estuvo dirigido a visitantes tanto nacionales como extranjeros, bajo la premisa de que sean mayores de 18 años. La recolección de datos se llevó a cabo durante 20 días en el mes de abril y mayo dentro de las instalaciones del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, en el área de información y atención al cliente.

La aplicación de la encuesta se efectuó en dos etapas, la primera etapa, cuando los visitantes ingresaron al museo y registraron su llegada, es decir, antes de realizar el recorrido en el establecimiento. En esta etapa se aplicó la encuesta compuesta por ítems sociodemográficos y cuestionario de expectativas con base al modelo SERVQUAL.

Mientras que, la segunda etapa se efectuó cuando los visitantes finalizaron su recorrido, completando el cuestionario con los ítems correspondientes a las percepciones que tuvieron durante su visita en el museo.

Posterior a la aplicación de las encuestas basadas en el modelo SERVQUAL a los visitantes del museo y Parque Arqueológico Pumapungo, se procedió a la tabulación de los datos obtenidos a través de la creación de una base de datos en la herramienta Excel. Seguidamente, se descartaron 13 encuestas, debido a la presencia de dobles respuestas en un mismo ítem y tachones, los cuales dificultaron el procesamiento de resultados, esto dio un total de 371 encuestas válidas.

Después, la base de datos obtenida fue cargada en la herramienta IBM SPSS Statistics 25, en donde los datos fueron codificados para efectuar el análisis estadístico de los resultados. Aquí se usó estadística descriptiva para el análisis de los datos demográficos, mientras que, la estadística inferencial comprobó las distintas pruebas de hipótesis planteadas.

### **CAPÍTULO III**

#### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO**

En este capítulo se analiza los datos obtenidos del cuestionario del modelo SERVQUAL aplicado a los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, con el fin de conocer el nivel de satisfacción de sus visitantes con respecto a la calidad del servicio esperado y recibido. Así mismo, se realiza un cruce de variables sociodemográficas, expectativas y percepciones para comparar e identificar la relación entre dichas variables.

##### **3.1. Aplicación de distintas pruebas de hipótesis de la herramienta SPSS**

Para la consecución de los resultados de este capítulo, resulta fundamental el planteamiento de hipótesis acerca de la satisfacción de los visitantes y la relación con variables sociodemográficas. Dichas hipótesis son analizadas y comprobadas en los apartados 3.2 y 3.3 respectivamente.

##### **3.2. Determinar el nivel de satisfacción de las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

###### **3.2.1. Análisis de fiabilidad**

Previo al análisis de los resultados, en primer lugar, se pretende demostrar la fiabilidad del cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, el cual fue aplicado a los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. Para ello se aplicó el análisis de Alfa de Cronbach, el cual determina la consistencia interna de un cuestionario o escala, es decir, explica el grado en que todos los ítems de una prueba cuantifican un mismo concepto y por ende se asocia con la interrelación de los ítems en el test, dicho de otra manera, mide la magnitud entre los ítems de una escala de medición o de un instrumento para así definir la fiabilidad del

instrumento (Cronbach, 1951). Para el presente trabajo de investigación, se han considerado los siguientes criterios de interpretación, tal y como se observa en la Tabla 10, se establece que:

**Tabla 10**

*Criterios de interpretación de Alfa de Cronbach*

Criterios de interpretación de Alfa de Cronbach	
Coeficiente alfa > 0.9	Excelente
Coeficiente alfa > 0.8	Bueno
Coeficiente alfa > 0.7	Aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	Pobre

Nota. Adaptado de (George y Mallery, 2019).

Seguidamente, en la Tabla 11, se presenta el análisis de fiabilidad de Alfa de Cronbach por secciones, es decir, las expectativas y percepciones del cuestionario del modelo SERVQUAL aplicado en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

**Tabla 11**

*Medición del nivel de fiabilidad del cuestionario de expectativas y percepciones del modelo SERVQUAL*

Sección	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Expectativas	0,956	22
Percepciones	0,951	22

Nota. Se toma en consideración una muestra de 371 encuestados.



En la sección de expectativas, conformada por 22 ítems, se obtuvo un valor de 0,956, por lo tanto, se afirma que los ítems de esta sección del cuestionario se encuentran muy alineados entre sí. Además, este resultado demuestra que el coeficiente de Alfa de Cronbach es mayor a 0,9, es decir, se considera como excelente, por ende, los ítems de las expectativas del cuestionario aplicado tienen un grado alto de fiabilidad. De la misma manera, en la sección de percepciones, conformada de 22 ítems, el resultado fue de 0,951, considerado como un coeficiente excelente. Por lo tanto, se determina que los ítems de las percepciones del cuestionario tienen un nivel de fiabilidad alto.

A continuación, en la Tabla 12 se muestran los resultados de los coeficientes de la fiabilidad global, es decir, los 44 ítems de las dos secciones: expectativas y percepciones que comprende el cuestionario del modelo SERVQUAL.

**Tabla 12**

*Medición del nivel de fiabilidad del cuestionario SERVQUAL*

Alfa de Cronbach	Número de elementos
0,939	44

*Nota.* Se toma en consideración una muestra de 371 encuestados.

Se refleja que el resultado del índice de fiabilidad global del cuestionario es de 0,939, considerado como excelente, por ello, se manifiesta que el cuestionario aplicado a los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo tiene una alta consistencia entre los ítems que lo conforman, es decir, el instrumento de medición utilizado es fiable.

De esta manera, se evidencia la fiabilidad que contiene el cuestionario del modelo SERVQUAL adaptado al Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, ya que los valores obtenidos reflejan una puntuación mayor a 0,7, motivo por el cual, se

determina que el instrumento tiene un alto grado de consistencia interna, por lo tanto, se garantiza un mayor respaldo en las conclusiones de este estudio.

En primer lugar, para analizar la satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es necesario que, de manera previa se realicen pruebas de normalidad, para verificar si los datos recogidos siguen o no una distribución normal, esto resulta un punto clave para determinar cuáles son los estadísticos adecuados a utilizar en esta investigación (Tapia *et al.*, 2021). A continuación, en la Tabla 13, se detallan las hipótesis a considerar en la prueba de normalidad.

### 3.2.2. Prueba de normalidad

**Tabla 13**

*Pruebas de hipótesis*

Pruebas de hipótesis	
Hipótesis Nula $\alpha > 0,05$	Los datos tienen una distribución normal. Se acepta la hipótesis nula
Hipótesis Alternativa $\alpha \leq 0,05$	Los datos no tienen una distribución normal. Se rechaza la hipótesis nula.

*Nota.* Con base a (Flores *et al.*, 2019).

Seguidamente, en la Tabla 14 se muestran los resultados de la prueba de normalidad del cuestionario SERVQUAL aplicado a los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

**Tabla 14**

*Prueba de normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Dif1	0,178	371	0,000	0,948	371	0,000
Dif2	0,209	371	0,000	0,932	371	0,000
Dif3	0,192	371	0,000	0,935	371	0,000
Dif4	0,233	371	0,000	0,902	371	0,000
Dif5	0,203	371	0,000	0,939	371	0,000
Dif6	0,161	371	0,000	0,959	371	0,000
Dif7	0,241	371	0,000	0,915	371	0,000
Dif8	0,184	371	0,000	0,937	371	0,000
Dif9	0,169	371	0,000	0,957	371	0,000
Dif10	0,182	371	0,000	0,930	371	0,000
Dif11	0,169	371	0,000	0,962	371	0,000
Dif12	0,225	371	0,000	0,915	371	0,000
Dif13	0,171	371	0,000	0,934	371	0,000
Dif14	0,196	371	0,000	0,936	371	0,000
Dif15	0,139	371	0,000	0,955	371	0,000
Dif16	0,278	371	0,000	0,851	371	0,000
Dif17	0,170	371	0,000	0,944	371	0,000
Dif18	0,133	371	0,000	0,971	371	0,000
Dif19	0,136	371	0,000	0,967	371	0,000
Dif20	0,135	371	0,000	0,964	371	0,000
Dif21	0,152	371	0,000	0,945	371	0,000
Dif22	0,207	371	0,000	0,936	371	0,000

*Nota.* Se toma en consideración una muestra de 371 encuestados.

En la Tabla 14, se toma en consideración el test de Kolmogorov-Smirnov, dado que este test es usado para muestras considerables (Gandica de Roa, 2020). En este caso, el tamaño de la muestra en esta investigación es mayor a 50 datos. Con base a ello, se comprueba que el nivel de significancia obtenido para cada uno de los ítems es de  $0,000 < 0,05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, lo cual significa que, los datos del cuestionario del modelo SERVQUAL aplicado en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo no tienen una distribución normal y por lo tanto es conveniente la aplicación de test para pruebas no paramétricas.

Tomando como base los resultados obtenidos en la prueba de normalidad, se considera la aplicación de la prueba de los rangos con signo de Wilcoxon.

**3.2.3. Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon**

Para analizar si las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo son diferentes a las expectativas de los mismos. Se recurrió al uso de la prueba de los rangos con signo de Wilcoxon. Este método estadístico es una prueba no paramétrica que ayuda a comparar la media de dos muestras relacionadas para así definir si existen o no diferencias entre ellas (Quispe *et al.*, 2019). Seguidamente, en la Tabla 15 se describen las condiciones que maneja la prueba de los rangos con signo de Wilcoxon.

**Tabla 15**

*Criterios de interpretación de la prueba de los rangos con signo de Wilcoxon*

Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon	
Hipótesis Nula $p > \alpha 0,05$	No hay diferencia entre las medias
Hipótesis Alternativa $p \leq \alpha 0,05$	Existe diferencia entre las medias

*Nota.* Adaptado de (Sepulveda y Moreno, 2017).

En este estudio se pretende comprobar las siguientes hipótesis referentes a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y parque Arqueológico Pumapungo:

**Hipótesis General**

Las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo difieren de las expectativas después de la visita al museo.

## Hipótesis Específicas

1. Las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo sobre los elementos tangibles difieren de las expectativas después de la visita al museo.
2. Las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo sobre la fiabilidad difieren de las expectativas después de la visita al museo.
3. Las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo acerca de la dimensión de Capacidad de Respuesta difieren de las expectativas después de la visita al museo.
4. Las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo acerca de la dimensión de Seguridad difieren de las expectativas después de la visita al museo.
5. Las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo acerca de la dimensión de Empatía difieren de las expectativas después de la visita al museo.

Posterior al planteamiento de las hipótesis, se realizó el cálculo de la prueba de Wilcoxon para cada uno de los apartados descritos anteriormente. Los resultados obtenidos se muestran a continuación en la Figura 3.

### Figura 3

*Resultado de la prueba de Wilcoxon*

Estadísticos de prueba <sup>a</sup>						
	Expectativa y Percepción Total	Elementos Tangibles	Fiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía
Z	-4,340 <sup>b</sup>	-4,383 <sup>c</sup>	-2,129 <sup>b</sup>	-6,506 <sup>b</sup>	-6,127 <sup>b</sup>	-8,218 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	,000	,000	,033	,000	,000	,000

*Nota.* Se muestran los resultados en relación a las dimensiones del modelo SERVQUAL.

En la Figura 3, en cada uno de los apartados se tomó en consideración un nivel de significancia de 0,05, es decir, existe un 5% de error. De esta manera, se determina que para cada uno de los apartados el resultado de nivel de significancia es menor a 0,05. Por tal razón, en este estudio se comprueban las hipótesis alternativas, las cuales establecen que las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo en relación a las dimensiones de Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía si difieren de las expectativas que tenían antes de realizar su visita al museo.

#### **3.2.4. Análisis de brecha entre expectativas y percepciones**

Con base a los resultados obtenidos con anterioridad, se determinó que existen diferencias entre las expectativas y percepciones, es decir, las percepciones de los visitantes son diferentes a sus expectativas. Por consiguiente, se pretende analizar la magnitud de estas diferencias para determinar la satisfacción de los visitantes en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, para ello se realizó el cálculo de la brecha.

El análisis de la brecha hace referencia a la diferencia entre las percepciones y expectativas de los visitantes, en donde se infiere que, si las expectativas son mayores a las percepciones habrá insatisfacción, mientras que, si las expectativas iguales a las percepciones, significa que es satisfactorio y, por último, si las expectativas son menores a las percepciones, refleja más que satisfacción y por lo tanto la institución ofrece una calidad del servicio ideal (Parasuraman *et al.*, 1988). Para la interpretación de los resultados de la brecha, se toma en consideración los siguientes criterios detallados en la Tabla 16.

**Tabla 16**

*Criterios de interpretación de la brecha entre percepciones y expectativas de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

Patrón de referencia de la brecha entre percepciones y expectativas	
PS > 0	Excelente: Existe un excelente nivel de calidad
PS = 0	Adecuado: Existe calidad en el servicio
PS < 0	Insuficiente: Existe falta de calidad

*Nota.* PS0 = Puntuación de Satisfacción. Adaptado de (González, 2015).

Seguidamente, para el cálculo de la brecha, de acuerdo con González (2015), se toma la media de cada ítem y se obtiene la diferencia entre las percepciones y expectativas.

A continuación, en la Tabla 17 se muestra la brecha de los ítems correspondientes a la dimensión de Elementos Tangibles.

**Tabla 17**

*Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de elementos tangibles*

Ítem	Elementos Tangibles				
	Expectativa		Percepción		Brecha (P- E)
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. estándar	
Equipos de apariencia moderna	5,47	1,401	5,47	1,181	0
Instalaciones visualmente atractivas	5,98	1,252	6,22	0,917	0,24
Empleados con apariencia pulcra	5,39	1,673	6,30	0,948	0,91

Elementos Tangibles					
Ítem	Expectativa		Percepción		Brecha (P- E)
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. estándar	
Elementos materiales atractivos y en buen estado	6,18	1,197	6,38	0,900	0,2

*Nota.* Se consideran los cuatro ítems que conforman la dimensión de Elementos Tangibles del modelo SERVQUAL.

Se evidencia que en el ítem de *Equipos de apariencia moderna* se obtuvo una brecha positiva, esto evidencia la existencia de satisfacción. No obstante, se demuestra que no se supera las expectativas de los visitantes, ya que las expectativas y percepciones fueron las mismas en este aspecto. Esto puede estar relacionado con la falta de equipos tecnológicos que permitan mejorar la experiencia brindada.

En relación al ítem de *Instalaciones visualmente atractivas*, se obtuvo una brecha positiva, es decir, los visitantes tuvieron percepciones altas, lo cual genera satisfacción en este aspecto. De esto se deduce que las instalaciones del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo atraen a los visitantes debido a distintos factores como la presencia del sitio arqueológico y la variedad de salas con diferentes temáticas. Además, conforme a la planificación del museo, las adecuaciones en las salas expositivas como el cambio en los sistemas de iluminación, liberación de paredes, adecuación de pisos y actividades de mantenimiento en la infraestructura, estas acciones podrían estar relacionadas con la satisfacción del visitante en este ámbito.

De igual manera, en el ítem *Empleados con apariencia pulcra*, se obtuvo una brecha positiva, esto significa que los visitantes tuvieron percepciones altas frente a sus expectativas, por ende, se sintieron satisfechos con relación a este aspecto.



Esto demuestra que, el personal del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo mantiene una adecuada imagen frente a sus visitantes al momento de brindar el servicio, hecho que influye en la percepción de su público.

En el ítem *Elementos materiales atractivos y en buen estado*, los visitantes tuvieron percepciones altas frente a las expectativas. Esto demuestra que los visitantes se sienten satisfechos con la calidad de los objetos y colecciones que contiene el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. Esto puede relacionarse con los programas de conservación que realiza la institución, en cuanto al mantenimiento de objetos, colecciones y sitio arqueológico, lo cual aporta en la satisfacción de sus visitantes.

A continuación, en la Tabla 18 se muestra la brecha de los ítems correspondientes a la dimensión de Fiabilidad.

**Tabla 18**

*Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de fiabilidad*

Ítem	Fiabilidad				Brecha
	Expectativa		Percepción		
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. Estándar	
Cumplen lo prometido	6,05	1,11	5,88	1,164	-0,17
Sincero interés por resolver problemas	5,64	1,346	5,74	1,32	0,11
Realizan bien el servicio la primera vez	6,17	1,058	5,93	1,239	-0,24
Concluyen el servicio en el tiempo prometido	5,92	1,175	5,89	1,102	-0,03
Registro de	5,91	1,297	5,52	1,456	-0,39

Ítem	Fiabilidad				
	Expectativa		Percepción		Brecha
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. Estándar	
visitantes actualizado y ordenado					

*Nota.* Se consideran los cinco ítems que conforman la dimensión de Fiabilidad del modelo SERVQUAL.

Se observa que en el ítem *Cumplen lo prometido* se obtuvo una brecha negativa, esto significa que los visitantes no cumplieron sus expectativas en relación a este punto, es decir, no se sintieron satisfechos. Esto podría relacionarse con la falta de personal en el área de atención al visitante, debido que, el visitante en ciertas ocasiones tiene que esperar más de lo debido para hacer su registro, al momento de ingresar al museo.

En el ítem *Sincero interés por resolver problemas*, se obtuvo una brecha positiva, es decir, las percepciones de los visitantes superaron las expectativas en este aspecto. Por lo tanto, los visitantes tuvieron satisfacción en este punto. Esto quiere decir que, el personal del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo demuestra interés en ayudar a los visitantes con los inconvenientes que puedan ocurrir durante la visita.

En relación con el ítem de *Realizan bien el servicio la primera vez*, se obtuvo una brecha negativa, lo cual demuestra que hay insatisfacción por parte de los visitantes. Esto podría deberse a la falta de capacitación del personal que se encuentra en contacto con el visitante. De esta manera, se dificulta la función de brindar información eficiente y las instrucciones generales a visitantes que manejan un idioma diferente al español. Como consecuencia, la percepción de los visitantes se vería afectada de manera negativa.

En el ítem *Concluyen el servicio en el tiempo prometido*, se obtuvo una brecha negativa, es decir existe insatisfacción por parte de los visitantes en relación a este aspecto. Sin embargo, cabe acotar que, la diferencia entre las percepciones de las expectativas es mínima.

Finalmente, en el ítem de *Registro de visitantes actualizado y ordenado* se obtuvo una brecha negativa, lo cual significa que no se cumplieron las expectativas de los visitantes, es decir, no existe satisfacción de los visitantes en este aspecto. Esto podría tener relación con las dificultades que presentan los visitantes al llenar el registro de visita, ya que el formato de esta causa confusiones al momento de llenarlo.

A continuación, en la Tabla 19 se muestra la brecha de los ítems correspondientes a la dimensión de Elementos Tangibles

**Tabla 19**

*Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión capacidad de respuesta*

<b>Capacidad de Respuesta</b>					
<b>Ítem</b>	<b>Expectativa</b>		<b>Percepción</b>		<b>Brecha</b>
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. estándar	
Comunicar los servicios que brinda el museo	6,22	1,1	5,41	1,474	-0,81
Los empleados ofrecen un servicio rápido	5,73	1,262	5,64	1,252	-0,09
Los empleados siempre están dispuestos a ayudar	5,89	1,229	6,23	1,157	0,34

Capacidad de Respuesta					
Ítem	Expectativa		Percepción		Brecha
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. estándar	
Personal capacitado para responder a las inquietudes de los visitantes	6,43	1,02	5,25	1,575	-1,18

*Nota.* Se consideran los cuatro ítems que conforman la dimensión de Capacidad de Respuesta del modelo SERVQUAL.

En el ítem de *Comunicar los servicios que brinda el museo* se obtuvo una brecha negativa, por tanto, existe insatisfacción de los visitantes en este aspecto. Esto podría vincularse con la falta de información que reciben los visitantes por parte del personal del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, acerca de los servicios que ofrece el mismo.

De acuerdo con el ítem *Los empleados ofrecen un servicio rápido*, se obtuvo una brecha negativa, es decir las expectativas no fueron cumplidas, por lo tanto, los visitantes se sintieron insatisfechos en este aspecto. Como ya se había mencionado en la dimensión de Fiabilidad, esto también podría deberse a la falta de personal que brinda atención al visitante en el área de información. Por ende, al momento de tener varios visitantes a la vez, el personal del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo presenta dificultades al brindar un servicio de manera rápida.

En relación con el ítem de *Los empleados siempre están dispuestos a ayudar*, se obtuvo una brecha positiva, esto significa que los visitantes se sienten satisfechos en este aspecto. Esto evidencia que, el personal del Museo y Parque Arqueológico

Pumapungo tiene siempre la predisposición de cooperar con las personas que necesiten ayuda durante la visita.

Finalmente, en el ítem de *Personal capacitado para responder a las inquietudes de los visitantes*, se muestra una brecha negativa significativa frente a los demás ítems, esto evidencia que los visitantes están insatisfechos. Este aspecto podría verse reflejado en la falta de capacitación al personal para resolver inquietudes sobre temas de información del contenido de las colecciones y exposiciones temporales, servicios, ubicación de las salas, entre otros temas. Además, también podría relacionarse con la dificultad del personal en brindar información en el idioma inglés.

A continuación, en la Tabla 20 se muestra la brecha de los ítems correspondientes a la dimensión de Elementos Tangibles

**Tabla 20**

*Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de seguridad*

<b>Seguridad</b>					
<b>Ítem</b>	<b>Expectativa</b>		<b>Percepción</b>		<b>Brecha</b>
	<b>Media</b>	<b>Desv. estándar</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. estándar</b>	
Comportamiento confiable de los empleados	6,29	1,040	5,77	1,217	-0,52
Protocolos de bioseguridad adecuados	6,39	1,068	5,16	1,749	-1,23
Trato amable y educado a los visitantes	6,28	0,982	6,51	1,020	0,23

Seguridad					
Ítem	Expectativa		Percepción		Brecha
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. estándar	
Apoyo adecuado de la institución para realizar el trabajo	6,25	1,134	5,41	1,406	-0,84

*Nota.* Se consideran los cuatro ítems que conforman la dimensión de Seguridad del modelo SERVQUAL.

En relación con el ítem *Comportamiento confiable de los empleados* se obtuvo una brecha negativa, lo cual significa que existe insatisfacción de los visitantes en este aspecto. El motivo de ello podría estar relacionado con la falta de seguridad de los empleados al momento de solventar inquietudes de los visitantes.

Del mismo modo, en el ítem de *Protocolos de bioseguridad adecuados* se obtuvo una brecha negativa, es decir, no se cumplieron las expectativas de los visitantes y por ende se sintieron insatisfechos con las medidas de bioseguridad aplicadas en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. Pese a que el uso de mascarilla dentro de las instalaciones es obligatorio, la insatisfacción podría deberse a que los dispensadores de gel antibacterial están vacíos.

El ítem de *Trato amable y educado a los visitantes* tuvo una brecha positiva, es decir, existe satisfacción por parte de los visitantes en relación a este aspecto. Esto puede deberse a la actitud cortés del personal del museo hacia los visitantes.

Por último, el ítem de *Apoyo adecuado de la institución para realizar el trabajo*, obtuvo una brecha negativa. Esto podría deberse a la mala reputación que las instituciones públicas han adquirido. Por lo tanto, este hecho ha catalogado que se perciba a estas instituciones con una débil organización y gestión financiera.

Además, la falta de una estructura organizativa propia dentro del museo, podría provocar ineficiencias y la mala toma de decisiones por parte del directivo. Por ende, se dificulta la función del directivo en brindar las condiciones necesarias para que el personal realice sus actividades diarias.

A continuación, en la Tabla 21 se muestra la brecha de los ítems correspondientes a la dimensión de Elementos Tangibles

**Tabla 21**

*Brecha de expectativas y percepciones de la dimensión de empatía*

Ítem	Empatía				
	Expectativa		Percepción		Brecha
	Media	Desv. estándar	Media	Desv. estándar	
El museo brinda atención individualizada	5,49	1,516	4,61	1,716	-0,88
Los empleados ofrecen servicio personalizado	5,55	1,516	4,64	1,726	-0,91
Se interesa por identificar de forma adecuada las sugerencias y quejas de los visitantes	6,19	1,201	4,67	1,818	-1,52
Comprender las necesidades de los visitantes	6,56	0,944	5,02	1,764	-1,54
Horarios de atención convenientes para los visitantes	6,18	1,269	5,96	1,087	-0,22

*Nota.* Se consideran los cinco ítems que conforman la dimensión de Empatía del modelo SERVQUAL.

En los ítems de *El museo brinda atención individualizada* y *Los empleados ofrecen servicio personalizado*, se obtuvo una brecha negativa, lo cual significa que los visitantes no cumplieron sus expectativas, por ende, no se sintieron satisfechos en relación a estos aspectos. Estos ítems podrían deberse a que el museo no dispone de visitas guiadas de forma permanente, sino que estas se realizan bajo reserva previa.

En el ítem de *Se interesa por identificar de forma adecuada las sugerencias y quejas de los visitantes*, existe una brecha negativa. El motivo de esta insatisfacción podría deberse al mal uso del libro de sugerencias del museo, puesto que, no siempre está disponible para el público.

De igual manera, en el ítem de *Comprender las necesidades de los visitantes*, se obtuvo una brecha negativa, lo cual demuestra que los visitantes se sintieron insatisfechos en ese aspecto. Aquello podría deberse a las barreras existentes en el museo en cuanto a accesibilidad. Dado que las instalaciones del museo no son accesibles totalmente para personas que tienen dificultades de movilidad, así como la accesibilidad a la información de lo que se expone es limitada para personas que cuentan con discapacidad visual o personas extranjeras que manejan idiomas diferentes al español, debido a que la descripción del contenido de las exhibiciones y colecciones no son adaptadas para este tipo de visitantes.

Por último, el ítem de *Horarios de atención convenientes para los visitantes*, refleja que los visitantes se sienten insatisfechos, lo cual supondría que el horario establecido no se ajusta a las necesidades de los visitantes y más aún en épocas festivas.

A continuación, en la Tabla 24 se muestra la brecha de los ítems correspondientes a las Expectativas y Percepciones totales de los visitantes.



**Tabla 22**

*Brecha de expectativas y percepciones de las dimensiones de SERVQUAL*

Dimensión	Expectativas		Percepciones		Brecha
	Media	Desv. Estándar	Media	Desv. Estándar	
Elementos Tangibles	5,7561	1,06470	6,0930	0,76568	0,3369
Fiabilidad	5,9380	0,98141	5,7925	1,02812	-0,1456
Capacidad de Respuesta	6,1516	0,96969	5,5472	1,21386	-0,6044
Seguridad	6,3598	0,92610	5,6550	1,09525	-0,7049
Empatía	5,9941	1,06109	4,9801	1,39889	-1,0140
<b>Satisfacción Global</b>	<b>6,0332</b>	<b>0,88378</b>	<b>5,5929</b>	<b>0,95750</b>	<b>-0,4403</b>

*Nota.* Se consideran las expectativas y percepciones totales, sobre las cinco dimensiones que conforman el modelo SERVQUAL.

De manera general, existe una brecha negativa con respecto a la satisfacción global, es decir hay insatisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. Debido a que, en las dimensiones de *Fiabilidad*, *Capacidad de Respuesta*, *Seguridad* y *Empatía* se obtuvo una brecha negativa, en donde se demuestra que no se cumplieron las expectativas de los visitantes en los ámbitos mencionados y únicamente la dimensión de *Elementos Tangibles* obtuvo una brecha positiva. Conforme a estos resultados, se ve la necesidad de ejecutar medidas y estrategias necesarias por parte de la institución para mejorar su gestión para brindar un mejor servicio y así elevar el nivel satisfacción de sus visitantes.

### **3.3. Comparación del nivel de satisfacción de los visitantes de acuerdo con variables sociodemográficas**

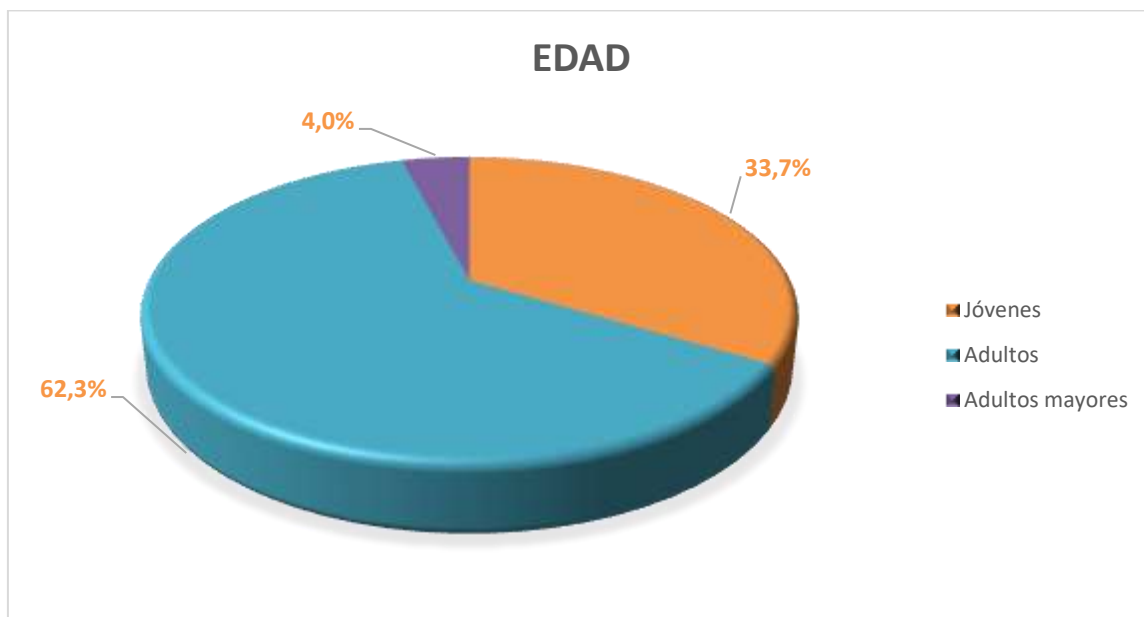
Primeramente, para comparar la satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo de acuerdo con variables sociodemográficas, resulta

necesario conocer a los visitantes que acuden al museo. De esta manera, a continuación, se presentan resultados de las características sociodemográficas de los visitantes como la edad, género, procedencia, nivel de instrucción, ocupación y motivaciones de visita al museo, los cuales permiten conocer de manera general el público que visita el museo.

### 3.3.1. Características sociodemográficas de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo

**Figura 4**

*Variable edad de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*



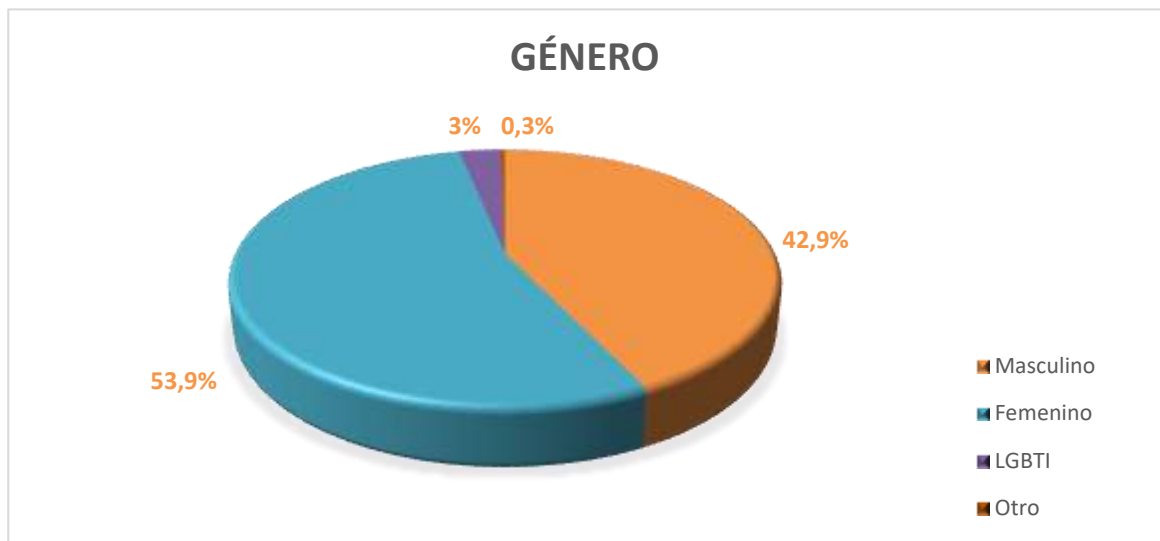
*Nota.* Los porcentajes corresponden a una muestra de 371 encuestados.

Se evidencia que la gran mayoría de los visitantes encuestados del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo corresponden a la categoría de adultos los cuales tienen un rango de edad entre 27 a 59 años. Por otra parte, el museo también acoge a visitantes jóvenes de entre 18 a 26 años, pero en menor cantidad. Finalmente, se demuestra que el grupo de adultos mayores que

corresponden al rango de edad entre 60 años en adelante, no es representativo en los visitantes del museo.

**Figura 5**

*Variable género de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

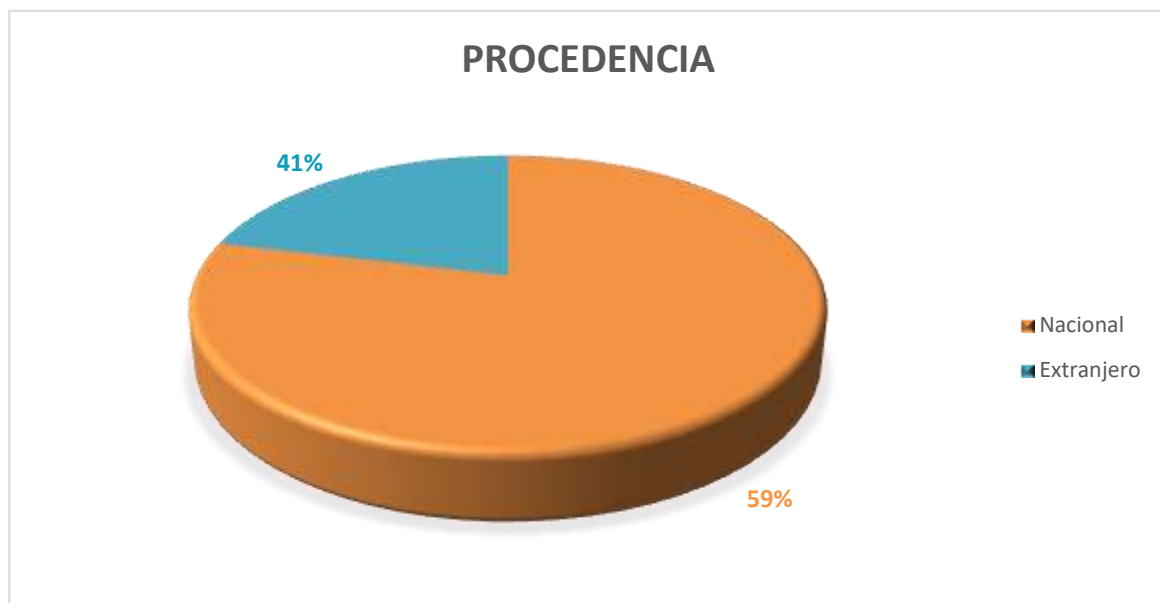


*Nota.* Los porcentajes corresponden a una muestra de 371 encuestados.

Se demuestra que, mayoritariamente los visitantes encuestados del Museo y parque Arqueológico Pumapungo corresponden al género femenino, sin embargo, existe una mínima diferencia con respecto al género masculino. Mientras que, en un mínimo porcentaje se encuentra el grupo LGBTI.

**Figura 6**

*Variable procedencia de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*



*Nota.* Los porcentajes corresponden a una muestra de 371 encuestados.

Los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, en su mayoría son de procedencia nacional. Sin embargo, la presencia del visitante extranjero es notoria, debido a que tiene un alcance de casi la mitad de visitantes que acuden al museo.

**Figura 7**

*Lugar de procedencia de visitantes nacionales del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

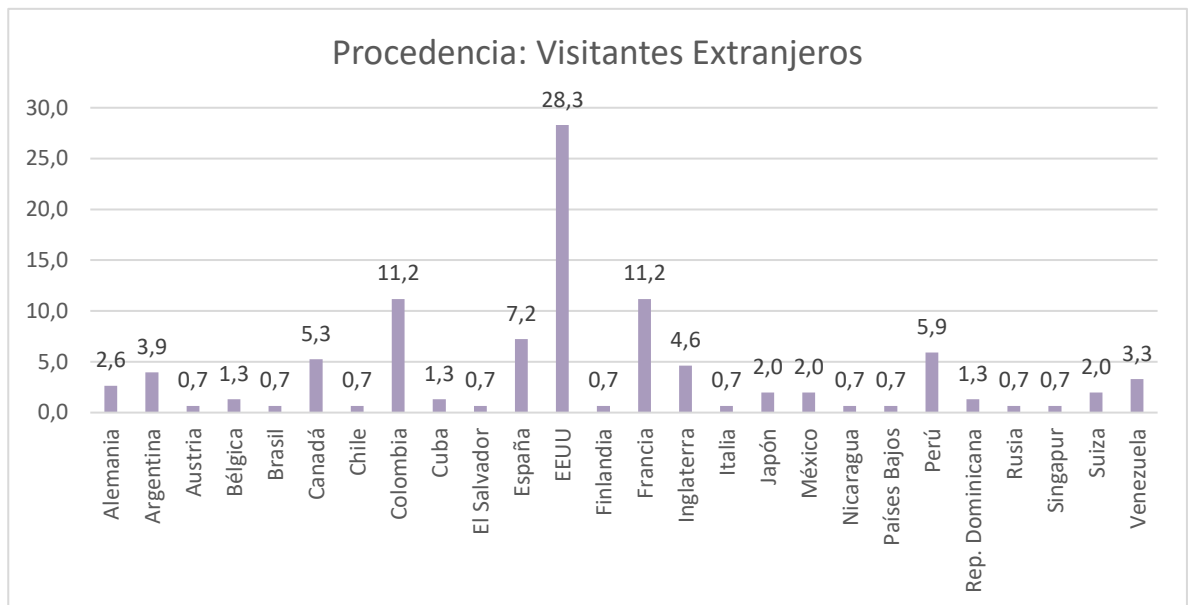


*Nota.* Los datos están expresados en porcentajes, correspondiente al total de visitantes nacionales (N=219).

La mayoría de visitantes nacionales provienen de las principales ciudades de Ecuador, siendo la ciudad de Cuenca la que obtuvo el porcentaje más representativo, seguidamente están las ciudades de Guayaquil y Quito. No obstante, se demuestra en porcentajes mínimos la presencia de visitantes de las distintas regiones del país.

**Figura 8**

*Lugar de procedencia de los visitantes extranjeros del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

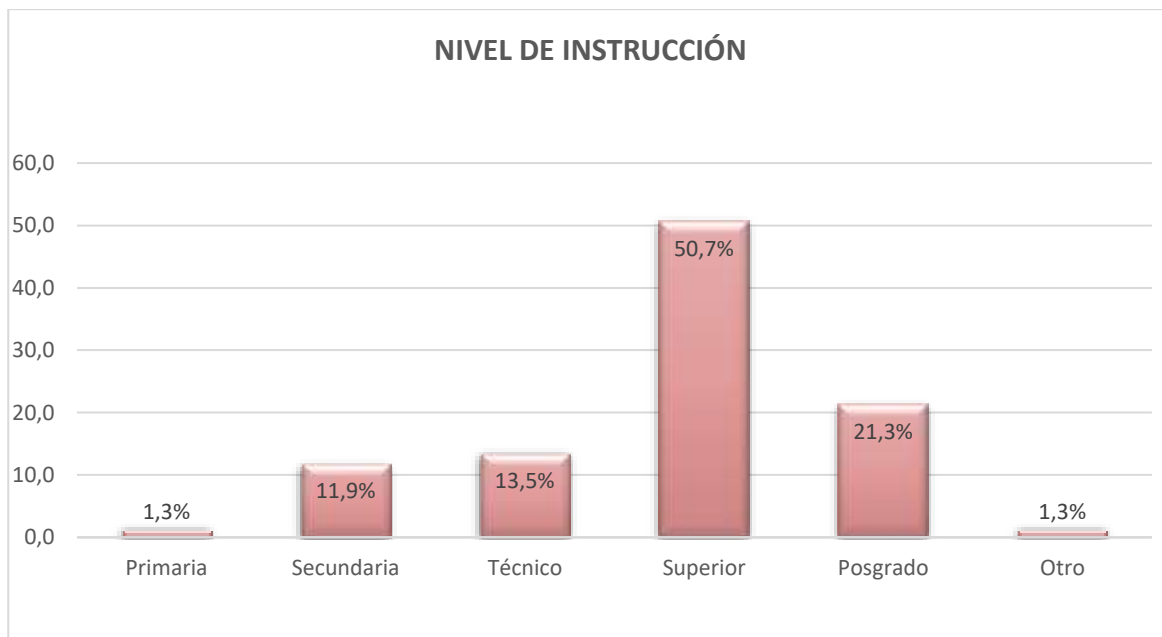


*Nota.* Los datos están expresados en porcentajes, correspondiente al total de visitantes extranjeros (N=152).

Por lugar de procedencia, se evidencia que la mayor parte de visitantes extranjeros provienen de Estados Unidos, Colombia y Francia. Cabe destacar, que, en una menor proporción existe variedad de visitantes de otros países alrededor del mundo, entre ellos Japón, Rusia, Países Bajos, El Salvador, Cuba, Chile, Argentina, entre otros. Además, dentro de ello, se evidencia la fuerte presencia de visitantes provenientes del continente americano.

**Figura 9**

*Nivel de instrucción de los visitantes extranjeros del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

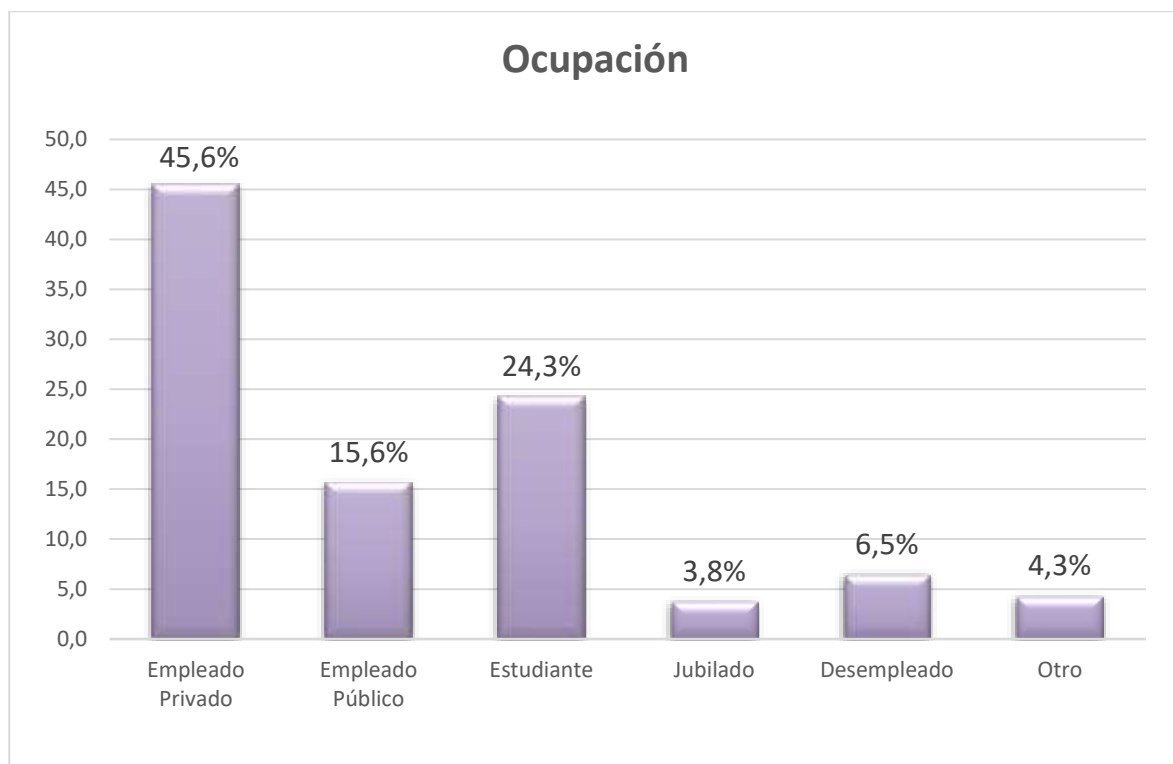


*Nota.* Los porcentajes corresponden a una muestra de 371 encuestados.

Se demuestra que el nivel de instrucción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es superior. En relación a las categorías del nivel de instrucción analizadas, más de la mitad de visitantes manifiestan tener educación superior o de posgrado. Por consiguiente, se deduce que el nivel de exigencia de este tipo de visitantes es más elevado debido a su habilidad de percibir la calidad de servicio de una forma más rigurosa.

**Figura 10**

*Variable ocupación de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*



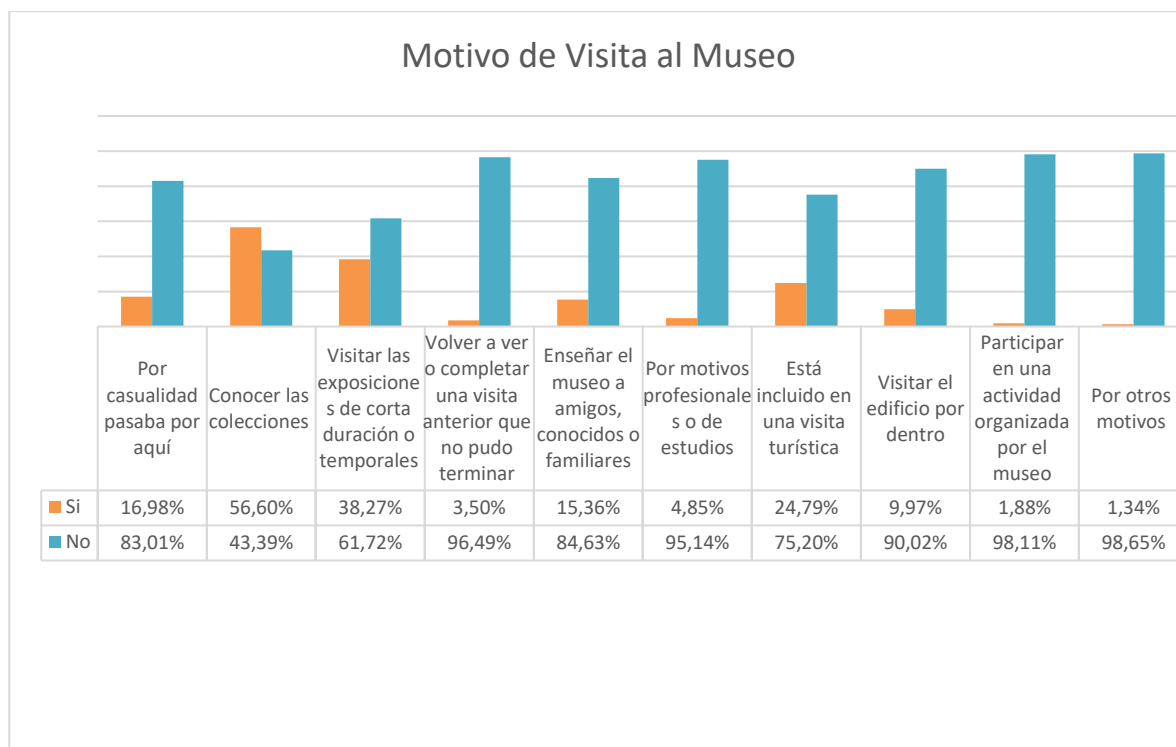
*Nota.* Los porcentajes corresponden a una muestra de 371 encuestados.

La ocupación de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo se caracteriza en mayor medida por tener una vida laboral activa, ya sea como empleado público o privado. Mientras que, la minoría de visitantes corresponde a la población económicamente inactiva, cabe resaltar que, dentro de este grupo, cerca de la cuarta parte de visitantes son estudiantes.



**Figura 11**

*Variable de motivación de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*



*Nota.* En cada ítem se considera el 100% de los encuestados, es decir, el total de la muestra, 371 encuestados.

Se evidencia que más de la mitad de los visitantes tienen como motivación principal *Conocer las Colecciones* y *Visitar las exposiciones de corta duración o temporales*. Esto demuestra el interés de las personas por conocer el contenido cultural que alberga el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. Por otro lado, la cuarta parte de los encuestados visita el museo porque *Está incluido en una visita turística*, aquello denota la importancia del museo como atractivo turístico en la ciudad de Cuenca.

### 3.3.2. Tablas cruzadas y Chi Cuadrado

Para comparar el nivel de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo en relación a sus características demográficas, se procedió a realizar tablas cruzadas o de contingencia, para analizar la relación entre variables. Para ello, la aplicación de la prueba estadística de Chi-Cuadrado, indicará si existe o no una relación entre las variables comparadas (Lastre *et al.*, 2019). Además, esta técnica muestra a través de una tabla de frecuencias el resultado de la distribución en conjunto al cruzar dos o más variables categóricas o cualitativas (Lopez-Roldán y Fachelli, 2015). Siguiendo la misma línea de los autores, se determinan los siguientes criterios de decisión:

**Tabla 23**

*Criterios de interpretación de la prueba de Chi-cuadrado*

Prueba de Chi-cuadrado	
Hipótesis Nula $p > \alpha 0,05$	Las variables son independientes
Hipótesis Alternativa $p \leq \alpha 0,05$	Las variables no son independientes

*Nota.* Adaptado de (Lopez-Roldán y Fachelli, 2015).

En este apartado, a través de la Prueba de Chi Cuadrado, se pretende comprobar las siguientes hipótesis referentes a la relación existente entre las variables sociodemográficas de edad, género, procedencia y nivel de instrucción con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

#### **Planteamiento de Hipótesis**

1. Las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo dependen de acuerdo al género de los visitantes.

2. Las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo dependen de acuerdo a la edad de los visitantes.
3. Las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo dependen de acuerdo a la procedencia de los visitantes.
4. Las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo dependen de acuerdo al nivel de instrucción de los visitantes.

Los resultados obtenidos de cada variable sociodemográfica se muestran seguidamente.

### 3.3.2.1 Comparación entre la variable edad en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo

**Tabla 24**

*Tabla cruzada entre la variable edad en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

Expectativas		Edad			Total
		Jóvenes	Adultos	Adultos mayores	
<b>BAJO</b>	Recuento	3	1	1	5
	% del total	0,8%	0,3%	0,3%	1,3%
<b>MEDIO</b>	Recuento	20	23	3	46
	% del total	5,4%	6,2%	0,8%	12,4%
<b>ALTO</b>	Recuento	102	207	11	320
	% del total	27,5%	55,8%	3,0%	86,3%
<b>Total</b>	Recuento	125	231	15	371
	% del total	33,7%	62,3%	4,0%	100,0%
Percepciones		Jóvenes	Adultos	Adultos mayores	Total
<b>BAJO</b>	Recuento	1	3	0	4
	% del total	0,3%	0,8%	0,0%	1,1%
<b>MEDIO</b>	Recuento	30	67	2	99
	% del total	8,1%	18,1%	0,5%	26,7%
<b>ALTO</b>	Recuento	94	161	13	268
	% del total	25,3%	43,4%	3,5%	72,2%
<b>Total</b>	Recuento	125	231	15	371
	% del total	33,7%	62,3%	4,0%	100,0%

*Nota.* Los porcentajes son considerados de acuerdo a la variable edad en relación a las expectativas y percepciones de la encuesta global del modelo SERVQUAL.

En relación a las *Expectativas*, se evidencia que, del 33,7% de visitantes que corresponden a la categoría jóvenes, más de la mitad de visitantes tuvieron expectativas de nivel alto. Por otro lado, del 62,3% de visitantes que pertenecen a la categoría de adultos, la mayor parte de visitantes tuvo expectativas de nivel alto. Finalmente, del 4% que corresponde a la categoría de adultos mayores, la mayoría tuvo expectativas de alto nivel.

En definitiva, la mayor parte de cada grupo de edad tuvo expectativas de nivel alto. Cabe destacar que, de las tres categorías de edad, los visitantes *Adultos* son quienes tienen un mayor porcentaje en expectativas altas en comparación con los demás grupos de edad.

En relación a las *Percepciones*, los resultados fueron similares a las expectativas, ya que mayoritariamente dentro de cada categoría de edad los visitantes tuvieron percepciones altas. Pese a ello, se denota que el porcentaje de percepciones de nivel alto en las categorías de jóvenes y adultos ha disminuido en comparación con las expectativas, mientras que la categoría de adultos mayores muestra un incremento mínimo. De igual manera, la categoría de *Adultos* continúa siendo la más representativa en las percepciones de nivel alto.

**Tabla 25**

*Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable de edad con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
<b>Expectativas</b>	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,634 <sup>a</sup>	4	0,047
Razón de verosimilitud	8,289	4	0,082
Asociación lineal por lineal	1,157	1	0,282
N de casos válidos	371		
<b>Percepciones</b>	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,952 <sup>a</sup>	4	0,566
Razón de verosimilitud	3,317	4	0,506
Asociación lineal por lineal	0,122	1	0,727
N de casos válidos	371		

*Nota.* Se considera a las expectativas y percepciones globales del cuestionario del modelo SERVQUAL. Se utiliza la significancia de 0.05.

En relación a las *Expectativas*, la prueba de Chi Cuadrado, muestra un valor estadístico p-valor 0,047 el cual es menor a 0,05, por lo tanto, se concluye que existe relación entre la variable de *Edad* y las expectativas de los visitantes, es decir, las expectativas de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo dependen según el grupo de edad de las personas.

Mientras que, en las *Percepciones* se obtuvo un valor estadístico p-valor 0,506, el cual es mayor a 0,05, lo cual significa que no existe relación entre la variable de *Edad* y las percepciones de los visitantes. Por lo tanto, se concluye que las percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo son independientes en relación con el grupo de edad, es decir, la edad no es un elemento que influye en la percepción de los visitantes.

**3.3.2.2. Comparación entre la variable género en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

**Tabla 26**

*Tabla cruzada entre la variable género en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

Expectativas		Género				Total
		Masculino	Femenino	LGBTI	Otro	
<b>BAJO</b>	Recuento	3	2	0	0	5
	% del total	0,8%	0,5%	0,0%	0,0%	1,3%
<b>MEDIO</b>	Recuento	23	21	2	0	46
	% del total	6,2%	5,7%	0,5%	0,0%	12,4%
<b>ALTO</b>	Recuento	133	177	9	1	320
	% del total	35,8%	47,7%	2,4%	0,3%	86,3%
<b>Total</b>	Recuento	159	200	11	1	371
	% del total	42,9%	53,9%	3,0%	0,3%	100,0%
Percepciones		Género				Total
		Masculino	Femenino	LGBTI	Otro	
<b>BAJO</b>	Recuento	3	0	1	0	4
	% del total	0,8%	0,0%	0,3%	0,0%	1,1%
<b>MEDIO</b>	Recuento	47	48	3	1	99
	% del total	12,7%	12,9%	0,8%	0,3%	26,7%
<b>ALTO</b>	Recuento	109	152	7	0	268
	% del total	29,4%	41,0%	1,9%	0,0%	72,2%
<b>Total</b>	Recuento	159	200	11	1	371
	% del total	42,9%	53,9%	3,0%	0,3%	100,0%

*Nota.* Los porcentajes son considerados de acuerdo a la variable género en relación a las expectativas y percepciones de la encuesta global del modelo SERVQUAL.

En relación a las *Expectativas*, se evidencia que, del 42,9% de visitantes que corresponden a la categoría *Masculino*, más de la mitad de visitantes tuvieron expectativas de *Nivel Alto*. Por otro lado, del 53,9% de visitantes que pertenecen a la categoría de *Femenino*, la mayor parte de visitantes tuvo expectativas de *Nivel Alto*. Finalmente, del 3% que corresponde a la categoría de *LGBTI*, la mayoría tuvo expectativas de *Nivel Alto*.

En concreto, en cada uno de los grupos que conforman la variable género la mayor parte tienen expectativas de alto nivel. En particular, los visitantes del

género *Femenino* son quienes tienen un mayor porcentaje en expectativas altas en comparación con los demás grupos de género.

En relación a las *Percepciones*, se mantuvo el *Nivel Alto* en cada una de las categorías de la variable género, no obstante, las categorías que corresponden al género *Masculino* y *Femenino* mostraron un descenso del 6% aproximadamente con respecto a las expectativas de *Nivel Alto*, mientras que, la categoría *LGBTI* disminuyó apenas en un 0,5%. De la misma manera que en las expectativas, en comparación con los demás grupos de género, la categoría *Femenino* continúa siendo la más representativa en las percepciones de *Nivel Alto*.

**Tabla 27**

*Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable género con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

Pruebas de chi-cuadrado			
Expectativas	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,523 <sup>a</sup>	6	0,866
Razón de verosimilitud	2,754	6	0,839
Asociación lineal por lineal	1,358	1	0,244
N de casos válidos	371		
Percepciones	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,256 <sup>a</sup>	6	0,027
Razón de verosimilitud	12,085	6	0,060
Asociación lineal por lineal	0,572	1	0,450
N de casos válidos	371		

*Nota.* Se considera a las expectativas y percepciones globales del cuestionario del modelo SERVQUAL. Se utiliza la significancia de 0.05.

En relación a las *Expectativas*, la prueba de Chi Cuadrado, muestra un valor estadístico p-valor 0,866 el cual es mayor a 0,05, por lo tanto, se concluye que no existe una relación entre la variable de *Género* y las expectativas de los visitantes, es decir, las expectativas son independientes de la variable género.

Por otra parte, en las *Percepciones* se obtuvo un valor estadístico p-valor 0,027, el cual es menor a 0,05, por lo tanto, se concluye que existe una relación entre la variable de *Género* y las percepciones de los visitantes, es decir, las percepciones son dependientes de la variable género.

De esta manera, se deduce que, las expectativas no se asocian con el género, debido a que la calidad de servicio que los visitantes esperan recibir no depende del grupo de género al cual pertenezcan. Mientras que, en las percepciones el género si está relacionado con la evaluación del servicio recibido, lo cual significa que los visitantes perciben la calidad del servicio en relación al grupo de género al cual pertenecen.

### **3.3.2.3 Comparación entre la variable procedencia en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**



**Tabla 28**

*Tabla cruzada entre la variable procedencia en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

		Procedencia			
		Nacional	Extranjero	Total	
<b>BAJO</b>	Expectativas				
	Recuento	5	0	5	
	% del total	1,3%	0,0%	1,3%	
<b>MEDIO</b>	Expectativas				
	Recuento	17	29	46	
	% del total	4,6%	7,8%	12,4%	
<b>ALTO</b>	Expectativas				
	Recuento	197	123	320	
	% del total	53,1%	33,2%	86,3%	
		Recuento	219	152	371
		% del total	59,0%	41,0%	100,0%
		Percepciones			
<b>BAJO</b>	Percepciones				
	Recuento	3	1	4	
	% del total	0,8%	0,3%	1,1%	
<b>MEDIO</b>	Percepciones				
	Recuento	42	57	99	
	% del total	11,3%	15,4%	26,7%	
<b>ALTO</b>	Percepciones				
	Recuento	174	94	268	
	% del total	46,9%	25,3%	72,2%	
		Recuento	219	152	371
		% del total	59,0%	41,0%	100,0%

*Nota.* Los porcentajes son considerados de acuerdo a la variable procedencia en relación a las expectativas y percepciones de la encuesta global del modelo SERVQUAL.

En relación a las *Expectativas*, se evidencia que, del 59% de visitantes que pertenecen a la categoría de *Nacionales*, mucho más de la mitad de visitantes tuvieron expectativas de *Nivel Alto*. Por otro lado, del 41% de visitantes que pertenecen a la categoría de *Extranjeros*, la mayor parte de visitantes tuvo expectativas de *Nivel Alto*.

En otras palabras, los visitantes de ambas categorías tuvieron expectativas de *Nivel Alto*. Cabe decir que, los visitantes *Nacionales* son quienes tienen un mayor porcentaje en las expectativas de este nivel en comparación con los visitantes *Extranjeros*.

En cuanto a las *Percepciones*, se demuestra que los resultados fueron similares a las expectativas, ya que mayoritariamente en ambos grupos de procedencia los visitantes tuvieron percepciones de *Nivel Alto*. Además, se destaca que la categoría de visitantes nacionales tuvo un mayor porcentaje en las percepciones de este nivel, con respecto a los visitantes extranjeros.

A pesar de ello, se denota que el porcentaje de percepciones de *Nivel Alto* tanto en visitantes nacionales como extranjeros disminuyó un 6,2% y 7,9 respectivamente, en comparación con las expectativas.

**Tabla 29**

*Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable de procedencia con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
<b>Expectativas</b>	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,586 <sup>a</sup>	2	0,001
Razón de verosimilitud	15,200	2	0,001
Asociación lineal por lineal	2,629	1	0,105
N de casos válidos	371		
<b>Percepciones</b>	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,561 <sup>a</sup>	2	0,000
Razón de verosimilitud	15,410	2	0,000
Asociación lineal por lineal	11,266	1	0,001
N de casos válidos	371		

*Nota.* Se considera a las expectativas y percepciones globales del cuestionario del modelo SERVQUAL. Se utiliza una significancia de 0.05.

La prueba de Chi Cuadrado de asociación, muestra que las *Expectativas* y *Percepciones* tuvieron un valor estadístico de p-valor 0,001 y 0,000

respectivamente, es decir, son menores a 0,05. Por lo tanto, se concluye que si existe relación entre la variable de *Procedencia* con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes. Esto significa que la calidad del servicio esperada en el museo y la apreciación de la misma, se dan conforme a la procedencia del visitante.

**3.3.2.4. Comparación entre nivel de instrucción las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

**Tabla 30**

*Tabla cruzada entre la variable nivel de instrucción en relación a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo*

Expectativas		Nivel de Instrucción						Total
		Primaria	Secundaria	Técnico	Superior	Posgrado	Otro	
BAJO	Recuento	0	1	2	1	1	0	5
	% del total	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	1,3%
MEDIO	Recuento	0	8	2	22	13	1	46
	% del total	0,0%	2,2%	0,5%	5,9%	3,5%	0,3%	12,4%
ALTO	Recuento	5	35	46	165	65	4	320
	% del total	1,3%	9,4%	12,4%	44,5%	17,5%	1,1%	86,3%
Total	Recuento	5	44	50	188	79	5	371
	% del total	1,3%	11,9%	13,5%	50,7%	21,3%	1,3%	100,0%

Percepciones		Nivel de Instrucción						Total
		Primaria	Secundaria	Técnico	Superior	Posgrado	Otro	
BAJO	Recuento	0	1	2	1	0	0	4
	% del total	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	0,0%	0,0%	1,1%
MEDIO	Recuento	1	7	12	52	24	3	99
	% del total	0,3%	1,9%	3,2%	14,0%	6,5%	0,8%	26,7%
ALTO	Recuento	4	36	36	135	55	2	268
	% del total	1,1%	9,7%	9,7%	36,4%	14,8%	0,5%	72,2%
Total	Recuento	5	44	50	188	79	5	371
	% del total	1,3%	11,9%	13,5%	50,7%	21,3%	1,3%	100,0%

*Nota.* Los porcentajes son considerados de acuerdo a la variable nivel de instrucción en relación a las expectativas y percepciones de la encuesta global del modelo SERVQUAL. Se utiliza la significancia de 0.05

En relación a las *Expectativas*, se evidencia que, en todas las categorías de nivel de instrucción sobrepasa las expectativas de *Nivel Alto*. Cabe enfatizar que, los visitantes que tienen estudios de nivel Superior obtuvieron un mayor porcentaje en las expectativas de *Nivel Alto* con relación a las demás categorías de la variable instrucción.

En cuanto a las *Percepciones*, al igual que en las expectativas, los visitantes de todas las categorías de *Nivel de Instrucción* mantienen un *Nivel Alto*. Además, se destaca que, únicamente la categoría de Secundaria muestra un incremento, sin embargo, este incremento es mínimo con respecto a las expectativas.

**Tabla 31**

*Prueba de Chi-cuadrado de asociación entre la variable de nivel de instrucción con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
<b>Expectativas</b>	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,711 <sup>a</sup>	10	0,381
Razón de verosimilitud	11,530	10	0,318
Asociación lineal por lineal	0,008	1	0,930
N de casos válidos	371		
<b>Percepciones</b>	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,106 <sup>a</sup>	10	0,278
Razón de verosimilitud	11,295	10	0,335
Asociación lineal por lineal	1,608	1	0,205
N de casos válidos	371		

*Nota.* Se considera a las expectativas y percepciones globales del cuestionario del modelo SERVQUAL.

La prueba de Chi Cuadrado de asociación, muestra que las *Expectativas* y *Percepciones* tuvieron un valor estadístico de p-valor 0,381 y 0,278

respectivamente, es decir, son mayores a 0,05. Por lo tanto, se concluye que no existe relación entre la variable de *Nivel de Instrucción* con respecto a las expectativas y percepciones de los visitantes. Esto significa que la calidad del servicio esperada en el museo y la apreciación de la misma, no coincide con el nivel de estudios que tenga el visitante.

## **Conclusiones**

En cumplimiento con los objetivos establecidos en el diseño de esta investigación, se evidenció que la gestión actual del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo desarrolla acciones para insertarse en la nueva museología, mediante la implementación de actividades que promueven al museo como un espacio de interacción social, inclusivo, dinámico, recreativo y educativo. Este trabajo identificó que estos esfuerzos son limitados, pues carecen de estrategias que consideren al visitante como elemento central de la gestión para satisfacer sus distintas necesidades.

Por otra parte, la aplicación de un modelo confiable y adaptable para medir la satisfacción y la calidad del servicio brindado a los visitantes del museo, asegura una interpretación óptima de resultados. El modelo SERVQUAL, aplicado en el presente estudio, permitió el análisis tanto de las expectativas como de las percepciones de los visitantes, en relación a la calidad del servicio en ámbitos relacionados con la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía en el museo; lo cual permitió identificar los aspectos con falencias para establecer acciones específicas de mejora continua.

Con base a lo anterior, se determina que la satisfacción en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es un aspecto que no se logra cumplir en sus visitantes, en vista de que las percepciones difieren de manera negativa de las expectativas después de su visita al museo. Este hecho manifiesta la ejecución de actividades de mejora en la gestión del museo en aspectos relacionados a la calidad del servicio y, de esta manera, lograr que los visitantes no sólo se sientan satisfechos, sino que superen sus expectativas respecto al servicio brindado.

Así mismo, se concluye que el museo de manera general recibe a un público con diferentes características sociodemográficas, en relación a la edad, género, procedencia y nivel de instrucción. Al comparar estas características de los

visitantes con respecto al servicio esperado y recibido, se deduce que, dichas características de los visitantes no infieren en sus expectativas y percepciones sobre la calidad del servicio en su visita.

Como conclusión final, se puede afirmar que la calidad en un museo, engloba aspectos relacionados con la atención brindada por parte de su personal, la calidad de la muestra y sus colecciones, sus aspectos visuales, entre otros. Aquello indica que, la calidad abarca elementos de carácter tangible e intangible, esto supone la existencia de un equilibrio entre dichos elementos que forman parte del servicio brindado en el museo con el objetivo de ofrecer una experiencia satisfactoria al público, fidelizarlos y asegurar su retorno.

## Recomendaciones

- Se recomienda que la gestión de los museos no únicamente se base en su gran contenido cultural, sino que también se oriente a ser espacios de interacción social e inclusive figuras representativas del turismo, dado que, muchas de las veces son la principal motivación para visitar un destino.
- Además, se recomienda la elaboración de nuevos estudios que tengan como objetivo analizar la calidad y satisfacción de los visitantes en los museos, así como también los factores que influyen en la satisfacción de los mismos. Con el fin de que los museos tomen un papel importante dentro del ámbito de la investigación. Esto debido a que, la investigación en espacios museísticos es escasa, ya que durante el desarrollo del presente trabajo de investigación se constató que existen pocas fuentes bibliográficas referentes a este tema, así mismo las ya existentes son desactualizadas.

Conforme a la investigación realizada, se puede determinar los aspectos a considerar dentro del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo. A continuación, se resaltan algunas recomendaciones a tomar en cuenta de acuerdo a las dimensiones del modelo SERVQUAL.

- En cuanto a la dimensión de *elementos tangibles*, a pesar de que esta dimensión tuvo un nivel de satisfacción positivo, se debería implementar equipos tecnológicos como audioguías en distintos idiomas, wifi, acceso a información digital a través códigos QR, material didáctico, realidad virtual y aumentada, entre otros. De esta manera, el uso de herramientas tecnológicas complementará la experiencia de los visitantes, así como también proporcionaría mayor contenido informativo de lo que se está exhibiendo.



- En relación a la dimensión de *fiabilidad*, debido a la gran acogida de visitantes que tiene el museo, es imprescindible contar con el personal necesario en el área de información, para atender a los visitantes y brindar un servicio rápido y de calidad.
- En cuanto a la dimensión de *capacidad de respuesta* se debería implementar actividades que permitan analizar y evaluar la capacidad de respuesta del personal para actuar y resolver problemas en diferentes situaciones que se presenten dentro de las instalaciones de la institución. Además, en esta dimensión es fundamental que se realicen capacitaciones de manera periódica al personal de la institución, sobre todo a quienes están en constante contacto con los visitantes, del mismo modo, se debe mantener informado al personal de seguridad acerca de las exposiciones permanentes y temporales y su contenido.
- En la dimensión de *seguridad*, se recomienda acentuar los protocolos de bioseguridad en las instalaciones, en especial en la revisión periódica del estado de los dispensadores de gel antibacterial, para así asegurar la disponibilidad del producto para los visitantes. Así mismo, el personal del museo debe estar capacitado para atender a las inquietudes de los visitantes, para así brindar confianza en la información brindada.
- En cuanto a la dimensión de *empatía* se identificaron varios aspectos que los directivos del museo podrían considerar. En primer lugar, se recomienda la evaluación de la accesibilidad al museo para personas con discapacidades físicas o de movilidad, así mismo la implementación de estrategias que garanticen el acceso a la información para personas con discapacidad auditiva o visual, como por ejemplo el uso del Sistema Braille o lengua de señas en el desarrollo de la información de las colecciones y

exhibiciones, así como la elaboración de mapas que oriente a los visitantes acerca de los espacios a recorrer.

- Se recomienda también evaluar la posibilidad de implementar guías que realicen las mediaciones a los visitantes, para que de esta manera el visitante comprenda la información sobre el contenido que observa, teniendo así un acercamiento más profundo acerca de lo que se exhibe. Además, se recomienda el uso de un sistema de gestión de quejas, reclamos y sugerencias de forma adecuada, a través de la implementación de un buzón de sugerencias, quejas y reclamos mediante el cual el visitante tenga la facilidad de aportar con sus opiniones a la institución.
- Por último, se recomienda efectuar una revisión integral de la señalética en el museo, que sea comprensible para todo tipo de público, establecer medios para ofrecer información complementaria sobre actividades o servicios del museo, ya sea por medio de folletos o trípticos de forma física o digital.

## Referencias bibliográficas

Acuerdo Ministerial Nro. DM- 2018-153. (2018). Diario Oficial Ministerio de Cultura y Patrimonio. <https://contenidos.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/ACUERDO-153-2018-Aprobar-y-expedir-ESTATUTO-ORG-GESTION-ORGANIZACIONAL-POR-PROC-MUSEOS-ADM-ENTE-RECTOR-CULTURA-Y-PATRIMONIO.pdf>

Aliste, R., Gutiérrez, C., Báez, A., y Weil, K. (2019). Evaluación de los servicios al público turista ofrecidos por los museos: El caso de los museos universitarios en Valdivia (Chile). *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(3), 818-839. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180762492015/html/>

American Psychological Association. (2020). Guia Normas APA 7a. Edition.n Normas-apa.org. <https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>

Armijos Mayon, F. B., Bermúdez Burgos, A. I. y Mora Sánchez, N. V. (2019). Gestión de administración de los recursos humanos. *Universidad y Sociedad*, 11(4), 163-170. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000400163](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163)

Avecillas Torres, I., Créspe Córdova A., Torres León L. y Barzallo Neira C. (2021). El Turista Cultural Extranjero De Museos en la Ciudad De Cuenca-Ecuador. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, (13), 72–84. <https://doi.org/10.37135/chk.002.13.04>

Banco Central del Ecuador. (27 de septiembre de 2016). *Un Museo que Promueve el Patrimonio Numismático del Ecuador.*

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/913-un-museo-que-promueve-el-patrimonio-numism%C3%A1tico-del-ecuador>

Bastidas Espinosa, G. V. (2018). *La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Caso: Centro de Educación Inicial Martín Lutero de Quito* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador]. Repositorio Institucional del Organismo de la Comunidad Andina, CAN. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6233>

Bazán, L. N., Ajmat, R. F., y Sandoval, J. D. (2018). Iluminación en museos, experiencia y satisfacción de visitantes en contextos patrimoniales. Caso de estudio en el noroeste argentino. *Anales de La Asociación Física Argentina*, 39–48. <https://doi.org/10.31527/analesafa.2018.inVisionT.39>

Bazán, L. y Ajmat, R. (2021). La consideración de la satisfacción del visitante como parte de una metodología integral de evaluación. *Intervención Revista de Conservación, Restauración y Museología*, 1(23), 204-230. DOI: 10.30763/intervencion.246.v1n23.25.2021

Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., y Zapata-Aguirre, Sandra. (2013). Determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural. El Caso del Museo de Antioquia - Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(4), 729-744. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180728712006>

Camprubí Subirana, R. (2015). Análisis de la gestión turística de los museos. El caso de Girona. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, (11), 121-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156004>

- Carmona, I. M., y Freitag, V. (2014). Los Museos en el Siglo XXI: nuevos retos, nuevas oportunidades. *Revista Digital Do LAV*, 7(1).  
<https://doi.org/10.5902/1983734812510>
- Carrasco Muñoz, M. (1988). *El Banco Central del Ecuador en Cuenca*. Ediciones del Banco Central.
- Coban, S. (2012). Los efectos de la imagen del destino en la satisfacción y la fidelidad de los turistas: El caso de Capadocia. *European Journal of Social Science*, 29(2), 222-232.  
[https://www.researchgate.net/publication/267265793\\_The\\_Effects\\_of\\_the\\_Imag\\_e\\_of\\_Destination\\_on\\_Tourist\\_Satisfaction\\_and\\_Loyalty\\_The\\_Case\\_of\\_Cappadocia](https://www.researchgate.net/publication/267265793_The_Effects_of_the_Imag_e_of_Destination_on_Tourist_Satisfaction_and_Loyalty_The_Case_of_Cappadocia)
- Consejo Internacional de Museos y Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Cultura. (2007). *Cómo administrar un museo: Manual práctico*. UNESCO.  
[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854_spa)
- Consejo Internacional de Museos. (25 de julio de 2019). *El ICOM anuncia la definición alternativa del museo que se someterá a votación*.  
<https://icom.museum/es/news/el-icom-anuncia-la-definicion-alternativa-del-museo-que-se-sometera-a-votacion/>
- Consejo Internacional de Museos. (23 de abril de 2020a). *Garantizar la seguridad del patrimonio cultural durante el confinamiento: un desafío para profesionales de museos y cuerpos de policía*.  
<https://icom.museum/es/news/garantizar-la-seguridad-del-patrimonio-cultural-durante-el-confinamiento-un-desafio-para-profesionales-de-museos-y-cuerpos-de-policia/>

- Consejo Internacional de Museos. (12 de mayo de 2020b). *Covid 19. Recomendaciones. Prepararse para la reapertura: garantizar la seguridad del público y del personal*. <https://icom.museum/es/news/prepararse-para-la-reapertura-garantizar-la-seguridad-del-publico-y-del-personal/>
- Contreras, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35–48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Cordero Iñiguez, J. y Aguirre Tirado, L. (1995). *La ciudad de Tomebamba. Museo de Sitio*. Ediciones del Banco Central.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Daskalaki, V., Voutsas, M., Boutsouki, C. y Hatzithomas, L. (2020). Service quality, visitor satisfaction and future behavior in the museum sector. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 6(1), 3-8., <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3603167>
- Dean, D. (1994). *Museum Exhibition: Theory and Practice*. Routledge. [https://www.academia.edu/38560181/Museum\\_Exhibition](https://www.academia.edu/38560181/Museum_Exhibition)
- De la Fuente, F. (2001). La evolución de la seguridad en los museos. *Arbor*, 169(667-668), 711-723. <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/907/914>
- De Rojas, C., y Camarero, C. (2008). Experiencia, estado de ánimo y satisfacción de los visitantes en un contexto patrimonial: Evidencias desde un centro de interpretación. *Gestión Turística*, 29(3), 525–537. doi:10.1016/j.tourman.2007.06.004

- Devesa, F., Laguna, M., y Palacios, A. (2010). Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior. *R.E.M.E.* 13(35-36). [https://www.researchgate.net/publication/262116036\\_Motivacion\\_satisfaccion\\_y\\_lealtad\\_en\\_el\\_turismo\\_el\\_caso\\_de\\_un\\_destino\\_de\\_interior](https://www.researchgate.net/publication/262116036_Motivacion_satisfaccion_y_lealtad_en_el_turismo_el_caso_de_un_destino_de_interior)
- Dodd, J., Jones, C., Sawyer, A., y Tseliou, M. A. (2012). Voices from the museum: Qualitative research conducted in Europe's national museums. <https://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:572100/FULLTEXT01.pdf>
- Edson, G. (2007). Gestión de los museos. En Patrick J. Boylan (Ed.), *Cómo administrar un museo: Manual práctico* (pp. 133-145). UNESCO. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854_spa)
- Fabila, A., Minami, H., y Izquierdo, M. (2013). La Escala de Likert en la evaluación docente: acercamiento a sus características y principios metodológicos. *Textos y Contextos*, 31-40. <https://revistas.ujat.mx/index.php/perspectivas/article/view/589>
- Flores, P., Muñoz, L., y Sánchez, T. (2019). Estudio de potencia de pruebas de normalidad usando distribuciones desconocidas con distintos niveles de normalidad. *Perfiles*, 1(21), 4–11. <https://doi.org/10.47187/perf.v1i21.42>
- Gandica de Roa, E. M. (2020). Potencia y Robustez en Pruebas de Normalidad con Simulación Montecarlo. *Revista Cientific*, 5(18), 108–119. <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2020.5.18.5.108-119>
- George, D., y Mallery, P. (2019). *Reliability Analysis. IBM SPSS Statistics 25 Step by Step: A Simple Guide And Reference*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351033909>

- González, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala Servqual. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25 (1). 113 - 135. <https://doi.org/10.18359/rcin.439>
- González, E. L, Cárcamo, M. L., y Navarrete, R. (2021). Experiencia cultural, calidad y respuesta en el Museo de las Momias en Guanajuato, México. *Nova scientia*, 13(27). <https://doi.org/10.21640/ns.v13i27.2755>
- Hermosilla, J., Fernández, M., Fansa, G., Mayordomo, S., Antequera, M., Haro, E. y Escrivá, R. (2020). *Planificación Estratégica y Modelo de Gestión Integral del Patrimonio Cultural: Aplicación a los Territorios Museos*. Tirant Humanidades. [https://eulacmuseums.net/eulac\\_museums\\_docs/Planificacion\\_estrategica\\_a\\_los\\_territorios\\_museos\\_low.pdf](https://eulacmuseums.net/eulac_museums_docs/Planificacion_estrategica_a_los_territorios_museos_low.pdf)
- Hernández, C. G., y Hurtado, J. (2020). Análisis estructural prospectivo: Variables clave para el desarrollo organizacional de fundación de acción social Cáritas. *Revista Empresarial*, 14(1), 61-72. doi:10.23878/empr.v14i1.181
- Hernández, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ªed). McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Idrovo Urigüen, J. (2000). *Tomebamba: Arqueología e Historia de una Ciudad Imperial*. IMPRENTA MONSALVE MORENO CIA.
- Janes, R. (2016). *Museums Without Borders*. Routledge Taylor & Francis Group. <https://www.routledge.com/Museums-without-Borders-Selected-Writings-of-Robert-R-Janes/Janes/p/book/9781138906372>



Jirasek, P. (2007). Seguridad de los museos y preparación para las catástrofes. En Patrick J. Boylan (Ed.), *Cómo administrar un museo: Manual práctico* (pp. 133-145). UNESCO. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854_spa)

Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., y Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Higher Education. [https://www.academia.edu/37719345/Marketing\\_for\\_Hospitality\\_and\\_Tourism\\_Fifth\\_Edition\\_I\\_3\\_Marketing\\_for\\_Hospitality\\_and\\_Tourism\\_Fifth\\_Edition](https://www.academia.edu/37719345/Marketing_for_Hospitality_and_Tourism_Fifth_Edition_I_3_Marketing_for_Hospitality_and_Tourism_Fifth_Edition)

Kowalska, N., y Ostręga, A. (2020). Using SERVQUAL Method to Assess Tourist Service Quality by the Example of the Silesian Museum Established on the Post-Mining Area. *Land*, 9(9). <https://doi.org/10.3390/LAND9090333>

Lastre, D., Paez Santana, M., y López Tumbaco, O. (2019). Análisis estadístico de tablas de contingencia y chi cuadrado para medir el flujo migratorio en el Ecuador en el 2018. *Ecuadorian Science Journal*, 3(1), 23–30. <https://doi.org/10.46480/esj.3.1.24>

Lexis. (2006, 26 de enero). *Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado, Codificación*. Registro Oficial Suplemento N° 196. [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_regimen.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_regimen.pdf)

Lopez-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Creative Commons. [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2015/131469/metinvsocuan\\_cap3-6a2015.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2015/131469/metinvsocuan_cap3-6a2015.pdf)

Mairesse, F., Desvallées, A., Deloche, B., Chaumier, S., Schäer M., Montpetit, M., Bergeron, Y., Drouguet, N., y Davallon, J. (2010). Key Concepts of

Museology. En *ICOFOM Symposium en 2009*. <https://www.icom-italia.org/wp-content/uploads/2018/02/ICOMItalia.KeyconceptsofMuseology.Pubblicazioni.2010.pdf>

Martínez Carrillo, M.J. (2020). Museos accesibles para todos. Diagnóstico de la accesibilidad universal de los museos de Caen (Francia). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(2), 128-157. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.12931>

Mena, R. A., López, N. S., Guzmán, S. H., y Morales A. C. (2016). Evaluación de la calidad en el servicio a través del modelo SERVQUAL en los museos de la ciudad de Puebla, México. *RIAT: Revista Interamericana de Medioambiente y Turismo*, 12(1), 2-16. <https://riat.utralca.cl/index.php/test/article/view/342>

Meng, F., Tepanon, Y., y Uysai, M. (2008). "Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: the case of a nature-based resort". *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41-56. [https://www.researchgate.net/publication/240285003\\_Measuring\\_Tourist\\_Satisfaction\\_by\\_Attribute\\_and\\_Motivation\\_The\\_Case\\_of\\_a\\_Nature-Based\\_Resort](https://www.researchgate.net/publication/240285003_Measuring_Tourist_Satisfaction_by_Attribute_and_Motivation_The_Case_of_a_Nature-Based_Resort)

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Museos*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/museo/>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (29 de enero de 2016). *Los 10 museos más populares de Ecuador*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/los-diez-museos-mas-populares-de-ecuador/>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2018). *Misión / Visión / Valores / Principios*.  
<https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/valores-mision-vision/>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2019). *Directorio Red Ecuatoriana de Museos*.  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/01/Directorio-Nacional-de-Museos-2019.pdf>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2020). *Protocolo para la activación y/o funcionamiento de los repositorios de la memoria social (museos, archivos, bibliotecas) durante la emergencia sanitaria*.  
<https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/07/PROTOCOLO-BIOSEGURIDAD-PARA-ACTIVACION%CC%81N-MUSEOS-BIBLIOTECAS-ARCHIVOS.pdf>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (24 de noviembre de 2021). *Tres exposiciones para el REencuentro del Museo Pumapungo con la ciudadanía*.  
<https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/tres-exposiciones-para-el-reencuentro-del-museo-pumapungo-con-la-ciudadania/>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2022). *Sistema de Ingreso de Visitantes y Estadísticas IVE*.  
[https://portalcultural.culturaypatrimonio.gob.ec/DCG\\_IVE/webpages/consultaVisitas.php](https://portalcultural.culturaypatrimonio.gob.ec/DCG_IVE/webpages/consultaVisitas.php)

Ministerio de Turismo. (25 de mayo de 2021). *Conoce el Museo y Parque Etnobotánico Pumapungo*. <https://www.turismo.gob.ec/conoce-el-museo-y-parque-etno-botanico-pumapungo/#:~:text=El%20Museo%20y%20el%20Parque%20Etno%2Dbot%C3%A1nico%20Pumapungo%20se%20encuentran,Calle%20Larga%20y%20Huayna%20C%C3%A1pac>

Mora, R. G., y Solís, R. E. (2019). *El Modelo Servqual y las Brechas de Calidad en la Formación Inicial Docente*. CONISEN. <https://conisen.mx/memorias2019/memorias/3/P137.pdf>

Museo Pumapungo. (2021). *Informe Final de Actividades EOD Museo y Parque Arqueológico Pumapungo 2021*. <https://drive.google.com/file/d/1PPaWH8-q65Gnfj6Yc0Dt9uceD8XBwFbU/view>

Museums of the World (2014). *Home. Museums. Museo Pumapungo - Ministerio de Cultura y Patrimonio*. <https://museu.ms/museum/details/16990/museo-pumapungo-ministerio-de-cultura-y-patrimonio>

Najbrt, L. y Kapounová, J. (2014). Categorization of Museum Visitors as part of System for Personalized Museum Tour. *ICTE Journal*, 3(1), 17-27. <https://www.google.com/url?q=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3875234.pdf&sa=U&ved=2ahUKEwjv2KL876HIAhUkqlkKHxb6BJIQFjAEegQICRAB&usg=AOvVaw2IysS5Pd2W1lte1K14pTSf>

Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.2307/3150499>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1992). *Estadísticas sobre museos e instituciones conexas, 1990*. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000091420\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000091420_spa)

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1993). Los Visitantes. *Museum International*, 45(178). [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000095158\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000095158_spa)

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2006). *Cómo Administrar un Museo: Manual Práctico*. UNESCO. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854_spa)
- Organización de las Naciones Unidas. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Naciones Unidas. [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (24 de junio de 2020). *Cultura & COVID-19 Impacto & Respuesta*. [https://es.unesco.org/sites/default/files/\\_issue\\_11\\_es\\_culture\\_covid-19\\_tracker.pdf](https://es.unesco.org/sites/default/files/_issue_11_es_culture_covid-19_tracker.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Cultura. (2021). *Museos*. <https://es.unesco.org/themes/museos>
- Órgano de Gobierno del Ecuador. (2016, 30 de diciembre). *Ley Orgánica de Cultura*. Registro Oficial Suplemento N° 913. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Cultura%20pdf%20%284%29.pdf>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL). *The Journal of Marketing*, 49, 41-50. 10.2307/1251430.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., y Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal*

of *Retailing*, 64(1), 12-40.  
<https://www.researchgate.net/publication/225083802>

Patuisaca Verdugo, E. (2022). *Plan de Gestión Cultural para el “Museo Municipal de El Tambo”* [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22002/1/UPS-CT009606.pdf>

Peter, J. y Olson, J. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing*. McGraw-Hill. <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/10/Comportamiento-del-consumidor-y-estrategia-de-marketing-J.-Paul-Peter-y-Jerry-C.-Olson.pdf>

Preko, A., Gyepi-Garbrah, T. F., Arkorful, H., Akolaa, A. A., y Quansah, F. (2020). Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency. *International Hospitality Review*, 34(2), 203–220. <https://doi.org/10.1108/ihr-04-2020-0009>

Qizi, K. (2021). The role of museums in the development of tourism. *Academica: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(2), 121–124. <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.00309.8>

Quispe, A., Calla, K., Yangali, J., Rodriguez, J., y Pumacayo, I. (2019). *Estadística no paramétrica aplicada a la investigación científica con software Spss, Minitab y Excel*. Eidec. <https://www.editorialeidec.com/wp-content/uploads/2020/01/Estad%C3%ADstica-no-param%C3%A9trica-aplicada.pdf>

Ramírez Asís, E., Maguiña-Palma, M. y Huerta-Soto, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú.

*RETOS Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 329-343. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>

Red de Museos en Iberoamérica. (2015). *Propuestas para la articulación y el fortalecimiento de las instituciones museísticas en el espacio iberoamericano*. Ministerio de Cultura. [http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2015/08/REDES\\_MUSEOS\\_IBEROAMERICA.pdf](http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2015/08/REDES_MUSEOS_IBEROAMERICA.pdf)

Reyes, J. L., Garzón Castrillón, M. A., y Tapia Sánchez, B. (2018). Design and Validation of a Likert Type Scale to Establish Entrepreneurial Characteristics. *Dimensión Empresarial*, 16(2), 135–160. <https://doi.org/10.15665/dem.v16i2.1599>

Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C. y Hernández-Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *La Serena*, 31(4), 221-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Sánchez, Á. N. (2018). El público en el museo actual. Reflexiones sobre la Nueva Museología y las masas. *De Arte. Revista de Historia del Arte*, (17), 191-203. [10.18002/da.v0i17.5436](https://doi.org/10.18002/da.v0i17.5436)

Sánchez, J. (23 de julio de 2020). *Los museos más visitados del Mundo*. National Geographic. [https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/museos-mas-visitados-mundo\\_15776](https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/museos-mas-visitados-mundo_15776)

Sepulveda, C. O. y Moreno Moreno, L. R. (2017). Análisis de la inversión pública aplicada al desarrollo sustentable del Municipio de Puerto Peñasco, Sonora. *El periplo sustentable*, (32). <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n32/1870-9036-eps-32-00005.pdf>

- Sheng, C., y Chen, M. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Gestión Turística*, 33(1), 53–60. doi:10.1016/j.tourman.2011.01.023
- Suárez-Espinar, M. (2018). Gestión Empresarial: una paradigma del siglo XXI. *FIPCAEC Revista Científica*, 3(8), 44-64. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.57>
- Tanga, M. (2021). Let's Imagine a New Museum Staff Structure. *Journal of Conservation and Museum Studies*, 19(1). <http://doi.org/10.5334/jcms.197>
- Tapia, F., Ernesto, C., Cevallos, F., Carlos, K. L., Flores Tapia, E., y Lissette, K. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner, Shapiro-Wilk Y Kolmogórov-Smirnov. *Periodicidad: Semestral*, 23(2), 2021. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/341/3412237018/3412237018.pdf>
- Tovar, C. M. (2019). Educar para mirar. La importancia de preparar la visita a un museo. *Eikón/Imago*, 8(1), 217-236. <https://revistas.ucm.es/index.php/EIKO/article/download/73435/4564456555362>
- Véron, E. y Levasseur, M. (1983). *Ethnographie d'une exposition. L'espace, le corps, le sens*. Centre Georges Pompidou. <https://cupdf.com/document/veron-eliseo-et-levasseur-martine-1989-ethnographie-de-lexposition.html?page=3>
- Woollard, V. (2007). Acogida de los visitantes. En Patrick J. Boylan (Ed.), *Cómo administrar un museo: Manual práctico* (pp. 105-118). UNESCO. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147854_spa)



- Yllia Miranda, M. (2017). El museo Pumapungo del Banco Central del Ecuador. Gestión cultural y la generación de identidades. *Illapa Mana Tukukuq*, (1), 89 - 98. <https://doi.org/10.31381/illapa.v0i1.1170>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., y Gremler, D. D. (2009). *Marketing de servicios*. México: Mc Graw Hill. <https://www.worldcat.org/title/marketing-de-servicios/oclc/1025689221>
- Zhang, J. (2020). Diversification of Factors Influencing Qualitative Evaluation of a Historical and Cultural Destination. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 27(1), 33–39. <https://doi.org/10.2478/pjst-2020-0006>
- Zheng, J. J., Shen, H., Chau, K. Y., Liu, T., y Li, E. L. (2021). Factors influencing conative loyalty in anthropology museum tourism. *Tourism and Management Studies*, 17(2), 29–40. <https://doi.org/10.18089/tms.2021.170203>

**Anexos**

**Anexo 1. Diseño aprobado**

Aprobado por el Consejo Directivo  
26 de enero de 2022.

ANA LUCIA SERRANO LOPEZ  
Revisto digitalmente por ANA LUCIA SERRANO LOPEZ Fecha: 2022-01-07 10:47:05 -05:00



**UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
ESCUELA DE TURISMO**

**"ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DEL MUSEO Y PARQUE  
ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO"**

**Línea de investigación:**

**Análisis de la oferta y demanda turística**

**Campo específico UNESCO:**

5308.02 Comportamiento del Consumidor

**Proyecto de Investigación previo a la obtención  
del título de: Licenciatura en Turismo**

**TUTOR**

Mg. Cristina Andrea Barzallo Neira

**AUTORES**

Nathaly Gissella Astudillo Naula

Andrea Katherine Brito Román

**CUENCA - ECUADOR**

**Noviembre 2021**

## **1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo

## **2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO**

Nathaly Gissella Astudillo Naula / nathiaastudillo@gmail.com

Andrea Katherine Brito Román / katherine2210088@hotmail.com

## **3. RESUMEN**

En la actualidad, las distintas organizaciones turísticas buscan brindar servicios de calidad, debido a que los visitantes cada vez son más exigentes y tienen altas expectativas por descubrir, experimentar y disfrutar servicios de excelencia. Consecuentemente, los espacios turísticos han tenido que replantearse y generar nuevas ideas, así, la forma tradicional de visitar un museo ha quedado en el pasado, ahora se debe establecer una comunidad que disfrute de experiencias excepcionales, permitan al visitante interactuar con sus cinco sentidos y rescaten su capacidad de admiración e ilusión

De esta manera, los museos al tener una importante función en el sector turístico, resulta indispensable analizar las expectativas y percepciones de los turistas, debido a que esto posibilita conocer el nivel de calidad brindando. No obstante, dentro del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo no existe la estrategia de analizar la satisfacción de sus visitantes, lo cual significa que la institución desconoce si está satisfaciendo las necesidades de su público. Por esta razón, el objetivo de la presente investigación es identificar el nivel de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

El enfoque de la investigación será mixto de alcance descriptivo y corte transversal. El enfoque cualitativo diagnosticará la gestión turística actual del museo mediante entrevistas semiestructuradas, mientras que, el enfoque cuantitativo medirá la satisfacción de los visitantes por medio de la aplicación de encuestas a una muestra representativa. Esta encuesta se fundamentará en

las dimensiones del modelo SERVQUAL basadas en el uso de la escala de Likert. Se aplicará estadística descriptiva y además se recurrirá a distintas pruebas de hipótesis para analizar y comparar la satisfacción y calidad del servicio brindado en el museo de acuerdo a variables sociodemográficas.

**Palabras clave:** satisfacción, calidad, percepción, museo, SERVQUAL.

#### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El valor de los museos en la sociedad se ve reflejado en la capacidad que tienen para incentivar a sus visitantes a descubrir temas relacionados con la historia, ciencia y cultura (García, 2015). Este mismo autor con base en investigaciones previas como el informe denominado *Museum Change Lives. The MA'S Vision for the impact of Museums* publicado por la Asociación de Museos del Reino Unido en 2013 manifestó que estas instituciones han tenido un impacto enriquecedor en la vida de las personas, de tal forma que ayuda a la consolidación de comunidades dinámicas y justas.

Los museos al estar inmersos dentro de un mercado tan competitivo como el sector turístico se ven obligados a implementar prácticas innovadoras, y más aún, hoy en día, en una sociedad cada vez más informada y exigente que busca servicios de calidad y experiencias únicas. En tal sentido, de acuerdo al catálogo publicado por EVE Museos e Información (2021) Ricardo Cano, director de esta empresa europea especializada en el ámbito museológico y museográfico menciona la importancia de la innovación en estas instituciones, las cuales deben crear nuevas sensaciones, diseñar nuevas experiencias que contengan gran impacto, inclusión, accesibilidad, diferenciación y universalidad. La forma tradicional de visitar a un museo, ha quedado en el pasado, ahora se debe establecer una comunidad, que disfrute de experiencias excepcionales que permiten al visitante interactuar con sus cinco sentidos, y así rescatar su capacidad de admiración e ilusión (EVE Museos e Información, 2021).

Así mismo, las actividades museológicas al ofrecer un servicio, deben estar en función de la calidad y más aún en la actualidad en donde las personas despiertan su interés en conocer y aprender la historia del destino que visitan. Sin embargo, en una investigación realizada en los museos de la ciudad de Cuenca, los visitantes que tenían cierto conocimiento en el ámbito de museología mencionaron que existe carencia en la calidad del servicio brindado, ya sea por la deficiente información como por el inadecuado uso de las instalaciones, cédulas únicamente en español, carencia de indicaciones para apreciar adecuadamente la muestra, mala calidad de la impresión de los textos y de las fotografías (Torres León *et al.*, 2018).

En Cuenca, dentro de su Centro Histórico existen diversos museos importantes para la ciudad, entre ellos se escogió el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo de carácter público, este museo a analizar es un referente de la historia de la ciudad, que exhibe en sus instalaciones aspectos culturales valiosos. Su privilegiada ubicación, en la antigua ciudad de Tomebamba, evidencia la presencia de las culturas Inca y Cañari, lo que lo convierte en uno de los museos y complejos arqueológicos más importantes para la ciudad y la provincia del Azuay (Yllia, 2017).

Cabe resaltar que, en esta institución no existe la estrategia de analizar la satisfacción de sus visitantes, pues, no existe la aplicación de instrumentos de evaluación de calidad del servicio, así como un cuestionario de retroalimentación o un buzón de sugerencias que permita conocer las recomendaciones de los visitantes.

Agregando a lo anterior, Aliste, *et al.* (2019) menciona que la implementación de estos instrumentos es indispensable en museos, pues, mediante estas se podrá brindar una adecuada oferta de servicios museísticos, la satisfacción, la fidelización de sus visitantes y a su vez permitirá conocer los diferentes segmentos del público. Para Gonçalves (2016) estos instrumentos son una



herramienta fundamental en la creación de políticas, mejorar la calidad del servicio, inclusive entender problemas estructurales de la organización.

Todo lo mencionado anteriormente representa un aspecto negativo para el turismo, dado que los museos son un atractivo importante para visitantes nacionales y extranjeros, quienes tienen altas expectativas por descubrir, experimentar y disfrutar de servicios de alta calidad. Por tal motivo, se pretende analizar la satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, en vista de que este análisis proporciona información sobre el nivel de calidad del servicio que se está brindando, identifica errores, plantea posibles soluciones y por ende mejora la gestión en cada una de las áreas que lo conforma, con el objetivo no solo de satisfacer, sino de superar las expectativas de cada uno de los visitantes (ICOM, 2020).

## 5. MARCO TEÓRICO

La Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación (UNESCO, 2021) sostiene que los museos son lugares encargados de manifestar y conservar objetos de valor. Mientras que, para el Consejo Internacional de Museos (ICOM, 2019) son instituciones que permiten conocer cómo ha evolucionado la sociedad, debido a que estos guardan objetos culturales importantes para la humanidad y preservan el patrimonio a través del tiempo para generaciones futuras.

La Red de Museos en Iberoamérica (2015) señala que estos establecimientos además de tener la función de resguardar la identidad y memoria de un pueblo, son los encargados de transmitir el patrimonio, así como hacer accesible su acervo para todos los miembros de la colectividad.

En Ecuador, el Art. 33. de la Ley Orgánica de Cultura (2016) considera a estas instituciones como lugares públicos en donde se practican actividades simbólicas y custodian bienes patrimoniales de la nación. Asimismo, el Ministerio de Cultura y Patrimonio (2019) se refiere a los museos como

espacios que demuestran la interculturalidad y los hechos del pasado, fortalece la enseñanza de manera participativa, mantiene y transmite el patrimonio.

De tal manera, se puede precisar que estos lugares preservan, mantienen, investigan y difunden el patrimonio cultural y, a su vez permiten conectar con el pasado de un lugar, teniendo un acercamiento a su cultura a través de diferentes obras, pinturas, esculturas, piezas, yacimientos arqueológicos o elementos de valor cultural que continúan siendo conservados, con fines recreativos, de ocio y educación para el disfrute de la sociedad.

Concerniente al concepto de Parque Arqueológico, no existe una definición de esta denominación por parte de las entidades competentes en el ámbito cultural o turístico como la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), El Consejo Internacional de Museos (ICOM), así como por parte de entidades encargadas dentro del territorio ecuatoriano como el Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC), Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP), Ministerio de Turismo (MINTUR), a pesar de ello, esta clasificación de Parque Arqueológico en la institución a investigar ha sido determinada a través de la propia gestión del museo, con base a la definición de sitio arqueológico.

En ese marco, para la UNESCO (2014) los sitios arqueológicos son lugares que han sido valorados e identificados como parte del patrimonio cultural, desde un ámbito histórico. De igual forma, el Instituto Latinoamericano de Museos y Parques (ILAM, 2020) establece que estos sitios se ubican en zonas naturales conformadas por vestigios de origen histórico o arqueológico, además, poseen centros de interpretación o museos que brindan información a sus visitantes. En cuanto al Instituto Nacional de Patrimonio del Ecuador (INPC, 2014) estos espacios reflejan la presencia humana del pasado y la adaptación del paisaje natural al entorno en que se encuentra, así como la presencia de actividades agrícolas, domésticas, rituales, entre otros.

Con estas conceptualizaciones, se puede describir que el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo es un establecimiento abierto al público, que exhibe piezas de gran valor histórico y cultural, fomenta el aprendizaje y, a su vez ayuda a la conservación y salvaguarda del patrimonio para las próximas generaciones. También, dentro de su Parque Arqueológico se evidencia la presencia de restos arqueológicos de la cultura inca y cañari, que permiten un acercamiento a las formas de vida de estos pueblos ancestrales.

Si bien, el papel fundamental de los museos se centra en el ámbito cultural, hoy en día también han llegado a tener un importante valor en la promoción turística, e incluso, en algunas circunstancias, han sido los encargados de posicionar la actividad turístico cultural; llegando a registrar millones de visitantes al año, no obstante, se ha visto que el turismo desde sus inicios tuvo una orientación cultural, como el caso del Grand Tour, donde el visitante aprendía de la cultura e historia de un destino (Avecillas *et al.*, 2021). Los mismos autores destacan que, una de las características fundamentales de los visitantes que hacen actividades turístico culturales es la visita a museos.

La actividad turístico cultural está abriendo vías de desarrollo económico dentro del sector turístico, el 40% de los ingresos del turismo mundial se ha dado debido a la actividad turística cultural, en donde los lugares declarados como Patrimonio Mundial y las instituciones museísticas han sido espacios de gran atracción para los visitantes (UNESCO, 2020). En esa misma línea, los museos han tenido gran impacto, ya que incluso han sido catalogados como auténticos destinos turísticos gracias al crecimiento de la demanda que han tenido (Avecillas *et al.*, 2021).

En el caso de la ciudad de Cuenca, se puede evidenciar la gran acogida que tuvieron los museos durante los años 2015 y 2016 en el proyecto de investigación realizado por Serrano *et al.* (2018) donde se demostró que los lugares más visitados en la ciudad durante los años mencionado anteriormente, fueron los museos con un porcentaje del 62,37% y 69,35% respectivamente.



Por ello, el patrimonio cultural es visto como un potencial para el turismo internacional (Panzera et al., 2021). Además, es evidente la relación existente entre turismo y cultura, este vínculo es catalogado como una forma de consumo, de este modo, los sitios de interés cultural atraen turistas que tienen motivación por viajar y conocer (Richards, 2018) así, el turismo cultural tiene como objetivo satisfacer la necesidad del visitante en relación a la admiración, apreciación y valorización del patrimonio de pueblos específicos (Sandoval, 2017). Por esta razón, es vital brindar un servicio de calidad, el cual permita promover el retorno de los visitantes, obtener buenos comentarios y recomendaciones de los turistas hacia potenciales visitantes.

De esta manera, la calidad del servicio definida por Parasuraman *et al.* (1985) se refiere a superar las expectativas de los visitantes. De modo similar, Ramya *et al.* (2019) definen a la calidad del servicio como una aptitud que tienen los proveedores para satisfacer las necesidades del cliente. Agregando a ello, Contreras Castañeda (2021) la describe como la calificación o valoración que otorga el visitante a los servicios consumidos mientras que, Zheng *et al.* (2021) manifiestan como la magnitud en que las características propias del servicio cumplen con los requisitos del visitante. Con ello, se puede evidenciar que la calidad del servicio es el conjunto de acciones que garantizan la satisfacción de los clientes.

Adicionalmente, Zhang (2020) en su estudio denominado *Diversificación de los factores que influyen en la evaluación cualitativa de un destino histórico y cultural*, sostiene que la percepción de los visitantes acerca de la calidad de un servicio es el pilar fundamental para decidir sobre el grado de satisfacción de un atractivo turístico. El mismo autor, comprobó que la experiencia turística en el ámbito del turismo cultural tiene un estrecho vínculo con la motivación del visitante, la calidad percibida y la satisfacción. Además, Preko *et al.* (2020) menciona que la experiencia del servicio es integral para la satisfacción del turista y potencialmente contribuye a la lealtad de los visitantes del museo. Con

relación a las experiencias, Gama & Favila (2018) indican que estas son guardadas en la memoria como consecuencia de la interrelación con el entorno.

Por ende, los museos se encuentran inmersos en esta realidad, donde la calidad se convierte en un elemento clave para la determinación del nivel de satisfacción del cliente. Es por ello que, deben brindar un servicio ofrezca una experiencia enriquecedora a los usuarios que lo visitan ya que esta experiencia se vuelve parte de la satisfacción.

En referencia a la satisfacción, este término ha sido estudiado por distintos autores desde hace décadas. Entre ellos, Oliver (1980) a través de su teoría denominada *disconformación esperada*, sostiene que la satisfacción se produce mediante las expectativas anteriores a la adquisición de un producto o servicio y, al ser consumidos, la percepción es enfrentada con las expectativas, de esta manera, se produce una *disconformación positiva*, cuando la calidad del servicio supera las expectativas, por el contrario, es negativa cuando la calidad del servicio es inferior.

Por tanto, es la reacción que tiene el cliente al momento de evaluar sus expectativas con respecto al servicio recibido (Kotler *et al.*, 2017). Adicionalmente, está vinculada a los sentimientos de felicidad del consumidor cuando el suministrador del servicio cumple sus expectativas (Ramírez-Asís *et al.*, 2020). En definitiva, se reconoce la interrelación entre calidad y satisfacción y, la importancia de la satisfacción en el ámbito turístico, dado que puede definir el éxito o no del servicio.

Por otra parte, a partir de la revisión de literatura, se encontraron estudios internacionales que evalúan la calidad de los servicios brindados por los museos a través de modelos como el SERVQUAL, SERVPERF e HISTOQUAL, para la evaluación de la satisfacción del visitante con respecto a los servicios ofrecidos por los museos.

En primer lugar, el modelo SERVQUAL fue propuesto por los autores Parasuraman *et al.* (1988) este modelo es aplicado para medir la calidad del servicio a través de las expectativas y percepciones de los clientes. SERVQUAL maneja cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía.

De acuerdo con los autores, mencionan que la dimensión de elementos tangibles se refiere al aspecto de las instalaciones físicas de la empresa, la apariencia de los empleados y los equipos utilizados se encuentren en óptimas condiciones para brindar el servicio de manera óptima. La fiabilidad tiene relación con la capacidad de ejecutar el servicio de forma precisa con buenos resultados. La seguridad indica la capacidad de generar confianza en los clientes a través de la amabilidad y atención brindada por parte del personal. La capacidad de respuesta hace referencia a la buena disposición de ayudar y brindar un servicio adecuado, resolución de problemas de forma inmediata y oportuna y la empatía hace mención a la atención personalizada y adaptada a los clientes.

Por otro lado, el Modelo SERVPERF, fue propuesto por Cronin & Taylor (1992) el cual plantea la medición de la calidad con base a la percepción del consumidor y además agrega una pregunta para recomendación o sugerencia por parte del cliente. Este modelo utiliza una metodología con las mismas variables y dimensiones que el SERVQUAL. Sin embargo, se incluyen solamente 22 aseveraciones relacionadas a las percepciones sobre el rendimiento del servicio. Las afirmaciones del cuestionario utilizan la misma escala que el modelo SERVQUAL. A pesar de ello, las preguntas de dichos instrumentos son diferentes y la evaluación contiene un enfoque distinto (Duque, 2005).

Por último, el modelo HISTOQUAL fue propuesto por Frochot y Hughes (2000) para evaluar la calidad del servicio de las casas históricas de Inglaterra y

Escocia. Este modelo toma como referencia las dimensiones del modelo SERVQUAL, pero su escala de evaluación se ajusta a un contexto de historia y patrimonio. Este modelo recoge las dimensiones del modelo SERVQUAL y reemplaza dos dimensiones como la fiabilidad y la seguridad por las dimensiones de comunicación, relacionada a la calidad y detalle de información proporcionada sobre el servicio; y los consumibles, relacionados a los servicios adicionales.

Con base a lo revisado, si bien es cierto, el HISTOQUAL ha sido desarrollado para su aplicación en lugares culturales, lo cual sería ideal para este análisis, no obstante, la dimensión de consumibles no se adecua al museo elegido, ya que este no cuenta con espacios de venta de souvenirs y espacios de restauración, por tal razón, se ha escogido el modelo SERVQUAL, ya que este modelo es fácilmente adaptable a cualquier tipo de empresa acorde a sus necesidades y por ello, las dimensiones y los ítems que engloba este modelo se adaptan a la realidad del museo, permitiendo determinar la calidad de servicio brindado. Además, posibilita diferenciar entre las expectativas y las percepciones de los visitantes, lo cual no podría ser posible con el modelo SERVPERF.

## **6. OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Identificar el nivel de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

### **Objetivos Específicos**

1. Diagnosticar la gestión turística del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.
2. Medir la satisfacción y la calidad del servicio brindado a los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo de acuerdo a sus expectativas y percepciones a través del modelo SERVQUAL.
3. Analizar los resultados obtenidos de la aplicación del modelo SERVQUAL en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.



## 7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación tendrá un enfoque mixto, de alcance descriptivo y corte transversal. Hernández (2014) menciona que este tipo de enfoque engloba un análisis cualitativo y cuantitativo y figura procesos sistemáticos, empíricos y críticos, de esta manera nos permitirá analizar los factores que inciden en la satisfacción del cliente, así como analizar el manejo y gestión que tiene el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

Para el cumplimiento del primer objetivo, a través de un enfoque cuantitativo se diagnosticará la gestión turística actual del Museos y Parque Arqueológico Pumapungo mediante entrevistas semiestructuradas. Para Hernández (2014) la entrevista semiestructurada es una guía de preguntas preparadas, en la cual se tiene la disponibilidad de agregar preguntas con el fin de obtener información concreta y oportuna. La muestra será no probabilística por conveniencia, es decir, la muestra dependerá del tema y objetivos a investigar (Hernández, 2014). De esta manera, para determinar la gestión turística, las entrevistas se dirigirán únicamente hacia el director y responsables de las áreas de arqueología, conservación y patrimonio cultural del museo.

Para el cumplimiento del segundo objetivo, mediante un enfoque cuantitativo se medirá la satisfacción y la calidad del servicio brindado a los visitantes de la institución de acuerdo a sus expectativas y percepciones. Los instrumentos que serán utilizados para la recolección de datos serán los cuestionarios. Chasteauneuf y Brace (2009, 2013) mencionado en Hernández (2014) definen al cuestionario como el conjunto de preguntas con variables que se quieren medir, las cuales deben ser adecuadas al planteamiento del problema y los objetivos. Este cuestionario contendrá dos secciones, la primera sección contendrá preguntas relacionadas a factores sociodemográficos que permita conocer el perfil del visitante y la segunda sección serán preguntas con dimensiones del modelo HISTOQUAL, como: empatía, capacidad de respuesta, tangibles, comunicación y consumibles.

Estas preguntas utilizarán la escala de Likert, donde el encuestado debe calificar en un rango del 1 al 7 cada aspecto del museo, de esta manera, 1 será lo más bajo y significará que el visitante está "Totalmente en desacuerdo", y 7 será lo más alto o "Totalmente de acuerdo".

La muestra para el enfoque cuantitativo será probabilística aleatoria, donde la población a estudiar tendrá igual nivel de probabilidad de ser seleccionada (Hernández, 2014). Con base a cifras registradas de visitantes del museo del año 2021, se tomó una población de 189.781 turistas nacionales y extranjeros que visitaron el museo durante el período de julio a diciembre. El nivel de confianza será del 95% con un 5% de error.

Para la obtención de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\left(\frac{z_{\alpha}}{2}\right)^2 * N * \sigma^2}{(N - 1)E^2 + \left(\frac{z_{\alpha}}{2}\right)^2 + \sigma^2}$$

**Donde:**

**N** = Total de la población

**n** = Tamaño de edad

**σ** = Varianza poblacional

**Z(α/2)** = Nivel de confianza

**E** = Error

Al aplicar esta fórmula se obtuvo una muestra de 384 encuestas, que serán aplicadas en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo a visitantes que acepten contribuir en la investigación. Para el análisis de los datos se recurrirá a distintas pruebas de hipótesis en la herramienta SPSS, las cuales permitan medir la satisfacción y calidad del servicio brindado en el museo.

Finalmente, para el cumplimiento del tercer objetivo, mediante un enfoque cuantitativo se comparará el nivel de satisfacción de los visitantes del museo de acuerdo a variables sociodemográficas como edad, sexo, nacionalidad, nivel de

instrucción y ocupación, esto se realizará con ayuda del mismo cuestionario. Para realizar esta comparación se aplicará estadística descriptiva a través de la herramienta SPSS.

### 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Psychological Association. (2020). *Guía Normas APA 7a. Edition*. Normas-apa.org. <https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>
- Avecillas Torres, I., Créspe Córdova A., Torres León L. Barzallo Neira C. (2021). El Turista Cultural Extranjero De Museos En La Ciudad De Cuenca-Ecuador. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, (13), 72–84. <https://doi.org/10.37135/chk.002.13.04>
- Contreras Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35–48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Consejo Internacional de Museos (2019). *El ICOM anuncia la definición alternativa del museo que se someterá a votación*. <https://icom.museum/es/news/el-icom-anuncia-la-definicion-alternativa-del-museo-que-se-sometera-a-votacion/>
- Cronin Jr., J. & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality - A Reexamination And Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. 10.2307/1252296
- EVE Museos e Información. (2021). *Catálogo 2022 EVE Innovación Museo Exposiciones*. <https://evemuseografia.com/wp-content/uploads/2021/12/eve-catalogo2022-20211223-espanol.pdf>
- Frochot, I., & Hughes, H. (2000). HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale. *Tourism Management*, 21(2), 157–167. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00045-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00045-X)
- Gama Garduño M., Favila Cisneros H. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *Revista de Turismo y*

- Patrimonio Cultural*, 16(1), 197-211.  
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.013>
- García Fernández, I. M. (2015). El papel de los museos en la sociedad actual: Discurso institucional o museo participativo. *Complutum*, 26(2), 39–47.  
<https://doi.org/10.5209/rev-CMPL.2015.v26.n2.50415>
- Gonçalves, TL. (2016). *Políticas públicas de protección y difusión del patrimonio y los museos en el contexto del turismo contemporáneo: el caso del Museu Imperial de Petrópolis - RJ*. [Tesis de doctorado, Universidad Federal del Estado de Rio de Janeiro - Unirio, Museo de Astronomía y Ciencias Afines - Mast, Rio de Janeiro].  
<http://www.repositorio-bc.unirio.br:8080/xmlui/bitstream/handle/unirio/11444/Tese-Telma-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ªed). McGraw-Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Instituto Latinoamericano de Museos y Parques. (2020). *Sitios Arqueológicos Patrimonio Cultural-Natural ILAMDIR*. <https://ilamdir.org/tematica/sitios-arqueologicos>
- Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura. (2014). *Instructivo para fichas de registro e inventario Bienes arqueológicos*. Ediecuatorial. <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/instructivoarqueologia.pdf.pdf>
- Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* [Marketing para Hotelería y Turismo]. Pearson Higher Education. [https://www.academia.edu/37719345/Marketing\\_for\\_Hospitality\\_and\\_Tourism\\_Fifth\\_Edition\\_1\\_3\\_Marketing\\_for\\_Hospitality\\_and\\_Tourism\\_Fifth\\_Edition](https://www.academia.edu/37719345/Marketing_for_Hospitality_and_Tourism_Fifth_Edition_1_3_Marketing_for_Hospitality_and_Tourism_Fifth_Edition)
- Ley Orgánica de Cultura. (30 de diciembre de 2016). *Ley Orgánica de Cultura. Registro Oficial*. (913). <https://www.presidencia.gob.ec/wp->



content/uploads/2017/08/a2\_LEY\_ORGANICA\_DE\_CULTURA\_julio\_2017.pdf

- Oliver R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación. (2014). Indicadores Unesco de Cultura para el Desarrollo. Manual Metodológico. ISBN: 978-92-3-300001-8
- Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación. (2021). *Museos*. <https://es.unesco.org/themes/museos>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. [https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009\\_The\\_Impact.pdf](https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009_The_Impact.pdf)
- Panzera, E., de Graaff, T., & de Groot H. (2021). European cultural heritage and tourism flows: The magnetic role of superstar World Heritage Sites. *Regional Science*, 100-122. <https://doi.org/10.1111/pirs.12562>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. <https://www.researchgate.net/publication/225083802>
- Preko, A., Gyepi-Garbrah, T. F., Arkorful, H., Akolaa, A. A., & Quansah, F. (2020). Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency. *International Hospitality Review*, 34(2), 203–220. <https://doi.org/10.1108/ihr-04-2020-0009>
- Ramírez-Asís, E., Maguiña-Palma, M. & Huerta-Soto, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *RETOS Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 329-343. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>

- Ramya, N., Kowsalya, A. & Dharanipriya, D. (2019). Service Quality and its dimensions. *Revista Internacional EPRA*, 4(2).  
[https://www.researchgate.net/publication/333058377\\_SERVICE\\_QUALITY\\_AND\\_ITS\\_DIMENSIONS](https://www.researchgate.net/publication/333058377_SERVICE_QUALITY_AND_ITS_DIMENSIONS)
- Red de Museos en Iberoamérica. (2015). *Propuestas para la articulación y el fortalecimiento de las instituciones museísticas en el espacio iberoamericano*. Ministerio de Cultura. [http://www.iberomuseus.org/wp-content/uploads/2015/08/REDES\\_MUSEOS\\_IBEROAMERICA.pdf](http://www.iberomuseus.org/wp-content/uploads/2015/08/REDES_MUSEOS_IBEROAMERICA.pdf)
- Richards, G. (2018). Turismo cultural: una revisión de investigaciones y tendencias recientes. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. doi:10.1016/j.jhtm.2018.03.005
- Sandoval, L. (2017). Patrimonio Cultural y Turismo en el Ecuador: Vínculo Indisoluble. *TSAFIQUI Revista de investigación científica*, 9, 1-24.  
<https://docplayer.es/72829470-Patrimonio-cultural-y-turismo-en-el-ecuador-vinculo-indisoluble-cultural-heritage-and-tourism-in-ecuador-indiscribable-bond.html>
- Serrano López, A.L., Freire Chaglla, S.A., Espinoza-Figueroa, F., Andrade Tenesaca, D.S., & Villafuerte Pucha, M.E. (2018). Modeling of Tourist Profiles with Decision Trees in a World Heritage City: The Case of Cuenca (Ecuador). *Tourism Planning & Development*, 16, 473-493.  
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31373>
- Torres León, L., Granda Jaramillo, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesantez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación. Facultad de Ciencias de la hospitalidad: Unidad de Titulación*.  
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>
- Torres León, L., AVECILLAS TORRES, I., Barzallo Neira, C., & Lliguin Balarezo, V. (2018). Patrimonio cultural, museos y visitantes en la ciudad de Cuenca. *Antropología*

- Yllia Miranda, M. (2017). El museo Pumapungo del Banco Central del Ecuador. Gestión cultural y la generación de identidades. *Illapa Mana Tukukuq*, (1), 89 - 98. <https://doi.org/10.31381/illapa.v0i1.1170>
- Zhang, J. (2020). Diversification of Factors Influencing Qualitative Evaluation of a Historical and Cultural Destination. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 27(1), 33–39. <https://doi.org/10.2478/pjst-2020-0006>
- Zheng, J. J., Shen, H., Chau, K. Y., Liu, T., & Li, E. L. (2021). Factors influencing conative loyalty in anthropology museum tourism. *Tourism and Management Studies*, 17(2), 29–40. <https://doi.org/10.18089/tms.2021.170203>

**9. TALENTO HUMANO**

**Tabla 1**

*Talento humano*

Recurso	Dedicación	Valor total \$
Director	1 hora / semana / 6 meses	300,00
Estudiantes	15 horas /semana /6 meses (por cada estudiante)	1440,00
<b>Total</b>		<b>1740,00</b>

**Fuente:** Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca (2016).

**Autores:** Nathaly Gissella Astudillo Naula y Andrea Katherine Brito Román

**10. RECURSOS MATERIALES**

"Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo".

**Tabla 2**

*Recursos materiales*

Cantidad en unidades	Rubro	Valor total \$
400	Fotocopias	4,00
2	Carpetas	2,00
5	Esferos	2,00
50	Impresiones	5,00
2	Libretas de apuntes	3,50
1	Memoria USB (16GB)	12,00
50	Mascarillas	4,00
2	Alcohol antiséptico	3,00
<b>Total</b>		<b>35,50</b>

**Fuente:** Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca (2016)

**Autores:** Nathaly Gissella Astudillo Naula y Andrea Katherine Brito Román

## 11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

"Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo".

**Período de investigación:** año 2022

**Tabla 3**

*Cronograma de actividades*

Actividad	Mes					
	1	2	3	4	5	6
1. Recolección, organización y redacción de información teórica.	X					
2. Visitas de campo para aplicar encuestas y entrevistas en los museos seleccionados.		X				
3. Tabulación y análisis de datos para determinar la gestión interna del museo, el nivel de satisfacción de los visitantes y su perfil sociodemográfico.			X			
4. Redacción del trabajo				X	X	
5. Revisión final						X

**Fuente:** Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca (2016).

**Autores:** Nathaly Gissella Astudillo Naula y Andrea Katherine Brito Román

**12. PRESUPUESTO**

"Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo".

**Tabla 4**

*Presupuesto*

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros Aportes \$	Total \$
Talento humano			1740,00
Director	300,00		
Estudiantes	1440,00		
Gastos de movilización	40,00		80,00
Transporte	40,00		
Alimentación			
Gastos de la investigación			150,00
Internet	100,00		
Luz	50,00		
<b>Total</b>	<b>2924,00</b>		<b>1970,00</b>

**Fuente:** Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca (2016).

**Autores:** Nathaly Gissella Astudillo Naula y Andrea Katherine Brito Román



## **13. ESQUEMA**

**Índice**

**Abstract**

**Agradecimientos**

**Dedicatoria**

**Introducción**

**Capítulo 1: Gestión turística del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

1.1. Antecedentes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

1.2. Descripción de la gestión actual del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

**Capítulo 2: Medición de la satisfacción y la calidad del servicio en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

2.1. Identificación de las dimensiones del modelo SERVQUAL.

2.2. Diseño del cuestionario a aplicar en el museo.

2.2. Aplicación de cuestionarios de satisfacción.

**Capítulo 3: Análisis de los resultados obtenidos en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.**

3.1. Aplicación de distintas pruebas de hipótesis de la herramienta SPSS.

3.2. Determinar el nivel de satisfacción de las expectativas y percepciones de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.

3.3. Comparación del nivel de satisfacción de los visitantes de acuerdo a variables sociodemográficas.

**Conclusiones**

**Bibliografía**

**Anexos**

## 14. ANEXOS

### ANEXO 1: SOLICITUD PARA REALIZAR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EN EL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO.

Cuenca, diciembre 08 de 2021

Mgs.  
**Marco Sempertegui**  
Director Ejecutivo del Museo Pumapungo

De nuestra consideración:

Con un atento saludo, **Nathaly Gissela Astudillo Naula** con identificación **0106879257** y **Andrea Katherine Brito Román** con identificación **0107341844**, estudiantes del séptimo ciclo de la carrera de **Turismo Rediseño de la Universidad de Cuenca**, solicitamos a usted permiso para realizar el Proyecto de Investigación titulado: "Análisis comparativo de los factores que influyen en la satisfacción de los visitantes entre los Museos Pumapungo y Museo de las Culturas Aborígenes, año 2022", previo a la obtención del título de Licenciatura en Turismo.

Para la consolidación de nuestro proyecto necesitamos que nos brinde la facilidad de acceso a las instalaciones para realizar encuestas sobre satisfacción del visitante con el objetivo de identificar los factores que influyen en la satisfacción de los visitantes. Además, solicitamos que se nos facilite información acerca de las cifras de llegada de visitantes al museo, para tener así obtener datos confiables que aseguren veracidad para la realización de nuestro proyecto.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipamos nuestros sinceros agradecimientos.

Cordialmente,



Nathaly Gissela Astudillo Naula  
0106879257



Andrea Katherine Brito Román  
0107341844



Aprobado por el Consejo Directivo  
26 de enero de 2022.

## ANEXO 2: CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO PARA REALIZAR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



Museo y Parque Arqueológico Pumapungo

Oficio Nro. MCYP-MPAP-2021-0248-O

Cuenca, 14 de diciembre de 2021

**Asunto:** Autorización para realizar Proyecto de Investigación.

**Requisito**  
Nathaly Gissella Astudillo Naula  
En su Despacho

De su consideración:

Cuando confiamos, en atención a la solicitud presentada por las señoras Nathaly Gissella Astudillo Naula y Andrea Katherine Brito Román, estudiantes de séptimo ciclo de la carrera de Turismo Reducido de la Universidad de Cuenca, en materia la ejecución del Proyecto de Investigación titulado: "Análisis de satisfacción de los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo, año 2022". Para la consecución del proyecto, el Museo Pumapungo brindará a los estudiantes antes mencionados, el acceso a las instalaciones para realizar encuestas sobre satisfacción del visitante con el objetivo de identificar los factores que influyen en la satisfacción de los visitantes; además se les facilitará información acerca de los estilos de llegada de visitantes al museo, para que tengan datos confiables que aseguren veracidad para la realización del proyecto.

Los estudiantes deberán coordinar con la licenciada María Quirós, Analista de Servicios Culturales, los horarios, accesos y entrega de la información.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

**Documento firmado electrónicamente**

Mgs. Marco Paulo Sempatergo Cardeas  
**DIRECTOR EJECUTIVO DEL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO**

**Copia:**  
Dolores Lozano de  
María Verónica Quirós Marín  
Analista de Servicios Culturales

gpm



El correo: Cuenca Largo y Herceja Capat. Código postal: 310001 / Cuenca Ecuador  
Teléfono: 332-2-283-4324 - www.museopumapungo.gub.ec

\*Documento firmado electrónicamente en línea

## Anexo 2. Informe de aprobación del diseño de trabajo de titulación

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 20 de enero de 2021

Magister  
Miguel Ángel Galarza Cordero.  
Director de la Carrera de Turismo  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento ponemos en su conocimiento que el tribunal designado para la revisión del diseño del trabajo de titulación "ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DEL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO PUMAPUNGO" de las estudiantes Nathaly Gissella Astudillo Naula y Andrea Katherine Brito Román; resuelve, APROBAR el mismo.

Para lo cual se han considerado los siguientes aspectos:

1. Pertinencia del título
2. Presentación, redacción, ortografía, ordenamiento del trabajo
3. Investigación bibliográfica y desarrollo del marco teórico
4. Correlación del marco teórico y el trabajo práctico
5. Relación del tema con los objetivos y la metodología
6. Cronograma y presupuesto

Atentamente,



Mg. Cristina Barzallo N.  
DIRECTOR



Mg. Imelda Avecillas T.  
TRIBUNAL

Mg. Leonardo Torres L.  
TRIBUNAL

### **Anexo 3. Entrevista al Director Ejecutivo del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**

#### **1. ¿Podría describir los principales cambios que se han producido dentro de la institución durante su gestión?**

El museo está creado sobre todo con fines educativos, si bien hay temas recreacionales y temas de contemplación sobre todo el museo es un ente de apoyo a la educación formal, en ese sentido el modelo de gestión de este espacio gira en torno a ese objetivo principal, otro objetivo principal es la custodia y salvaguarda de las colecciones y bienes patrimoniales que conserva, Pumapungo custodia más de 100 mil bienes patrimoniales muebles entre arte, arqueología etnografía, archivo histórico, audiovisual y obviamente el sitio arqueológico con los vestigios que custodia en aproximadamente 3,5 hectáreas, en ese contexto, todas las acciones van encaminadas a esos dos principales objetivos.

Pumapungo tiene una serie de actividades realizadas en torno a estos dos ejes, en el eje educativo Pumapungo tiene un programa de servicios culturales donde se desarrolla un programa educativo con diferentes proyectos, estos proyectos tienen como finalidad llevar todos estos contenidos educativos, culturales, curatoriales del museo a los diferentes públicos, unidades educativas, visitantes, turistas y colectividad y ciudadanía en general, entre estos hay algunos programas para niños y adolescentes como Guaguapungo, otros proyectos dedicados específicamente para unidades educativas, programas en situaciones de vulnerabilidad, personas con discapacidad estos son algunos de los servicios que brinda el museo.

En cuanto a la gestión, se debe tener en cuenta el tema de la pandemia, ya que uno de los sectores más afectados fueron los museos. Pumapungo

tiene grandes necesidades porque custodiar todo este patrimonio es un asunto bastante complejo. Pumapungo custodia desde materiales tan delicados como papel, material lítico de piedra, entre otros. Entonces la conservación de todo este material implica diversos procesos de conservación.

Cuando llegó la pandemia todo el sector cultural se vio afectado por el confinamiento y el cierre de las instalaciones, en este sentido, el museo no estuvo exento a estas medidas, cerró sus salas y a mi llegada los esfuerzos fueron encaminados para cubrir las grandes necesidades para su apertura, poner en marcha el sistema contra incendios que es un sistema que estaba deshabitado desde hace más de 5 años, era una de las prioridades.

También otra de las prioridades que logramos suplirlas fue poner el sistema de seguridad con el circuito cerrado de cámaras de videovigilancia. Esto nos permitió que volvamos a abrir el museo el 2 de diciembre luego de haber cerrado el museo durante más de dos años, así mismo se dio con el teatro, este fue habilitado a finales de febrero.

Para rehabilitar estos espacios, sobremodo en las salas expositivas cambiamos en alguno de los espacios los sistemas de iluminación, liberación de paredes, adecuación de pisos, se hizo una serie actividades de mantenimiento en la infraestructura, sin embargo, aún hay temas pendientes ya que Pumapungo tiene grandes necesidades, pero se ha ido solventando las necesidades, desde las urgentes o las prioritarias y las que estén al alcance de los temas presupuestarios. Los otros asuntos aún están pendientes, se han analizado y se irá resolviendo de manera planificada y organizada.

## **2. Usted como Director Ejecutivo del museo, ¿de qué manera considera la actividad turística en la gestión del mismo?**

Pumapungo en 2019, año pre pandemia, según las estadísticas del Ministerio de Cultura, fue el museo más visitado de todo el sistema de museos nacionales, lo cual no da una proyección de que tan importante es el museo y la apertura que tiene sobre todo en los visitantes. Los museos tienen como objetivo fortalecer la identidad de un pueblo y entre esos el turismo. Recibimos turistas a nivel nacional e internacional, en ese sentido, los objetivos, las exposiciones, los proyectos educativos y curatoriales de Pumapungo van dirigidos y formulados a fortalecer como ecuatorianos, cuencanos e incluso como latinoamericanos porque este es un sitio arqueológico que da cuenta de una cultura prehispánica como la incaica que atraviesa toda la cordillera andina.

En ese sentido, si bien el museo tiene como objetivo principal fortalecer los procesos de memoria colectiva, también está pensado para quienes nos visitan del exterior puedan entender quiénes somos, como somos en el presente e incluso cómo podemos proyectamos hacia el futuro, en ese sentido nosotros manejamos parte del modelo de gestión; está pensado para públicos nativos de aquí públicos Cuencanos, público nacional y también extranjeros.

En ese contexto, los modelos de gestión también nos permiten realizar valoraciones sobre la cantidad de visitantes que hemos alcanzado de manera mensual, esto nos permite proyectarnos, planificar de manera organizada y saber cuáles son las actividades que tienen mayor alcance y que más presencian los turistas.

El turismo es un tema que puede ser tan positivo como perjudicial, la cultura es sin duda un eje de desarrollo y en ese sentido la cultura tiene que tener la suficiente capacidad de generar estrategias turísticas que permitan

fomentar el turismo, pero con una corresponsabilidad grande hacia el respeto del tema patrimonial, tema histórico, tema de identidad y demás.

- 3. ¿Cómo se organiza la planificación de actividades, exhibiciones que se dan en la institución? ¿Cuánto tiempo de preparación conlleva? ¿La institución recibe algún financiamiento para desarrollar sus actividades? ¿Mantiene el museo algún convenio de colaboración con otras instituciones, fundaciones o empresas para la realización de exposiciones y actividades conjuntas?**

La planificación del museo es una planificación anual, manejamos un plan operativo anual, es decir organizamos todas las exposiciones, todo lo que está vinculado a servicios culturales y educativos.

En esta planificación anual se determinan cuáles van a ser las exposiciones, los ejes de trabajo de trabajo que van a tener, nosotros como museo este año hemos definido 3 ejes conceptuales sobre los que vamos a trabajar, entre esos están Patrimonio y memoria, identidad y género y otro que es ecologismos que lo pensamos trabajar sobre todo a partir del parque etnobotánico que también custodia Pumapungo.

La planificación se construye de manera anual, cada exposición, evento de acuerdo a sus características tiene su tiempo, tiene su metodología y por consiguiente su presupuesto. Nosotros a la fecha incluso ya estamos planificando las exposiciones para el sigue año 2023, no todas las exposiciones tienen esa complejidad, pero algunas si, entonces es muy difícil acertar en términos de tiempo, lo que si toda exposición tiene que atravesar una misma metodología, que es un proyecto de investigación, está investigación se aterriza en una curaduría, elaboración de guion museologico-museográfico, un guion educativo, luego se ingresa una parte de montaje explosivo y después de la inauguración de la exposición viene

una tarea muy fuerte que es todo el proyecto y despliegue del departamento educativo.

En cuanto a presupuestos, Pumapungo es una entidad pública, pertenecemos al Ministerio de Cultura y Patrimonio y los presupuestos son asignados a través de esta cartera de estado, recibimos fondos del gobierno, nosotros tenemos un fondo anual, este fondo anual se refleja en la planificación anual. Evidentemente los recursos siempre son escasos y en ese sentido siempre se ha tenido la necesidad de apoyarse en el sector privado, tanto para la reapertura del museo y teatro realmente ha sido clave el rol que juega la empresa privada, tanto de instituciones, tanto de actores culturales y gestores culturales independientes y empresas privadas.

**4. ¿Qué actividades de difusión de las colecciones y las actividades se han realizado o se realizan en la actualidad? ¿Cómo utiliza el museo las redes sociales como medio de difusión?**

Nosotros tenemos un programa educativo, que este año lo estamos tratando de fortalecer, nos apoyamos bastante en la vinculación con las universidades, el corazón del museo son sus colecciones y en ese sentido, nuestro principal deber es, por un lado, salvaguardar las colecciones, de eso se encarga la unidad de conservación y restauración y por otro lado difundirlas, de esto se encarga la unidad de servicios culturales.

Hemos desarrollado algunos programas que tienen temas tanto académicos, didácticos, lúdicos, pero cada uno de los proyectos que forman parte de este programa educativo están relacionados a la difusión de los contenidos educativos que brinda el museo.

Tenemos un programa que se llama “aula afuera” lo que busca este programa es que los estudiantes de los diferentes niveles educativos desde

el jardín hasta la universidad puedan tener sus clases en el museo, también en este programa buscamos encontrar otras alineaciones con otras disciplinas, más allá del tema de historia, arqueología ya que el museo es un espacio para la construcción de conocimiento en diferentes disciplinas y eso busca este programa, y así, tenemos cada programa con sus diferentes objetivos.

El tema de redes sociales es un desafío para el museo, actualmente tenemos Facebook, Instagram y Twitter, son las herramientas a través de las cuales se difunden los eventos. Unos de los objetivos fundamentales de mi actual administración es fortalecer el tema de redes sociales, en redes sociales hay dos cosas que se comparten fundamentalmente, por un lado, son las actividades de gestión del museo, por ejemplo, nos visita el embajador, el director del museo se reúne con tales personas, pero lo que más nos interesa en realidad difundir a través de estas son los contenidos educativos del museo y las colecciones.

En redes sociales tenemos un proyecto que lo queremos habilitar que se llama “reservas en línea” que lo que busca es difundir las colecciones que tiene Pumapungo a través de redes sociales, aquí también los aliados estratégicos son fundamentales, con Isac Cajas un amigo del museo se desarrolló un recorrido virtual 360 del museo, estamos trabajando en una página web que esperamos tenerla en las próximas semanas y estamos convencidos que el tema de la virtualidad es un importante y el museo debe darle prioridad.

Actualmente, Pumapungo para ser un museo de la coyuntura de Pumapungo, que un museo de alcance regional en el Ecuador, creo yo que no tenemos el alcance en redes sociales que debería tener un museo de esta talla, sin embargo, creo que hemos dado algunos pasos importantes



en mi administración de la cual estoy a cargo, creo que tenemos bastante presencia en redes sociales, hemos subido el número de interacciones, el número de *likes* en la página de Facebook, sin embargo, el tema de redes sociales aún es una tarea pendiente, aún estamos trabajando para tener mejores noticias en este tema al final del año.

## 5. ¿Cuál es el perfil de visitante habitual del museo?

Recibimos a diario turistas que están de paso 1 día en Cuenca, tenemos un número considerable de visitantes locales, entre esos, alumnos de diferentes unidades educativas, extranjeros y nacionales.

Ahí la importancia de generar procesos educativos que vayan más allá del tema contemplativo y recreacional, generar procesos en el turista que pueda consumir verdaderos contenidos educativos, que supere un poco estos temas de vender la ciudad desde el punto netamente turístico creo que es fundamental, hablar de temas de interculturalidad es fundamental ya que Pumapungo custodia la reserva nacional de etnografía con 11 mil objetos etnográficos aproximadamente que dan cuenta de toda la diversidad cultural del país.

En ese contexto difundir los bienes culturales con sus contenidos de la mejor manera a sus públicos es un verdadero desafío, creo que uno de los objetivos de los museos es construir públicos que vayan más allá de la lógica y consumo turístico, creo que es más importante construir procesos culturales que fomenten la interculturalidad y otros principios que como museo estamos en el deber y la obligación de tratar. Las personas que nos visitan puedan irse con una reflexión crítica sobre quienes somos, y sobre qué queremos ser y ojalá sobre algunas soluciones de las grandes problemáticas que tenemos como sociedades en el siglo XXI.

**6. ¿Qué estrategias se están desarrollando para llegar a otro tipo de públicos?**

Parte de la creación de los proyectos museológicos, una parte fundamental y medular es el guión educativo, este nos permite mediar esos contenidos, a veces de altísima experticia con los públicos diversos.

A finales del año anterior inauguramos una exposición con la Universidad Católica que tiene que ver con anfibios, estos contenidos fueron construidos por expertos (biólogos) que si una persona no es bióloga es muy difícil entender el contenido, pero el deber del museo es coger estos contenidos de alta experticia, con terminología bastante especializada y convertirlo en un lenguaje amigable para los diversos públicos.

Este proceso de media está a cargo del programa y se desarrolla en el guión educativo, estas mediaciones pueden ser muy complejas, las mediaciones pueden ser un simple traslapar los contenidos expertos a un discurso vivencial, un discurso amigable para el visitante.

En la mediación puede estar transversalizada por diversos conceptos, es decir en una mediación de anfibios puedo hablar de ecologismos, en una visita al sitio arqueológico yo puedo hablar de feminismo y muchas cosas, ahí el programa educativo, el programa de mediación es quien toma la batuta para saber cómo llevar estos contenidos altamente especializados a los diferentes públicos, esa es la clave, el guión educativo es una de las grandes necesidades de estos espacios y también constituye siempre un desafío, no son temas resueltos, no hay una receta aplicable a todos los procesos.

**7. ¿De qué manera el museo garantiza que se está brindando un buen servicio?**

Hay temas pendientes, son las dos caras del museo, las exposiciones que es el proyecto museográfico per se, es decir lo que yo encuentro en sala, con que dispositivos, si cuento con dispositivos tecnológicos o no, si cuento con herramientas con las que el público pueda interactuar, todo ese proceso museográfico en sí, es lo que la gente pueda llevar. Uno ve dos cosas, la sala per se, es decir el proyecto museográfico y si tiene un guía o mediador, lo que esté transmite.

Creo que Pumapungo históricamente ha sido un museo referente a nivel nacional, regional y en algunos temas a nivel internacional, en ese contexto, creo que Pumapungo tiene buenos espacios, sin embargo, deben ser re conceptualizados, por ejemplo, el tema de incorporar tecnología, es complejo porque requiere de muchos recursos para mantenerse.

Creo que sobre todo la sala nacional de etnografía si requiere un ajuste, esto sin duda puede afectar a la calidad porque no va a encontrar muchos dispositivos tecnológicos y pocos temas interactivos. Sin embargo, la diversidad que tiene Pumapungo lo convierte en un museo único en su género, ya que aquí el visitante en la sala etnográfica puede tener un recorrido por todo el país, Costa, Sierra y Oriente.

Adicional a ello tiene un sitio arqueológico, un parque etnobotánico con más de 300 especies andinas y se complementa con un santuario de aves, hay desafíos, debilidades. Sin embargo, en Pumapungo sobresalen fortalezas, en este contexto, encontrar esta diversidad de enfoques es una de las grandes fortalezas de Pumapungo que a diferencia de los otros museos enfocado con una sola temática específica.

Pumapungo consolida una gran diversidad cultural de pueblos vivos, uno llega al museo y no solo encuentra historia, encuentran comunidades como los Saragureños, Otavaleños, Shuar, que están actualmente vivos y

conviven con nosotros desde sus territorios, desde sus problemáticas y desde sus diferentes realidades, entonces creo que esa es una de las grandes riquezas y eso va a verse afectado en la calidad del servicio que brinda Pumapungo a sus visitantes.

**8. ¿Cómo se maneja el tema de accesibilidad en el museo? ¿El museo se encuentra en condiciones para atender a personas con capacidades diferentes?**

El museo cuenta con accesibilidad de aproximadamente 70% de todas sus instalaciones, el sitio arqueológico por sus características y naturaleza se vuelve complejo. Sin embargo, hay una gran parte que puede ser recorrido por personas con discapacidad, hace un tiempo atrás se desarrolló un estudio en la cual se emitieron algunas directrices y recomendaciones para mejorar la accesibilidad y acceso a personas con discapacidad.

La eliminación de barreras arquitectónicas, aplicación de gamas cromáticas más amigables, etc, de parte del museo, tenemos un proyecto que se llama “museo RE imaginado” es un proyecto dirigido para personas con discapacidad, que de hecho desde la administración actual estamos tratando darle fuerza, este proyecto ha realizado mediaciones especializadas para grupos no videntes, grupos con dificultad auditiva y otro dirigido a personas sin discapacidad, pero con el propósito de sensibilizar a la población sobre las personas con discapacidad.

Entre esos se realizó una actividad de visitar el museo con los ojos vendados, para sensibilizar a las personas que no tienen ninguna discapacidad, sobre los posibles problemas y dificultades que enfrenta un no vidente, ahí la importancia del museo cumpla un rol en la sociedad más allá de difundir el tema histórico, si el museo puede lograr sensibilizar a un

grupo o población sobre el respeto a las personas con discapacidad es una de las entradas de una mediación.

A más que el museo transmita un contenido histórico, arqueológico de la región, que lindo que también pueda irse con una sensibilidad mayor hacia las personas con discapacidad.

## **9. ¿Cuál es la estructura organizativa del museo? ¿Cómo está configurada la organización y cuáles son sus funciones?**

El museo tiene dos grandes paraguas, la dirección ejecutiva, bajo la dirección ejecutiva están las áreas adjetivas y las áreas sustantivas.

Áreas adjetivas: son todas las encargadas de los temas administrativos financieros y planificación, todo lo que tiene que ver con compras públicas, talento humano, pagos de servicios básicos, etc. Unidad financiera, Unidad de compras públicas, Unidad de talento humano y Unidad de planificación.

Áreas sustantivas: son aquellas unidades que están relacionadas a la con los objetivos, la misión y visión de la entidad, es decir salvaguardar y difundir el patrimonio. Aquí hay diferentes unidades.

Unidad de conservación y restauración: tenemos un restaurador-conservador, un arqueólogo que se encarga de la conservación del sitio arqueológico, esta unidad es fundamental porque aquí custodiamos y salvaguardamos los bienes patrimoniales.

Unidad de investigación museología y museografía: es la encargada del proyecto expositivo, de articular la investigación con el proyecto museográfico, cómo se va exhibir en sala, diseñar los dispositivos infográficos, el mobiliario, etc.

Unidad de servicios culturales: hay un abanico muy grande de servicios debido a la diversidad de Pumapungo, hay un teatro, biblioteca, sala comunitaria, está unidad nos ayuda a articular el proyecto educativo que es el encargado de realizar las mediaciones.

Unidad de red de museos: es la que se encarga de articular el museo con otros museos, sobre todo con los museos del sistema nacional.

Unidad de fondos y depósitos: se encarga de la custodia de cada una de las 5 reservas de Pumapungo, reservas de: arqueología, arte, etnografía, biblioteca y documental y audiovisual, cada reserva tiene su propio responsable.

## Anexo 4. Cuestionarios en español del modelo SERVQUAL

UCUENCA Somos Calidad

**ENCUESTA DE EXPECTATIVA**

Encierre en un círculo la valoración que usted crea conveniente con base a su experiencia. Considerando una escala del 1 al 7, en donde 1 es "Totalmente en desacuerdo", 2 "Muy en desacuerdo", 3 "En desacuerdo", 4 "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", 5 "De acuerdo", 6 "Muy de Acuerdo" y 7 "Totalmente de Acuerdo".

No existen respuestas correctas o incorrectas, ya que el objetivo es que sus respuestas reflejen con exactitud su expectativa en relación de la prestación del servicio.

Dimensiones	Preguntas sobre el servicio antes de la visita al Museo							
	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Elementos Tangibles	1. ¿El Museo y Parque Arqueológico Pumapungo debería tener equipos modernos?	1	2	3	4	5	6	7
	2. ¿Las instalaciones físicas del museo deberían ser visualmente atractivas?	1	2	3	4	5	6	7
	3. ¿El personal debería tener buena apariencia?	1	2	3	4	5	6	7
	4. ¿Las exhibiciones/colecciones deberían ser atractivas y estar en buen estado?	1	2	3	4	5	6	7
Fiabilidad	5. ¿El personal debería proporcionar el servicio en el momento que promete hacerlo?	1	2	3	4	5	6	7
	6. ¿Los empleados nunca deberían estar demasiado ocupados para responder a sus solicitudes?	1	2	3	4	5	6	7
	7. ¿El personal debería demostrar profesionalismo desde la primera vez que brinda el servicio?	1	2	3	4	5	6	7
	8. ¿El museo debería cumplir el servicio en el tiempo requerido?	1	2	3	4	5	6	7
	9. ¿El museo debería contar con un registro de visitantes actualizado y ordenado?	1	2	3	4	5	6	7
Capacidad de Respuesta	10. ¿El personal del museo debería informar a sus visitantes cuales son exactamente los servicios que brindarán?	1	2	3	4	5	6	7
	11. ¿El personal debería brindar un servicio rápido?	1	2	3	4	5	6	7
	12. ¿El personal del museo debería estar siempre dispuesto a ayudar a los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
Seguridad	13. ¿El personal del museo debería estar capacitado para responder a las preguntas de los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
	14. ¿El personal del museo debería transmitir confianza a sus visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
	15. ¿El museo debería contar con los protocolos de bioseguridad adecuados?	1	2	3	4	5	6	7
	16. ¿El personal debería ofrecer un trato amable y educado a sus visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
Empatía	17. ¿El personal debería tener el apoyo adecuado de la institución para realizar bien su trabajo?	1	2	3	4	5	6	7
	18. ¿El museo debería brindar una atención individualizada?	1	2	3	4	5	6	7
	19. ¿El personal debería brindar un servicio personalizado?	1	2	3	4	5	6	7
	20. ¿La institución debería recoger de forma adecuada las quejas y sugerencias de los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
	21. ¿El museo debería ser accesible en igualdad de condiciones para todas las personas?	1	2	3	4	5	6	7
	22. ¿El horario de atención del museo debería ser conveniente para las necesidades de los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7



## ENCUESTA DE PERCEPCIONES

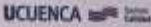
Encierre en un círculo la valoración que usted crea conveniente con base a su experiencia. Considerando una escala del 1 al 7, en donde 1 es "Totalmente en desacuerdo", 2 "Muy en desacuerdo", 3 "En desacuerdo", 4 "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", 5 "De acuerdo", 6 "Muy de Acuerdo" y 7 "Totalmente de Acuerdo".

No existen respuestas correctas o incorrectas, ya que el objetivo es que sus respuestas reflejen con exactitud su percepción en relación de la prestación del servicio.

Dimensiones	Preguntas sobre el servicio antes de la visita al Museo							
	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Elementos Tangibles	1. ¿Considera usted que el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo tiene equipos modernos?	1	2	3	4	5	6	7
	2. ¿Considera usted que las instalaciones físicas del museo son visualmente atractivas?	1	2	3	4	5	6	7
	3. ¿Considera usted que el personal tiene buena apariencia?	1	2	3	4	5	6	7
	4. ¿Considera usted que las exhibiciones/colecciones son atractivas y se encuentran en buen estado?	1	2	3	4	5	6	7
Fiabilidad	5. ¿Considera usted que el personal proporciona el servicio en el momento que promete hacerlo?	1	2	3	4	5	6	7
	6. ¿Considera usted que los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus solicitudes?	1	2	3	4	5	6	7
	7. ¿Considera usted que el personal demuestra profesionalismo desde la primera vez que brinda el servicio?	1	2	3	4	5	6	7
	8. ¿Considera usted que el museo cumple el servicio en el tiempo requerido?	1	2	3	4	5	6	7
	9. ¿Considera usted que el museo cuenta con un registro de visitantes actualizado y ordenado?	1	2	3	4	5	6	7
Capacidad de Respuesta	10. ¿Considera usted que el personal del museo informa a sus visitantes cuales son los servicios que brinda?	1	2	3	4	5	6	7
	11. ¿Considera usted que el personal brindó un servicio rápido?	1	2	3	4	5	6	7
	12. ¿Considera usted que el personal del museo siempre está dispuesto a ayudar a los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
Seguridad	13. ¿Considera usted que el personal del museo está capacitado para responder a las preguntas de los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
	14. ¿Considera usted que el personal del museo transmite confianza a sus visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
	15. ¿Considera usted que el museo cuenta con los protocolos de bioseguridad adecuados?	1	2	3	4	5	6	7
	16. ¿Considera usted que el personal ofrece un trato amable y educado a sus visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
Empatía	17. ¿Considera usted que el personal tiene el apoyo adecuado de la institución para realizar bien su trabajo?	1	2	3	4	5	6	7
	18. ¿Considera usted que el museo brinda una atención individualizada?	1	2	3	4	5	6	7
	19. ¿Considera usted que el personal brinda un servicio personalizado?	1	2	3	4	5	6	7
	20. ¿Considera usted que la institución recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7
	21. ¿Considera usted que el museo es accesible en igualdad de condiciones para todas las personas?	1	2	3	4	5	6	7
	22. ¿Considera usted que el horario de atención del museo es conveniente para las necesidades de los visitantes?	1	2	3	4	5	6	7



## Anexo 5. Cuestionarios en inglés del modelo SERVQUAL


  
**University of Cuenca**  
**Faculty of Hospitality Sciences**  
**Tourism**

The purpose of this survey is to know your opinion regarding the quality of the service received during your visit to the Pumapungo Museum and Archaeological Park, based on the SERVQUAL Model.  
 The survey is anonymous and the results obtained will be treated confidentially.

1. Age: \_\_\_\_\_
2. Gender
  - Male  Female  LGBTI  Other
3. Indicate your origin
  - National  Foreign
4. If you selected "National" option, please indicate your city of origin \_\_\_\_\_
5. If you selected "Foreign" option, please indicate your country of origin \_\_\_\_\_
6. Indicate your level of education
  - Elementary
  - High School
  - Technical
  - High School
  - Postgraduate
  - Other
7. Select your occupation
  - Private Employee
  - Public Employee
  - Student
  - Retired
  - Unemployed
  - Other
8. Indicate the reason(s) for your visit to the museum
  - By chance, I was passing by
  - To get to know the collections
  - To visit short-term or temporary exhibitions
  - To revisit or complete a previous visit that you were unable to complete
  - To show the museum to friends, acquaintances or relatives
  - For professional or study reasons
  - To be included in a tourist visit
  - To see the inside of the building
  - To participate in an activity organized by the museum
  - For other reasons (please specify): \_\_\_\_\_

## EXPECTATION SURVEY

Please circle the rating you think is appropriate based on your experience. Considering a scale from 1 to 7, where 1 is "Totally Disagree", 2 "Strongly Disagree", 3 "Disagree", 4 "Neither Agree nor Disagree", 5 "Agree", 6 "Strongly Agree" and 7 "Totally Agree".

There are no right or wrong answers, as the objective is that your responses accurately reflect your expectations regarding the provision of the service.

Dimensions	Questions about the service before the visit to the Museum							
		Totally Disagree	Strongly Disagree	Disagree	Neither Agree nor Disagree	Agree	Strongly Agree	Totally Agree
Tangible Elements	1. Should "Museo y Parque Arqueológico Pumapungo" have modern equipment?	1	2	3	4	5	6	7
	2. Should the physical facilities of the museum be visually attractive?	1	2	3	4	5	6	7
	3. Should the staff look good?	1	2	3	4	5	6	7
	4. Should the exhibits/collections be attractive and in good condition?	1	2	3	4	5	6	7
Reliability	5. Should staff provide the service at the time they promise to do it?	1	2	3	4	5	6	7
	6. Should employees never be too busy to respond to requests?	1	2	3	4	5	6	7
	7. Should staff demonstrate professionalism from the first time they provide service?	1	2	3	4	5	6	7
	8. Should the museum fulfill the service in the required time?	1	2	3	4	5	6	7
	9. Should the museum have an up-to-date and orderly visitor register?	1	2	3	4	5	6	7
Responsiveness	10. Should museum staff inform visitors exactly what services they will be providing?	1	2	3	4	5	6	7
	11. Should the staff provide prompt service?	1	2	3	4	5	6	7
	12. Should museum staff always be willing to help visitors?	1	2	3	4	5	6	7
	13. Should museum staff be trained to answer visitors' questions?	1	2	3	4	5	6	7
Assurance	14. Should the museum staff transmit confidence to its visitors?	1	2	3	4	5	6	7
	15. Should the museum have the appropriate biosafety protocols?	1	2	3	4	5	6	7
	16. Should the staff be friendly and polite to its visitors?	1	2	3	4	5	6	7
	17. Should staff have adequate support from the institution to do their job well?	1	2	3	4	5	6	7
Empathy	18. Should the museum provide individualized attention?	1	2	3	4	5	6	7
	19. Should staff provide personalized service?	1	2	3	4	5	6	7
	20. Should the institution adequately collect complaints and suggestions from visitors?	1	2	3	4	5	6	7
	21. Should the museum be equally accessible to all people?	1	2	3	4	5	6	7
	22. Should the museum's hours of operation be convenient to the needs of visitors?	1	2	3	4	5	6	7

## PERCEPTION SURVEY

Please circle the rating you think is appropriate based on your experience. Considering a scale from 1 to 7, where 1 is "Totally Disagree", 2 "Strongly Disagree", 3 "Disagree", 4 "Neither Agree nor Disagree", 5 "Agree", 6 "Strongly Agree" and 7 "Totally Agree". There are no right or wrong answers, as the objective is that your responses accurately reflect your perception of the service.

Dimensions		Preguntas sobre el servicio antes de la visita al Museo						
		Totally Disagree	Strongly Disagree	Disagree	Neither Agree nor Disagree	Agree	Strongly Agree	Totally Agree
Tangible Elements	1. Do you consider that the "Museo y Parque Arqueológico Pumapungo" has modern equipment?	1	2	3	4	5	6	7
	2. Do you consider the physical facilities of the museum to be visually appealing?	1	2	3	4	5	6	7
	3. Do you consider the staff to be good looking?	1	2	3	4	5	6	7
	4. Do you consider the exhibits/collections to be attractive and in good condition?	1	2	3	4	5	6	7
Reliability	5. Do you consider that the staff provides the service at the time they promise to do so?	1	2	3	4	5	6	7
	6. Do you find that employees are never too busy to respond to your requests?	1	2	3	4	5	6	7
	7. Do you consider that the staff demonstrates professionalism from the first time they provide the service?	1	2	3	4	5	6	7
	8. Do you consider that the museum provides the service in the required time?	1	2	3	4	5	6	7
	9. Do you consider that the museum has an updated and orderly visitor register?	1	2	3	4	5	6	7
Responsiveness	10. Do you consider that the museum staff informs its visitors about the services it provides?	1	2	3	4	5	6	7
	11. Do you consider that the staff provided fast service?	1	2	3	4	5	6	7
	12. Do you feel that the museum staff is always available to help visitors?	1	2	3	4	5	6	7
	13. Do you consider that the museum staff is trained to answer visitors' questions?	1	2	3	4	5	6	7
Assurance	14. Do you consider that the museum staff transmits confidence to its visitors?	1	2	3	4	5	6	7
	15. Do you consider that the museum has the appropriate biosafety protocols?	1	2	3	4	5	6	7
	16. Do you consider that the staff offers a friendly and polite treatment to its visitors?	1	2	3	4	5	6	7
	17. Do you consider that the staff has adequate support from the institution to do their job well?	1	2	3	4	5	6	7
Empathy	18. Do you consider that the museum provides individualized attention?	1	2	3	4	5	6	7
	19. Do you consider that the staff provides personalized service?	1	2	3	4	5	6	7
	20. Do you consider that the institution adequately collects visitors' complaints and suggestions?	1	2	3	4	5	6	7
	21. Do you consider the museum to be equally accessible to all people?	1	2	3	4	5	6	7
	22. Do you consider the museum's opening hours to be convenient for the needs of visitors?	1	2	3	4	5	6	7



**Anexo 6. Registro fotográfico de la aplicación de encuestas a los visitantes del Museo y Parque Arqueológico Pumapungo**



