



**UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS**

**PLAN DE ACCIÓN DE GESTIÓN DEL  
PATRIMONIO CULTURAL PARA LA  
SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN EL MUSEO  
ARQUEOLÓGICO NACIONAL BRÜNING,  
LAMBAYEQUE**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO  
EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Autor:**

**Bach. Paz Perinango José Antonio**

**Asesor:**

**Dr. Fernández Alvarado Julio César Felizardo**

**Línea de investigación:**

**Cultura turística y comunidad**

**Pimentel - Perú**

**2018**



**UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA GESTIÓN DE EMPRESAS**

**TURÍSTICAS Y HOTELERAS EN**

PLAN DE ACCIÓN DE GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN EL MUSEO

ARQUEOLÓGICO NACIONAL BRÜNING, LAMBAYEQUE

**AUTOR:**

Bach. JOSÉ ANTONIO PAZ PERINANGO

CHICLAYO – PERÚ

**2018**

**PLAN DE ACCIÓN DE GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL PARA  
LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN EL MUSEO ARQUEOLÓGICO  
NACIONAL BRÜNING, LAMBAYEQUE**

**APROBACIÓN DE LA TESIS**

---

Dra. Xiomara Cabrera Cabrera  
**Asesor Metodológico**

---

Dra. Juan Carlos Callejas Torres  
**Presidente del jurado de tesis**

---

Dra. Xiomara Cabrera Cabrera  
**Secretaria del jurado de tesis**

---

Dr. Fernández Alvarado Julio César Felizardo  
**Vocal del jurado de tesis**

# INDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>PRIMERA PARTE: METODOLOGÍA Y FUNDAMENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
1.1 Fundamentación del turismo cultural y la gestión del patrimonio .....	15
2.1 Caracterizar en la evolución histórica y teórica el proceso de formación del turismo cultural de museos y la gestión .....	20
<b>CAPÍTULO 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN.....</b>	<b>25</b>
2.1 Justificación del Problema .....	25
2.2 Diagnóstico el estado actual en la gestión del proceso de formación del turismo cultural en el Museo Arqueológico Nacional Brüning.....	33
2.2.1 Diagnóstico del estado actual de Gestión del Patrimonio Cultural para la satisfacción del visitante en el museo Arqueológico Nacional Brüning. ....	34
<b>CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS Y DISEÑO DE LA EJECUCIÓN .....</b>	<b>65</b>
3.1 Definición de hipótesis.....	65
3.2 Determinación y conceptualización de las variables de la hipótesis.....	65
3.2.1 Determinación de las variables .....	65
3.2.2 Clasificación de las variables .....	66
3.3 Diseño de la ejecución .....	68
3.3.1 Selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes.....	68
3.3.2 Universo .....	70
3.3.3 Selección de muestra.....	70
3.3.4 Forma de tratamiento de los datos.....	71
3.3.5 Forma de análisis de las informaciones.....	71
<b>SEGUNDA PARTE: CONSTRUCCIÓN DEL APORTE.....</b>	<b>72</b>
<b>CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL APORTE PRÁCTICO.....</b>	<b>73</b>
4.1. Fundamentación del plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el museo Arqueológico Nacional Brüning, Lambayeque .....	73
4.2 Construcción del plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, Lambayeque.....	76

<b>TERCERA PARTE: VALIDACIÓN DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>105</b>
<b>CAPÍTULO 5. VALORACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LOS RESULTADOS...</b>	<b>106</b>
5.1 Valoración de los resultados. ....	106
<b>CONCLUSIONES GENERALES .....</b>	<b>111</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>112</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>118</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Importancia del M. A. B. para la Región Lambayeque.....	32
Tabla 2: Existencia de paneles en la entrada del M. A. B.....	34
Tabla 3: Existencia de facilidades de acceso para impedidos en el M. A. B.....	36
Tabla 4: Percepción acerca de los visitantes del M. A. B.....	38
Tabla 5: Existencia de proyectos ejecutados para incrementar las visitas en el M. A. B.....	40
Tabla 6: Percepción acerca de los objetos que se exhiben en el M. A. B.....	42
Tabla 7: Existencia de buenas prácticas en atención al visitante del M. A. N.....	44
Tabla 8: Visibilidad de las instalaciones para atención y uso público del M.A.B.	46
Tabla 9: Existencia de espacios especiales para conocer las últimas investigaciones del M. A. B.....	48
Tabla 10: Origen de los visitantes del M. A. B.....	50
Tabla 11: Percepción acerca del servicio de guiado en el M. A. B.....	52
Tabla 12: Percepción acerca del servicio de guiado en el M. A. B.....	54
Tabla 13: Revisión de conceptos esenciales para la investigación. Criterio del investigador.....	79
Tabla 14: Revisión de conceptos esenciales para la investigación. Criterio del investigador. ....	80
Tabla 15: Operacionalización de variables.....	81

## **DEDICATORIA**

El presente informe se lo dedico al sublime hacedor por haberme dado las fuerzas necesarias para poder culminar dicho trabajo de investigación.

A mis queridos padres y suegros que se encuentran en el reino del señor; como así mismo a mi querida esposa Seneyra e hijas Rosa y Fátima y a mi adorable nieta Luana por su paciencia y apoyo que me brindaron en todo momento y a mis queridos hermanos y sobrinos que hicieron posible plasmar el presente trabajo.

José Antonio Paz Perinango

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A los Doctores**

Fernández Alvarado Julio César Felizardo  
Cabrera Cabrera Xiomara, Callejas Torres  
Juan Carlos y Pérez Martinto Pedro  
Carlos.

### **Magíster**

Vasquez Vasquez Álvaro

### **Licenciados**

Lic. Guerrero Maticorena Charliz Rider  
Lic. Cuzquen Yocya Sara Randy Deliacir  
Lic. Altamirano Segura Julio César

### **Coroneles del Colegio Militar “Elías Aguirre”**

Sr. Gral. Bazán Cabellos Juan  
Sr. Crl. Andrade Marcial Carlos



## **RESUMEN**

Los museos del mundo han ido cambiando acorde a los avances tecnológicos con la finalidad de innovar y mejorar la experiencia del visitante. Frente a este escenario, el Museo Arqueológico Nacional Brüning tiene el desafío de adaptarse a estos cambios para renovar su compromiso como promotor de la cultura y difusor de conocimientos que ayuden a comprender la historia de los pueblos originarios de Lambayeque, su herencia ancestral y sus culturas vivas. Por ello, la investigación tuvo como objetivo: Elaborar un plan de acción que contribuya al desarrollo del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante. El resultado fue que, si bien las personas están satisfechos con la temática museográfica, también es cierto que este demanda un mejoramiento general de la infraestructura del recinto museográfico, la diversificación de los servicios dirigidos al público y el fortalecimiento de las capacidades de los colaboradores a fin de que el museo sea amigable y accesible para todas las visitas. En este sentido, resulta importante la aplicación de un plan de acción de gestión que mejore la experiencia turística del visitante.

Palabras clave: Gestión, patrimonio cultural, satisfacción del visitante, museo.

## **ABSTRACT**

The museums of the world have been changed according to technological advances in order to innovate and improve the visitor experience. Faced with this scenario, the Brüning National Archaeological Museum has the challenge of adapting to these changes to renew its commitment as a promoter of culture and disseminator of knowledge to help understand the history of the indigenous peoples of Lambayeque, their ancestral heritage and their cultures alive. Therefore, the research aimed to: Develop an action plan that contributes to the development of cultural heritage for visitor satisfaction. The result was that, although people are satisfied with the museum theme, it is also true that this demands a general improvement of the infrastructure of the museum complex, the diversification of the services directed to the public and the strengthening of the capacities of the collaborators so that the museum is friendly and accessible for all visits. In this sense, the application of a management action plan that improves the tourist experience of the visitor is important.

**Keywords:** Management, cultural heritage, visitor satisfaction, museum.

## INTRODUCCIÓN

El Museo Arqueológico Nacional Brüning (M. A. N. B.) de la ciudad de Lambayeque es una institución que se dedica a la investigación, exhibición y difusión del patrimonio material mueble. Este recinto museístico muestra una línea de tiempo de la evolución del progreso de las diferentes culturas y civilizaciones que se desarrollaron en Lambayeque, ayudando a conocer y comprender la historia y la esencia de cada una de ellas en sus diferentes salas expositivas.

Sin embargo, el surgimiento de nuevas tendencias museográficas para mejorar la experiencia del visitante en los museos, y la ausencia de un instrumento de gestión que mantenga y responda a los retos del siglo XXI, ha traído como resultado la pérdida de competitividad frente a otros museos arqueológicos lambayecanos que presentan opciones diferentes a los visitantes, no solo por sus contenidos, sino también por la experiencia museográfica y las actividades complementarias que ofrecen.

Ante este escenario se plantea el siguiente **problema** de investigación: ¿Cómo contribuir al desarrollo del turismo cultural para la satisfacción del visitante al Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque?

Desde el diagnóstico aplicado se revelan como **causas del problema**: Limitadas concepciones epistemológicas del proceso de formación del turismo cultural de museos; limitaciones metodológicas en la gestión del turismo cultural de museos y su patrimonio; e insuficiencias en la práctica que garanticen el desarrollo del turismo cultural de museos como lugares de atracción de turistas. Gutiérrez (2010), sostuvo

“En el museo Brüning durante todos los años de existencia, no se ha llevado a cabo algún plan estratégico que permita: establecer una misión; formar una visión; plantear objetivos; y crear estrategias” (p. 17).

En este sentido, resulta necesario profundizar en el proceso de formación del turismo cultural en el museo, por ello se plantea como **objetivo:** Elaborar un plan de acción que contribuya al desarrollo del turismo cultural para la satisfacción del visitante al museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque.

Para dar tratamiento tanto al objetivo de la investigación, como al problema se han planteado las siguientes **tareas:** Fundamentar teóricamente el proceso de formación del turismo cultural de museos y la gestión; caracterizar en la evolución histórica y teórica el proceso de formación del turismo cultural de museos y la gestión; diagnosticar el estado actual en la gestión del proceso de formación del turismo cultural en el Museo Arqueológico Nacional Brüning; elaborar un plan de acción en la gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, Lambayeque; y valorar la pertinencia del aporte práctico mediante criterio de expertos, su ejemplificación de la aplicación del aporte práctico y corroboración estadística de las transformaciones logradas.

Los métodos del nivel teórico fueron: histórico-lógico, analítico-sintético, inductivo-deductivo, sistémico-estructural; con respecto a los métodos empíricos se utilizó la encuesta (cuestionario de ítem cerrado), y la entrevista (Ítem abierto).

El presente trabajo de investigación, se traza en la formulación de una propuesta que permita asumir el reto de mejorar la experiencia del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, acorde a sus necesidades y satisfacción del mismo.

El informe de investigación está organizado en tres partes: La primera desarrolla la metodología y fundamentación de la investigación, agrupado en tres capítulos, el primero referido a la construcción del marco teórico, donde conceptualizamos la fundamentación del turismo cultural, la gestión del patrimonio y la determinación de sus antecedentes históricos y la gestión del patrimonio. En el segundo capítulo, referente a la justificación del problema y el diagnóstico del estado actual de la gestión del patrimonio en el Museo Arqueológico nacional Brüning de Lambayeque. En el capítulo tercero refiere a la hipótesis y diseño de la ejecución de la investigación realizada para lograr la satisfacción del visitante.

La segunda parte trata de la construcción del aporte en un capítulo con su fundamentación y construcción del mismo. La tercera parte, la validación de los resultados en un solo capítulo y la corroboración de los mismos.

Con todo ello, espero contribuir con la institución y con el personal que labora, para brindar una adecuada atención al visitante, permitiendo mejorar y optimizar la calidad de servicio.

**PRIMERA PARTE:  
METODOLOGÍA Y FUNDAMENTACIÓN DE LA  
INVESTIGACIÓN**

## **CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Fundamentación del turismo cultural y la gestión del patrimonio**

Los museos de hoy han cambiado la idea de que solamente sean un recinto para exhibir sino que ahora involucran al visitante a formar parte de ello para comprender su pasado histórico y tomando las medidas de su protección y cuidado.

#### **Gestión del patrimonio**

Para Querol (2010) es: El conjunto de actividades, en su mayoría realizadas por distintas administraciones públicas, destinadas a la protección y difusión de los bienes culturales. Ejemplos: Diseñar el contenido de una ficha de Inventario para el Patrimonio etnológico; dar una conferencia sobre los peligros que conlleva el uso no autorizado de los detectores de metales, organizar una exposición sobre el Patrimonio industrial de una región; tomar decisiones sobre el reparto de las subvenciones relacionadas con algún tema de conservación del Patrimonio Cultural (p. 57).

Esta referencia coincide con el Museo Arqueológico Nacional Brüning, debido a que dentro de sus políticas protege su patrimonio arqueológico y organiza diversas actividades para reafirmar nuestra identidad cultural con el pasado histórico.

Gómez, Mondéjar y Sevilla (2005) sostuvieron: La formulación de cualquier modelo de gestión exige un conocimiento detallado de la demanda y una orientación hacia el mercado (...). En primer lugar, aborda la cuestión de la demanda turística, evaluando los factores que influyen sobre ella y que la

determinan y las características fundamentales que la definen en los últimos años. Seguidamente se realiza un análisis del consumidor turístico cultural diferenciando distintos segmentos según sus motivaciones e intereses y planteando la evolución desde un turista cultural tradicional al nuevo turista cultural. A partir de estos cambios y tendencias se plantea una perspectiva de nuevos segmentos de mercado y sus principales características para finalizar con algunas interesantes conclusiones y oportunidades de gestión (p. 11).

De acuerdo a lo manifestado por Gómez se puede inferir que la elaboración de un plan de gestión es necesario; para tener un conocimiento profundo de las personas que visitan los recintos museísticos, en este caso es el Museo Arqueológico Nacional Brüning.

Miralbell, Arcarons, Capellà, González y Pallàs (2010), afirmaron: Dentro del ámbito de los servicios públicos relacionados con el turismo, hay tres entornos de actuación que definen la participación de la Administración o, mejor dicho, de las diferentes administraciones en la planificación, gestión y la prestación de estos servicios. Estos tres entornos son:

- 1) El entorno de los servicios públicos directos para el turismo,
- 2) El entorno de los servicios indirectos necesarios para el turismo,
- 3) El entorno de la cooperación pública y privada.

Los tres entornos son igualmente importantes y en los tres participan las administraciones, aunque sean diferentes, según el ámbito de competencia y actuación (pp. 57-58).



Por lo expuesto se puede afirmar que la administración del patrimonio debe realizarse con un plan que considere los diferentes entornos que le rodean, a fin de que la acción que lo involucre directamente se haga de manera planificada, coherente e inteligente. En este caso, la gestión del patrimonio del Museo Arqueológico Nacional Brüning.

Campos (2002) sostuvo: “(...) es una iniciativa global centrada en la satisfacción del turista y asentada en territorios de desarrollo durable y equilibrado (...) es enfatizar en el factor calidad para contribuir al desarrollo estable y permanente de las zonas turísticas” (p. 19).

### **Satisfacción del cliente**

Denton (1991) afirmó: (...) la satisfacción de los clientes origina recompensas muy reales para la compañía, en forma de lealtad de los clientes y de imagen corporativa. [...] Todos volvemos una y otra vez a alguna compañía en calidad de clientes, porque conocemos su calidad, porque sabemos que nos podemos fiar de las personas que allí trabajan y sabemos que nos van a dar un servicio consistente (p. 20).

De acuerdo a lo manifestado por el autor se puede deducir que los recintos museísticos deben propiciar que la experiencia del visitante sea satisfactoria no solo por el patrimonio que alberga o la información que puede encontrar, sino también por el nivel de atención que los colaboradores del museo brindan en conjunto, a fin de ganar una imagen positiva y por ende la confianza del público.

Para Boscán, Guanipa y Álvarez (2010).

Propusieron en relación a la satisfacción del turista: precisa la promoción de un proceso orientado hacia la complacencia de las necesidades y gustos del cliente, “si el visitante obtiene una sensación de satisfacción, aumenta la posibilidad de repetición de la visita y, por tanto, de fidelidad al destino o recurso turístico; puede así mismo volver a ese lugar para cubrir otra necesidad; y, además, influirá de forma decisiva en las futuras decisiones de su grupo de convivencia (familiares, amigos y conocidos), como consecuencia de la importancia de la comunicación boca-oído (p. 302).

Para Molina, García y Gómez (2011) sostuvieron:

El concepto de satisfacción se define como una respuesta a un acto particular en un momento concreto del tiempo. Este acto puede ser la experiencia de compra y/o adquisición del producto, y el momento del tiempo tendría lugar tras la compra o el consumo del producto. La mayoría de las investigaciones sobre satisfacción se han centrado en el producto, aunque también se han realizado otras sobre la marca, el establecimiento o el vendedor. En cualquier caso, la satisfacción se muestra como un elemento capaz de predecir el comportamiento de compra (p. 86).

De lo expuesto, se puede destacar que una de las claves de la satisfacción es la búsqueda de respuestas a las necesidades de los visitantes durante su experiencia museística.

Para Hayes (2002) refiriendo a la calidad propuso:

La calidad de conformidad refleja el grado en que el producto o servicio está de acuerdo con la intención del diseño. Estos aspectos de la calidad son susceptibles de ser medidos. Este tipo de mediciones proporciona a las empresas una indicación fiable de la «buena salud» de sus procesos comerciales y determina la calidad de los productos y servicios que proceden de tales procesos (p. 15).

Pérez & Merino (2009), sostuvieron:

Un plan de acción es un tipo de plan que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto. (...) todo plan de acción debe conformarse por los siguientes apartados, de cara a lograr alcanzar los objetivos o fines establecidos: estrategias a seguir, los programas que se pueden emplear, las acciones inmediatas que se pueden llevar a cabo, los recursos necesarios para cometer las mismas, la fecha de inicio y finalización de aquellas y también quién se encargará de ejercer como responsable (p. 1-2).

En esta cita el autor nos da a entender que para poder lograr las metas y objetivos es necesario elaborar un plan de acción que va a constituir una guía para establecer las diversas estrategias de lo que queremos lograr con efectividad y responsabilidad, para cumplir las metas trazadas.

## **2.1 Caracterizar en la evolución histórica y teórica el proceso de formación del turismo cultural de museos y la gestión**

### **El turismo cultural del ayer**

Los orígenes del turismo cultural aún son inciertos, sin embargo, Martorell (2017) sostuvo que una gran mayoría de autores reconoce como gran antecedente histórico al “Grand Tour”, una actividad de movimiento de personas que solo se podía permitir la clase privilegiada de la Inglaterra del siglo XVIII.

¿Qué era el “Grand Tour”? Castillo (2005) planteó, que se trataba de un gran viaje donde la clase pudiente de Inglaterra y otros países de Europa, dejaban sus lugares de origen para emprender una larga travesía con el objetivo de conocer los escenarios donde se desarrollaron las grandes civilizaciones desaparecidas alrededor del mundo y comprenderlas en su esencia, rompiendo con el esquema tradicional de enseñanza en gabinete para dar paso a una metodología más vivencial.

¿Y el turismo? Pues es en estas grandes travesías donde surgieron sus primeros indicios, ya que cada lugar visitado requería de una persona conocedora de la zona y su misión era guiar a los viajeros, así como de materiales de lectura que expliquen la historia e importancia de la atracción visitada, los recorridos que se pueden hacer dentro de ésta y los atractivos que hay alrededor (Martorell, 2017, p. 15).

Sin embargo, el Grand Tour y el turismo masivo son muy diferentes. El primero estaba dirigido a una clase privilegiada, es decir, eran experiencias exclusivas que solo se podían permitir ciertos grupos reducido de familias

puentes de Europa; y el segundo está al alcance de muchos y puede ser consumido por quien tenga interés en vivir experiencias culturales.

### **El turismo cultural del siglo XXI:**

Las nuevas tendencias de las exposiciones museográficas en el mundo han cambiado últimamente pasando por una renovación institucional, logrando cambios profundos acorde a la globalización y la innovación tecnológica al servicio del hombre que se está viviendo últimamente y así mismo acercándose más a la comunidad para crear una identidad y sepan valorar su legado histórico.

Para Pastor (2003, citado por Morales 1998, p. 31) en relación a la satisfacción del turista propuso:

“(...) La mejor forma de que los turistas conozcan y respeten el patrimonio del lugar que visitan es que, de alguna manera, se sientan identificados. Para ello deben ser observadores activos, es decir, que lleguen a crear un sentimiento a través del hecho de la observación (...).

(...) Al hablar de interpretación de patrimonio estoy proponiendo considerar al ser humano inmerso en esa relación que ha ido estableciendo a lo largo de los siglos: hombre-naturaleza-cultura. La interpretación se ha definido como:

Un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones de nuestro patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio; también se considera que es: el arte de revelar "in situ" el significado

del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio.

Según el mismo autor, algunos de los objetivos que persigue la interpretación son:

- a. A partir de la interpretación los visitantes podrán desarrollar una profunda conciencia, apreciación y entendimiento del lugar que visitan;
- b. Los fines de gestión se cumplirán a través de dos vías: Por una parte alentando al visitante a que trate de forma adecuada el recurso, haciendo que tome conciencia de que está en un lugar especial y, por tanto, debe tener un comportamiento especial; en segundo lugar utilizando la interpretación para minimizar los posibles daños del impacto humano, por ejemplo, desviando la atención en zonas frágiles, concentrando a los visitantes en zonas de uso intensivo, etc.;
- c. Promover y facilitar la comprensión pública, transmitiendo una serie de mensajes que se correspondan con las finalidades que se desean lograr;
- d. Acentuar la comprensión y valoración del patrimonio, conduciendo hacia un respeto y conciencia de la necesidad de su conservación;
- e. Incrementar el disfrute del visitante, entendiendo que una comprensión sobre el lugar aumenta el placer producido por la visita (p. 33).

(...) Los guías pueden servir como mediadores directos entre los turistas y la población local si interpretan las ceremonias religiosas o las manifestaciones populares o folclóricas que implican directamente a la gente, a su cultura y a su

forma de vida. (...) Pero allí donde las reglamentaciones tienen poca fuerza, los guías suelen quedar muy lejos del ideal. El resultado puede ser una fuente inagotable de malentendidos y de información falsa (De Kadt, 1991, p. 104).

Morales establece que para la satisfacción del turista en las exposiciones museográficas, los museos deben estar acorde a los cambios de las nuevas tendencias tecnológicas para una mejor visualización, haciendo que el turista valore y comprenda la riqueza cultural dejada por nuestros antepasados en sus diversas manifestaciones como: su textilería, orfebrería y alfarería, conduciéndolos a asumir en ellos su amplio valor histórico que encierran y sepan valorarlo para su debida conservación.

**CAPÍTULO 2:**  
**JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y**  
**CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN**



## **CAPÍTULO 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN**

### **2.1 Justificación del Problema**

El Museo Arqueológico Nacional Brüning de la ciudad de Lambayeque cuenta con una gran riqueza arqueológica de patrimonio cultural mueble, que ha sido obtenido a través de diversos años por trabajos científicos, donaciones o decomisos que han permitido ser almacenados a sus inicios en un casa dándole ciertas características de un museo, pero en el año de 1966 con apoyo del gobierno alemán se edifica un nuevo local acorde a las características de otros museos para aquella época, brindando seguridad a todos los objetos que se exhibían; pero hoy en día con las nuevas tendencias museísticas, la accesibilidad es una prioridad para todo tipo de persona, ya que dentro de su infraestructura no cuenta con rampas de acceso para permitir la comodidad del visitante, así mismo sus vitrinas no reúnen las condiciones necesarias para presentar los objetos, y a esto se suma las fichas informativas con un contenido muy recargado que no llama la atención del visitante y su tamaño impide visualizar lo que se muestra en la vitrina. De igual manera los espacios son muy reducidos en algunos lados de sus diversos pisos, dificultando un libre desplazamiento de las personas que visitan dicho museo (Museo Arqueológico Nacional Brüning, 2014).

Aprovechando su ubicación en pleno centro de la ciudad de Lambayeque es necesario que la Unidad Ejecutora Naylamp 005 de Lambayeque desarrolle un Plan Maestro que contenga estrategias para ofrecer un buen servicio al visitante.

La presente investigación está basada en la gestión del patrimonio cultural para la satisfacción de los visitantes con los diversos servicios que se ofrecen por parte del personal del museo que constituye un importante apoyo al desarrollo de sus diversas actividades que se realizan, adoptándose las medidas acorde a las políticas de la institución para brindar un servicio a las diversas personas que visitan ya sea a nivel local, nacional o internacional; donde hoy en día se exige personal calificado para asumir diversas funciones acorde a su misión, visión y deberes que tiene que asumir el museo en la conservación y promoción de sus colecciones, constituyendo un importante ente para la difusión del patrimonio mueble entre las instituciones educativas y los visitantes.

Esta investigación tiene como objetivo principal elaborar acciones para incrementar la satisfacción del visitante en la mejora de la calidad de servicio y que la información obtenida contribuya a la mejora interna para el funcionamiento de la institución y una guía a otros trabajos afines.

### **¿Desde cuándo existe o se tienen referencias sobre este tipo de problema?**

Ante las nuevas tendencias, los marcos contextuales que se han ido imponiendo en estos últimos años y la creciente importancia de visitar los museos como centro de atracción socio cultural en el Perú, se van a trazar cambios acorde a los últimos adelantos tecnológicos para brindar un buen servicio e información a ofrecer, surgiendo la necesidad de innovar acorde al perfil de la institución que ha sido formulada ya hace más de 97 años, donde se veía que el museo estaba al servicio del hombre y no viceversa, y comprender que los trabajadores de los museos son agentes sociales al servicio de la comunidad.

Es así que las estrategias y planes de acción en un museo es parte de un diagnóstico para identificar la problemática y estrategia que permita el incremento de los visitantes al museo Arqueológico Nacional Brüning.

En el museo Arqueológico Nacional de España, a lo largo de su recorrido ha tenido en cuenta que en la exhibición de los objetos de sus diversos pisos para un mejor entendimiento deben presentar un lenguaje orientado a que sea entendido por el público que asiste a observar las diversas manifestaciones artísticas que se expone teniendo en cuenta la extensión del contenido del texto y evitar un aburrimiento de lo que lee, cuyas características expresen un contenido de su importancia y uso que tuvo durante su época en forma breve y concisa, redactado en inglés y español (Carretero como se citó en Hernández, 2012).

El Museo de Bellas Artes de San Pío V, se ha visto en la necesidad de transformar sus diversas políticas administrativas con criterios de eficiencia, eficacia y equidad que deben perseguir las instituciones públicas para su desarrollo y que tengan la voluntad de una transformación social propiciando una integración de cada institución, logrado impulsar alianzas estratégicas con otros museos y permitir la apuesta en valor plena del museo al servicio de la comunidad, orientado a cumplir con sus actividades más esenciales de conservar, adquirir, investigar, exponer y difundir la riqueza que posee un país (Rausell & Abeledo, 2012).

Las nuevas tendencias de exposiciones museográficas han conllevado a replantear al Museo Arqueológico Nacional de España, una serie de aspectos de acuerdo a sus nuevas políticas de su organización, donde la exhibición del objeto no solamente debe ser de gran valor artístico y cultural sino explicar e interpretar el

significado que dichas colecciones tuvieron dentro de su contexto cultural una gran importancia de la comunidad que lo creó y utilizó, acercando de esta manera al público a comprender las formas de vida que tuvieron las antiguas sociedades y que de ello depende si el visitante que visite por primera vez un museo regrese o no vuelva (Hernández, 2015).

Con el propósito de incrementar nuevas estrategias en las que se establezcan su misión, objetivos, identidad y público, el Ministerio de Cultura de Colombia ha diseñado nuevas políticas de cambio que debe existir en un museo y dejar lo tradicional que consiste en exhibir solamente al objeto como un elemento de carácter histórico nada más, ya que el visitante solamente recibía información pero ahora con los últimos cambios se ha replanteado establecer nuevas políticas de convertirlos en centros culturales, educativos y de entretenimiento que compitan con todo tipo de ofertas culturales, estableciendo su nueva misión, su identidad y su público objetivo con un principio de acceso democrático a la información y el conocimiento, fomentando la participación y diálogo con las personas que lo visitan y crear en ellos una identidad de saber valorar su legado histórico y costumbres que van a identificar a un país. Para que pueda posicionarse un museo plantean que se debe tener en cuenta la calidad de servicio, ubicación, instalaciones, tipo de colección, prestigio, precio en la boletería, horario, servicios adicionales (tiendas, espacios de alquiler, etc.). (Ministerio de Cultura de Colombia, 2013).

El Museo Arqueológico Nacional Brüning ha experimentado en estos últimos años grandes cambios desde su creación en el año 1921 en su antiguo local hasta su traslado al edificio actual desde el año 1966 que se construyó gracias al apoyo del

gobierno alemán para conservar diversas piezas arqueológicas productos de investigaciones, donaciones o decomiso por acción de saqueos; cuyo diseño tiene la armonía estructural y juego de volúmenes de un templo prehispánico costeño.

Hoy en día su importancia radica con la exhibición del último hallazgo de la sacerdotisa de Chornancap que lo mantiene vigente y para ello necesita realizar una reestructuración museográfica en la exhibición de sus objetos, debido a que en algunas zonas la iluminación es pobre, en algunas de sus vitrinas existe una abundancia de piezas de cerámica, sus letreros son cortos, otros demasiados extensos con letra pequeña y en español, sin criterios de unificación en su tamaño y tipo de letra, faltando explicar su significado y trascendencia e importancia que tuvo para la comunidad de diversas épocas, así mismo, no existe la información en inglés para los extranjeros que visitan dicho museo.

Así mismo se ha visto que los diversos objetos de colección de la cerámica no han tenido un mantenimiento adecuado de conservación, debido a la falta de presupuesto o de apoyo por la Dirección Ejecutiva de la Unidad Ejecutora 005 Naylamp, por otra parte, falta implementar nuevos elementos museográficos que permitan un mejor entendimiento de la muestra de exhibición de una forma más didáctica, que conlleve al visitante a comprender su importancia a través de una adecuada presentación.

La difusión del museo es escasa, debido a la falta de inversión y presupuesto para la elaboración de su material como folletos, guías de recorrido de los objetos que exhibe, y permitan informar al turista o público en general la gran importancia que encierra el museo al exhibir las diversas piezas arqueológicas por su gran valor

artístico plasmado en alfarería, textilera y orfebrería como así mismo muestras costumbristas con un arraigo popular manteniendo las costumbres ancestrales.

Con respecto al servicio de guiado, no se cuenta con guías fijos ni convenios con la Asociación de Guías Oficiales de Turismo de Lambayeque, para brindar un servicio a los visitantes, sino que son esporádicos de acuerdo a las temporadas altas que se presentan, ya sea en fechas de feriados y/o aniversarios de la región.

Además, faltan rampas de acceso para las personas incapacitadas y pueda recorrer de una manera cómoda los diversos pisos que presenta el museo, ya que la accesibilidad debe constituir una prioridad absoluta para los museos; y así mismo, una adecuada señalización que permita guiar a las personas a las zonas seguras y falta de un sistema contra incendios.

**a) Estudios o investigaciones anteriores de gestión del patrimonio**

Camprubí (2015) en su investigación en Girona, España, y titulada: “Análisis de la gestión turística de los museos: El caso de Girona”. En esta pesquisa se pone en evidencia la importancia del público turístico para los museos y la necesidad de conocer los perfiles particulares en la gestión de estos espacios de difusión cultural. Mediante la aplicación de la técnica documental, se hizo revisión de literatura académica, con el objeto de determinar las principales áreas que se deben tener presente en la gestión turística del espacio museográfico. Los sujetos de investigación fueron los seis principales museos de la ciudad de Girona (España), tomando como referente las áreas y componentes identificados con antelación a fin de obtener como resultado su situación actual. Las conclusiones ponen de manifiesto la utilidad de los

aportes de este estudio, tanto en el campo académico como en la práctica de los gestores de los museos.

Gilbert (2015) en su investigación en Oporto, Portugal, y titulada: “Museos, gestión y patrimonio cultural: El proyecto de la ciudad de Oporto”. Esta se enfoca principalmente en los museos municipales mediante un estudio de la historia y el modelo de gestión actual que se aplica en cada uno de ellos. Los resultados de esta pesquisa evidencian la particularidad de su modelo de organización, que se caracteriza por su inclusión en bloque a la Red Portuguesa de Museos (RPM), bajo la denominación de Museu da Cidade do porto; una iniciativa que ha permitido a los gestores locales de estos espacios culturales, poder planificar una estrategia única de difusión con el objetivo de incrementar el flujo de turistas y visitantes, además de mejorar la calidad de los servicios y facilidades orientadas al público y la conservación de las colecciones que albergan los recintos museísticos que integran esta institución.

Martínez, Ponce & Granados (2015) en su estudio realizado en Lorca, España, y titulada: “Nueva musealización del Museo Arqueológico Municipal de Lorca”. Esta realiza un resumen completo del nuevo concepto que tendrá el MUAL dentro del proyecto de remodelación, en respuesta a los estragos que ocasionaron los terremotos del año 2011. Esta considera la renovación de algunos espacios expositivos y la implementación de nuevos espacios con criterios sismo resistentes que garanticen la seguridad de los visitantes, la conservación de las colecciones que se exponen, la coherencia cronológica de las salas y sus guiones, las facilidades y servicios dirigidos al público, así como

el carácter funcional del recinto museístico como ente promotor del desarrollo cultural de sus visitantes.

Morillo (2014) en su investigación realizada en Loja, Ecuador, y titulado: “Creación de un plan de manejo turístico para los museos caso “Museo de la Cultura Lojana””. El estudio es una respuesta a la ausencia de un instrumento de gestión de uso turístico para el espacio museístico. El objetivo principal de esta pesquisa es elaborar un plan de manejo turístico del recinto cultural para incrementar el flujo de visitantes y mejorar la calidad de servicios dirigido al público. Para lograrlo, se procedió a la revisión de la literatura, la observación, el levantamiento de información a través de fichas de inventario, la realización de un FODA y entrevistar a los principales involucrados con el lugar. Al finalizarlo, se socializó la propuesta y se concluye en que esta aportará positivamente en al lugar en su posicionamiento como sitio de interés turístico.

Oliveira & Capriotti (2013) en su investigación en Catalunya, España, y titulada: “Gestión estratégica de los públicos en museos. De la identificación a la comunicación”. Esta investigación parte de las transformaciones que los museos han experimentado en los últimos cuarenta años y cómo esto conllevó a que estos sitios culturales se vean en la obligación de hacer reestructuraciones en sus modelos de gestión. El principal objetivo de este trabajo es conocer cuáles son los públicos más importantes para los museos, y analizar el grado de coherencia y el desarrollo de acciones comunicativas para ellos. La muestra de esta pesquisa fueron 111 entidades, entre museos y centros de exposición de Catalunya. Se aplicó una metodología cuantitativa, es decir, un cuestionario de



25 reactivos, dirigido a los encargados de las áreas de comunicación de los recintos museísticos en el año 2009. Los resultados indican que existe coherencia en un grupo muy reducido de colectivos. Ello sugiere que los museos aún se encuentran en una fase inicial de adopción de un nuevo modelo de gestión de sus públicos, pero ya poseen una tendencia a ampliar dicha gestión hacia otros grupos de interés más allá de los visitantes.

Otros como, Farfan (2015) en su investigación en su investigación en Lima, Perú, y titulada: “La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: Museo San Francisco de Lima”. La pesquisa tuvo como temas centrales la gestión del servicio y la satisfacción del cliente y conocer la relación que existe entre ambos, a fin de desarrollar una propuesta que permita elevar los niveles de satisfacción del cliente el Museo San Francisco.

La investigación es cualitativa y el nivel de investigación es básica – aplicada. Se utilizaron cuestionarios, entrevistas y fichas de observación tanto en los procesos como en los clientes internos y externos del museo. La investigación concluye que la gestión del servicio tiene relación e influencia directa en la satisfacción de los visitantes.

## **2.2 Diagnóstico el estado actual en la gestión del proceso de formación del turismo cultural en el Museo Arqueológico Nacional Brüning.**

Para realizar el diagnóstico general con respecto a la gestión del espacio museográfico, se aplicaron dos técnicas para obtener datos de dos fuentes diferentes:

los colaboradores y los visitantes de museo, a fin de poder analizarlos, contrastarlos y tener un panorama más completo que permita tener un acercamiento a la situación real del museo Arqueológico Nacional Brüning.

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del Cusco (2009) en su Manual de Calidad para Servicios Turísticos en Museos, Monumentos Históricos y Sitios Arqueológicos, dentro de su objetivo general trata de orientar a funcionarios y trabajadores estatales y privados vinculados a los museos, monumentos históricos o sitios arqueológicos sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio turístico que ofrecen.

Para lograr las metas trazadas por Dircetur Cusco elaboro un manual donde se estructura un esquema modelo a seguir el cual será detallado en la propuesta de la siguiente investigación.

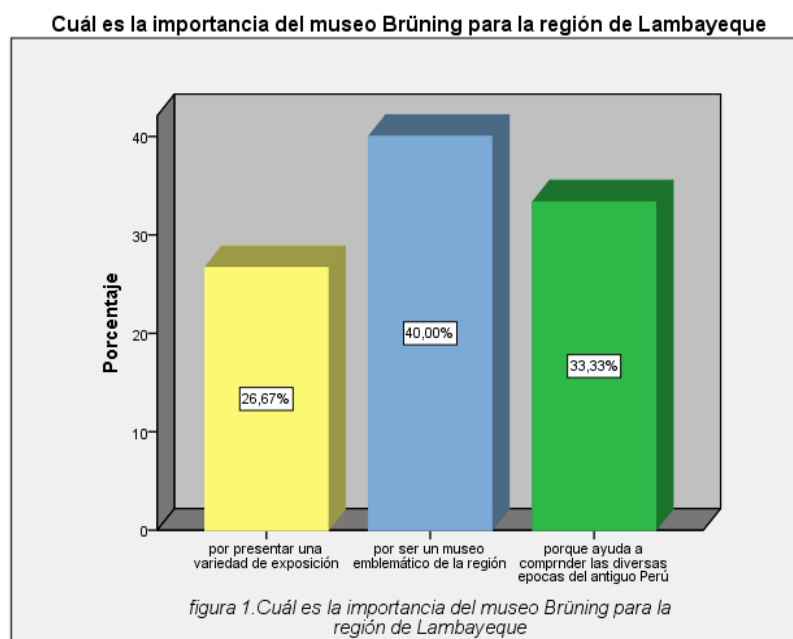
### **2.2.1 Diagnóstico del estado actual de Gestión del Patrimonio Cultural para la satisfacción del visitante en el museo Arqueológico Nacional Brüning.**

El instrumento utilizado en esta investigación fue un cuestionario estructurado, bajo la técnica de la encuesta, la misma que se utilizó para encuestar al personal que labora en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, con el fin de conocer el grado atención y satisfacción del visitante.

Tabla 1. Importancia del museo Brüning para la región de Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	por presentar una variedad de exposición	4	26,7
	por ser un museo emblemático de la región	6	40,0
	porque ayuda a comprender las diversas épocas del antiguo Perú	5	33,3
	Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.



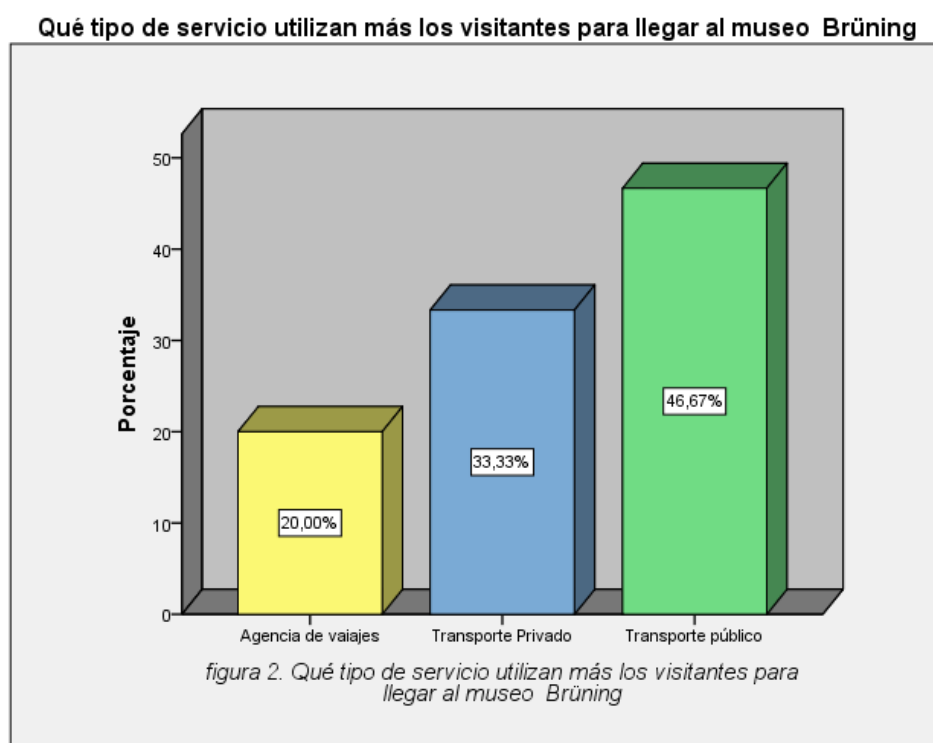
Según se observa en la tabla y figura 1, se puede distinguir la importancia del Museo Brüning de la Región Lambayeque radica por ser un Museo emblemático representado por un 40% de los colaboradores, mientras el 33,33% opina que ayuda a comprender las diversas épocas del antiguo Perú, finalmente el 26,67% señalaron por presentar una variedad de exposición.

Tabla 2. Tipo de servicio que utilizan más los visitantes para llegar al museo

Brüning en la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Agencia de viajes	3	20,0
	Transporte Privado	5	33,3
	Transporte público	7	46,7
	Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning

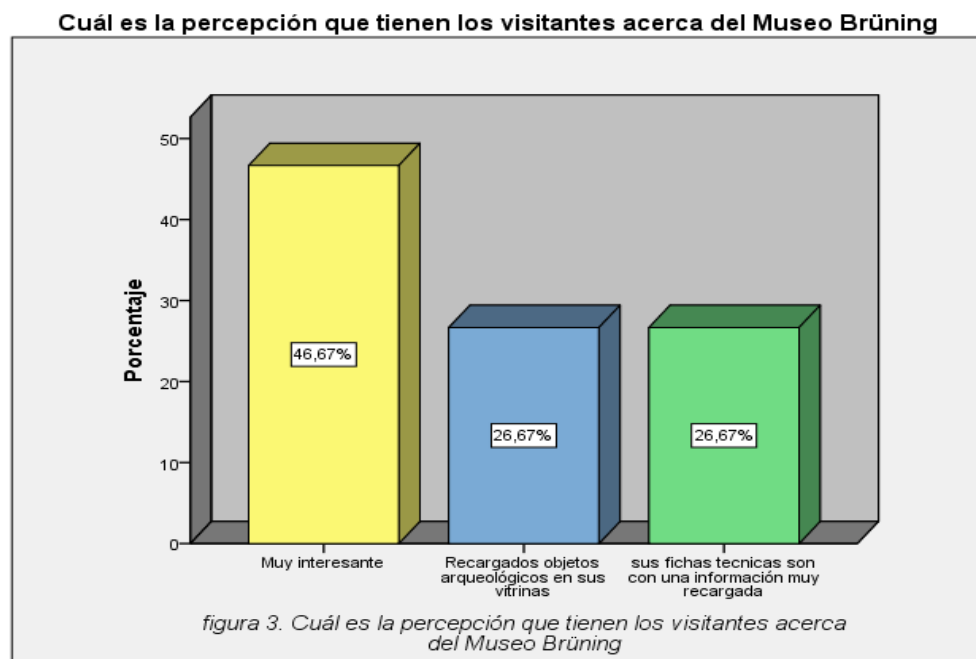


Como se puede observar en la tabla y figura 2, el tipo de servicio que más utilizan los visitantes para llegar al museo Brüning, manifestaron con el 46,67% que es el transporte público, por otra parte, el 33,33 % determinaron el transporte privado y finalmente 20 % agencia de viajes.

Tabla 3. La percepción que tienen los visitantes acerca del Museo Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy interesante	7	46,7
	Recargados objetos arqueológicos en sus vitrinas	4	26,7
	sus fichas técnicas son con una información muy recargada	4	26,7
	Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.

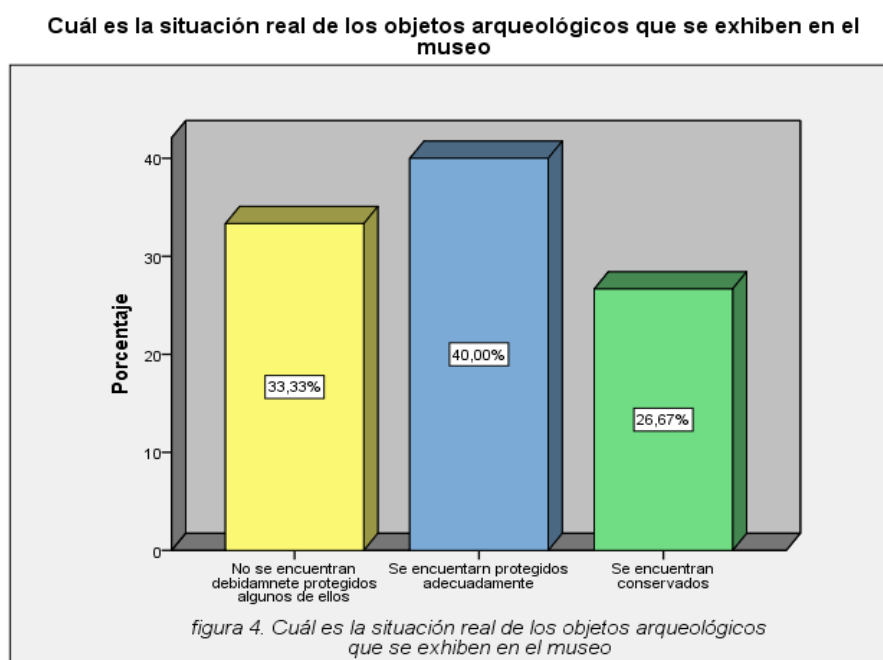


Como se ve en la tabla y figura 3, en cuanto a la percepción que tiene los visitantes acerca del museo Brüning, el 46,67% manifestaron que es muy interesante, por otro lado, el 26,67 % consideraron que sus fichas técnicas son una información muy recargada, así mismo el 26,67 % señalaron que cuentan con objetos arqueológicos recargados en sus vitrinas.

Tabla 4. Situación real de los objetos arqueológicos que se exhiben en el Museo Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	No se encuentran debidamente protegidos algunos de ellos	5	33,3
	Se encuentran protegidos adecuadamente	6	40,0
	Se encuentran conservados	4	26,7
	Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.



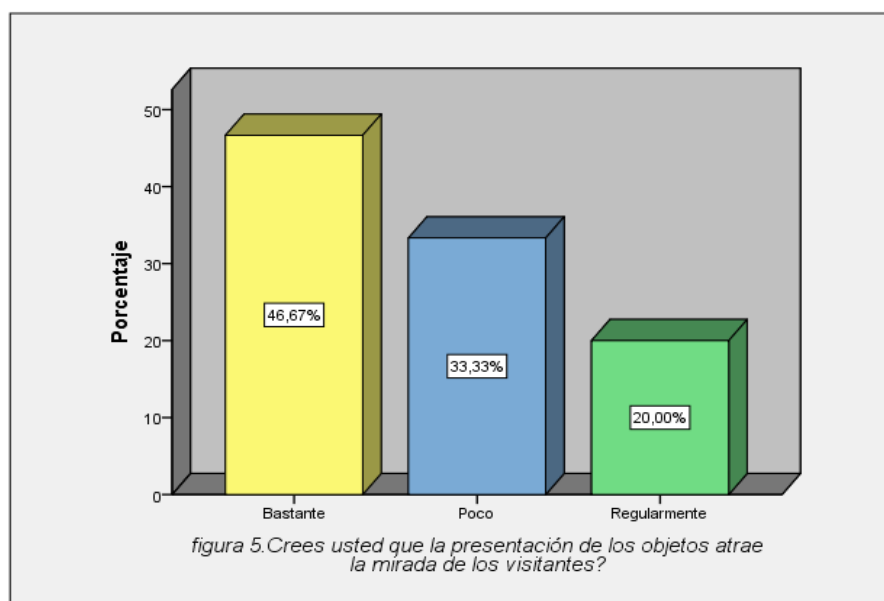
Se aprecia en la tabla y figura 4 del total de trabajadores que el 40,00 % consideraron que los objetos que se exhiben el museo se encuentran protegidos adecuadamente, por otra parte, el 33,33 % señalaron que no se encuentran protegidos debidamente algunos de ellos, por último, el 26,67 % manifestaron que se encuentran conservados.

Tabla 5. La presentación de los objetos atrae la mirada de los visitantes del museo Brüning la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bastante	7	46,7
	Poco	5	33,3
	Regularmente	3	20,0
	Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.

Crees usted que la presentación de los objetos atrae la mirada de los visitantes

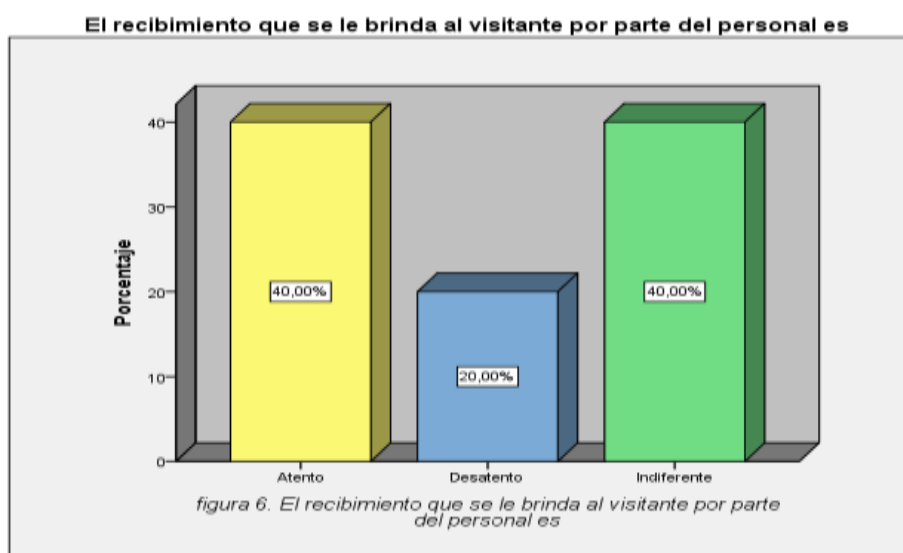


Con relación a la tabla y figura 5, la presentación de los objetos atrae la mirada de los visitantes, consideraron con el 46,67 % bastante, por otro lado manifestaron el 33,33 % poco y finalmente el 20,00 % señalaron regularmente.

Tabla 6. El recibimiento que se le brinda al visitante por parte del personal en el museo Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Atento	6	40,0
	Desatento	3	20,0
	Indiferente	6	40,0
	Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.



Con relación a la tabla y figura 6, observamos que un 40,00 % mostraron como atento el recibimiento que se le brinda al visitante por parte del personal, por otro lado, el 40,00 % determinaron que es indiferente, finalmente, el 20,00 % señalaron como desatento.

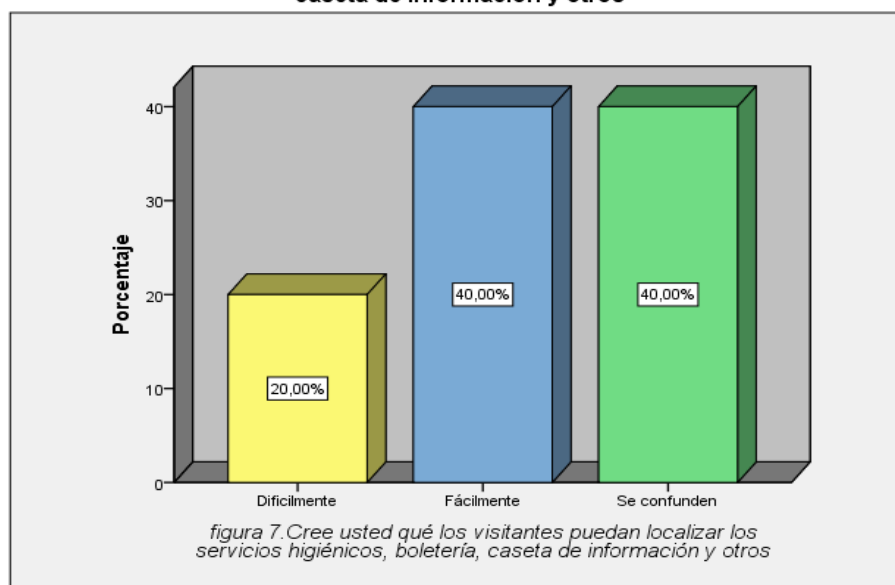


**Tabla 7.** Los visitantes puedan localizar los servicios higiénicos, boletería, caseta de información en el museo Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Difícilmente	3	20,00
	Fácilmente	6	40,00
	Se confunden	6	40,00
Total		15	100,00

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning.

**Cree usted que los visitantes puedan localizar los servicios higiénicos, boletería, caseta de información y otros**



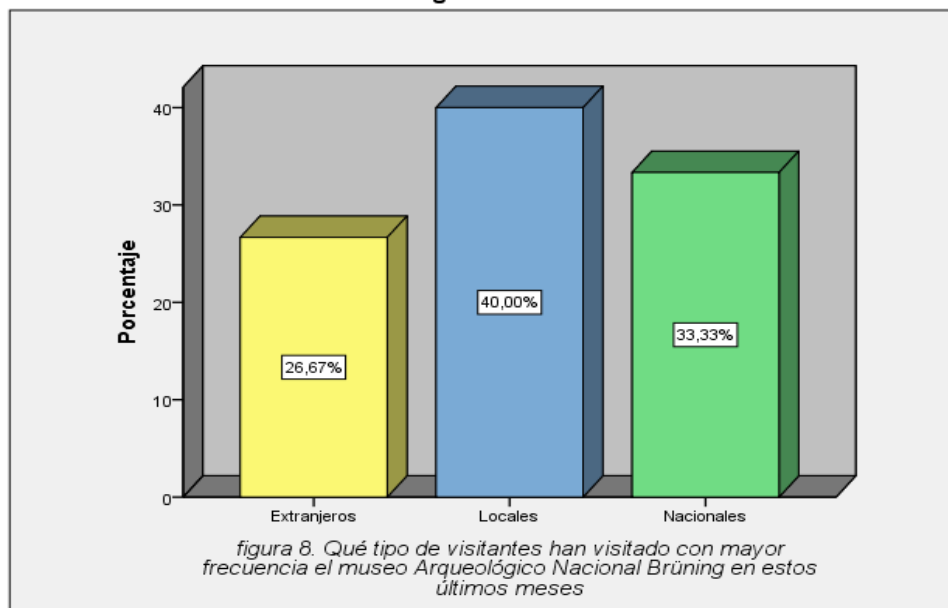
Con respecto a la tabla y figura 7, el 40,00 % manifestaron que los visitantes pueden localizar los servicios higiénicos, boleterías, caseta de información entre otros, por otro lado, el 40,00% determinaron que se confunden, por último el 20,00% como difícilmente.

*Tabla 8.* Los visitantes han visitado con mayor frecuencia el museo Arqueológico Nacional Brüning en estos últimos meses

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Extranjeros	4	26,7
	Locales	6	40,0
	Nacionales	5	33,3
	Total	15	100,0

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning.

**Qué tipo de visitantes han visitado con mayor frecuencia el museo Arqueológico Nacional Brüning en estos últimos meses**

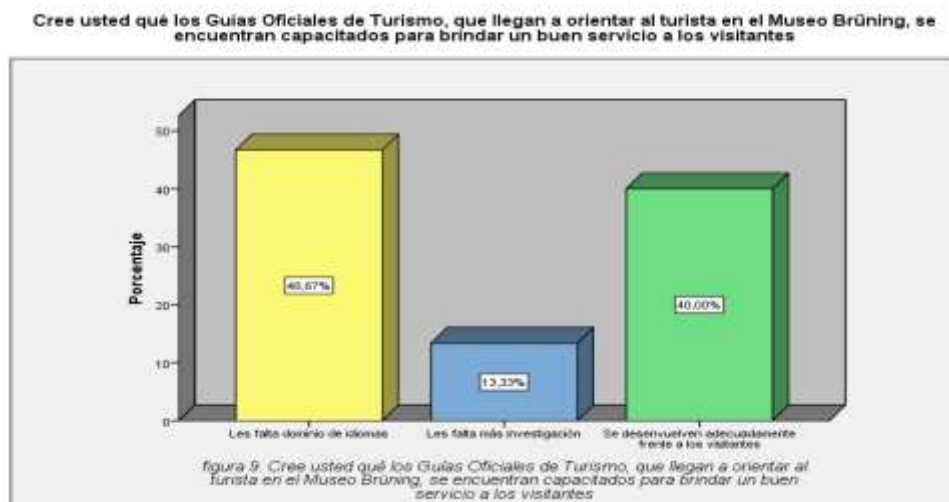


Como se aprecia en la tabla y figura 8, del total de los colaboradores entrevistados, el 40,00 % manifestaron que el tipo de visitante con frecuencia al museo arqueológico Nacional Brüning son locales, así mismo el 33,33 % señalaron que son nacionales, y en definitiva, el 26,67% son extranjeros.

Tabla 9. Los guías oficiales de turismo que llegan a orientar al turista, se encuentran capacitados para brindar un buen servicio a los visitantes del Museo Brüning de la región Lambayeque 2018.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Les falta dominio de idiomas	7	46,7
	Les falta más investigación	2	13,3
	Se desenvuelven adecuadamente frente a los visitantes	6	40,0
Total		15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.



Con respecto a la tabla y figura 9, el 46,67 % manifestaron que los guías de turismo, que llegan a orientar al turista le falta dominio de idiomas, por otro lado, el 40,00 % determinaron que se desenvuelven adecuadamente frente a los visitantes, y finalmente señalaron con el 13,33 %, les falta más investigación.

Tabla 10. El personal que labora en el museo Arqueológico Nacional Brüning recibe capacitaciones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Anualmente	10	66,67
	Semestralmente	5	33,33
	Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.



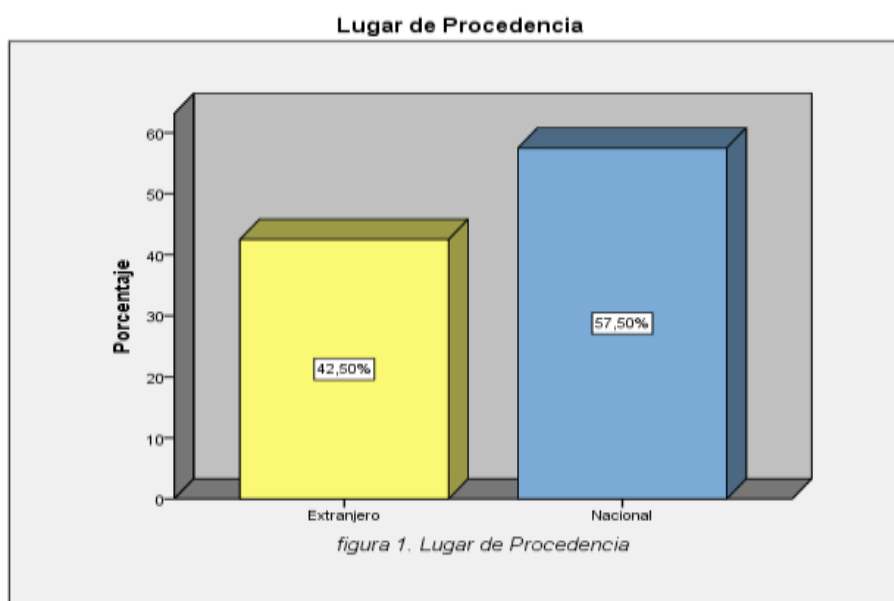
Como se aprecia en la tabla y figura 10, del total de los colaboradores entrevistados, el 66,67 % determinaron que reciben capacitaciones anualmente, así mismo el 33,33 % señalaron que es semestral.

## Entrevista a los visitantes

Tabla 1. Lugar de Procedencia de los visitantes del Museo Nacional Arqueológico Brüning de la región Lambayeque 2018

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Extranjero	17	42,5
	Nacional	23	57,5
	Total	40	100,0

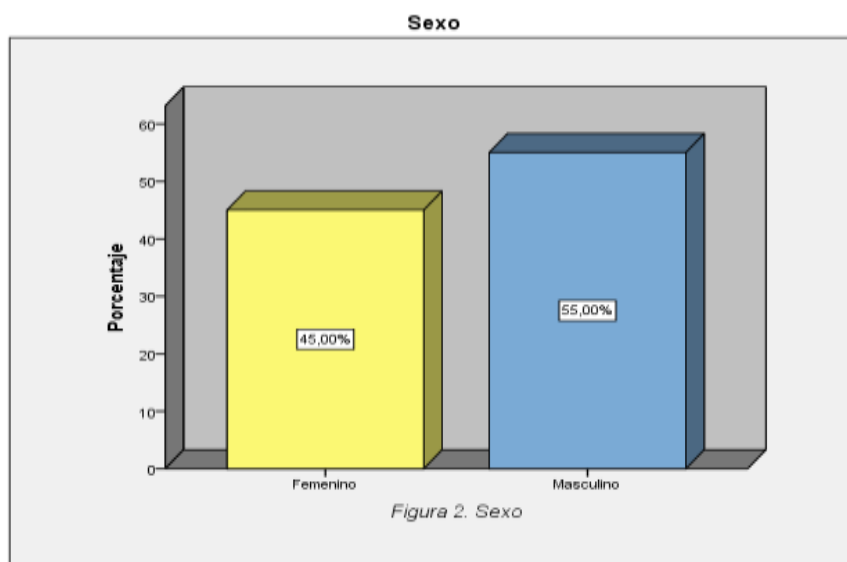


Como se aprecia en la tabla y figura 1, del total de los visitantes encuestados el 57,50 % se manifestaron nacionales, así mismo el 42,50 % señalaron que son extranjeros.

Tabla 2. Sexo de los visitantes del Museo Nacional Arqueológico Brüning de la región Lambayeque 2018

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	18	45,0
	Masculino	22	55,0
	Total	40	100,0

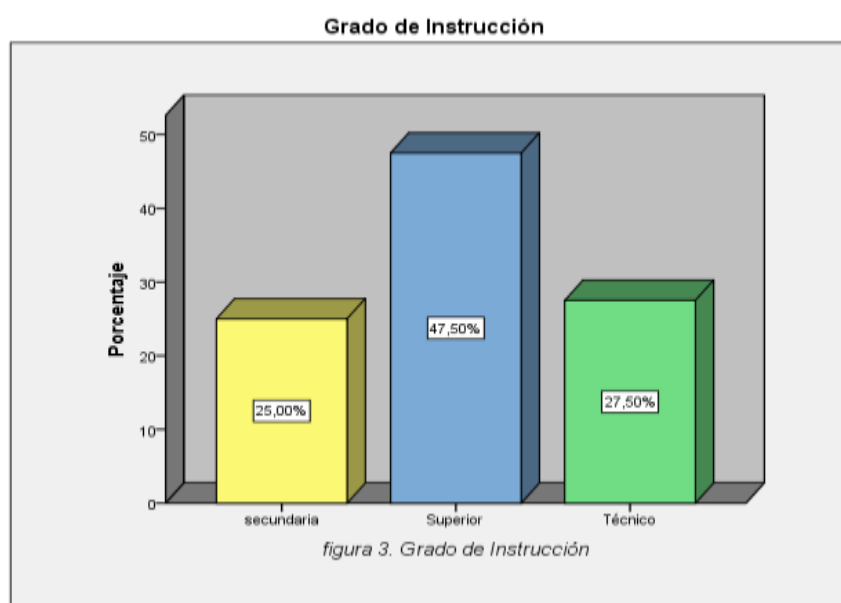


Según como se muestra en la tabla y figura 2, el 55,00 % de los visitantes encuestados detallaron que son masculinos, por otro lado, el 45,00 % son femeninas.

Tabla 3. Grado de Instrucción de los visitantes del Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	secundaria	10	25,0
	Superior	19	47,5
	Técnico	11	27,5
	Total	40	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.

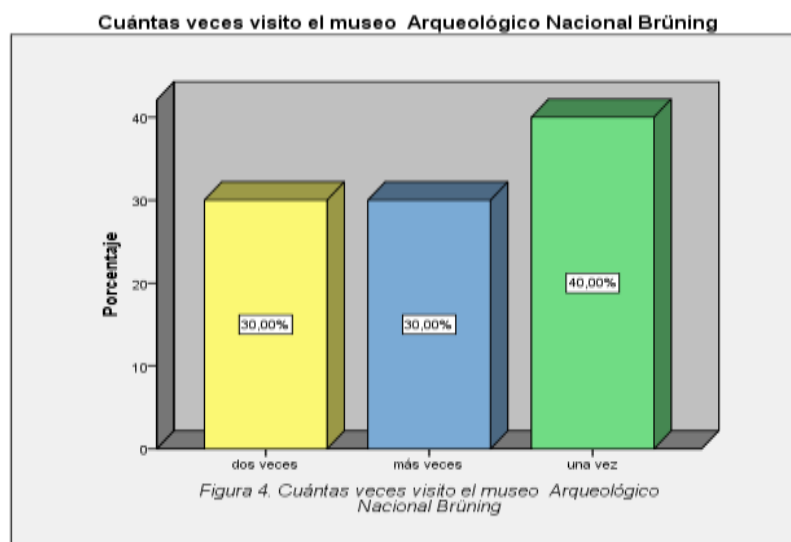


Como se observa en la tabla y figura 3, del total de los visitantes, el 47,50 % pertenece al grado de instrucción superior, por otro lado, el 27,50 % se manifestaron técnicos y por último el 25,00 % para secundaria.

*Tabla 4.* Cuántas veces visito el museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	dos veces	12	30,0
	más veces	12	30,0
	una vez	16	40,0
	Total	40	100,0

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning.



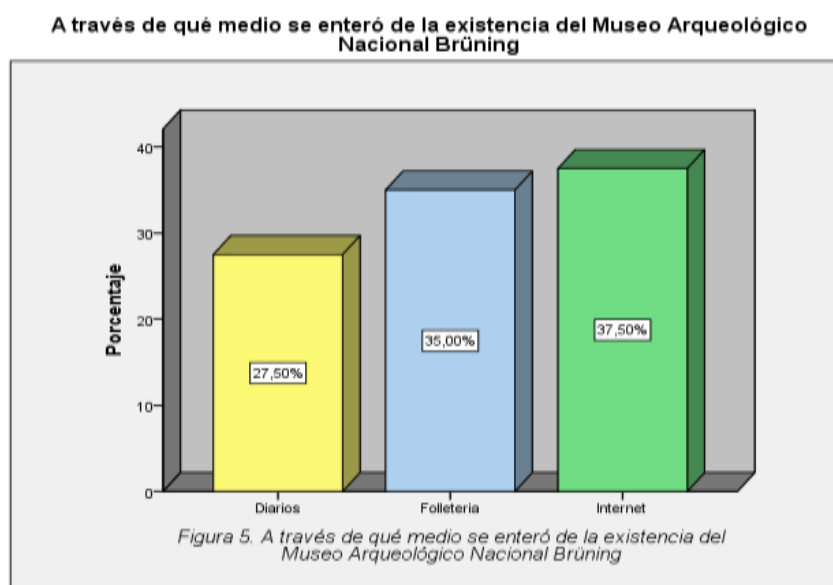
Como se ve en la tabla y figura 4, en cuanto a las veces que visitaron el museo, el 40,00 % manifestaron que es una vez, por otro lado, el 30,00 % consideraron más veces y finalmente el 30,00 % determinaron dos veces.



*Tabla 5.* A través de qué medio se enteró de la existencia del Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Diarios	11	27,5
	Folletería	14	35,0
	Internet	15	37,5
	Total	40	100,0

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning.

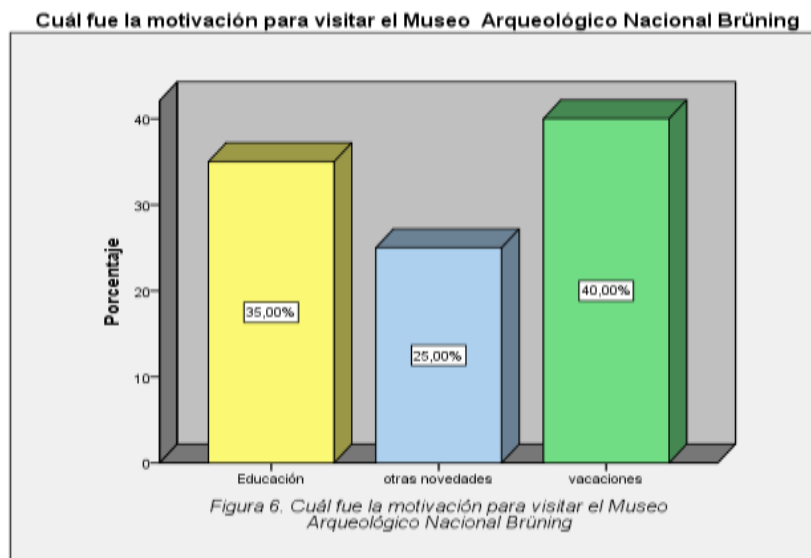


Se aprecia en la tabla y figura 5, del total de visitantes el 37,50 % consideraron que se enteraron a través del internet, del mismo modo el 35,00 % señalaron que se enteraron por folletería y, por último, el 27,50 % determinaron por medio de diarios.

Tabla 6. Cuál fue la motivación para visitar el Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Educación	14	35,0
	otras novedades	10	25,0
	vacaciones	16	40,0
	Total	40	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning.



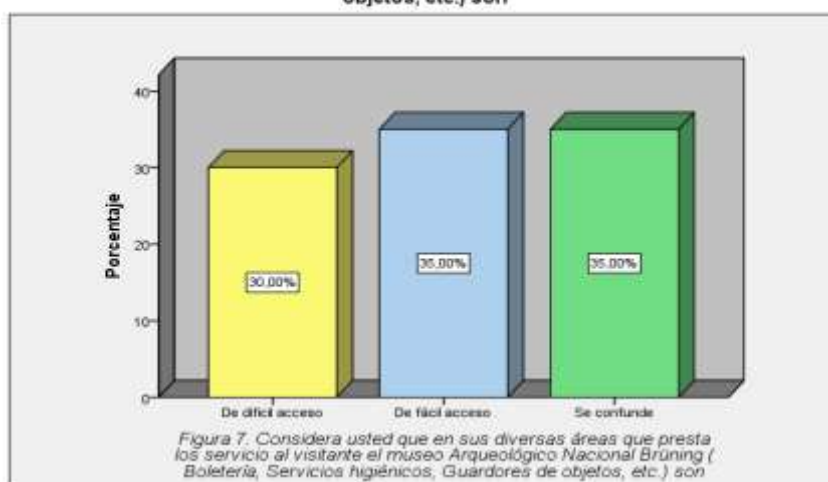
Con relación a la tabla y figura 6, el sentido de motivación para visitar el museo, el 40,00 % de los encuestados consideraron por vacaciones, por otro lado, el 35,00 % manifestaron que es por educación, y finalmente el 25,00 % señalaron que son por otras novedades.

Tabla 7. Considera usted que en sus diversas áreas que presta los servicio al visitante el museo Arqueológico Nacional Brüning (Boletería, Servicios higiénicos, Guardores de objetos, etc.) son

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De difícil acceso	12	30,0
	De fácil acceso	14	35,0
	Se confunde	14	35,0
	Total	40	100,0

Considera usted que en sus diversas áreas que presta los servicio al visitante el museo Arqueológico Nacional Brüning ( Boletería, Servicios higiénicos, Guardores de objetos, etc.) son

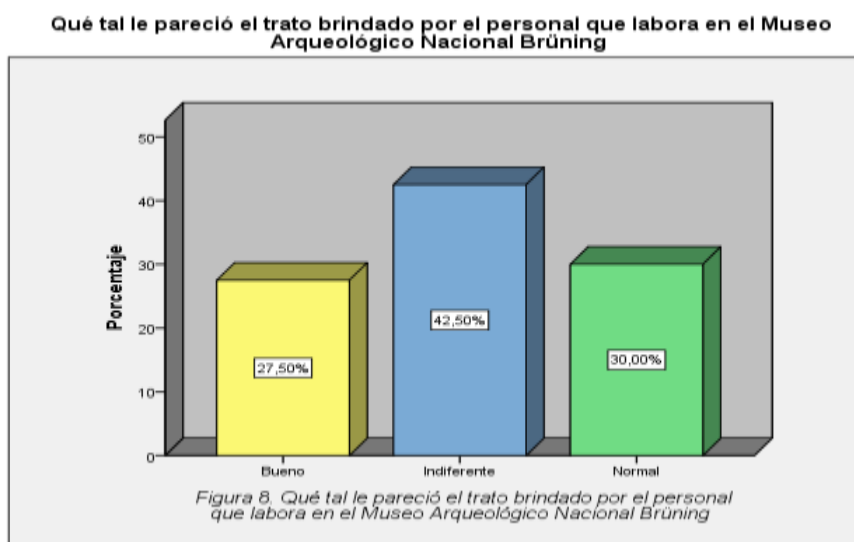


Se aprecia en la tabla y figura 7, del total de visitantes el 35,00 % consideraron que las diversas señalaron que se confunden y, por último, el 30,00 % determinaron que es de difícil áreas que presta los servicios son de fácil acceso, del mismo modo el 35,00 % acceso.

Figura 8. Qué tal le pareció el trato brindado por el personal que labora en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	11	27,5
	Indiferente	17	42,5
	Normal	12	30,0
	Total	40	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning

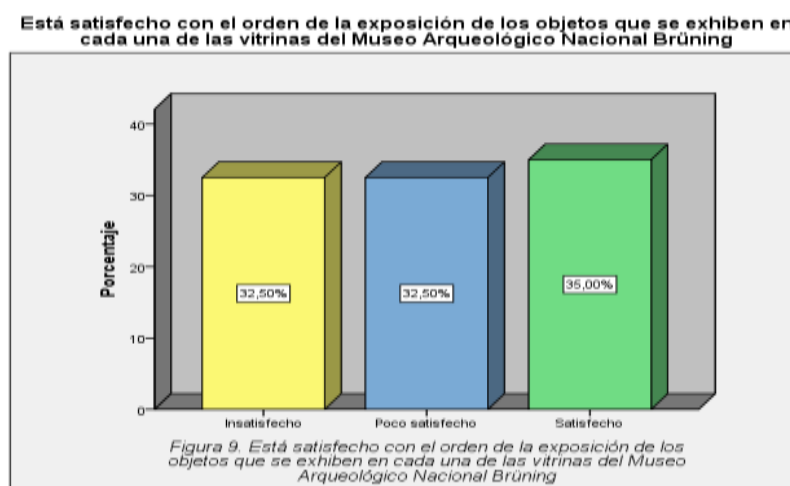


Según en la tabla y figura 8, el 42,50 % determinaron que el trato brindado por el personal al visitante es indiferente, por otro lado, el 30,00 % señalaron como normal y para finalizar el 27,50 % consideraron como bueno.

*Tabla 9.* Está satisfecho con el orden de la exposición de los objetos que se exhiben en cada una de las vitrinas del Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	13	32,5
	Poco satisfecho	13	32,5
	Satisfecho	14	35,0
	Total	40	100,0

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning

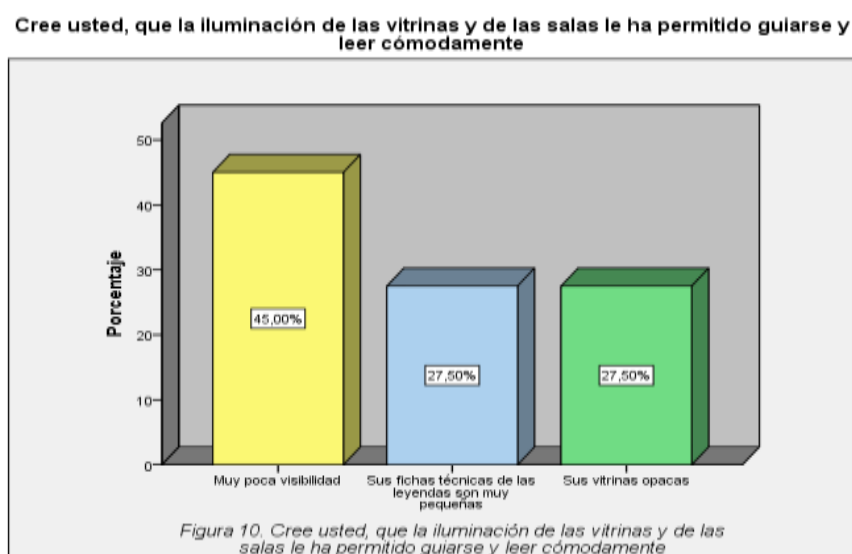


Con respecto a la tabla y figura 9, el nivel de satisfacción con el orden de la exposición de los objetos exhibidos, el 35,00 %, por otro lado, el 32,50% determinaron que es poco satisfecho, y finalmente el 32,50 % manifestaron como insatisfecho.

*Tabla 10.* Cree usted, que la iluminación de las vitrinas y de las salas le ha permitido guiarse y leer cómodamente del Museo Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy poca visibilidad	18	45,0
	Sus fichas técnicas de las leyendas son muy pequeñas	11	27,5
	Sus vitrinas opacas	11	27,5
	Total	40	100,0

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning

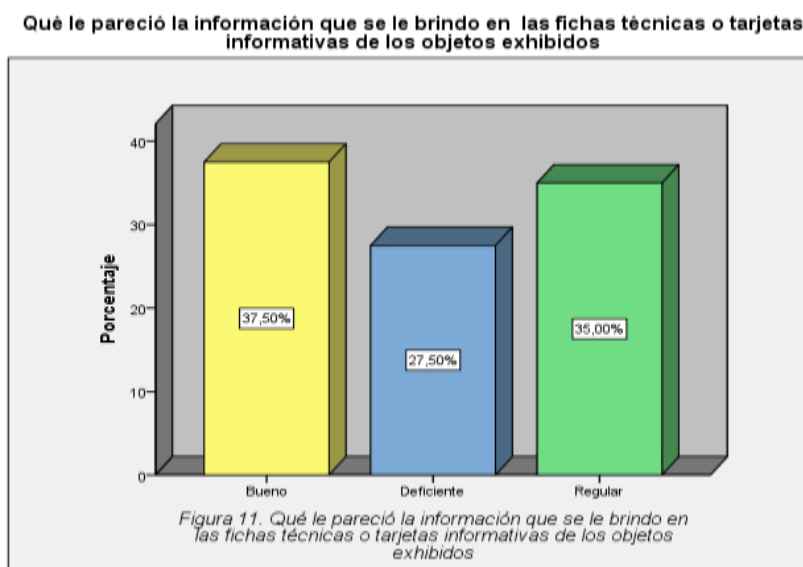


Como se aprecia en la tabla y figura 10, del total de los visitantes encuestados, el 45,00% manifestaron que tienen poca visibilidad la iluminación de las vitrinas y de las salas, así mismo el 27,50 % señalaron que sus fichas técnicas son muy pequeñas y en definitiva el 27,5 % sus vitrinas son opacas.

*Tabla 11.* Qué le pareció la información que se le brindó en las fichas técnicas o tarjetas informativas de los objetos exhibidos en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	15	37,5
	Deficiente	11	27,5
	Regular	14	35,0
	Total	40	100,0

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning

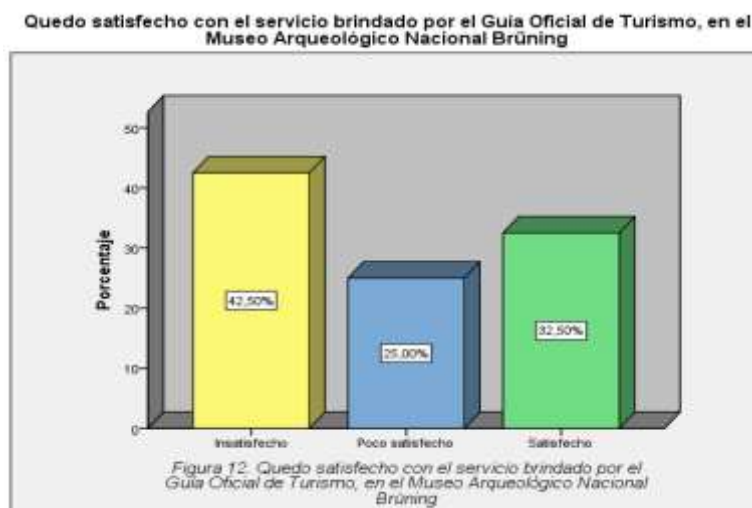


Como se muestra en la tabla y figura 11, la información que se le brindó en las fichas de los objetos exhibidos, el 37,50 % de los encuestados manifestaron que es bueno, por otro lado, el 35,00 % señalaron como regular, y por último, el 27,50% consideraron como deficiente.

Tabla 12. Quedo satisfecho con el servicio brindado por el Guía Oficial de Turismo, en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	17	42,5
	Poco satisfecho	10	25,0
	Satisfecho	13	32,5
	Total	40	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning



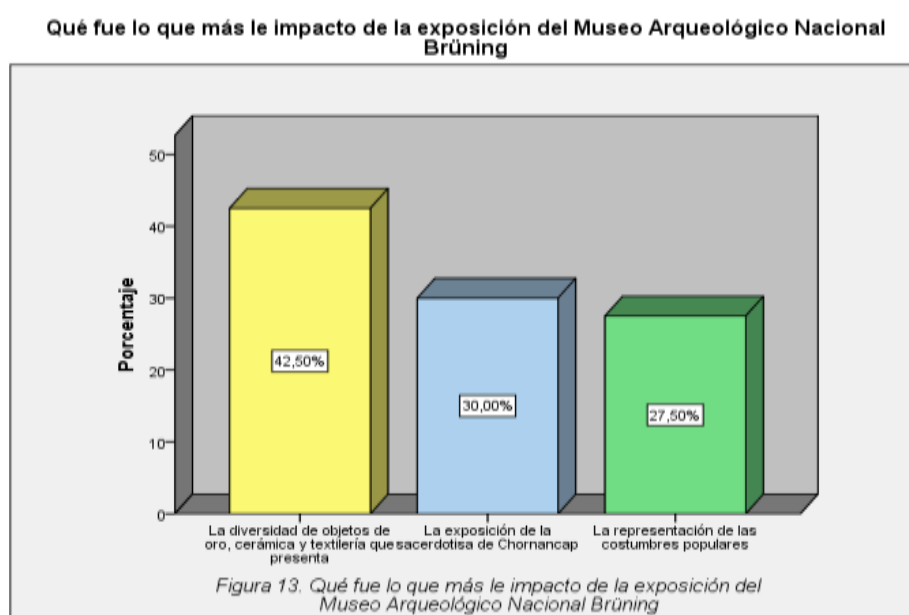
Con relación a la tabla y figura 12, el 42,50 % del total de los visitantes encuestados manifestaron que el servicio brindado por el guía de turismo es insatisfecho, así mismo, el 32,50% consideraron como satisfecho, y finalmente el 25,00% señalaron poco satisfecho.



Tabla 13. Qué fue lo que más le impacto de la exposición del Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	La diversidad de objetos de oro, cerámica y textilería que presenta	17	42,5
	La exposición de la sacerdotisa de Chornancap	12	30,0
	La representación de las costumbres populares	11	27,5
	Total	40	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning



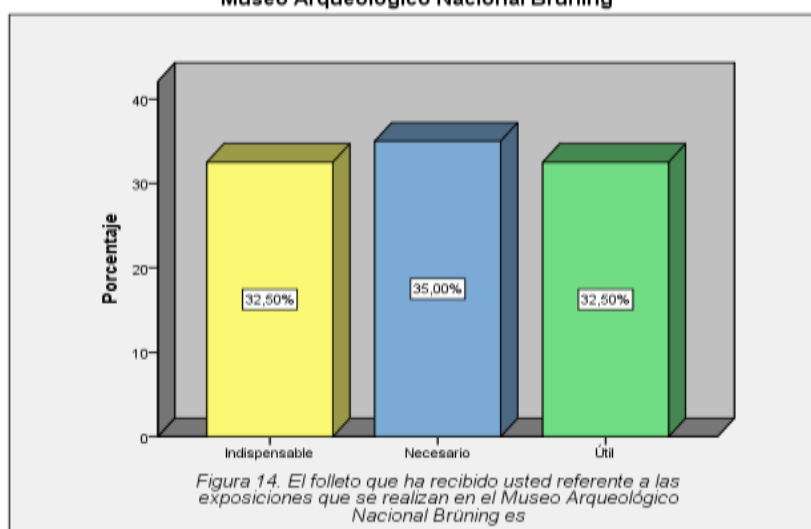
Con relación a la tabla y figura 13 el 42,50 % señalaron lo que más les impactó fue la diversidad de objetos de oro, cerámica y textilería que presenta, así mismo, el 30,00% consideraron la exposición de la sacerdotisa de Chornancap, finalmente la exposición de las costumbres populares con el 27,50%.

*Tabla 14.* El folleto que ha recibido usted referente a las exposiciones que se realizan en el Museo Arqueológico Nacional Brüning le fue:

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Indispensable	13	32,5
	Necesario	14	35,0
	Útil	13	32,5
	Total	40	100,0

*Fuente:* Investigación de campo en el Museo Brüning

**El folleto que ha recibido usted referente a las exposiciones que se realizan en el Museo Arqueológico Nacional Brüning**

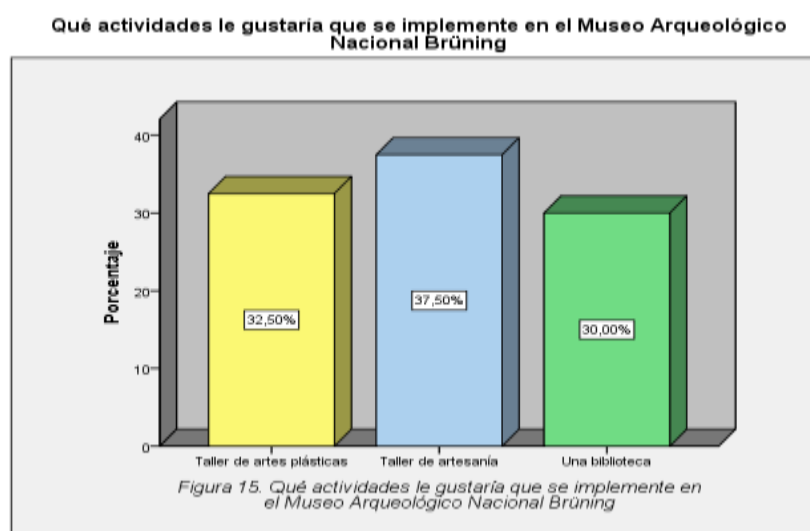


Con relación a la tabla y figura 14, el 35,00 % del total de los encuestados manifestaron que el folleto que ha recibido en las diferentes exposiciones son necesarias, por otro lado, el 32,50% consideraron indispensable, y por último, el 32,50% señalaron que es útil.

Tabla 15. Qué actividades le gustaría que se implemente en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Taller de artes plásticas	13	32,5
	Taller de artesanía	15	37,5
	Una biblioteca	12	30,0
	Total	40	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning

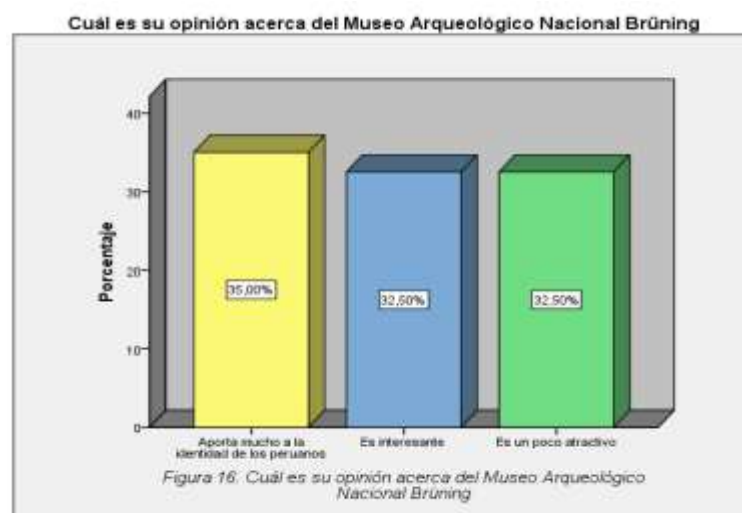


Con respecto a la tabla y figura 15, las actividades que les gustaría que se implemente en el museo, el 37,50% manifestaron el taller de artesanía, por otro lado, el 32,50% determinaron que debería tener un taller de artes plásticas, y finalmente el 30,00% señalaron a una biblioteca.

Tabla 16. Cuál es su opinión acerca del Museo Arqueológico Nacional Brüning de la región Lambayeque.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Aporta mucho a la identidad de los peruanos	14	35,0
	Es interesante	13	32,5
	Es un poco atractivo	13	32,5
	Total	40	100,0

Fuente: Investigación de campo en el Museo Brüning



Con respecto a la tabla y figura 16, el 35,00% opinaron que el museo aporta mucho a la identidad de los peruanos, así mismo, el 32,50% afirmaron que era poco atractivo, y en definitiva, el 32,50 % que es poco atractivo.

## CONTRASTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Con respecto al tipo de visitante que llega al Museo Arqueológico Nacional Brüning, los colaboradores sostienen que perciben al museo como un lugar donde pueden adquirir una información de carácter científico más completa, mostrando un mayor interés los jóvenes y adultos mayores por comprender el legado histórico, ya que en su exhibición muestran una secuencia temática en sus diversas exposiciones desde los orígenes de los antiguos pobladores hasta las diversas etapas del desarrollo cultural como el período Formativo, las culturas regionales tempranas, la presencia Wari, las culturas regionales tardías, la presencia inca y colonial (ver tabla 4). Por otro lado, los visitantes sostienen que las principales motivaciones fueron por estudios de investigación (40 %) y el menor porcentaje un 10% que fue por motivos de visitas familiares o a amigos (Figura 9). En ambos resultados se puede deducir que coinciden en sus respuestas, ya que la visita al Museo Arqueológico Nacional Brüning es por estudio, por el tema de investigar a las culturas del Perú antiguo.

En cuanto al proyecto museográfico realizado en estos últimos años en el Museo Arqueológico Nacional Brüning se ha podido determinar que con el descubrimiento de la Sacerdotisa de Chornancap se ha logrado incrementar la demanda turística (Tabla 5). Sin embargo por otro lado se puede ver que las personas que visitaron el museo lo que más les impactó fue la exposición de la sacerdotisa en un 40% (Figura 16). En ambas respuestas se logra determinar que el flujo turístico al museo ha sido por la exposición de la Sacerdotisa de Chornancap que ha concitado el interés a nivel regional y nacional, generando de esta manera una demanda turística.

Respecto al recibimiento que se le brinda al turista por parte del personal que labora en el Museo Arqueológico Nacional Brüning es de una manera amable y cortés (Tabla 7) y en cuanto a los visitantes manifestaron que el trato que se le brindó era bueno (Figura 11). Estos resultados dan a entender que en ambas respuesta por parte del personal y del visitante se sienten satisfechos por la atención que se les brinda, sin embargo hay que recalcar que es necesaria una capacitación al personal del museo con las técnicas apropiadas, para mejorar el servicio turístico que se le brinda.

La temática de las exposiciones de los objetos arqueológicos ante los visitantes ha logrado concitar el interés, pero si dificultando la lectura en algunas fichas tarjetas informativas por no tener una buena ubicación e iluminación para ser leídas (Tabla 6) Por otro lado, se puede determinar que los visitantes manifestaron que estaban satisfechos con la exposición de los objetos arqueológicos, sin embargo la iluminación y visualización de las fichas informativas manifestaron en menos porcentaje que no y en cuanto a las fichas técnicas en un 50% la información que se brinda es regular (Figuras 12, 13 y 14). En ambos casos vemos que los resultados obtenidos es que se debe mejorar la información de una manera más comprensible para las personas de las diversas edades que visitan el museo y en forma especiales de Turismo en orientar al turista hay una marcada diferencia, es decir los guías que prestan los servicios en el museo se encuentran más preparados por el dominio y manejo de la secuencia cronológica que existe en ella, sin embargo los que llegan por las diversas agencias o en forma particular su conocimiento es regular por falta de conocimiento de los que se exhibe (Tabla 11) pero en cuanto a la entrevista realizada a los turistas un 50% quedo satisfecho y el otro porcentaje de la misma cantidad dijo

que no (Figura 15). La información recogida en las entrevistas a los trabajadores y turistas muestran que los guías deben tener una preparación adecuada permitiéndoles brindar una información confiable con los grupos de personas que guían o conduce, ya sea en su idioma o idioma nativo.

Hoy en día los jóvenes estudiantes y personas interesadas que acuden al museo Brüning a buscar información del pasado histórico no lo es posible encontrar un ambiente que les permita informarse, sino más bien encontrar salas extemporáneas para algunas exposiciones de interés arqueológico (Tabla 9). Por otro lado es necesario recalcar que los turistas o visitantes manifiestan que el Museo Arqueológico Nacional Brüning debe contar con talleres de artesanía o artes plásticas como otros ambientes, con la finalidad de integrar un poco más al visitante para conocer y valorar el legado histórico y cultura viva que hoy persiste.

La llegada de turistas y la necesidad de hacer uso de los diversos servicios como la boletería, la recepción de los objetos y de los servicios higiénicos no están en un lugar que les permita identificar por falta de una señalización (Tabla 8). En cuanto a la respuesta del porcentaje mayor que no era fácil localizar los servicios higiénicos, boletería, etc. (Figura 10), y ante tal problema es necesario que exista una señalización o un panel que indique donde se puedan localizar fácilmente los servicios para una mayor comodidad del visitante.

**CAPÍTULO 3:**  
**HIPÓTESIS Y DISEÑO DE LA EJECUCIÓN**



## CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS Y DISEÑO DE LA EJECUCIÓN

### 3.1 Definición de hipótesis

Si se elabora un plan de acción que contribuya al desarrollo del turismo cultural para el Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque, entonces se logra la satisfacción del visitante.

### 3.2 Determinación y conceptualización de las variables de la hipótesis

#### 3.2.1 Determinación de las variables

##### a) Gestión del patrimonio cultural

Tabla 13

Revisión de conceptos esenciales para la investigación. Criterio del investigador.

Tema	Autor y año	Concepto y definiciones	Apreciación del investigador
<b>Gestión del Patrimonio Cultural</b>	Querol (2010)	“El conjunto de actividades, en su mayoría realizadas por distintas administraciones públicas, destinadas a la protección y difusión de los bienes culturales.”	Se asume que la gestión del patrimonio Cultural, juega un rol importante para la protección y difusión de los bienes culturales, requiriendo de un amplio conocimiento en planificación, gestión y prestación de servicios para la satisfacción del cliente.
	Gómez, Modéjar & Sevilla (2005)	La formulación de cualquier modelo de gestión, exige un conocimiento detallado de la demanda y una orientación hacia el mercado.	
	Miralbell, Arcarons, Capellà, González y Pallàs (2010)	Dentro del ámbito del servicio público relacionado con el turismo, hay tres entornos de actuación que definen las diversas administraciones en la planificación, la gestión, y la prestación de estos servicios.	
	Campos (2002)	La calidad en turismo se traduce como una iniciativa global centrada en la satisfacción del turista (...)	

Fuente: Elaboración propia.

## b) Satisfacción del cliente concepto personal

Tabla 14

Revisión de conceptos esenciales para la investigación. Criterio del investigador.

Tema	Autor y año	Concepto y definiciones	Apreciación del investigador
Satisfacción del visitante	Denton (1991)	(...) la satisfacción de los clientes origina recompensas muy reales para la compañía, en forma de lealtad de los clientes y de imagen corporativa.	
	Boscán, Guanipa. y Álvarez (2010)	(...) si el visitante obtiene una sensación de satisfacción, aumenta la posibilidad de repetición de la visita y, por tanto, de fidelidad al destino o recurso turístico; puede así mismo volver a ese lugar para cubrir otra necesidad; y, además, influirá de forma decisiva.	La satisfacción de los visitante está en el servicio de calidad que va a reflejar el grado, de la confianza y atención que se brinda, creando
	Molina, García y Gómez (2011)	(...) la satisfacción se define como una respuesta a un acto particular en un momento concreto del tiempo. Este acto puede ser la experiencia de compra y/o adquisición del producto, y el momento del tiempo tendría lugar tras la compra o el consumo del producto.	la posibilidad de que regrese o recomiende a otro el buen servicio que se le dio.
	Hayes (2000)	(...) la calidad de conformidad refleja el grado en que el producto o servicio está de acuerdo con la intención del diseño.	

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.2 Clasificación de las variables

a) **Variable independiente:** Gestión del patrimonio cultural

b) **Variable dependiente:** Satisfacción del cliente.

Tabla 15: Operacionalización de variables.

<b>Variab</b> les	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Sub-indicadores</b>	<b>Escala</b>
<b>Variable independiente:</b> GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL	Patrimonio cultural	Nº de bienes culturales	Existencia de bienes culturales	Ordinal y nominal
	Estado de conservación de objetos arqueológicos	Nivel de conservación de los bienes culturales	Estado de conservación de los bienes culturales	
<b>Variable dependiente:</b> SATISFACCIÓN DEL VISITANTE	Expectativa del cliente	Nivel de conocimientos	Existencia de conocimientos históricos	Lickert
			Existencia de conocimientos arqueológico	
	Existencia de conocimientos del museo			
	Existencia de relaciones interpersonales			
	Existencia de amabilidad			
	Nivel de atención al cliente	Existencia de cortesía		
		Existencia de hospitalidad		
	Lugar de origen	Nº de visitantes nacionales	Existencia de visitantes por continente	
		Nº de visitantes extranjeros	Existencia de visitantes por región	
	Temporada de viaje	Meses de temporada alta	Visitantes por temporada	
Meses de temporada baja				
Actividades que realiza	Nº de actividades turísticas	Existencia de actividades culturales	Nominal	
		Compras de artesanía		
		Existencia de permisos para tomar fotografías		
		Realización de estudios e investigación		

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3 Diseño de la ejecución

El diseño de la ejecución de la investigación fue pre experimental, debido a que no hubo manipulación de la variable y tampoco un elevado nivel de control.

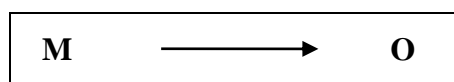
Hernández, Fernández & Baptista (2014), afirmaron lo siguiente:

Este diseño no cumple con los requisitos de un experimento “puro”. No hay manipulación de la variable independiente (niveles) o grupos de contraste (ni siquiera el mínimo de presencia o ausencia).

Tampoco hay una referencia previa de cuál era el nivel que tenía el grupo en la o las variables dependientes antes del estímulo. No es posible establecer causalidad con certeza ni se controlan las fuentes de invalidación interna (p. 141).

En ese sentido, se consideró aplicar este diseño en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, con la finalidad de tener un primer acercamiento al problema.

El diseño de la investigación fue pre-experimental y su diagramación se expresa de la siguiente manera:



Donde:

M = Muestra

O = Observación

#### 3.3.1 Selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes

Durante el estudio del objeto y del campo, la definición de la hipótesis, las variables, elaboración de instrumentos y el análisis de sus resultados se emplearon

métodos teóricos que sirvieron para analizar, fundamentar y corroborar la temática de estudio, dentro de los que se encuentran:

1. Histórico-lógico, para fundamentar las tendencias o antecedentes históricos de la investigación.
2. Analítico-sintético, para realizar el diagnóstico, seleccionar el problema así como darle la solución al mismo.
3. Inductivo-deductivo, para establecer la hipótesis, determinar el campo y objeto de la investigación.
4. Sistémico-estructural, para elaborar y fundamentar los componentes del plan local de ordenamiento territorial que se aporta como propuesta práctica.

En cuanto a los métodos empíricos que se utilizaron se encuentran:

1. Encuesta: que sirvió reunir datos referentes a la nivel de servicio brindado por el Museo Arqueológico Nacional Brüning.
2. El análisis de documentos: para recoger información de carácter histórico, así como el estado situacional respecto al Museo Arqueológico Nacional Brüning.
3. Consulta de tres expertos del tema de investigación, a fin de conseguir aportes que permitan fortalecer el producto de la investigación sobre el Museo Arqueológico Nacional Brüning.
4. Dentro de los métodos estadísticos se utilizaron cuantitativos como la encuesta y cualitativos como la entrevista, dándole el carácter mixto.

Los instrumentos utilizados para la investigación fueron los siguientes:

1. Para la técnica de encuesta estructurada, se utilizó un cuestionario diseñado con 14 preguntas para ser aplicado a los visitantes del museo Arqueológico Nacional Brüning.
2. Para la técnica de entrevista semi estructurada, se utilizó una guía de entrevista de doce ítems. El instrumento fue diseñado para aplicarse en los trabajadores del Museo Arqueológico Nacional Brüning.

Para la validación de estos instrumentos de recolección de datos se tuvo que aplicar la técnica del juicio o de opinión de expertos, que consistió en llevar los instrumentos a utilizar, ante tres especialistas en turismo, quienes realizaron una evaluación y alcanzaron las observaciones de la investigación. Luego de haber realizado el levantamiento de los errores identificados, el instrumento debe ser llevado nuevamente ante los especialistas para su respectiva revisión; si estos volviesen a presentar falencias, se procederá a seguir lo antes descrito, de lo contrario, se aprueban y se dan por validados los instrumentos.

### **3.3.2 Universo**

El universo está conformado por todas las personas interesadas en el desarrollo o participación de actividades turísticas en los museos de la Región Lambayeque.

### **3.3.3 Selección de muestra**

La población está conformada por todas aquellas personas interesadas en participar o desarrollar actividades relacionadas al turismo cultural en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque.

La muestra se obtuvo mediante un muestreo no probabilístico o también conocida como muestra dirigida.

Hernández, *et. al* (2010), sostuvieron que en este caso se trata de “(...) un procedimiento de selección informal. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas (...) se seleccionan individuos o casos “típicos” sin intentar que sean representativos de una población determinada” (p. 189-190).

Bajo los criterios expuestos, la muestra estuvo conformada por colaboradores (10 personas) y visitantes (40 personas) del Museo Arqueológico Nacional Brüning.

### **3.3.4 Forma de tratamiento de los datos**

Para los datos obtenidos mediante la técnica de entrevista, se transcribieron las respuestas generadas por los trabajadores del Museo Arqueológico Nacional Brüning, y se organizaron en un ordenador visual por ítem.

Con respecto al tratamiento de datos de la técnica de encuesta, fueron tabulados y procesados en el programa estadístico SPSS 24, para ser convertidos en tablas y figuras.

### **3.3.5 Forma de análisis de las informaciones.**

El análisis de la información generada por la guía de entrevista, se procedió a considerar las palabras u oraciones que fueron utilizadas con frecuencia en cada una de las respuestas de los participantes. Para el caso del producto obtenido por el cuestionario, se analizó a través de la lectura de los resultados.

Finalmente, se realizó la contrastación de la información de ambas fuentes y se realizó un análisis general de la situación real del Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque.

**SEGUNDA PARTE:  
CONSTRUCCIÓN DEL APORTE**



## **CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL APORTE PRÁCTICO**

### **4.1. Fundamentación del plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el museo Arqueológico Nacional Brüning, Lambayeque**

#### **Introducción**

La satisfacción del visitante es consecuencia de la calidad de servicio, adecuada a los nuevos cambios y necesidades que afrontan los museos hoy en día orientados a cumplir con las exigencias frente a la competencia fortaleciendo las diversas áreas que están comprometidos a lograr los niveles adecuados en cuanto su organización de acuerdo al propósito de sus objetivos y metas trazadas en su Plan de desarrollo.

Es por ello, que en el Manual de Calidad para Servicios Turísticos en Museos Monumentos Históricos y Sitios Arqueológicos elaborada por DIRCETUR Cusco (2009) resaltó que cuando un cliente compra, no sólo compra productos y servicios, compra deseos. Entonces cabe la pregunta, los atractivos y la planta turística ofertada como Producto Turístico en el Cusco ¿están satisfaciendo las necesidades y deseos de los visitantes?

Se plantea la interrogante siguiente, en relación a la realidad lambayecana: ¿El Museo Nacional Arqueológico Brüning estará satisfaciendo las necesidades y deseos de los visitantes?

## **Fundamentación**

Según Boscán, Guanipa & Álvarez (2010), entendieron que la satisfacción de un turista va a ir orientado a la complacencia de las necesidades y gustos del cliente y como consecuencia que la imagen que se irradie desde la atención y la calidad de servicio que se brinda va a influir en forma personal como su entorno social para recomendar la visita a dicho museo.

El Consejo Internacional de Museos “ICOM” (2007), manifestó que un museo es una institución sin fines de lucro y está al servicio de la sociedad y a ello se complementa la calidad de servicio y atención al visitante para que se sienta satisfecho en el lugar que visita.

El Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque, tiene su origen en la colección de objetos arqueológicos reunidos por el documentalista, musicólogo, etno-historiador y arqueólogo Hans Heinrich Brüning durante su tiempo de permanencia en el Perú desde 1875 hasta 1925 que regresa a su país, y que en el gobierno de aquel entonces, de Don Augusto Bernardino Leguía y Salcedo (1920) decide adquirirlo y por Resolución Estatal N° 1045 de 1921 va a pertenecer oficialmente al estado peruano.

Con el transcurrir del tiempo Don Oscar Fernández de Córdova y Amezaga, fue su primer director y gracias a sus gestiones realizadas se logra construir en 1966, un nuevo edificio gracias a la colaboración del gobierno alemán, donde ocupa actualmente el museo (Amenero, Falla, Llontop, Seclen & Paz, 1985).

Tomando como referencia el Manual de calidad para Servicios Turísticos en Museos, Monumentos Históricos y Sitios Arqueológicos del Cusco – Perú (2009)

donde dieron a conocer que la calidad de servicio va a estar representado por la satisfacción y expectativas que desea encontrar el visitante acorde a las exigencias de la demanda y frente a la competencia de la oferta y calidad del cliente no solamente compra un producto o servicio sino la satisfacción del servicio dado.

En este sentido, se ha considerado pertinente destacar el modelo del Manual de Calidad para Servicios Turísticos en Museos, Monumentos Históricos y Sitios Arqueológicos

La satisfacción del visitante está en el compromiso del personal que labora en el Museo enfocado hacia el servicio y proyección hacia la ciudadanía en educación, investigación e exhibición garantizando un buen servicio.

**Objetivo general:**

Elaborar acciones para el incremento de la satisfacción del visitante en la mejora de la calidad de servicio en las diversas áreas del Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque.

**Objetivos específicos**

1. Determinar la perfección de los colaboradores respecto a las diversas áreas del museo Arqueológico nacional Brüning como principales protagonistas.
2. Conocer la percepción de los visitantes con respecto a la calidad de servicio en las diversas áreas del museo arqueológico Nacional Brüning.
3. Proponer un plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el museo.

### **Diagnóstico:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de un cuestionario de ítem abierto y otro cuestionario de ítem cerrado para los trabajadores y visitantes para aplicar de un Plan de Acción para la Gestión de la calidad de servicio en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque, se ha encontrado la falta de capacitación a su personal de las diversas áreas, y la realización de convenios con instituciones acreditadas hacia el personal en el servicio de guiado con una formación técnica al más alto nivel, para la orientación debida, y dentro de su infraestructura se suma la presentación de algunos espacios más amplios y otros más angostos en sus diversos pisos, que permitan hacer un recorrido normal, sin tener que toparse con otros grupos, y la falta de rampas de acceso para facilitar la subida al usuario, para conocer el legado histórico y que en cada vitrina se encuentra leyendas con letras más pequeñas y otras grandes usando algunas terminologías más profesionales que a veces no puede entender el público o alumnos de educación primaria, secundaria e instituciones de carácter superior, que pudieran entender lo que se exhibe.

#### **4.2 Construcción del plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, Lambayeque**

Conforme los Estatutos ICOM (Consejo Internacional de Museos, asociado a la Unesco), “Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, y abierta al público, que se ocupa de la adquisición, conservación, investigación, transmisión de información y exposición de

testimonios materiales de los individuos y su medio ambiente, con fines de estudio, educación y recreación (Agencia de Evaluación y Calidad, 2007).

El concepto de la propuesta para la satisfacción del visitante se basa en diversas consideraciones tomadas en cuenta para su formulación, teniendo en cuenta aspectos que conllevan a plantear nuevas alternativas acorde a las nuevas tendencias tecnológicas que se vienen implementando en los museos, para brindar una calidad de servicio y apreciar el conjunto de obras o de restos, ya sean materiales o no, que, por sus valores estéticos, históricos, simbólicos, lingüísticos, técnicos, etnográficos, etc. sirven para definir y caracterizar una sociedad, tanto en su dimensión actual como en su devenir histórico” (equipo directivo de Íber, 1994); o como dice Pagès Pons (1986), es el “pasado que tenemos presente”.

## **I. Líneas de Acción:**

### **- Gestión de personas**

Según Loreto Salazar (s.f.); en su monografía de Gestión de personas manifestó: “El especialista del recurso humano **tiene dos alternativas: estudiar a las personas como personas** (dotadas de personalidad e individualidad, aspiraciones, valores, actitudes, motivaciones y objetivos individuales) **o como recursos, dotados de** habilidades, capacidades, destrezas y conocimientos necesarios para desarrollar labores (...)”

Es por ello que tomando la clasificación dada por el autor antes mencionado, se considera que para el Museo Nacional Arqueológico Brüning se ha considerado a la persona como recursos dotados, debido a la calidad de servicio que va a brindar, poseyendo cada uno de ellos características propias como su personalidad, ya que

para brindar un servicio hay que tener en cuenta los diversos tipos de caracteres que puede presentar un turista, donde no solo se trata de brindar una información del lugar que visita sino, que satisfacerlos de acuerdo a sus necesidades y requerimientos de acuerdo a la toma de sus decisiones para la permanencia en el destino que ha visitado.

## **ÁREAS OPERATIVAS PERSONAL Y FUNCIONES**

### **a) Cajero (a) de la sección y boletería**

1. Las actitudes que debe contar ser honrado, educado y tener buen trato con el público y habilidades para el cumplimiento de la función.
2. Saludar al visitante al momento que se acerque a la ventanilla y responder a las preguntas de estos últimos sobre el precio de las entradas. La persona encargada de esta sección tendrá en cuenta un ordenamiento en la venta de tickets para escolares, universitarios y turistas donde se especifique lo que va incluir el servicio a brindar y el número de teléfono del museo para caso de emergencia.
3. Contar el dinero al momento de recibir y dar vuelto previendo que haya sufrimiento cambio y evitar demora y así mismo mantener la zona de caja limpio y ordenado surtido de sencillo y otros elementos.
4. Verificar al momento de finalizar el movimiento diario de ingreso de fondos para cuadrar su caja y realizar su reporte al jefe inmediato.

**b) Recepcionista del depósito de objetos dejados por el turista**

1. Dar cordial bienvenida y saludo por la persona encargada de esta área, al momento de llegar el visitante.
2. Entregar ficha de control que contenga su nombre o DNI y/o Número de pasaporte de acuerdo al número de casillero, que ocupa para la debida devolución de sus prendas y en caso de olvidarse guardarlo bajo llave en un lugar seguro para su devolución respectiva.

**c) Orientador para Recepcionar a los visitantes**

1. Brindar la persona encargada de esta área una atención personalizada mostrando un trato amable y cortes al dar la bienvenida al visitante ya sea en castellano o inglés para orientarlo a la hora de su llegada y preguntarle qué servicios desea adquirir y hacerlo sentir como si estuviera en su propio lugar de origen e informarle las diversas bondades que presenta en sus exhibiciones el museo y entregarle folletos informativos del recorrido a realizar en su interior y así mismo estar atento a la hora de su salida para desearle un buen viaje y su pronto regreso.

**d) Coordinador de organización en el flujo de visitantes**

1. Brindar por el encargado de esta área una expresión amigable y de confianza mediante un saludo cordial y la bienvenida mostrando capacidad de organización en recepcionar los grupos de delegaciones que visitan el museo y el orden correspondiente al ingresar y así mismo

facilita la ayuda a las personas de la tercera edad o personas discapacitadas impedidos y a todas aquellas personas que lo soliciten.

2. Tener conocimiento esa persona de protocolos de carácter institucional y de las actividades que realizara el museo para informar y coordinar con las personas que están inmersas en lo logístico tener preparado todo antes de que ingrese los visitantes para evitar contratiempos y reclamo alguno y colaborar con los diversos medios de información si el caso lo requiera para eventos especiales.

**e) Personal de seguridad y vigilancia**

1. Velar por la seguridad de las personas, bienes materiales y en las instalaciones interior y exterior del museo y así mismo brindar ayuda en caso de emergencia cuando se requiera para un visitante o persona que labora en la institución o en situaciones de peligro en el interior del museo, para lo cual se requiere de personas profesionales de carácter privado.
2. Contar con un perfil profesional de buena personalidad y buen trato a las personas y transmitir firmeza en sus actos, en sus decisiones pero al mismo tiempo ser cortés y educado al momento de dirigir a los visitantes.

**f) El controlador de tickets**

1. Presentar un perfil amable y cortés al instante de ingresar y salir respetando las opiniones del visitante escuchando atentamente. Su misión es recepcionar los tickets cuando se ingresa al museo la persona o grupo



de personas al recinto para apreciar las diversas exposiciones que hay en el museo. Así mismo coordina con el coordinador de organización en el flujo de visitantes en el interior para evitar incomodidades garantizando el buen servicio.

**g) Guías de Museo**

1. Presentar un perfil con amplios conocimientos de cultura general y del aspecto sociocultural de la región en la que se desarrolla conduciendo al visitante en el idioma de su elección e interpreta con un conocimiento científico durante su recorrido por interior del museo las diversas exposiciones arqueológicas que hay y así mismo en todo momento debe seguir unas normas básicas de comportamiento y ética que le permitan ejercer la actividad con tal demostrando calidad y profesionalismo.

**h) Personal de mantenimiento de limpieza y áreas verdes.**

1. Brindar un ambiente estable y seguro por todo el personal que labora encargado de mantener limpio y ordenado las áreas del recorrido turístico a visitar, como son los jardines y servicios higiénicos a ser utilizados en el momento que se requiera.
2. Mantener informado al jefe de logística para asegurar los materiales e insumos a utilizar y evitar contratiempos en el mantenimiento de los antes mencionado.

**i) Jefe de supervisión**

1. Verificar y coordinar el buen desempeño de su personal a cargo en las diversas áreas de trabajo interior y exterior y el servicio de limpieza y mantenimiento de los baños y jardines para comodidad del visitante.

**j) Personal para atender en Stand de ventas.**

1. Ser cortes la persona encargada de esta área, con predisposición de mostrar los productos a la persona con entusiasmo detallando las características de lo que está ofreciendo al cliente y así mismo cuidando su apariencia en la forma de vestir para recibirlos con una sonrisa agradable y sientan confianza en él.
2. Evitar leer en el stand, estar sentado, ignorar a los visitantes, tener desordenado las cosas y repartir los folletos en forma masiva.
3. Habilitar espacios donde el visitante encontrara suvenir, replicas, libros de investigación, artesanía, etc.

**k) Personal de tópico**

1. Brindará atención primaria por el tópico del museo Brüning para su personal o visitantes contribuyendo al bienestar de la persona brindando una asistencia inmediata en la atención de la salud a cargo de un especialista en enfermería o asistente médico en caso de emergencias y/o urgencias según el estado que presente la persona.
2. Contar con el apoyo de una movilidad para casos de emergencia.

## **1) Personal de biblioteca**

1. Contar con amplia experiencia en el manejo del material bibliográfico, a la vez que deberá ser amable, cortés al dar la bienvenida al visitante y dominar idioma.
2. Establecer horario para la atención de la persona que lo desee y así mismo la orientación bibliográfica al usuario sobre el tema de investigación que esté realizando, quedando prohibido hacer préstamo a domicilio.
3. Tener en cuenta el bibliotecario el control del material bibliográfico solicitado en calidad de préstamo y vela por el orden y disciplina del salón de lectura y realiza el inventario general de acuerdo al material bibliográfico que se cuenta en la estantería

## **Gestión de la calidad del servicio y/o espacio físico**

La gestión de la calidad de servicio, está íntimamente ligado al grupo humano para la satisfacción de los visitantes a cargo de la dirección y el compromiso de todos sus trabajadores que laboran en las diversas áreas, teniendo una perspectiva de responsabilidad cada uno de ellos, y retos asumir dentro de la institución con la condición de tener visitantes satisfechos y el compromiso de que sean ellos mismo los portadores de promocionar el museo.

### **2.1. La política de calidad**

La política de calidad para la prestación de servicio turístico en el museo tiene como finalidad fomentar la responsabilidad y propiciar el trabajo

conjunto al servicio del turista, cuyas acciones contribuyan al bienestar de la persona y ello se lograra a través de capacitaciones y el mantenimiento de su infraestructura con el propósito de brindar un servicio confiable acorde a las normas y políticas establecidas en la institución y de otros organismos competentes en el sector turístico cuya finalidad es generar un bienestar para todos.

A esto se suma fijar sus metas y objetivos a corto y largo plazo para garantizar la satisfacción y seguridad de los visitantes.

Uno de los principales lineamientos en la política de calidad es fortalecer la comunicación a través de reuniones periódicas y crear un clima favorable de trabajo teniendo en cuenta que el museo depende en gran medida económicamente del ingreso de los visitantes garantizando en ellos su comodidad y seguridad durante la estancia que perdure en dicha institución.

## **2.2. Criterios de calidad en relación a las diversas etapas de servicio**

**PRIMERA ETAPA:** La ubicación del stand para la venta de ticket

### **2.2.1. El stand**

Hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

#### **a) Ubicación del stand para la venta de los tickets**

Es importante tener en cuenta que el stand debe colocarse en una zona visible y sea

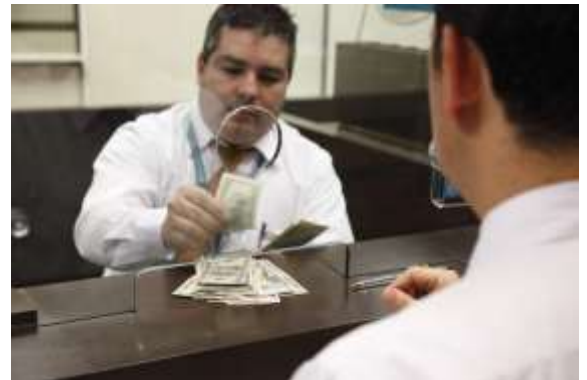


llamativo para el visitante desde el exterior y atractivo en el interior.

Es importante colocar en un lugar visible el tarifario de los precios de las entradas y el horario de la visita al museo. La persona encargada deberá dominar un idioma especialmente el inglés.

**b) El cajero y/ o recaudador**

Debe ser una persona capacitada en el manejo de detectar monedas o billetes falsos para evitar problemas, y así mismo, saludar



cordialmente al visitante al momento que este se acerque a cancelar el aporte por el ingreso al museo, y responder a las preguntas sobre el servicio a solicitar y lo que incluye la entrada.

**c) Vestuario**

La persona encargada deberá contar con un vestuario acorde al reglamento propuesto por la institución, ya que se encuentra siempre a la vista de los visitantes y de



su cuidado personal, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio, adoptando una imagen de estética, estableciendo los caballeros una barba bien rasurada y peinados, las damas sin exceso de maquillaje y joyas, para que la persona vea que lo atiende un personal competente, así no se tratase de su área de atención. Así mismo deberá contar con un fotocheck, donde indique una información básica como son sus datos personales y área de trabajo para su identificación.

## **SEGUNDA ETAPA: El recibimiento al visitante**

### **2.2.2. El recibimiento al visitante**

- a) La primera impresión que tendrá el turista es con el personal de seguridad y/o vigilancia quien le dará la bienvenida amablemente con un tono seguro y cordial, y ofrecerle las garantías necesarias para que el



visitante y/o personal que labora se sienta seguro y protegido de todo peligro durante su estadía de visita en el museo y tener en cuenta la ubicación del material contra incendios para casos de emergencia como son las mangueras y los extintores.

De acuerdo al horario establecido por la institución estará a cargo de abrir y cerrar las instalaciones del museo, demostrando un

servicio eficiente y de capacidad en afrontar cualquier imprevisto poniendo un énfasis de seguridad y confianza para el visitante.

#### b) Letreros y señalización

El propósito de la señalización tiene como finalidad prevenir cualquier tipo de riesgo del personal que labora y de los



visitantes ubicándolo en un lugar visible y fácil de entender cuyos iconos o signos van a facilitar la barrera lingüística cuya representación va a ser reconocido y entendible respondiendo a un idioma universal establecido, brindándole su seguridad durante el acceso y salida del lugar visitado de acuerdo a las normas técnicas dadas por los organismos peruanos como Instituto Nacional de defensa Civil “INDECI” el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú y otros dependencias, estableciendo las indicaciones necesarias conforme lo estipula en su Norma Técnica - 2004 diseños, colores, formas, dimensiones de la señales de seguridad y símbolos.

Así mismo se debe establecer una señalización explicativa durante el recorrido desde el ingreso hasta el final de la exposición y una señalización direccional donde indique como es el recorrido y evitar pérdida de tiempo.

### **c) Facilidad de acceso al lugar**

Para garantizar la seguridad, protección y el bienestar de los visitantes se requiere tomar un conjunto de medidas desde su ingreso hasta el interior encaminado a prevenir cualquier tipo de accidente que pueda afectar a la persona en sus instalaciones y áreas del museo coordinando con el jefe de seguridad o director bajo la asesoría de un especialista estableciendo los mecanismos adecuados de la protección del visitante y proveyendo de una cartilla al personal del cuidado que deben tener y recomiendo a los turistas durante su visita al museo.

Durante el recorrido en sus diversos pisos deberá evitarse tener obstáculos en sus pasadizos donde se desplaza las personas para evitar cualquier tipo de accidentes en caso de una emergencia de un movimiento sísmico y/o incendio.

### **d) Horario de apertura**

Para que el visitante pueda organizar mejor su visita al museo es necesario que por los diversos medios de redes sociales y de comunicación se publicite el horario de atención durante la semana e incluso los días feriados y dar a conocer que día del domingo del primer mes es gratuito.

Además en ello debe incluir los precios de las entradas tanto a nacionales como extranjeros.



**TERCERA ETAPA:** El uso del servicio por parte del visitante.

### 2.2.3. El uso del servicio por parte del visitante

#### a) Ingreso al lugar ( Organización y orden)

Con la finalidad de ofrecer un buen servicio a los visitantes el personal a cargo del control en el museo deberá considerar lo siguiente:

- **Revisión de tickets para el ingreso del visitante**
  - ✓ Después de dar el saludo y la bienvenida deberá solicitar el tickets al visitante de una forma educada para evitar alguna molestia constatando que todo esté en orden la fecha y día de la semana.
  - ✓ Es necesario que la persona que esté a cargo del control de las entradas deberá verificar que coincida la fecha y precio de pago de acuerdo al tarifario dado por la institución para que ingrese el visitante.
  - ✓ Después de haber recepcionado el tickets al visitante es necesario agradecerle y desearle una linda estadía durante su permanencia en el museo.
- **Control de ingreso de acuerdo al aforo de la capacidad del recinto.**
  - ✓ Es recomendable considerar el número de aforo de la capacidad de personas que se pueden albergar en el museo por cada nivel, teniendo en cuenta su ancho de los espacios donde se encuentran las vitrinas y las puertas de salidas para una evacuación de emergencia

estableciendo la seguridad necesaria al visitante y personal que labora en el museo.

- ✓ Las exposiciones de nuevos hallazgos arqueológicos tienen un enorme atractivo para delegaciones y visitantes como así mismo los primeros domingos de cada mes las entradas libre trae como consecuencia el mayor flujo de personas donde el personal de seguridad debe contar con un plan de contingencia para garantizar la seguridad y bienestar del visitante en coordinación con el personal que labora en el museo conociendo sus responsabilidades de cada uno y su rol dentro del plan de trabajo.
- ✓ Para evitar la conglomeración en el museo es necesario dar a conocer a las Instituciones Educativas y otras a fines por los diversos medios de información que deben presentar su solicitud de visita con anticipación especificando el número de alumnos y personal que acompaña para realizar una planificación acorde a los requerimientos de cada visitante

- **Servicio de custodia de los objetos**

Es indispensable implementar un ambiente con guardadores apropiados para que los turistas encarguen sus cosas y se sientan más cómodos al visitar las instalaciones dentro del museo con sus respectivos llaveros y contraseñas con un número adecuado.

Esto permitirá que el visitante pueda desplazarse plácidamente en el interior del museo al momento de recorrer las instalaciones de los diversos pisos sin

que nada les impida la visita guiada o tal vez un mejor control y a veces pueden introducir objetos que estén prohibidos.

En esta área el personal debe ser eficiente con una actitud positiva brindando información adecuada en el servicio de atención al visitante y que transmita a través de su presencia confianza y su lenguaje con un tono de voz apropiado irradiando confianza y seguridad en el turista y los visitantes sientan la seguridad de sus cosas y prendas que estén bien resguardados y de fácil identificación con su codificación pertinente para devolverlos.

## **B) Recorrido en el lugar**

- **Guía del Museo**

El Guía de un Museo cumple una función básica en orientar, conducir, velar por la seguridad del turista, orientar y asesorarlo si el caso lo requiera.

Dentro de las funciones que le competen son las siguientes:

- Es puntual y ordenado en la institución donde opera sus servicios y así mismo planifica el tiempo de su recorrido a utilizar dentro del horario establecido de atención al turista en el museo.

- Una buena presentación y habilidad en su comunicación al conducir al grupo.

- Una dicción clara para que los turistas puedan comprenderlo en el idioma que lo requieran.

- Buena habilidad descriptiva al describir el objeto.

-Interés por la investigación para brindar una buena información con base científica y precisa.

-Una buena memoria para informar de lo que se exhibe en el museo.

-Promover una buena imagen del museo donde labora para la satisfacción del turista.

-Manifiesta una capacidad de conducción de grupo y liderazgo en todo momento.

-Facilita una información adecuada sobre otros recursos turísticos que existen en la región de Lambayeque y/o del lugar que visita.

-Establece una empatía con los turistas para generar confianza y un buen entendimiento.

- **Personal de apoyo**

Es un valioso soporte para brindar un servicio de calidad, abarcando su labor con las diversas áreas que operan en el museo para la satisfacción del turista y la estrecha coordinación con los guías para la visita al interior y exterior del museo evitando aglomeraciones en los espacios que hacen uso los turistas ante temporadas altas o visitas de delegaciones.

En caso de que los turistas no poseyeran los servicios de un guía, brindaran una orientación de lo que se exhibe en el museo (no servicio de guiado) según los requerimientos solicitados por la persona o de casos puntuales como son: los servicios higiénicos, salas de exhibiciones, tópicos, centros artesanales o de asistencia por motivos de salud.

Al mismo tiempo brindara apoyo a todo evento realizado por el museo y la recepción de los visitantes para los actos protocolares.

### **C) Instalaciones y señalización**

En las diversas instalaciones físicas que posee el museo como así mismo sus áreas externas, es primordial mantener limpio y seguro los diversos ambientes reflejando la preocupación del personal que labora para la acogida de los turistas.

Complemento a ello es mantener visible la señalización de las zonas de evacuación, zonas seguras en caso de movimientos sísmicos, localización de los servicios higiénicos, las áreas administrativas, lugar de parqueo, y zonas prohibidas, etc.

### **D) Decoración y ambientación**

Acorde a los avances tecnológicos es importante que la ambientación escenográfica en el museo refleje sus espacios culturales concebidos para el disfrute y aprendizaje de los visitantes al exponer sus valiosos objetos fomentando una participación interactiva tomando en cuenta el área destinado de acuerdo al uso que se asignará a cada una de las zonas distintas de cada lugar acorde a los objetos a exhibir con una señalización adecuada y fichas informativas.

### **E) Presentación de la exposición**

Las piezas arqueológicas de un museo al momento de exhibirse ante los visitantes deberán representar un contexto histórico de su origen e importancia que tuvo dentro de nuestra historia resaltando sus características iconográficas que identifica a cada cultura para que el turista quede satisfecho y la iluminación sea apropiada que permita apreciar el valor cultural que encierra ante la imagen de los que observan y salgan satisfechos.

### **F) Material informativo**

Es recomendable que los visitantes cuenten con una folletería adecuada como medio de información sobre lo que se exhibe en los diferentes pisos las numerosas muestras arqueológicas como una orientación de lo que va apreciar y así mismo una orientación a recorrer en las instalaciones del museo.

### **G) Uso de los servicios**

Es necesario tener en cuenta que durante el recorrido se recomienda lo siguiente:

- Mantener las diversas áreas de ambiente impecables para transmitir en el turista la higiene adecuada que existe en el Museo.
- En el área de los servicios higiénicos deben mantenerse los sanitarios y lavatorios en un perfecto estado, con una adecuada limpieza y su grifería en adecuada conservación evitando fugas de agua.
- Evitar que la limpieza sea en un horario de atención del visitante y que los útiles de mantenimiento sean dejados en zonas que transita el visitante.

- Que la limpieza no sea solamente internamente sino también externamente desde las paredes, monumentos, jardines y otros afines que haga uso el turista.
- Colocar en áreas estratégicas o de tránsito tachos de basura para mantener una limpieza adecuada sin que interrumpa el tránsito del visitante.

#### **H) Servicios de soporte**

Para casos de emergencia en caso de presentarse algún problema de salud, el museo debe contar con un tópico con personal capacitado para brindar los primeros auxilios teniendo en cuenta lo siguiente:

- ✓ La persona encargada del tópico debe brindar una seguridad y amabilidad en la atención del visitante mostrando un profesionalismo adecuado para brindar los primeros auxilios.
- ✓ El tópico debe brindar la salubridad adecuada tanto de la persona como del ambiente.
- ✓ Antes de ser atendido preguntarle los síntomas que presenta y si padece de alguna enfermedad o alergia para darle la orientación necesaria.
- ✓ Contar con un botiquín que contenga los implementos básicos para brindar los primeros auxilios como instrumental quirúrgico.
- ✓ Contar con medicinas básicas para brindar al visitante cuando presente un dolor de cabeza, malestar de estómago, tanque de oxígeno y un nebulizador portátil para casos de asma.,

- ✓ Mantenerse comunicado con la persona o familiar que lo acompañe o llamar por teléfono si el caso lo requiera con un familiar cercano en caso de estar solo(a).
- ✓ Hay que recordar que la buena atención por parte del museo al visitante es hacerlo sentirse bien y como una obligación de velar por su integridad.

#### 2.2.4. **CUARTA ETAPA:** La despedida al visitante

Es importante tener en cuenta que al despedir al visitante debe ser con la misma amabilidad y cortesía con la que se recibió por parte del personal que labora en el museo y sienta que el servicio que se le ha prestado ha sido eficaz deseándole una feliz estadía y su pronto regreso a nuestra región.

En esta etapa hay que estar preparados, done el visitante sino ha encontrado algo conforme o una mala atención puede hacer llegar sus quejas y/o reclamos a la dirección, por ello la persona quien atiende debe ver la manera para dar la solución inmediata.

#### **A) ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS**

- La persona designada como supervisor de las diversas áreas de trabajo debe conocer sus funciones y responsabilidades como debe ser de su competencia y resolver las incidencias que puedan ocurrir.
- La persona encargada del control del personal en las diversas áreas debe contar con una adecuada capacitación para resolver cualquier conflicto.



- El supervisor debe ser sociable y cordial para dar una respuesta satisfactoria ante cualquier circunstancia que se presentara para la satisfacción del visitante y resolver sus dudas y necesidades.

#### **2.2.5. Manejo Documentario y reportes administrativos**

La preservación y manejo de los documentos, deben estar debidamente archivados con una codificación ya sea en computadoras o ficheros que permitan localizar inmediatamente para alguna referencia de algo como:

- Consulta de datos administrativos.
- Cuadros estadísticos del número de visitantes al museo.
- Inventario de los bienes patrimoniales del museo.

#### **2.2.6. Seguimiento a la calidad de servicio**

##### **A. Administración del talento Humano**

El personal que labora en la institución debe tener bien claro la misión y visión respecto a la calidad de servicio y atención que se le debe brindar al visitante conociendo las normas y directrices de los museos.

Para ello se recomienda:

- Generar capacitaciones al personal que labora en atención al público, con la finalidad que puedan conocer las inquietudes, ideas y propuestas, para fortalecer el vínculo entre los trabajadores y los visitantes.

- Motivar a su personal con reconocimientos de acuerdo a su desempeño personal.
- Comprobar el buen desempeño de su personal que tengan relación directa en el servicio y atención al público.
- Coordinar con las diversas instituciones públicas y/o privadas para dar a conocer las normas y políticas internas de la institución para la buena atención de su servicio de acuerdo a sus horarios establecidos y evitar la incomodidad de los demás visitantes.
- El personal que tenga relación directa con los visitantes debe tener conocimiento de algún idioma para brindar las orientaciones necesarias.
- Coordinar con las Agencias de Viaje, y la Asociación de Guías de Oficiales de Turismo sobre las normas y políticas establecidas por el museo para la conducción de sus visitantes, acreditándose debidamente de acuerdo a las normas y leyes establecidas por GERCETUR.

### **3. GESTIÓN DE EMOCIONES**

La Gestión de Emociones como un proceso interno de autoconocimiento; es importante saber manejar las diversas emociones que se puedan presentar por parte de los visitantes, ya que ello redundará la satisfacción o insatisfacción del servicio recibido y por ende la recomendación de las personas a familiares o amigos.

### **3.1. Reporte de servicios**

Para poder implementar el nivel de satisfacción del servicio a los visitantes es necesario utilizar encuestas o mediante la revisión del libro de visitas, que permitirán conocer las debilidades y como mejorarlos para brindar el buen servicio.

### **3.2. Venta de artesanías**

Es importante que el museo cuente con un área para la venta de objetos artesanales y demostración de la elaboración de estos para que los visitantes puedan apreciar las diversas técnicas ancestrales como parte de la cultura viva y puedan interactuar con ellos.

### **3.3. Boutique o Stands de Venta**

Tiene como objetivo principal ofrecer a los visitantes una diversidad de objetos que pueda ofrecer como souvenir, libros, llaveros, replicas como parte del recuerdo de su visita al museo y tener en cuenta lo siguiente:

- La ubicación debe estar en un área visible y los objetos que ofrece deben estar ordenados y con la limpieza adecuada.
- El stand artesanal debe estar señalizado para llegar sin que genere la incomodidad del visitante.
- La persona que atienda debe tener un conocimiento en idioma como la historia del museo y de los objetos que ofrezca.
- Dentro de las diversas funciones que debe brindar la persona encargada del stand debe saludar y despedirle cordialmente al

visitante y preguntarle en que le puede servir, permitiéndole conocer acerca de sus necesidades e intereses.

- Con un lenguaje claro y sencillo debe explicar las bondades del artículo que vende.
- Recomienda otros artículos que puedan ser al alcance de la economía del visitante.
- Maneja con eficiencia los precios de los artículos a ofrecer.
- Tiene la paciencia de esperar la decisión y respuesta del turista del objeto adquirido.
- Hace entrega del artículo adquirido en forma empaquetada para evitar algún deterioro.
- Muestra al visitante su gratitud y agradecimiento por la compra realizada e invita a regresar.

### **3.4. Punto de información**

Para una mejor promoción de lo que exhibe el museo debe establecer estrategias de manejo de gestión con principales Agencias de Viaje, Aeropuerto, Agencias de Transporte, Hoteles, Restaurantes y/otros afines que brinden la información adecuada de lo que posee el museo.

### **3.5. Buzón de Sugerencias**

Se debe contar con buzón de sugerencias en un espacio visible para que los visitantes puedan transmitir a través de escritos sus observaciones de la

calidad de servicio o reclamos que permitan tomar las medidas correspondientes en bienestar del visitante y sea parte de dicho proceso.

### **3.6. Comunicación**

La comunicación en un museo debe estar acorde a los últimos cambios de la tecnología moderna y mostrar a los visitantes que los servicios que se ofrecen en las diversas salas de exposiciones están a la vanguardia de acuerdo a las políticas planteadas por el museo.

### **3.7. Sala interactiva**

Establecer espacios adecuados para la proyección de videos de lo que muestra el Museo, permitiendo al visitante tomar un amplio conocimiento de lo que va a observar e imbuirse de la riqueza cultural de nuestros antepasados.

### **3.8. Wet Site**

Establecer un espacio interactivo y accesible donde los visitantes puedan acceder a una base de datos para dejar sus comentarios o sugerencias creando un canal interactivo entre el usuario y la institución para dar sus aportes y sugerencias en mejorar la calidad de servicio del visitante y lo que muestra el museo.

### **3.9. Cafetería**

Disponer una área para establecer una cafetería y expendan productos de alimentos saludables para el consumo de los visitantes como jugos, frutas, ensaladas, galletas, etc.

### **3.10. Cabinas Telefónicas**

Instalar cabinas telefónicas al servicio del visitante que posibiliten comunicarse sin abandonar el recinto brindándole su seguridad y comodidad.

### **3.11. Cabinas de Internet**

Implementar en una sala cabinas de Internet al servicio del visitante como complemento de la calidad de servicio.

### **3.12. Bibliotecas y salas de estudio**

Se considera establecer un ambiente de sala de estudios para los investigadores y además aquellas personas que deseen consultar diversos fascículos más recientes sobre trabajos de investigación arqueológica y/o otros afines.

## **4. SOSTENIBILIDAD**

### **4.1. Aspecto Ambiental**

Sensibilizar a los visitantes el tema de conservación y protección de nuestro patrimonio mueble e inmueble con un manejo sostenible.

Las buenas prácticas deben de estar enfocadas a lo siguiente:

- **Agua**
  - Revisión adecuada de las cañerías que suministran agua los servicios higiénicos.
  - Colocar letreros que indiquen el uso adecuado del agua.
  - Revisar periódicamente las cañerías para evitar fugas de agua.

- **Energía**
  - Instalar focos ahorradores.
  - Potenciar luz natural
  - Instalar luces de emergencia para casos de apagón
- **Desechos sólidos**
  - Indicar a través de una señalización donde se localizan los basureros.
  - Colocar los basureros de acuerdo a su clasificación para su debido reciclaje.
- **Contaminación**
  - Instalar en los diversos ambientes materiales acústicos para evitar el ruido del exterior.
  - Evitar demasiada contaminación visual en los exteriores del museo.

#### **4.2. Aspecto Socio cultural**

- ✓ **Responsabilidad Social externa**
  - El personal que labora debe estar claramente identificado según su puesto y por ende en las actividades que realiza dentro del museo.
  - Evitar realizar demora en los trámites de gestión para la visita de delegaciones al museo.
- ✓ **Valoración y respeto de la cultura**
  - Promoción y participación de actividades culturales que demuestren la riqueza costumbrista de nuestra región.

- Realizar exposiciones temporales que permitan crear en el visitante una identidad cultural.

✓ **Promoción y difusión de actividades culturales**

- Difundir a través de los diversos medios de información la programación de la realización de las diversas actividades culturales.

### **4.3. Ámbito Económico**

✓ **Políticas y Planificación**

- En su operativo anula tener en cuenta el desarrollo de capacitaciones para la buena atención al visitante.

✓ **Leyes, regulaciones y normatividad**

- Dar a conocer al personal las normatividades de la institución cultural para su cumplimiento y la buena atención al visitante.

✓ **Capacitación**

- Establecer dentro de su Plan de Trabajo capacitaciones anuales a su personal a cargo como: Atención al visitante, Primeros Auxilios, Evacuación ante un desastre natural, etc.

### **QUINTA ETAPA: Evaluación**

El plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el museo Arqueológico Nacional Brüning, Lambayeque, contiene cuatro etapas con sus acciones diseñadas y sus líneas de Acción, todo lo cual será evaluado a corto, mediano y largo plazo. De igual manera sus etapas y acciones son flexibles, pudiendo adicionarse para su mejora en la satisfacción del visitante y la calidad de servicio brindado.



**TERCERA PARTE:  
VALIDACIÓN DE LOS RESULTADOS**

## **CAPÍTULO 5. VALORACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LOS RESULTADOS**

### **5.1 Valoración de los resultados.**

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad brindar la satisfacción del visitante y la calidad de servicio brindado, por parte del personal que labora en el Museo Arqueológico Brüning de Lambayeque de acuerdo a los objetivos generales y específicos planteados, el mismo que se estructura en diversas etapas de evaluación de cómo atender al visitante y de mantener una imagen de atención hacia él, demostrando que la persona que lo atiende es competente y calificada en brindarle un servicio.

La encuesta fue validada por tres especialistas conocedores en el área de turismo y museología, siendo uno de ellos el Director del Proyecto arqueológico de Huaca Rajada – Sipán Luis Chero Zurita, quién manifestó que la aplicación del cuestionario a los trabajadores es de bastante interés donde se va a recopilar información que les va a permitir dar un mejor servicio a los visitantes ya que los usuarios van cambiando sus tendencias de acuerdo al desarrollo tecnológico e intelectual hoy en día.

Con la finalidad de fortalecer las encuestas y la entrevista se recurrió al Magister Elvis Serruto Perea decano del Colegio de Licenciados en Turismo “COLITUR”, quien manifestó que las preguntas estaban acorde a los objetivos trazados para brindar un calidad de servicio a los visitantes en el museo arqueológico Nacional Enrique Brüning de Lambayeque y que servirá de aporte a la institución.

Para el Magister Álvaro Wladimir Vásquez Vásquez, especialista en desarrollos Turísticos, manifiesta que la encuesta y cuestionario está en condiciones para su

aplicación en el objeto de estudio ya que presenta consistencia en los constructos de los ITEMS.

Después de haber dado su visto bueno los expertos se elaboró los cuadros de la prueba estadística del alfa de Cronbach para corroborar la hipótesis de la existencia o no de la fiabilidad del cuestionario aplicado.

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,873	10

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
item1	30,00	34,143	,521	,867
item2	29,73	35,210	,451	,872
item3	30,13	32,410	,791	,845
item4	30,20	34,314	,463	,873
item5	29,87	35,695	,597	,861
item6	30,00	34,429	,545	,864
item7	30,27	32,638	,688	,853
item8	29,67	33,952	,633	,857
item9	29,67	36,381	,514	,866
item10	29,87	31,695	,796	,843

## 5.2. Ejemplificación de la aplicación del aporte práctico

Se realizó el taller de socialización como un aporte práctico en el plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque, participando los trabajadores de las diversas áreas de dicha institución, logrando adquirir lineamientos en la atención al visitante para poder transmitir la información de forma clara, sencilla, o técnica en función a los requerimientos y expectativas de estos.

La tendencia de hoy en día es que los visitantes están acostumbrados a recibir servicios de calidad esperando lo mismo de los museos ya que su visita es con la finalidad de apreciar la riqueza cultural del patrimonio mueble como expresión o testimonio de la creación humana con un valor arqueológico, artístico, científico e histórico, a esto se suma que la combinación de limpieza, comodidad y seguridad, es un requisito imprescindible que el museo no debe olvidar, ya que la mirada de las personas hacia los museos se concentra cada día más como usuarios y que su experiencia sea relevante para cada individuo haya sentido una experiencia positiva y el deseo de volver.

### **Conclusiones del taller**

Se consideró por los participantes que el plan de acción de gestión del patrimonio cultural es un aporte novedoso de mucha importancia para mejorar la satisfacción del visitante que ingresa al Museo Arqueológico



Nacional Brüning conllevando a lograr las metas y objetivos trazados en dicha

propuesta, donde los participantes comprendieron que para lograr el éxito y mayor difusión del museo es estar capacitados y estar acorde a los cambios que se vienen realizando en esta época moderna y saber fortalecer los vínculos de integración y saber hacia dónde nos dirigimos, ser una persona positiva y lograr cautivar la atención de los visitantes, teniendo una facilidad de palabra, ser persuasivo, comunicativo, entusiasta y confiar en sí mismo de lo que hace y proyectar hacia los visitantes la confianza y seguridad al llegar a visitar el museo.

## **5.2 Ejemplificación de la aplicación del aporte práctico**

La elaboración de la propuesta del Plan de Acción de Gestión del Patrimonio Cultural para la Satisfacción del Visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, de Lambayeque, se basa en garantizar la calidad de servicio en todo el proceso de las diversas áreas que lo conforman.

Esta propuesta está destinada en dar algunos alcances de acuerdo a las nuevas tendencias empleadas hoy en día en los museos y que deben ser puestos en práctica para beneficio de los visitantes, cuyo propósito es que le sirva al personal



que labora de como desempeñarse adecuadamente y que sirva para otros estudiantes de pregrado como un documento de consulta cuando se necesite realizar un diagnóstico correctamente de calidad de servicio en un museo y por ello debe considerar, los diversos criterios de calidad en relación a las diversas etapas de servicio que se especifican en dicho trabajo de investigación.

## **REUNION CON EL DIRECTOR**

Dentro de las gestiones a realizar para el desarrollo del proyecto de investigación se tuvo una primera reunión con el director del Museo Arqueológico Nacional Brüning de la ciudad de Lambayeque, para dar a conocer los objetivos y metas propuestas para mejorar la calidad de atención al visitante por parte del personal que labora en dicha institución.

## **TRABAJOS CON EL PERSONAL DE CADA AREA**

Para conocer las debilidades en atención al visitante se tuvo que aplicar un cuestionario de preguntas dirigidas a los trabajadores de cada área, con la finalidad de poder conocer la problemática y buscar las alternativas de solución para un mejor servicio al público que visita dicha institución.

## **COORDINACION CON LA UNIVERSIDAD PARA EL APOYO**

**Para llevar a cabo la capacitación con los trabajadores del Museo Arqueológico Nacional Brüning** se contó con el auspicio de la universidad San Martín filial Chiclayo en la entrega de certificados y como anfitriones los alumnos de la Escuela de Turismo Y Hotelería.

## **CONCLUSIONES GENERALES**

Se fundamentó teóricamente el proceso de formación del turismo cultural de museos y la gestión; caracterizando su evolución histórica y teórica a través del estudio de diferentes autores.

Se realizó un diagnóstico del estado actual en la gestión del proceso de formación del turismo cultural en el museo Arqueológico Nacional Brüning, para lo cual se aplicó un cuestionario y entrevistas a los visitantes, arrojando varias deficiencias que se describen.

Se elaboró una propuesta práctica, que consistió en un plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el museo arqueológico nacional Brüning, Lambayeque, el cual consta de las diversas áreas operativas que deben funcionar en un museo.

Con la aplicación de la propuesta práctica; las nuevas políticas estratégicas de la museografía, la participación de la comunidad y diversas instituciones ya sean públicas o privadas se logrará incrementar el número de visitantes y dar a mostrar la riqueza cultural que encierra dentro de su estructura como así mismo crear una identidad y valoración por la riqueza de nuestros antepasados

## **RECOMENDACIONES**

Elaborar una propuesta práctica, consistente en un plan de acción que contribuya al incremento del turismo cultural para la satisfacción del visitante al Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque.

Establecer capacitaciones trimestrales o anuales en beneficio de los trabajadores del Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque, para el otorgamiento de un servicio de calidad al visitante.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Área de Investigación en Economía de la Cultura y el Turismo. (s.f.). Propuestas para un plan a mediano plazo en el Museo de Bellas Artes San Pío V. Universitat de València. Recuperado de: <http://www.uv.es/culturag/EJemTrabMuseos/InformeFinalSanPiusV.pdf>
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (2ª edición). Colombia: Pearson Education.
- Boscán, J.; Guanipa, X. & Álvarez, R. (2010). Niveles de satisfacción del consumidor de los servicios turísticos del municipio Falcón, península de Paraguaná, estado Falcón, Venezuela. *Multiciencias*, 10(3). Consultado en: <http://www.produccioncientifica.luz.edu.ve/index.php/multiciencias/article/viewFile/16830/16804>
- Campos, R. (2002). El turismo en Castilla – La Mancha. Análisis y prospectiva. España: Ediciones de la Universidad de Castilla – La Mancha.
- Camprubí, R. (2015). Análisis de la gestión turística de los museos: El caso de Girona. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 11(1), 121-146. Recuperado de: <http://www.eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/68>
- Castillo, E. (2005). “Tusculum, una visita casi obligada para los viajeros del Grand Tour”. En Castillo, I. *Tusculum I. Humanistas, anticuarios y arqueólogos tras los pasos de Cicerón. Historiografía de Tusculum (siglos XIV – XIX)*. Madrid, España: CSIC.

- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Farfán, C. (2015). *La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: Museo San Francisco de Lima (tesis de pregrado)*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/4485>
- Fernández, M. (2003). Los museos espacios de cultura, espacio de aprendizaje. *IBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 36(1), 55-61. Recuperado de: [http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15: Los-museos-espacios-de-cultura-espacios-de-aprendizaje&catid=10&Itemid=103](http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com_content&view=article&id=15: Los-museos-espacios-de-cultura-espacios-de-aprendizaje&catid=10&Itemid=103)
- García, P. (2011). *El patrimonio cultural: conceptos básicos*. Zaragoza, España: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Gilabert, L. (2015). Museos, gestión y patrimonio cultural: El proyecto de la ciudad de Oporto. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(1), 93-112. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88133268016>
- Gómez, M.; Mondéjar, J. & Sevilla, C. (2005). *Gestión de turismo cultural y de ciudad*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla – La Mancha.
- Gutiérrez, R. (2010). *Plan Estratégico para la Formulación e Introducción de los Sistemas de Información en el Museo Nacional Brüning de Lambayeque (Tesis de pregrado)*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú.

Hayes, B. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios* (3a edición). España: Ediciones Gestión 2000. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=dicScdBb6IcC&printsec=frontcover&q=satisfacci%C3%B3n+del+cliente&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=dicScdBb6IcC&printsec=frontcover&q=satisfacci%C3%B3n+del+cliente&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente&f=false)

Hernández, F. (2015). El Museo Arqueológico Nacional: ¿Un museo para los nuevos tiempos? *ArqueoWeb*, (1), 255-276. Recuperado de: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/16/12Paquita.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5a edición). México: McGraw-Hill.

Instituto Andaluz del Patrimonio Cultural (en línea). ¿Qué es patrimonio cultural?. Junta de Andalucía. Disponible en: [http://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/patrimonio-cultural/documentos/gestion-informacion/que\\_es\\_patrimonio\\_cultural.pdf](http://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/patrimonio-cultural/documentos/gestion-informacion/que_es_patrimonio_cultural.pdf)

Jaramillo, C. (2007). *Los Museos como Herramientas de Transformación Social del Territorio El caso del Museo de Antioquia*. Recuperado de: <http://www.uv.es/museos/MATERIAL/Jaramillo.pdf>

Ley N° 28296. Decreto Legislativo N° 1003, Lima, Perú, 2 de mayo de 2008.

Martínez, A.; Ponce, J. & Granados, J. (2013). Nueva musealización del Museo Arqueológico Municipal de Lorca. *Alberca: Revista de la Asociación de Amigos del Museo Arqueológico de Lorca*, (11), 205-226. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4558302>

- Martorell, A. (2017). Turismo Cultural: Reflexiones para un encuentro sostenible entre turismo y cultura (1ra edición). Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres – Fondo Editorial.
- Menéndez, F.; Fernández, F.; Llana, F.; Vásquez, I.; Rodríguez, J. & Espesa, M. (2009). Formación superior en riesgos laborales. Parte obligatoria y común. (4ª edición). España: Lex Nova.
- Mercado, H. (2004). ¿Cómo hacer una tesis? (3ª edición). México: Editorial Limusa.
- Miralbell, O.; Arcarons, R.; Capellà, J.; González, F. & Pallàs, J. (2005). Gestión pública del turismo. España: Editorial UOC.
- Molina, A.; García, J., & Gómez, M. (2011). Elementos clave para el comercio minorista de un destino\*/Key Elements for Retailing in a Destination. *Universia business review*, (29), 80. Consultado en: <http://search.proquest.com/openview/1a5a0fda0927f2bf590d8453337da88a/1?pq->
- Morillo, K. (2014). Creación de un plan de manejo turístico para los museos caso “Museo de la Cultura Lojana” (Tesis de maestría). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3348>
- Museo Arqueológico Nacional Brüning (2015). Reportes estadísticos de visitantes del Museo Arqueológico Nacional Brüning.
- Norma, A. (2009). Accesibilidad para personas con discapacidad y de las personas adultas mayores. *Diario El Peruano*, Lima, Perú.

- Oliveira, A. & Capriotti, P. (2013). Gestión estratégica de los públicos en museos. De la identificación a la comunicación. *El profesional de la información*, 22(3), 210-214. DOI: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.may.03>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1982). Declaración de México sobre las políticas culturales. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. México.
- Pastor, M. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. Universidad de Alicante – España.
- Pérez, J. & Merino, M. (2009). Definición de plan de acción. *Definiciones*. Recuperado de: <https://definicion.de/plan-de-accion/>
- Querol, M. (2010). Manual de gestión del patrimonio cultural. Madrid, España: Ediciones Akal.

# **ANEXOS**

## ANEXOS

### ANEXO A: CUESTIONARIO ENCUESTA DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO NACIONAL BRÜNING

**Objetivo:** Determinar la perfección de los colaboradores respecto a las diversas áreas del museo Arqueológico nacional Brüning como principales protagonistas.

<b>LISTA DE ÍTEMS</b>	
Ítem 1	¿Cuál es la importancia del museo Brüning para la región de Lambayeque? a) Por ser un museo emblemático de la región. b) Por presentar una variada exposición. c) Porque ayuda a comprender las diversas épocas del antiguo Perú.
Ítem 2	¿Cuál es la percepción que tienen los visitantes acerca del Museo Brüning? a) Muy interesante b) Recargados objetos arqueológicos en sus vitrinas c) Sus fichas técnicas son con una información muy recargada
Ítem 3	¿Cree usted que la presentación de los objetos atrae la mirada de los visitantes? a) Bastante b) Poco c) Regularmente
Ítem 4	El recibimiento que se le brinda al visitante por parte del personal es: a) Atento b) Desatento c) Indiferente
Ítem 5	¿Cree usted que los visitantes puedan localizar los servicios higiénicos, boletería, caseta de información y otros? a) Fácilmente b) Dificilmente c) Se confunden
Ítem 06	¿Qué tipo de visitantes han visitado con mayor frecuencia el museo Arqueológico Nacional Brüning en estos últimos meses? a) Extranjeros b) Nacionales c) Locales
Ítem 07	¿Cree usted que los Guías Oficiales de Turismo, que llegan a orientar al turista en el Museo Brüning, se encuentran capacitados para brindar un buen servicio a los visitantes? a) Les falta más investigación b) Les falta dominio de idiomas c) Se desenvuelven adecuadamente frente a los visitantes
Ítem 08	¿El personal que labora en el museo Arqueológico Nacional Brüning recibe capacitaciones?

	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Anualmente</li> <li>b) Semestral</li> <li>c) Ninguna</li> </ul>
Ítem 09	<p>¿Cuál es la situación real de los objetos arqueológicos que se exhiben en el museo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se encuentran conservados</li> <li>b) Se encuentran protegidos adecuadamente</li> <li>c) No se encuentran debidamente protegidos algunos de ellos</li> </ul>
Ítem 10	<p>¿Qué tipo de servicio utilizan más los visitantes para llegar al museo Brüning?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Agencia de viajes</li> <li>b) Transporte privado</li> <li>c) Transporte publico</li> </ul>



**ANEXO B: CUESTIONARIO ENCUESTA DIRIGIDO A LOS VISITANTES DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO NACIONAL BRÜNING DE LAMBAYEQUE.**

**ENCUESTA DIRIGIDO A TURISTAS NACIONALES Y RECEPTIVO**

**DATOS GENERALES:**

Lugar de origen:	Edad			Sexo
Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 15 a 24 años	<input type="checkbox"/> 25 a 34 años	<input type="checkbox"/> 35 a 44 años	M <input type="checkbox"/>
Procedencia: _____	<input type="checkbox"/> 45 a 54 años	<input type="checkbox"/> 55 a 64 años	<input type="checkbox"/> 65 años a más	F <input type="checkbox"/>
Grado de instrucción: SGI <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/>				

**OBJETIVO:** 2. Conocer la percepción de los visitantes con respecto a la calidad de servicio en las diversas áreas del museo arqueológico Nacional Brüning.

**DESARROLLO DE LA ENTREVISTA**

1. **¿Cuántas veces visito el museo Arqueológico Nacional Brüning?**
  - a) Una vez
  - b) Dos veces
  - c) Más veces
2. **¿A través de qué medio se enteró de la existencia del museo Arqueológico Nacional Brüning?**
  - a) Internet
  - b) Diarios
  - c) Folletería
3. **¿Cuál fue la motivación para visitar el museo Arqueológico Nacional Brüning?**
  - a) Vacaciones, recreación u ocio
  - b) Educación (realizar estudios, investigaciones por grado)
  - c) Para ver qué novedades hay
4. **¿Considera usted que en sus diversas áreas que presta los servicio al visitante el museo Arqueológico Nacional Brüning ( Boletería, Servicios higiénicos, Guardores de objetos, etc.) son:**
  - a) De fácil acceso
  - b) De difícil acceso
  - c) Se confunde
5. **¿Qué tal le pareció el trato brindado por el personal que labora en el Museo Arqueológico Nacional Brüning?**
  - a) Bueno
  - b) Normal
  - c) Indiferente
6. **¿Está satisfecho con la exposición que presenta el museo Arqueológico Nacional Brüning?**
  - a) Satisfecho
  - b) Poco satisfecho
  - c) Insatisfecho

7. **¿Cree usted, que la iluminación de las vitrinas y de las salas le ha permitido guiarse y leer cómodamente?**
- a) Muy poca visibilidad
  - b) Sus vitrinas opacas
  - c) Sus fichas técnicas de las leyendas son muy pequeñas
8. **¿Qué le pareció la información que se le brindó en las tarjetas informativas de los objetos exhibidos?**
- a) Bueno
  - b) Regular
  - c) Deficiente
9. **¿Quedo satisfecho con el servicio brindado por el Guía Oficial de Turismo, en el museo Arqueológico Nacional Brüning?**
- a) Satisfecho
  - b) Poco satisfecho
  - c) Insatisfecho
10. **¿Qué fue lo que más le impactó de la exposición del museo Arqueológico Nacional Brüning?**
- a) La diversidad de objetos de oro, cerámica y textilería que presenta
  - b) La representación de las costumbres populares
  - c) La exposición de la sacerdotisa de Chornancap
11. **El folleto que usted ha recibido, de las exposiciones que se realizan en el museo Arqueológico Nacional Brüning es:**
- a) Útil
  - b) Necesario
  - c) Indispensable
12. **¿Qué actividades le gustaría que se implemente en el Museo Arqueológico Nacional Brüning?**
- a) Talleres de artesanía y artes plásticas
  - b) Una biblioteca
  - c) Otros
13. **¿Cuál es su opinión acerca del Museo Arqueológico Nacional Brüning?**
- a) Aporta mucho a la identidad de los peruanos
  - b) Es interesante
  - c) Es poco atractiva

¡GRACIAS!

## ANEXO C: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Autor:** José Antonio Paz Perinango

**Tema:** “Plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning”, Lambayeque 2016

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	TÍTULO	VARIBLES	HIPÓTESIS
¿Cómo concebir el turismo cultural para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque?	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	“Plan de acción de gestión del patrimonio cultural para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning”, Lambayeque 2016		Si se diseña un plan de acción de gestión del patrimonio cultural, considerando los recursos disponibles y las motivaciones del cliente, entonces se lograra la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning.
	Diseñar un plan de acción de gestión del patrimonio cultural, considerando los recursos disponibles y las motivaciones del cliente, para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning.			
	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>			
	1. Fundamentar epistemológicamente el turismo cultural y la gestión del patrimonio.		<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> Gestión del patrimonio cultural	
	2. Caracterizar los antecedentes históricos del turismo cultural y la gestión del patrimonio.			
	3. Diagnosticar el estado actual del turismo cultural y la gestión del patrimonio en el Museo Arqueológico Nacional Enrique Brüning.		<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b> Satisfacción del cliente	
	4. Diseñar el Plan de Acción, para la satisfacción del visitante en el Museo Arqueológico Nacional Brüning.			
	5. Validar el plan de acción de gestión del patrimonio cultural en el Museo Arqueológico Nacional Brüning de Lambayeque a través de criterios de expertos.			

Fuente: Elaboración propia.

## ANEXO D: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensiones	Indicadores	Sub-indicadores	Escala
<b>Variable independiente:</b> Gestión del patrimonio cultural	Patrimonio cultural	N° de bienes culturales	Existencia de bienes culturales	Ordinal y nominal
	Estado conservación de objetos arqueológicos	Nivel de conservación de los bienes culturales	Estado de conservación de los bienes culturales	
<b>Variable dependiente:</b> Satisfacción del visitante	Expectativa del cliente	Nivel de conocimientos	Existencia de conocimientos históricos	Likert
			Existencia de conocimientos arqueológico	
	Existencia de conocimientos del museo			
	Existencia de relaciones interpersonales			
	Nivel de atención al cliente	Existencia de amabilidad		
		Existencia de cortesía		
Existencia de hospitalidad				
Lugar de origen	N° de visitantes nacionales N° de visitantes extranjeros	Existencia de visitantes por continente	Nominal	
		Existencia de visitantes por región		
Temporada de viaje	Meses de temporada alta Meses de temporada baja	Visitantes por temporada	Nominal	
		Existencia de actividades culturales		
Actividades que realiza	N° de actividades turísticas	Compras de artesanía		
		Existencia de permisos para tomar de fotografías		
		Realización de estudios e investigación		

Fuente: Elaboración propia.

