

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Turística y
Hotelera

TÍTULO

**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE
LA CIUDAD DE RIOBAMBA.**

AUTORA

Karina Michelle Herrera Puente

TUTOR

Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández. PhD.

RIOBAMBA-ECUADOR

2019

CERTIFICADO DEL TUTOR

Riobamba, 22 de noviembre del 2019

Yo, Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández. PhD, certifico que el presente proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, con el tema **“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**, ha sido elaborado por la señorita: Karina Michelle Herrera Puente, el mismo que ha sido dirigido y revisado durante todo el proceso de investigación por mi persona en calidad de tutora, por lo que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente

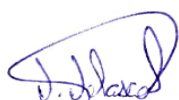
Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández. PhD

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

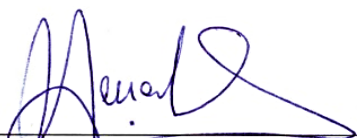
Los miembros del tribunal del proyecto de investigación: “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”, presentado por la estudiante: Karina Michelle Herrera Puentes y dirigida por: Mgs. Silvia Marieta Aldáz Hernández. PhD.

Una vez expuesta la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

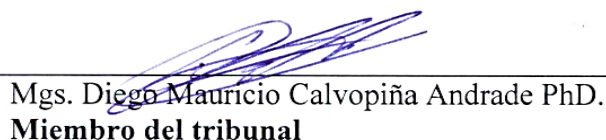
Para constancia de lo expuesto firma:



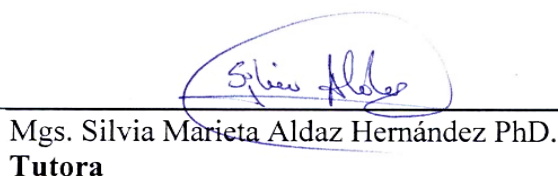
Mgs. Víctor Medardo Velasco Samaniego, PhD.
Presidente del tribunal



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
Miembro del tribunal



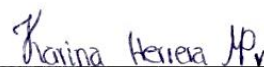
Mgs. Diego Mauricio Calvopiña Andrade PhD.
Miembro del tribunal



Mgs. Silvia Marieta Aldáz Hernández PhD.
Tutora

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido de la presente investigación, corresponden exclusivamente a: Karina Michelle Herrera Puente, Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández. PhD; y el patrimonio intelectual a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Karina Michelle Herrera Puente
CI. 0604321984

DEDICATORIA

La presente investigación se la dedico a Dios quien con su fortaleza me ayudo a continuar con mi trabajo y culminar este punto tan importante.

A mis padres por su amor, constancia y sacrificio a lo largo de mi vida, a mis hermanos quienes son mi ejemplo a seguir. A mi novio por su confianza y motivación, a mis seres queridos del cielo que me cuidan y me protegen. A mis amigas por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por alumbrarme el camino de la sabiduría, a mi familia por ser el motor de mi vida y quienes guían cada paso para salir adelante, a mi novio por sus consejos y amor.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DEL TUTOR	ii
CERTIFICADO DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
RESUMEN	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Situación problemática.....	3
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general	4
1.2.2. Problemas específicos	4
1.3. Justificación.....	4
1.3.1. Justificación teórica	4
1.3.2. Justificación práctica.....	5
1.3.3. Justificación metodológica	5
1.4. Objetivos	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
1.5. Hipótesis	6
1.5.1. Hipótesis general	6
1.5.2. Hipótesis Específicas.	6

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.....	8
2.2.1. Epistemología de la gestión del talento humano	8
2.2.2. Epistemología del servicio al cliente	9
2.3. Estado del arte	10
2.3.1. Estado del arte variable independiente: Gestión del talento humano.....	10
2.3.2. Estado del arte variable dependiente: servicio al cliente.....	11
2.4. Bases teóricas	12
2.4.1. Variable Independiente: Gestión del talento humano	12
2.4.1.1. El talento humano	12
2.4.1.2. Reclutamiento del personal	12
2.4.1.3. Reclutameinto interno	12
2.4.1.4 Reclutamiento externo	13
2.4.1.5. Perfil profesional.....	13
2.4.1.6. Selección del personal.....	13
2.4.1.7 Tecnología.....	13
2.4.1.8. Pruebas psicotécnicas.....	13
2.4.1.9. Pruebas psicológicas	13
2.4.1.10. Contratación del personal	14
2.4.1.11. Contrato o nombramiento.....	14
2.4.1.12. Inducción	14
2.4.1.13. Capacitación	15
2.4.1.14. Evaluación del desempeño	15
2.4.1.15. Conocimiento.....	15
2.4.1.16. Seguimiento de actividades	15
2.4.1.17. Métodos	15
2.4.2 Variable Dependiente: Servicio al Cliente	16

2.4.2.1. Servicio:	16
2.4.2.2. Servicio al cliente.....	16
2.4.2.3. Necesidades	16
2.4.2.4. Información	16
2.4.2.5. Facilidades.....	16
2.4.2.6. Capacidad de respuesta	17
2.4.2.7. Expectativas.....	17
2.4.2.8. Innovación	17
2.4.2.9. Confiabilidad del servicio-información.....	17
2.4.2.10 Atención personalizada	17
2.4.2.11. Satisfacción.....	17
2.4.2.12. Empatía	18
2.4.2.13. Calidad del servicio-información.....	18
2.4.2.14. Sugerencias.....	18
2.4.2.15. Percepción	18
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....	19
3.1. Tipo y diseño de la investigación	19
3.1.1. Tipo de investigación	19
3.1.1.1. Investigación de campo	19
3.1.1.2. Investigación documental:.....	19
3.1.1.3. Estudio descriptivo.....	19
3.1.2. Diseño	20
3.1.2.1. Estudio correlacional:.....	20
3.1.2.2. Estudio no experimental.....	20
3.2. Población de estudio	20
3.3. Unidad de análisis.....	20
3.4. Tamaño de la muestra	20
3.5. Selección de la muestra.....	21

3.6. Operacionalización de variables	22
3.6.1. Matriz de operacionalización	22
3.6.2. Matriz de consistencia.....	23
3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación	24
3.7.1. Técnica	24
3.7.1.1. Encuesta	24
3.7.2. Instrumentos	24
3.7.2.1. Cuestionario.....	24
3.8. Validez de los instrumentos y confiabilidad de los instrumentos.....	24
3.8.1. Validez de instrumentos	24
3.9. Confiabilidad de instrumentos.....	25
3.9.1. Confiabilidad de Alpha de Cronbach: Gestión del Talento Humano.....	25
3.9.2. Validez y confiabilidad de Alpha de Cronbach: Servicio al cliente	25
3.10. Análisis e interpretación de la información.....	26
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	27
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	27
4.1.1. Discusión variable independiente: gestión del talento humano.....	28
4.1.2. Discusión variable dependiente: servicio al cliente	30
4.2. Prueba de Hipótesis	31
4.2.1. Hipótesis General.....	31
4.2.2. Hipótesis Específicas	31
4.2.3. Prueba de hipótesis general	32
4.2.4. Prueba de hipótesis específicas.....	33
4.3. Presentación de resultados	37
5. Conclusiones	38
6. Recomendaciones	39
7. Referencias bibliográficas.....	xix
Anexo 1. Propuesta.....	xxii

1. Título de la propuesta	xxii
2. Introducción	xxii
3. Objetivos	xxiii
3.1. Objetivo general	xxiii
3.2. Objetivos específicos	xxiii
4. Marco conceptual	xxiii
4.1. Proceso:.....	xxiii
4.2. Gestión por procesos:.....	xxiv
4.4. Flujograma	xxiv
4.5. Simbología	xxiv
4.6. Endomarketing	xxv
5. Desarrollo de la propuesta.....	xxv
5.1. Diagnóstico situacional.....	xxv
5.2. Priorización de FODA	xxv
5.3. Misión	xxvi
5.4. Visión.....	xxvi
5.5. Objetivo	xxvii
5.6 Políticas.....	xxvii
5.6. Proceso de reclutamiento y selección del personal.....	xxviii
5.7. Proceso del reclutamiento del personal.....	xxix
5.7.1. Subprocesos del reclutamiento del personal.....	xxx
5.7.2. Formatos del reclutamiento del personal	xxxi
5.8. Proceso de selección del personal.....	xxxii
5.8.1. Subprocesos de la selección del personal.....	xxxiii
5.8.2. Formatos de la selección del personal.....	xxxiv
5.9.1. Formato de satisfacción al cliente interno	xxxvi
5.5.2. Formato de satisfacción al cliente externo	xxxvii
6. Conclusiones	xxxviii

7. Recomendaciones	xxxviii
Anexo 2. Árbol de problemas	xxxix
Anexo 3. Encuesta variable independiente: gestión del talento humano	xl
Anexo 4: Encuesta variable dependiente: servicio al cliente	xlii
Anexo 5. Matriz de validación de expertos, variable independiente: gestión del talento humano.....	xliv
Anexo 6: Matriz de validación de expertos, variable dependiente: servicio al cliente	xlviii
Anexo 7. Oficio dirigido al Museo Paquita Jaramillo de la CCE de Chimborazo	lii
Anexo 8. Oficio dirigido al Museo de Arte Religioso de la Concepción	liii
Anexo 9. Oficio dirigido a la Casa Museo del GAD Riobamba	liv
Anexo 10. Oficio dirigido a la Casa Museo de la Brigada Blindada Galápagos Nro 11	lv
Anexo 11. Oficio dirigido al Museo de CCNN de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado ...	lvi
Anexo 12. Oficio dirigido al Museo y Centro Cultural Riobamba.....	lvii
Anexo 13. Certificación del Museo Paquita Jaramillo de la CCE de Chimborazo	lviii
Anexo 14. Certificación del Museo de Arte Religioso de la Concepción	lix
Anexo 15. Certificación de la Casa Museo del GAD Riobamba	lx
Anexo 16. Certificación de la Casa Museo de la Brigada Blindada Galápagos Nro 11	lxi
Anexo 17. Certificación del Museo de CCNN de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado ...	lxii
Anexo 18. Certificación del Museo y Centro Cultural Riobamba	lxiii
Anexo 19. Análisis y presentación de resultados	lxiv
Tabulación variable independiente: Gestión del Talento Humano.....	lxiv
Tabulación variable dependiente: Servicio al cliente	lxxix

ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1: Museos de la ciudad de Riobamba</i>	19
<i>Cuadro 2: Museos de la ciudad de Riobamba</i>	21
<i>Cuadro 3: Matriz de operacionalización</i>	22
<i>Cuadro 4: Matriz de consistencia</i>	23
<i>Cuadro 5: Selección de expertos</i>	24
<i>Cuadro 6: Criterios de confiabilidad</i>	25
<i>Cuadro 7: Estadísticas de fiabilidad variable gestión del talento humano</i>	25
<i>Cuadro 8: Estadísticas de fiabilidad variable servicio al cliente</i>	25
<i>Cuadro 9: Resumen, interpretación y análisis de resultados variable independiente</i>	27
<i>Cuadro 10: Resumen, interpretación y análisis de resultados variable dependiente</i>	29
<i>Cuadro 11: Comprobación de hipótesis general</i>	32
<i>Cuadro 12: Comprobación de hipótesis específica reclutamiento</i>	33
<i>Cuadro 13: Comprobación de prueba de hipótesis específica selección</i>	34
<i>Cuadro 14: Comprobación de hipótesis específica contratación</i>	35
<i>Cuadro 15: Comprobación de la hipótesis específica evaluación del desempeño</i>	36
<i>Cuadro 16. Simbología-flujograma</i>	xxiv
<i>Cuadro 17: FODA</i>	xxv
<i>Cuadro 18: Priorización fortalezas</i>	xxv
<i>Cuadro 19: Priorización oportunidades</i>	xxvi
<i>Cuadro 20: Priorización Debilidades</i>	xxvi
<i>Cuadro 21: Priorización amenazas</i>	xxvi
<i>Cuadro 22: Formato descripción del puesto</i>	xxxí
<i>Cuadro 23: Formato de entrevista</i>	xxxiv
<i>Cuadro 24: Ficha de inducción al personal</i>	xxxiv

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Edad variable independiente</i>	lxiv
<i>Tabla 2: Género variable independiente</i>	lxv
<i>Tabla 3: Nivel de instrucción variable independiente</i>	lxvi
<i>Tabla 4: Reclutamiento interno</i>	lxvii
<i>Tabla 5: Reclutamiento externo</i>	lxviii
<i>Tabla 6: Afinidad del perfil profesional del personal que elabora en el museo</i>	lxix
<i>Tabla 7: Utilización de plataformas digitales (tecnología)</i>	lxx
<i>Tabla 8: Pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo</i>	lxxi
<i>Tabla 9: Pruebas psicológicas que utiliza el personal del museo</i>	lxxii
<i>Tabla 10: Contrato o nombramiento del personal del museo</i>	lxxiii
<i>Tabla 11: Inducción del personal</i>	lxxiv
<i>Tabla 12: Capacitaciones del personal</i>	lxxv
<i>Tabla 13: Conocimientos existentes en el personal del museo</i>	lxxvi
<i>Tabla 14: Seguimiento a las actividades planificadas del personal del museo</i>	lxxvii
<i>Tabla 15: Método para la evaluación del desempeño del personal del museo</i>	lxxviii
<i>Tabla 16: Edad variable dependiente</i>	lxxix
<i>Tabla 17: Género variable dependiente</i>	lxxx
<i>Tabla 18: Nivel de instrucción variable dependiente</i>	lxxxi
<i>Tabla 19: Lugar de procedencia variable dependiente</i>	lxxxii
<i>Tabla 20: Frecuencia de visita a los museos</i>	lxxxiii
<i>Tabla 21: Retorno a los museos</i>	lxxxiv
<i>Tabla 22: Información que proporciona el personal de los museos</i>	lxxxv
<i>Tabla 23: Facilidades de los museos</i>	lxxxvi
<i>Tabla 24: Capacidad de respuesta del personal de los museos</i>	lxxxvii
<i>Tabla 25: Innovación en los museos</i>	lxxxviii
<i>Tabla 26: Confiabilidad de la información y servicio de los museos</i>	lxxxix
<i>Tabla 27: La atención personalizada de los museos</i>	xc
<i>Tabla 28: Empatía del personal de los museos</i>	xc
<i>Tabla 29: Calidad del servicio y de la información de los museos</i>	xcii
<i>Tabla 30: Sugerencias del visitante en los museos</i>	xciii
<i>Tabla 31: Percepción de los turistas</i>	xciv

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Flujograma reclutamiento y selección del personal</i>	xxviii
<i>Gráfico 2: Flujograma reclutamiento del personal</i>	xxix
<i>Gráfico 3: Flujograma planificación de la GTH</i>	xxx
<i>Gráfico 4: Flujograma selección del personal</i>	xxxii
<i>Gráfico 5: Flujograma inducción de la GTH</i>	xxxiii
<i>Gráfico 6: Flujograma endomarketing</i>	xxxv
<i>Gráfico 7: Edad variable independiente</i>	lxiv
<i>Gráfico 8: Género variable independiente</i>	lxv
<i>Gráfico 9: Nivel de instrucción variable independiente</i>	lxvi
<i>Gráfico 10: Reclutamiento interno</i>	lxvii
<i>Gráfico 11: Reclutamiento externo</i>	lxviii
<i>Gráfico 12: Afinidad del perfil profesional del personal que elabora en el museo</i>	lxix
<i>Gráfico 13: Utilización de plataformas digitales (tecnología)</i>	lxx
<i>Gráfico 14: Pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo</i>	lxxi
<i>Gráfico 15: Pruebas psicológicas que utiliza el personal del museo</i>	lxxii
<i>Gráfico 16: Contrato o nombramiento del personal del museo</i>	lxxiii
<i>Gráfico 17: Inducción del personal</i>	lxxiv
<i>Gráfico 18: Capacitaciones del personal</i>	lxxv
<i>Gráfico 19: Conocimientos existentes en el personal del museo</i>	lxxvi
<i>Gráfico 20: Seguimiento a las actividades planificadas del personal del museo</i>	lxxvii
<i>Gráfico 21: Método para la evaluación del desempeño del personal del museo</i>	lxxviii
<i>Gráfico 22: Edad variable dependiente</i>	lxxix
<i>Gráfico 23: Género variable dependiente</i>	lxxx
<i>Gráfico 24: Nivel de instrucción variable dependiente</i>	lxxxi
<i>Gráfico 25: Lugar de procedencia variable dependiente</i>	lxxxii
<i>Gráfico 26: Frecuencia de visita a los museos</i>	lxxxiii
<i>Gráfico 27: Retorno a los museos</i>	lxxxiv
<i>Gráfico 28: Información que proporciona el personal de los museos</i>	lxxxv
<i>Gráfico 29: Facilidades de los museos</i>	lxxxvi
<i>Gráfico 30: Capacidad de respuesta del personal de los museos</i>	lxxxvii
<i>Gráfico 31: Innovación en los museos</i>	lxxxviii
<i>Gráfico 32: Confiabilidad de la información y servicio de los museos</i>	lxxxix
<i>Gráfico 33: La atención personalizada de los museos</i>	xc

<i>Gráfico 34: Empatía del personal de los museos.....</i>	<i>xc</i>
<i>Gráfico 35: Calidad del servicio y de la información de los museos.....</i>	<i>xcii</i>
<i>Gráfico 36: Sugerencias del visitante en los museos</i>	<i>xciii</i>
<i>Gráfico 37: Percepción de los turistas.....</i>	<i>xciv</i>

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar cómo influye la gestión del talento humano en el servicio al cliente de los museos de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. La investigación es de carácter documental, de campo, descriptivo y el diseño es correlacional, no experimental. El estudio se realizó en dos unidades de análisis, la primera es la gestión del talento humano y sus dimensiones: reclutamiento, selección, contratación y evaluación del desempeño; se aplicó una encuesta a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba con la utilización de un cuestionario mediante escala de Likert, la segunda unidad de análisis es el servicio al cliente con sus dimensiones: necesidades, expectativas y satisfacción al cliente; se aplicó una encuesta a los turistas con la utilización de un instrumento mediante escala de Likert, con los datos obtenidos da lugar a la comprobación de hipótesis general y específicas mediante la aplicación de la prueba de Chi-cuadrado llegando como conclusión que la gestión del talento humano y el servicio al cliente con sus dimensiones no influyen en los museos de la ciudad de Riobamba, no obstante en el diagnóstico situacional determina que el proceso de reclutamiento y selección del personal es deficiente por lo que al finalizar el estudio se plantea una gestión por procesos para el reclutamiento y selección del personal de los museos orientados al endomarketing como valor agregado que ayude a mejorar la gestión mediante un personal óptimo reuniendo los requisitos adecuados para la organización que apoye a la difusión de los museos, satisfaciendo la necesidades de los clientes.

Palabras clave: Gestión del talento humano, servicio al cliente, reclutamiento, selección, necesidades.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine how human talent management influences the customer service of museums in Riobamba city, Chimborazo province. The research is documentary, field, descriptive and the design is correlational, not experimental. The study was conducted in two units of analysis, the first is the management of human talent and its dimensions: recruitment, selection, hiring and performance evaluation; a survey was applied to the administrators of the museums of Riobamba city with the use of a questionnaire using a Likert scale, the second unit of analysis is the customer service with its dimensions: needs, expectations and customer satisfaction; A survey was applied to tourists with the use of an instrument using a Likert scale, with the data obtained, it leads to the verification of general and specific hypotheses through the application of the Chi-cuadrado test, concluding that talent management human and customer service with its dimensions does not influence the museums of Riobamba city, however in the situational diagnosis it determines that the recruitment and selection process of the staff is deficient, so at the end of the study a management by processes for the recruitment and selection of museum personnel oriented to endomarketing as an added value, which helps to improve the human talent management through optimal personnel finding the appropriate requirements for the organization that supports the dissemination of museums, satisfying the needs of customers.

Keywords: Human talent management, customer service, recruitment, selection, needs.



Reviewed by: Caisaguano Janneth

Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

En Riobamba, todas las organizaciones turísticas deben desenvolverse en un ambiente de alta complejidad, la cual influye directamente en el personal que trabaja en las organizaciones turísticas, es por esto que se hace necesario diseñar procesos para lograr, agilidad, competitividad y sostenibilidad.

Los museos de la ciudad de Riobamba poseen una gestión del talento humano tradicional la cual no abarca puntos vitales los cuales mejoren su gestión y el servicio al cliente de una manera innovadora, esto con lleva un arduo estudio para llegar al punto clave que es el tener un servicio al cliente excelente potenciando la cultura, conocer raíces de las antiguas civilizaciones, arte religioso, entre otros elementos.

El presente trabajo abarca diferentes elementos que se deben considerar en la gestión del talento humano en los museos de la ciudad de Riobamba, como es el reclutamiento, selección, contratación y evaluación. Para analizar la misma se debe mencionar que la gestión del talento humano y el servicio al cliente no se ha desarrollado de manera adecuada, debido a varios factores tales como el limitado presupuesto por parte de autoridades para mejorar su gestión, las mínimas capacitaciones del personal de los museos dando como resultado una obsolescencia de conocimientos que no aporta a la satisfacción del cliente.

La problemática de la investigación se efectuó por el interés de conocer porque el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba es inadecuado, por ende, se busca contribuir en parte a los clientes externos renovando su gestión mediante procesos óptimos.

La metodología que se aplicó en la investigación fue de campo, documental, descriptivo recabando información y el diseño no experimental. Se obtuvo datos en situ a través de encuestas a administradores y turistas de los museos de la ciudad de Riobamba.

La investigación está compuesta por varios capítulos como:

Capítulo I. Presenta la situación problemática y mediante el logro de objetivos propuestos, los mismos que dirigen la realización de la investigación.

Capítulo II. Se da a conocer el marco teórico al igual que el estado del arte de acuerdo a la temática de la investigación, con estudios bibliográficos basados en libros, revistas científicas que fundamenten las variables.

Capítulo III. Se presenta la metodología desarrollando tipos y diseño de la investigación y aplicación de cuestionarios validados por expertos.

Capítulo IV. Se trata del análisis e interpretación de los resultados obtenidos, llegando a la comprobación de la hipótesis donde se demuestra la relación entre dos variables así obteniendo una propuesta logrando resolver la problemática.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

De acuerdo a la problemática los museos de la ciudad de Riobamba el servicio que ellos tienen es el mismo todos los años no innovan de acuerdo a tendencias, para así lograr adaptarse a las cambiantes necesidades de los turistas tanto en facilidades, cultura de servicio apto para todo tipo de personas que incluya a todo el personal de los museos de la ciudad de Riobamba en consecuencia tienen un servicio al cliente inadecuado de acuerdo a tendencias aprovechando todos los recursos.

Por parte de autoridades no se da la importancia suficiente para delegar el presupuesto requerido para los museos desembocándose a una variedad de problemas como la conservación-restauración de las piezas de los museos no sea bueno con un personal experto-técnico y a un tiempo adecuado, los procesos de la gestión del talento humano no son realizados de manera incorrecta pero deben adecuarse a procesos más efectivos, las capacitaciones al personal de los diferentes museos sean mínimas al no tener un presupuesto significativo lo cual con lleva que sus capacitaciones sean regulares con una escasa mejora continua por lo cual el manejo de los diferentes segmentos de turistas que visitan los museos como son: adultos, adultos mayores niños, turistas extranjeros, personas con capacidades diferentes responden a que no tengan un conocimiento idóneo dando un valor agregado a los museos lo cual no ayuda a un incremento de demanda, hacia una nueva gestión y servicio al cliente obteniendo una ventaja competitividad.

Por esto es cada vez más difícil conservar los museos e innovar de acuerdo a las tendencias, las personas con un conocimiento obsoleto manejan el establecimiento de manera empírica.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Determinar cómo la gestión del talento humano influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Determinar cómo el reclutamiento del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?
- ¿Determinar cómo la selección del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?
- ¿Determinar cómo la contratación del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?
- ¿Determinar cómo la evaluación del desempeño influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

De acuerdo a estudios previos sobre la gestión del talento humano “La gestión del talento humano consiste en procesos estratégicos que orientan a la personas mediante el reclutamiento, selección, contratación y evaluación del desempeño para un mejor desenvolvimiento en la empresa satisfaciendo objetivos mediante la relación del cliente interno y externo con miras a la eficiencia de la misma” Chiavenato (2009). Se puede identificar que la gestión del talento humano busca dar valor agregado, diferencia de competitividad mediante un estudio de sus dimensiones y sus procesos y la relación que tienen entre sí.

Esta investigación beneficiará al talento humano de los museos de la ciudad de Riobamba de manera directa al momento de renovar la gestión, se incrementará la demanda y su difusión. Además de manera indirecta a los turistas tanto nacionales e internacionales con un servicio al cliente de excelencia, permitiendo diseñar procesos que permitan mejorar en principio la problemática descrita en los museos de la ciudad de Riobamba y en la gestión del talento humano con sus dimensiones: reclutamiento, selección, contratación y evaluación de desempeño.

1.3.2. Justificación práctica

La presente investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba, la cual ayudara a dar énfasis la gestión del talento humano de cada uno de los museos. Con la participación de museos tanto públicos como privados así concientizando acerca de estos dos elementos que ayuden a mejorar su gestión, conservando e innovando los museos. De esta manera es importante mantener este precedente investigativo, ya que se obtendrá una demanda potencial satisfaciendo sus necesidades.

Los resultados obtenidos contribuyen en una propuesta que ayude a mejorar el servicio al cliente incrementando la demanda, lo que permitirá demostrar el potencial de los museos de la ciudad de Riobamba y generar nuevas investigaciones con beneficio a los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo, la Carrera de Gestión Turística y Hotelera, generando un espíritu investigativo.

1.3.3. Justificación metodológica

La metodología que se emplea en la presente investigación es de campo, documental, descriptiva y un diseño correlacional, no experimental. Además, una encuesta que mediante un cuestionario se ha demostrado su validez y confiabilidad aplicando a los administradores de los diferentes museos y turistas de los mismos. Obteniendo como base metodológica para futuras investigaciones, puesto que ayuda a medir la influencia entre la gestión del talento humano y el servicio al cliente, con el objetivo de mejorar su servicio al cliente y su gestión.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar la gestión del talento humano y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar el reclutamiento del personal y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

- Determinar la selección del personal y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- Establecer la contratación del personal y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- Analizar la evaluación del desempeño y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La gestión del talento humano influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

1.5.2. Hipótesis Específicas.

- El reclutamiento del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- La selección del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- La contratación del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- La evaluación del desempeño influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

La presente investigación se ha fundamentado con datos previos establecidos por distintos autores, con lo cual hemos podido obtener una recolección de información que será de gran apoyo para el correcto desempeño de la tesis en la revisión encontramos que:

Sánchez (2019) en su tesis, plantea la investigación “*Gestión del talento humano y su influencia en la calidad de servicio en los hoteles tres estrellas de Trujillo*”, para obtener su título de Licenciada en Turismo en la Universidad Nacional de Trujillo constituyéndose un antecedente para la investigación. Su objetivo principal es describir, analizar procedimientos y herramientas que se maneja el talento humano: reclutamiento, selección, capacitación y evaluación lo cual influye favorablemente en la calidad del servicio tanto en su capacidad de respuesta, empatía, fiabilidad llegando a niveles de satisfacción altos.

Suquilanda (2019) en su tesis, plantea la investigación “*El servicio al cliente en los establecimientos de restauración y su aporte al desarrollo turístico de la parroquia San José de Ancón, Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017*”, para obtener su título de Ingeniera en gestión y desarrollo turístico en la Universidad Estatal Península de Santa Elena constituyéndose un antecedente para la investigación. El principal objetivo es dar a conocer como el servicio al cliente es un elemento relevante en toda organización llegando a ser una ventaja competitiva contribuyendo al desarrollo turístico y local. En la mayoría de los establecimientos no tienen una cultura de servicio al cliente puesto que desde su personal de talento humano no dispone de uniformes adecuados para el manejo de alimentos, afectando considerablemente en la imagen llegando a no responder las exigencias de los clientes.

Usinia (2016) en su tesis, plantea la investigación “*Gestión del talento humano en las hosterías de la ciudad de Riobamba para mejorar el servicio al cliente*”, para obtener su título de Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera en la Universidad Nacional de Chimborazo constituyéndose un antecedente para la investigación. Se da a conocer como el mal manejo de la gestión del talento humano forjan una organización deficiente, teniendo así un factor a considerar como el servicio al cliente el cual no es muy efectivo y eficaz, por lo cual los turistas no están conformes con los servicios que se brindan.

El personal que labora en las hosterías debe ser motivado, capacitado y reconocido en el trabajo que desarrolla, pues lo ven como un elemento diferenciador aportando como ventajas competitivas puesto que también están a cargo de prometer un servicio de calidad a sus clientes.

La segunda investigación de Viñan (2016) plantea la investigación “*Gestión del talento humano en las operadoras de turismo de Riobamba para mejorar el servicio al cliente*”, para obtener su título de Ingeniería en Gestión del Talento Humano en la Universidad Nacional de Chimborazo constituyéndose un antecedente para la investigación. Nos muestra como el talento humano es indispensable para tener una organización eficiente, por lo tanto, debe estar motivado, y que conozcan de manera detallada sus obligaciones lo cual ayudan a un mejor desenvolvimiento.

Siendo un eje primordial el estudio más afondo de la gestión del talento humano y como reformaría notablemente el servicio que brinda al cliente, teniendo calidad en el mismo.

2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación

2.2.1. Epistemología de la gestión del talento humano

A lo largo de la historia y ante nuevas tendencias empresariales la gestión del talento humano ha sufrido varios cambios en los cuales toma un papel clave para el logro de metas, objetivos y competitividad.

Según Ugarte, Yarlequé, & Fiallo (2015) “Es el conjunto racional, armonico de politicas, funciones y procedimientos que son orientados a mejorar la productividad y eficiencia del trabajador en el marco de posibilidades que ofrece la utilización de recursos materiales para satisfacer objetivos institucionales”.

El talento humano “consiste en saberes de los individuos, aunque lo más importante son las actitudes y aptitudes, motivaciones y habilidades respecto a la empresa, trabajo y sociedad” (Balza, 2010).

La “gestión del talento humano recae en la utilización de personas como recursos así alcanzando objetivos de la empresa” (Mondy Wayne, 2010, pág. 34).

La definición del “Talento Humano surge en la mitad del siglo XIX con el origen de la revolución industrial puesto que se sustituyó el capital humano como máquinas, teniendo así

un conflicto con el jefe y el trabajador, todo esto perjudico en la productividad del trabajador” (Chiavenato, 2009). Así surge el entendimiento del talento humano como un apoyo en las organizaciones para el logro de objetivos, y esto llevo a una cultura organizacional (pág. 34).

Chiavenato (2002) nos señala que “la gestión del talento humano es un área sensible pues este depende de diferentes aspectos como son, procesos internos, tecnología utilizada, entre otros. Pues la gestión del talento humano depende de cómo se desarrolla mediante las aptitudes, actitudes, habilidades de cada uno de los miembros de la empresa la cual la conforma” (pág. 6).

2.2.2. Epistemología del servicio al cliente

Barcenas (2018) menciona que el servicio al cliente ha tenido una fuerte acogida en empresas que quieren marcar la diferencia, a lo largo del tiempo la palabra servicio ha ido evolucionando respondiendo tanto acontecimientos o necesidades de acuerdo a cada época, la palabra se deriva del latín Servus, la cual connota especial atención, dedicación.

El servicio al cliente cuenta con una filosofía que orienta los esfuerzos de la empresa a la satisfacción del cliente y a sus necesidades, manteniendo una comunicación directa especialmente de calidad.

Curso (2005) menciona que “El servicio al cliente es un elemento imprescindible para la efectividad de la empresa y es el foco de atención para su éxito o fracaso”. Puesto que todo lo que se realice en la empresa va dirigido a los clientes, toda actividad que se realice constituye el servicio al cliente y su satisfacción.

Estrada (2007) define como una disposición, es decir estar al servicio de alguien.

Según Humberto (2006) nos señala que el concepto tradicional del servicio al cliente era “satisfacción de necesidades y expectativas del cliente”, pero hoy en día se anticipa las necesidades y expectativas que añaden valor a la empresa. Asegurando lealtad y potenciales clientes.

Según la ISO 9000 (2000) nos da a conocer que “el servicio es el resultado de un proceso” es decir son acciones que se realiza para satisfacer y fidelizar a los clientes, un trabajo que involucra a clientes internos y externos.

2.3. Estado del arte

2.3.1. Estado del arte variable independiente: Gestión del talento humano

“Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador” Yépez & Vallejo (2016). Servicio al cliente va de la mano con la diferenciación de las empresas, por ello todo servicio debe conseguir la satisfacción del cliente teniendo en cuenta una mejora continua. Par un mejor resultado toma una muestra en las universidades el cual es el estudiante, factor clave para ver el resultado del proceso de matrícula construyendo un instrumento de recolección de datos que permita evaluar la calidad de servicio que se percibe en la Universidad Nacional de Chimborazo, evalúan la calidad de servicio y por ende la satisfacción del mismo. Teniendo como resultado que los clientes demuestran una insatisfacción por el servicio adquirido puesto que sus percepciones y expectativas del cliente tienen varias diferencias.

“El capital humano en la atención al cliente y calidad del servicio” Najul (2011). La investigación parte de la atención al cliente como un enfoque que ayudara a que las empresas logren competitividad, teniendo en cuenta el liderazgo, eficiencia en sus operaciones, capital humano y cultura organizacional para que influya positivamente a una calidad en el servicio y atención al cliente. Además se conoce un análisis del talento humano mediante estrategias para atraer y retener personal con experiencia, de acuerdo a su perfil profesional por tal motivo se evidencia que los principales esfuerzos de toda empresa deben ser orientados hacia el cliente puesto que la mayoría de las cosas este punto lo dejan de lado.

“Gestión del talento humano como estrategia organizacional en las pequeñas y medianas empresas” Ramírez, Chacón, & Valencia (2018). El propósito de la investigación es analizar la gestión del talento humano como una táctica empresarial de acuerdo a una planificación y mejora continua, logrando un crecimiento dentro de la empresa con una dirección al cambio. Como resultado nos da a conocer que la gestión del talento humano consolida adecuadamente procesos fundamentales para mejorar la productividad de toda organización.

“La importancia del capital humano en la organización” Rivera, Colbert, & Barreto (2018). La investigación parte de una revisión teórica para caracterizar y analizar factores de la gestión del talento, para mantener motivado mejorando el clima laboral teniendo en cuenta el valor del cliente interno. Teniendo como resultado que el capital humano es un elemento

clave para mejorar la gestión de toda organización que deriva a mejorar el servicio y llegar a la fidelización de lo clientes.

2.3.2. Estado del arte variable dependiente: servicio al cliente

“Servicio al cliente una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia)” Daza, Daza, & Pérez (2016). La investigación tiene como objetivo analizar muy bien la situación del mercado, ofreciendo un elemento diferenciador con ayuda de la calidad de servicio para atracción y retención de clientes. En Colombia se observa que están empezando a generar estrategias para la mejora de la calidad del servicio, modelos gerenciales y un proceso cuidado de selección de colaboradores, para obtener un valor alto de competitividad es decir una gestión del capital humano dejando de lado empresas tradicionales con estricto control. Los resultados predominaron en que el poco conocimiento de una cultura del servicio afecta la productividad y la economía de las empresas de Valledupar.

“La calidad en el servicio al cliente: factor de éxito de las empresas” Morales, Terranova, & Sandoya (2019). Analiza el servicio al cliente buscando la excelencia en las empresas estudiando tendencias alrededor del mundo ya que se considera un foco a nivel de competencias para lograr trascendencia en el mercado, así se alcanzaría un mayor rendimiento y supervivencia de la organización. Los resultados que se obtuvieron es que el servicio al cliente se convirtió en una estrategia de continuidad, trascendencia y mejor rendimiento para la empresa y que va de la mano con nuevas tendencias vinculadas a la tecnología.

“Calidad del servicio y satisfacción al cliente en las Mypes del sector servicios-rubro hoteles 3 estrellas del distrito de Piura” Muñoz (2019). La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en las Mypes del sector-rubro de los hoteles 3 estrellas de Piura, mediante estrategias de acuerdo a las dimensiones de seguridad, empatía, capacidad de respuesta lograr mejorar la satisfacción del cliente lo cual es una desventaja de importancia para mejorar la demanda pues está influye desfavorablemente.

“Dimensiones del servicio como ventaja competitiva en el sector farmacéutico del distrito especial turístico y cultural de Riohacha, Colombia” Cantillo, Pedraza, Paz, & García (2019). Su principal objetivo es buscar identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, sus características con estrategias adecuadas-distintas fomentando la innovación. La dirección

de la investigación es analizar las dimensiones del servicio para obtener la satisfacción de los consumidores reales y potenciales de la localidad a través de la mejora continua incrementando sus ventas.

2.4. Bases teóricas

2.4.1. Variable Independiente: Gestión del talento humano

2.4.1.1. El talento humano

“Es la capacidad intelectual de las personas, que puede ser de manera natural o adquirida, a lo largo de la vida” (Ardilla , 2010).

El talento humano es un elemento que ha sufrido grandes cambios, se la considera como un elemento estratégico dentro de una empresa para enfrentar nuevos desafíos que impone el medio para desarrollar el potencial de las personas usando de forma adecuada el reclutamiento, la selección, contratación y evaluación del personal.

La gestión del talento humano se basa en aspectos fundamentales como:

- Son seres humanos: “Poseen conocimientos, habilidades, capacidades para la gestión adecuada de los recursos organizacionales” (Chiavenato, 2002).
- Activadores de recursos: “Fuente de impulso propio para dinamizar la organización, dotar de talento para una constante renovación y competitividad” (Chiavenato, 2002).
- Capital humano de la organización: “Principal activo de la empresa” (Chiavenato, 2002).

2.4.1.2. Reclutamiento del personal

“Convocar a varios candidatos a un trabajo o empleo, de acuerdo a las necesidades de la empresa (Pantoja , 2018, pág. 84). Este puede dar a conocer que tipo de empleado o trabajador tiene una mayor probabilidad de éxito en la organización.

2.4.1.3. Reclutameinto interno

“Conocido cuando hay una vacante en la empresa, y mediante la reubicación de los empleados se intenta llenar, ya se ascendiendo o transfiriendo a los mismos” (Chiavenato, 2000, pág. 221).

2.4.1.4 Reclutamiento externo

“Cuando hay una vacante y se llena con personas ajenas a la empresa, teniendo así candidatos potenciales de otras empresas” (Chiavenato, 2000, pág. 225).

2.4.1.5. Perfil profesional

Según Moreno (2014) en su artículo “Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo”. Se menciona que es la formación o característica de la persona y que este sepa realizar sus funciones responsablemente en la empresa, solucionando problemas existentes.

2.4.1.6. Selección del personal

“Buscar a los candidatos con características más adecuadas para las competencias que necesita la empresa para mantener o mejorar la eficiencia y el desempeño humano” (Chiavenato, 2000, págs. 238-239). La variedad de diferencias que existen en los candidatos hacen que la selección sea más específica dando objetividad y exactitud.

2.4.1.7 Tecnología

El nuevo cambio en la actualidad hacen que las tecnologías sean parte de la gestión del talento humano como son las plataformas digitales que ayudan a un proceso más efectivo en la selección del personal, creando una variedad de posibilidades que ayudaran a algunos candidatos y a otros no con comunicación inalámbrica (Mondy Wayne, 2010, págs. 10-11).

2.4.1.8. Pruebas psicotécnicas

Según Hernández (2009) en su artículo “Prácticas de la selección del personal, un instrumento de dominación social aceptado”. Son cuestionario con varias preguntas que pueden ser de manera personal o a través de un medio digital, comparando con otros candidatos de una manera más rápida disminuyendo recursos.

2.4.1.9. Pruebas psicológicas

Según Blasco (2004) en su artículo “Reclutamiento y selección del personal: viejo y nuevo rol psicológico”. Permite medir la personalidad de los candidatos, ver en un futuro la posibilidad de la empresa con una objetividad.

2.4.1.10. Contratación del personal

Según Flores, Flores, Melendres, Goyes, & Vaca (2018) en su artículo “Administración del talento humano”. Después de una ardua selección del personal, se llega a la “contratación del personal que mediante contrato o nombramiento de acuerdo a lo establecido con la ley la cual tiene obligaciones, responsabilidades y condiciones de trabajo, la cual deben estar de acuerdo tanto el empleador como el empleado”.

2.4.1.11. Contrato o nombramiento

“Documento por el cual el empleado y el empleador llegan a un consenso que de forma voluntaria presta sus servicios con la dirección del empresario con una retribución como pago” (Flores, Flores, Melendres, Goyes, & Vaca, 2018).

De acuerdo al código del trabajo “el contrato es un convenio prestar sus servicios por una remuneración ya fijada mediante el convenio, estos pueden ser expreso, a sueldo, a jornal, mixto, indefinido, por temporada, eventual y ocasional” (Código de trabajo, 2018, pág. 4).

- Contrato expreso: “Contrato de acuerdo a condiciones sea verbal o escrito” (Código de trabajo, 2018).
- Contrato a sueldo: “Por unidad de tiempo” (Código de trabajo, 2018).
- Contrato a jornal: “Por unidad de obra” (Código de trabajo, 2018).
- Contrato indefinido: “Contrato que no tiene límites en su duración ” (Código de trabajo, 2018).
- Contrato por temporada: “De acuerdo a cada empresa son contratos por periodo que responde a diferentes necesidades” (Código de trabajo, 2018).
- Contrato eventual: “Atención a una mayor demanda a exigencias circunstanciales, su duración no es mayor a ciento ochenta días continuos o discontinuos” (Código de trabajo, 2018).
- Contrato ocasional: “Actividades emergentes, las cuales no se vinculan a las actividades habituales del empleador” (Código de trabajo, 2018).

2.4.1.12. Inducción

Según Corral, Gil, Velasco, & Serrano (2011) en su artículo “La importancia del programa de inducción, en las empresas del sector del servicio”. Es una fase que se realiza

cuando ya se es contratado, la cual ayuda a una mejor adaptación, mejorando el clima para su satisfacción y que rinda efectivamente, pues trata básicamente de informar los aspectos más importantes de la empresa.

2.4.1.13. Capacitación

“Incrementa la efectividad de la organización pues su objetivo es mejorar las habilidades ya existentes de los trabajadores, ayudando a aumentar sus capacidades” (Pantoja , 2018, pág. 86).

2.4.1.14. Evaluación del desempeño

Alveiro (2009) menciona que es un procedimiento organizado que permite, medir apreciar, evaluar el desarrollo de las actividades de los empleados, viendo que tan productivo es y si puede mejorar su rendimiento a futuro.

2.4.1.15. Conocimiento

Según Díaz, Contrera, & Rivero (2009) en su artículo “El factor humano como elemento dinamizador del proceso empresarial en la gestión de la información y conocimiento”. Proceso de comprensión de información, ventaja notable al tener un puesto de trabajo acorde a las aptitudes, actitudes y solución de problemas.

2.4.1.16. Seguimiento de actividades

Según Prieto (2013) en su investigación “Gestión del talento humano como estrategia para retención del personal”. Dar continuidad al desempeño de los empleados para la obtención de mejores resultados en la organización mediante un proceso, el cual puede ser coordinando reuniones con el empleado y empleador.

2.4.1.17. Métodos

Se podrá utilizar según (Sánchez & Calderón , 2012) “diferentes métodos para efectuar la evaluación del desempeño, evaluando el conocimiento del profesional, puesto que en el transcurso del tiempo han ido variando los tipos de métodos tasando lo que se ha realizado y en que se puede mejorar”.

2.4.2 Variable Dependiente: Servicio al Cliente

2.4.2.1. Servicio:

“Es cualquier actuación o cometido esencialmente intangible, sin transmisión de propiedad, que una parte ofrece a otra, es todo perceptible para el cliente y que produce valor agregado obteniendo satisfacción” (Kotler & Lane, 2006).

2.4.2.2. Servicio al cliente

“El servicio al cliente es quizás la parte clave de toda empresa sin importar el servicio o producto que se está ofreciendo y debe ser el vital motivo que impulsa a todo el personal a realizar cada actividad pensando en el cliente y en su satisfacción” (Matínez, 2013).

“Una cultura de servicio es cuando los miembros de una organización aprenden a practicar la estrategia de servicio cada vez, es cada transacción, una y otra vez siempre” (Matínez, 2013).

2.4.2.3. Necesidades

Según Morelos & Pérez (2009) “nos da a conocer que el comprender las necesidades de los clientes, la información, las facilidades, entre otros que ayuden a diferenciarse de la competencia, por que el cliente es una oportunidad para la empresa para comprender las necesidades del cliente y entrar a la competencia de mercados”.

2.4.2.4. Información

“Tener información confiable de acuerdo a las personas con quien interactúan y la actividad que estén desarrollando, obteniendo así un arma clave para mejorar la calidad del servicio” (Parra López & Calero Garcia, 2006).

2.4.2.5. Facilidades

Complementos de atractivos turísticos ayudando a un mejor disfrute de los servicios turísticos, todo tipo de personas requieren facilidades por ello su gestión debe de un proceso de acuerdo a cada individuo. (Sancho , 1998, págs. 88-89).

2.4.2.6. Capacidad de respuesta

Según Duque Oliva (2005) es una muestra de ayuda o una actitud, una organización accesible y viable, un servicio rápido, cumpliendo compromisos-responsabilidades determinados.

2.4.2.7. Expectativas

Es aquello que se piensa antes de recibir el servicio, como la innovación, confiabilidad y la atención personalizada que espera el cliente, esta puede ser creada por la comunicación o por experiencia de diferentes personas (Matsumoto, 2014).

2.4.2.8. Innovación

Según la UNESCO (2016) la innovación debe ser planificada y organizada puesto que se fundamenta en el instrucción de nuevas tendencias mediante una ardua investigación logrando sobresalir en el mercado. Meliá (2014) menciona que es un “cambio que forja valor” con una importancia hacia el conocimiento.

2.4.2.9. Confiabilidad del servicio-información

Es la manera de prestar el servicio y la información de una manera segura y fiable. Ofrecer y prometer servicios de modo correcto desde un primer momento con un tiempo determinado (Duque Oliva, 2005).

2.4.2.10 Atención personalizada

Según Robayo (2017) es una “atención que genere confianza, es una atención directa, de acuerdo a preferencias, gustos para superar las expectativas de los clientes y obtener su fidelización, y ofrecer el mejor servicio”.

2.4.2.11. Satisfacción

Thompson (2005) nos da a conocer que es un punto importante en la empresa, y que es parte para lograr la calidad teniendo en cuenta tanto sugerencias de los clientes, las percepciones que hayan tenido y por supuesto como fue la atención del personal, su empatía la cual es la atención personalizado, adaptado a sus gustos según (Matsumoto, 2014).

2.4.2.12. Empatía

Parte de una atención personalizada, es una fuerte responsabilidad con el cliente además de la cortesía, una implicación para satisfacer sus necesidades y lograr una fidelización del cliente (Duque Oliva, 2005).

2.4.2.13. Calidad del servicio-información

“Calidad de los procesos tanto en el servicio como en la información pues esto radica en que el cliente” (Duque Oliva, 2005), comparan sus expectativas con sus percepciones, obteniendo buenos resultados se generaría ventajas competitivas con un servicio de alto nivel.

2.4.2.14. Sugerencias

Las sugerencias existen con la necesidad de generar soluciones a las quejas de los clientes. Las empresas pueden desarrollar estrategias tomando en cuenta las sugerencias con los resultados mejorar internamente y externamente la organización, exponiendo cambios y avances (Duque Oliva, 2005).

2.4.2.15. Percepción

“Se enlazan directamente a lo que valoran las personas conjuntamente con la calidad del servicio de acuerdo a lo que reciben y evalúan los servicios prestados” (Matsumoto, 2014). Las expectativas que tienen los clientes pueden ser puntos positivos o negativos en la percepción.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación

3.1.1.1. Investigación de campo

La presente investigación se efectuó in situ es decir en los 6 museos de la ciudad de Riobamba.

Cuadro 1: Museos de la ciudad de Riobamba

Nº	CANTIDAD	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL ADMINISTRADOR
1	1	Museo Paquita Jaramillo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana de Chimborazo	Ing. Guillermo Montoya
2	1	Museo de Arte Religioso de la Concepción	Abadesa Bernarda Echeverría
3	1	Casa Museo del GAD Riobamba	Lic. Pablo Luis Narváez
4	1	Casa Museo de Armamento e Historia Militar de la Brigada Blindada Galápagos Nro 11	Coronel Patricio Díaz
5	1	Museo de Ciencias Naturales de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado	Mgs. Elidar Becerra
6	1	Museo y Centro Cultural Riobamba	Mgs. Mayra Melo

Elaborado por: Karina Herrera

3.1.1.2. Investigación documental:

La presente investigación se fundamenta de fuentes secundarias como libros, revistas, artículos científicos, tesis puesto que se revisó en relación a las variables de investigación,

3.1.1.3. Estudio descriptivo

Describe la realidad de las variables al igual que recaba información de cada fase de análisis de la investigación según los datos recolectados.

3.1.2. Diseño

3.1.2.1. Estudio correlacional:

Se utilizó en la investigación pues se evidencia dos variables, las cuales son gestión del talento humano (independiente) y servicio al cliente (dependiente) ambas con un grado de influencia.

3.1.2.2. Estudio no experimental

Para la presente investigación se utilizó el estudio no experimental pues observan fenómenos en un entorno natural y sin manipulación al momento de desenvolverse.

3.2. Población de estudio

La presente investigación tiene como lugar la ciudad de Riobamba, la muestra que se tomara en cuenta se divide en dos tipos especificados a continuación:

1. **Variable independiente:** Se tomó en cuenta a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba los cuales están relacionados directamente con la gestión del talento humano.
2. **Variable dependiente:** Serán los turistas que visitan los museos de la ciudad de Riobamba de 18 años en adelante.

3.3. Unidad de análisis

1. **Variable independiente:** Administradores de los museos de la ciudad de Riobamba.
2. **Variable dependiente:** Turistas que visitan los museos de la ciudad de Riobamba.

3.4. Tamaño de la muestra

1. **Variable independiente:** 6 administradores de los museos de la ciudad de Riobamba.
2. **Variable dependiente:** La muestra se calculó considerando los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba puesto que algunos museos tienen un número aproximado de turistas al año se ha utilizado una muestra de 384 de acuerdo a la fórmula infinita. Se aplica la siguiente formula:

Datos

n= Tamaño de la muestra

E= error máximo aceptable 0.05 (5%)

Z= 1,96 coeficiente de correlación del error

p= 0.50

q= 0.50

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2} = \frac{(1,96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2} = 384$$

Se maneja la fórmula infinita propuesta por (Álvarez, 2011) en su libro estadística para la toma de decisiones, llegando como resultado 384 turistas a quienes se les aplica la encuesta.

3.5. Selección de la muestra

1. **Variable independiente:** Se aplicó a 6 administradores de los museos de la ciudad de Riobamba, al ser una población muy reducida se aplicó a toda la población.

Cuadro 2: Museos de la ciudad de Riobamba

N°	CANTIDAD	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL ADMINISTRADOR
1	1	Museo Paquita Jaramillo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana de Chimborazo	Ing. Guillermo Montoya
2	1	Museo de Arte Religioso de la Concepción	Abadesa Bernarda Echeverría
3	1	Casa Museo del GAD Riobamba	Lic. Pablo Luis Narváez
4	1	Casa Museo de Armamento e Historia Militar de la Brigada Blindada Galápagos Nro 11	Coronel Patricio Díaz
5	1	Museo de Ciencias Naturales de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado	Mgs. Elidar Becerra
6	1	Museo y Centro Cultural Riobamba	Mgs. Mayra Melo

Elaborado por: Karina Herrera

2. **Variable dependiente:** Debido a que la población es infinita puesto que algunos museos tienen un número aproximado de turistas al año se ha utilizado una muestra de 384 turistas.

3.6. Operacionalización de variables

3.6.1. Matriz de operacionalización

Cuadro 3: Matriz de operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA/INSTRUMENTOS
V. I Gestión del Talento Humano	Son procesos estratégicos para orientar a las personas mediante el reclutamiento, selección, contratación y evaluación dentro de una empresa. (Chiavenato, 2009)	Reclutamiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento interno • Reclutamiento externo 	Técnica: Encuesta
		Selección del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil profesional • Tecnología • Pruebas psicotécnicas • Pruebas psicológicas 	Instrumento: Cuestionario
		Contratación del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Contrato / Nombramiento • Inducción • Capacitación 	
		Evaluación del desempeño	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento • Seguimiento de actividades • Métodos 	
V. D Servicio al cliente	Conjunto estrategias que se relacionan entre sí que una empresa diseña para satisfacer las necesidades de clientes externos y mejorar sus expectativas. (Hernández , 2009)	Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> • Información • Facilidades 	Técnica: Encuesta
		Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de respuesta • Innovación • Confiabilidad • Atención personalizada 	Instrumento: Cuestionario
		Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Empatía • Sugerencias • Percepción 	

Elaborado por: Karina Herrera

3.6.2. Matriz de consistencia

Cuadro 4: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES
<u>GENERAL</u>	<u>GENERAL</u>	<u>GENERAL</u>	<u>GENERAL</u>	<u>GENERAL</u>
¿Determinar cómo la gestión del talento humano influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?	Analizar la gestión del talento humano y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	La gestión del talento humano influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba	<p>Variable Independiente</p> <p>Talento Humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento del personal • Selección del personal • Contratación del personal • Evaluación del desempeño
<u>ESPECÍFICOS</u>	<u>ESPECÍFICOS</u>	<u>ESPECÍFICOS</u>		
¿Determinar cómo el reclutamiento del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?	Identificar el reclutamiento del personal y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	El reclutamiento del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	Son procesos estratégicos para orientar a las personas mediante el reclutamiento, selección, contratación y evaluación dentro de una empresa (Chiavenato, 2009).	
¿Determinar cómo la selección del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?	Determinar la selección del personal y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	La selección del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	<p>Variable dependiente</p> <p>Servicio al cliente</p>	
¿Determinar cómo la contratación del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?	Establecer la contratación del personal y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	La contratación del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	Conjunto estrategias que se relacionan entre sí que una empresa diseña para satisfacer las necesidades de clientes externos y mejorar sus expectativas. (Humberto, 2006)	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades • Expectativas • Satisfacción
¿Determinar cómo la evaluación del desempeño influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba?	Analizar la evaluación del desempeño y su influencia en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.	La evaluación del desempeño influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.		

Elaborado por: Karina Herrera

3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación

3.7.1. Técnica

3.7.1.1. Encuesta

Se utilizará 2 encuestas para recolectar datos del personal, para saber cómo se encuentra la gestión del talento humano y su influencia en el servicio al cliente.

Se aplica dos encuestas:

1. **Variable independiente gestión del talento humano:** 6 administradores de los museos de la ciudad de Riobamba.
2. **Variable dependiente servicio al cliente:** 384 turistas que visitan los museos de la ciudad de Riobamba

3.7.2. Instrumentos

3.7.2.1. Cuestionario

1. **Variable independiente gestión del talento humano:** Se realizó 6 encuestas las cuales constan de 16 preguntas, 4 de información general y 12 preguntas con escala de Likert: (1) Deficiente, (2) Malo, (3) Regular, (4) Muy bueno, (5) Excelente.
2. **Variable dependiente servicio al cliente:** Se realizó 384 encuestas la cuales constan 14 preguntas, 4 de información general y 10 preguntas con escala de Likert: (1) Deficiente, (2) Malo, (3) Regular, (4) Muy bueno, (5) Excelente.

3.8. Validez de los instrumentos y confiabilidad de los instrumentos

3.8.1. Validez de instrumentos

Para la validación de instrumentos la base fue el criterio de expertos de acuerdo a la formación académica y su experiencia en gestión del talento humano y servicio al cliente.

Cuadro 5: Selección de expertos

N°	Nombres y apellidos	Cargo
1	Dr. Víctor Velasco PhD.	Docente/ director de la carrera de Gestión Turística y Hotelera
2	Dr. Diego Calvopiña PhD.	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera
3	Mgs. Renato Herrera.	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera
4	Dra. Silvia Aldáz PhD.	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Grupo de expertos

3.9. Confiabilidad de instrumentos

De acuerdo a la investigación en esta fase se utiliza el método Alpha de Cronbach de acuerdo a los distintos criterios de confiabilidad:

Cuadro 6: Criterios de confiabilidad

Coefficiente	Criterio
Coeficiente alfa > 9	Es excelente
Coeficiente alfa > 8	Es bueno
Coeficiente alfa > 7	Es aceptable
Coeficiente alfa > 6	Es cuestionable
Coeficiente alfa > 5	Es pobre

Fuente: (Betancourt, 2018)

Elaborado por: Karina Herrera

3.9.1. Confiabilidad de Alpha de Cronbach: Gestión del Talento Humano

Cuadro 7: Estadísticas de fiabilidad variable gestión del talento humano

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,875	12

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: SPSS Statistics 23

Se realizaron 6 encuestas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba, derivando a calcular el Alpha de Cronbach con ítems mediante escala de Likert, como resultado el coeficiente de Alpha de Cronbach es de 0,875 determinando la fiabilidad del instrumento de medición es bueno en su aplicación.

3.9.2. Validez y confiabilidad de Alpha de Cronbach: Servicio al cliente

Cuadro 8: Estadísticas de fiabilidad variable servicio al cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,876	10

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Se realizaron 384 encuestas a los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba, derivando a calcular el Alpha de Cronbach con ítems mediante escala de Likert llegando a un resultado que el coeficiente de Alpha de Cronbach es de 0,876 determinando la fiabilidad del instrumento de medición es bueno en su aplicación.

3.10. Análisis e interpretación de la información

Para la primera variable se aplicó una encuesta a administradores de los museos de la ciudad de Riobamba con duración de 15 minutos, posteriormente los resultados obtenidos se pasaron a una base de datos en Excel, para la segunda variable se aplicó una encuesta a turistas de los museos de la ciudad de Riobamba con una duración de 20 minutos, los resultados obtenidos se pasaron a una base de datos en Excel. Finalmente, los resultados se trasladan al programa SPSS STATISTICS VERSIÓN 23 obteniendo tablas y gráficos observando sus resultados y análisis.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Se presenta un resumen de los resultados de las encuestas aplicadas a:

Cuadro 9: Resumen, interpretación y análisis de resultados variable independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO		
N°	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL		
1	Edad	Se observó que de acuerdo al rango de edad que el 50% es de 50 y más años, el 33,30% es del rango 42-49 y el 16,70% es el rango de 34-41 años. Se concluye que el mayor porcentaje es del 50% de los encuestados con un rango de edad de 50 y más años de los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba.
2	Género	Se observó que del total de los coordinadores de los museos se la ciudad de Riobamba el 66,70% es de género masculino y el 33,30% es femenino. Se concluye que el mayor porcentaje 66,70% de los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba son de género masculino.
3	Nivel de instrucción	Se observó que el nivel de instrucción de los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba el mayor porcentaje es del 66,70% con un tercer nivel, el 16,70% técnico y un 16,70% con un cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje es del 66,70% con un nivel de instrucción de tercer nivel.
RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL		
1	El reclutamiento interno del museo es	Se observó que el 50% de los empleados de los museos de la ciudad de Riobamba tienen un reclutamiento interno muy bueno, el 33,30% es excelente y que el 16,70% es bueno. Se concluye que el reclutamiento interno de los museos de la ciudad de Riobamba es muy bueno.
2	El reclutamiento externo del museo es	Se evidenció que el 50% de los trabajadores de los museos de la ciudad de Riobamba tienen un reclutamiento externo muy bueno, el 33,30% es excelente y un 16,70% es bueno. Se concluye que el reclutamiento externo de los museos de la ciudad de Riobamba es muy bueno.
3	Califique la afinidad del perfil profesional del personal que elabora en el museo	Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba manifiestan que los empleados de los mismos tienen una afinidad en su perfil del profesional en un 50% es regular, un 33,30% es buena, y el 16,70% es deficiente, por lo cual se concluye que la afinidad del perfil profesional del personal de los museos de la ciudad de Riobamba es regular.
SELECCIÓN DEL PERSONAL		
4	El personal que dispone el museo ha utilizado plataformas digitales (tecnología)	Se observó que el personal de los museos de la ciudad de Riobamba utiliza plataformas digitales para su selección en un 50% regular, el 33,30% deficiente y el 16,70 % bueno. Se concluye que las plataformas digitales para la selección del personal son regulares.
5	Califique las pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo	Según los datos obtenidos en las encuestas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba las pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo el 50% son regulares, el 33,30% buenas y un 16,70% son deficientes. Se concluye que las pruebas psicotécnicas utilizadas para la selección del personal son regulares.
6	Califique las pruebas psicológicas que utiliza el personal del museo	Se observó que las pruebas psicológicas utilizadas al personal de los museos de la ciudad de Riobamba son en un 66,70% son regulares y el 16,70% es bueno y deficiente. Se concluye que las pruebas psicológicas utilizadas al personal son regulares.

CONTRATACIÓN DEL PERSONAL		
7	Califique el contrato o nombramiento del personal del museo	Se observó que el contrato o nombramiento del personal de los museos de la ciudad de Riobamba, en el 66,70% muy bueno, el 16,70% bueno y excelente. Se concluye que el contrato o nombramiento del personal es muy bueno.
8	El personal que dispone el museo recibe una inducción.	Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba la inducción que recibe el personal es excelente en un 50% excelente, el 33,30% muy bueno y regular en un 16,70%. Se concluye la inducción que recibe el personal de los museos es excelente.
9	El personal que dispone el museo tiene capacitaciones califique según la frecuencia	Se observó que las capacitaciones al personal de los museos de la ciudad de Riobamba en un 50% son regulares, el 33,30% son deficientes y un 16,70% son buenas, lo cual se concluye que las capacitaciones al personal de los museos son regulares.
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO		
10	Califique los conocimientos existentes en el personal del museo	Las encuestas aplicadas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba manifiestan que los conocimientos existentes en el personal son en un 50% son muy buenos, el 33,30% son excelentes y el 16,70% son buenos. Se concluye que los conocimientos existentes en los museos son muy buenos.
11	El seguimiento a las actividades planificadas que desempeña el personal del museo.	Se observó que el seguimiento a las actividades planificadas del personal de los museos en un 50% bueno, 33,30% es regular y el 16,70% es muy bueno. Se concluye que el seguimiento a las actividades planificada del personal de museo es bueno.
12	Califique el método para la evaluación del desempeño del personal del museo	Se observó los métodos de evaluación de desempeño del personal de los museos de la ciudad de Riobamba en un 50% regular, el 33,30% bueno y 16,70% son muy buenos. Se concluye que los métodos de evaluación de desempeño son regulares.

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

4.1.1. Discusión variable independiente: gestión del talento humano

De acuerdo a las encuestas realizadas se evidenció que la gestión del talento humano en los museos de la ciudad de Riobamba no toma en cuenta puntos vitales para obtener procesos adecuados para una mejor gestión y servicio al cliente como son el : el perfil profesional, uso de plataformas digitales para la selección eficaz de personal, pruebas psicológicas y psicotécnicas, capacitaciones regulares, en respuesta a los datos obtenidos los procesos de reclutamiento y selección del personal cada uno con sus procesos deben ser óptimos y desarrollados de mejor manera.

Cuadro 10: Resumen, interpretación y análisis de resultados variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE: SERVICIO AL CLIENTE		
N°	ÍTEMS	INTREPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL		
1	Género	Se observó que del total de turistas de los museos se la ciudad de Riobamba el 56% es de género masculino y el 44% es femenino. Se concluye que el mayor porcentaje 56% de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba son de género masculino.
2	Edad	Se observó que de acuerdo al rango de edad que el 40,90% es de 18-25 años, el 31,30% es de rango 26-33, el 12,20% es el rango de 34-41, el 10,20% el rango es de 42-49 y el 5,50% el rango es de mayores de 50 años. Se concluye que el mayor porcentaje es del 40,90% de los encuestados con un rango de edad de 18-25 años de turistas de los museos de la ciudad de Riobamba..
3	Nivel de instrucción	Se observó que el nivel de instrucción de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba el mayor porcentaje es del 34,10% con un tercer nivel, el 32,30% técnico, el 20,35% de secundaria, el 7% de primaria y el 6,30% con un cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje es del 34,10% con un nivel de instrucción de tercer nivel.
4	Lugar de procedencia	Se observó que el lugar de procedencia de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba el mayor porcentaje es del 50,50% de la sierra, el 21,10% de la costa, el 17,20% de internacional, el 10,68% del oriente y el 0,50% de Galápagos. Se concluye que el mayor porcentaje es del 50,50% como lugar de procedencia de la región sierra.
5	¿Con qué frecuencia visita los museos de la ciudad de Riobamba?	Se observó que del total de turistas de los museos se la ciudad de Riobamba el 56,50% casi nunca visita los museos, el 20,30% rara vez visita los museos, el 18% a veces visitan museos, el 4,20% a menudo visita los museos y el 1% visita frecuentemente. Se concluye que el mayor porcentaje 56,50% de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba casi nunca visitan los museos.
6	Usted volvería a visitar los museos de la ciudad de Riobamba.	Se observó que del total de turistas de los museos se la ciudad de Riobamba el 81,30% contesto que si volvería a visitar los museos y el 18,80% contesto que no volvería a visitar los museos. Se concluye que el mayor porcentaje 81,30% de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba volverían a visitar.
NECESIDADES		
1	Califique la información que proporciona el personal de los museos de la ciudad de Riobamba	Se observó que la información que proporciona el personal de los museos de la ciudad de Riobamba para los turistas encuestado en un 42,70% es muy buena, en un 25,50% es bueno, en un 23,70% es excelente, en un 5,50% es excelente y en un 2,60% es deficiente. Se concluye que la información que proporciona el personal de los museos hacia los turistas es muy buena.
2	Califique las facilidades de los museos de la ciudad de Riobamba	Se observó que las facilidades de los museos de la ciudad de Riobamba en un 44,55% son regulares, el 26,80% son buenas, el 16,41% son muy buenas, un 10,60% son deficiente y un 1,60% son excelente. Se concluye que las facilidades de los museos son regulares para los turistas.
3	Califique la capacidad de respuesta del personal de los museos de la ciudad de Riobamba	La encuesta aplicada a los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba manifiesta que la capacidad de respuesta del personal en un 54,40% es muy buena, el 25,50% es bueno, el 12% es excelente, el 7,80% es regular y el 0,30% es deficiente. Se concluye que la capacidad de respuesta del personal hacia los turistas es muy buena.
EXPECTATIVAS		
4	Califique la innovación en los museos de la	Se observó que la innovación de los museos de la ciudad de Riobamba según la encuesta aplicada a los turistas del mismo nos da conocer que el 42,20% es regular, el 26,80% es bueno, el 14,80% es muy bueno y el 16,10% es deficiente. Concluyendo que la innovación de los museos es regular.

	ciudad de Riobamba	
5	La confiabilidad de la información y de los servicios de los museos de la ciudad de Riobamba	Se observó que la confiabilidad de la información y de los servicios de los museos de la ciudad de Riobamba para los turistas de los mismos en un 41,10% es muy buena, el 37,80% es bueno, el 11,20% es regular, el 8,60% es excelente y el 1,30% es de deficiente. Se concluye que la confiabilidad de la información y de los servicios es muy buena
6	La atención personalizada de los museos de la ciudad de Riobamba	La encuesta aplicada a los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba nos manifiesta que la atención personalizada en un 51,60% es muy buena, con un 24% es buena, el 10,20% es excelente, el 12,80% es regular y el 1,60% es deficiente. Concluyendo que la atención personalizada del personal es muy buena.
SATISFACCIÓN		
7	Califique la empatía del personal adquirido en la visita de los museos de la ciudad de Riobamba	Se observó que el 54,90% de los turistas manifiestan que la empatía por parte del personal es muy buena, el 24,70% es buena, el 12,50% es excelente, el 7% es regular y el 0,80% es deficiente, concluyendo que la empatía del personal adquirido en la visita en los museos de la ciudad de Riobamba es muy buena.
8	Califique la calidad del servicio y de la información proporcionado en los museos de la ciudad de Riobamba	Se observó que la calidad del servicio y de la información de los museos de la ciudad de Riobamba en un 42,20% es regular, en un 38,30% es bueno, el 10,90% es muy bueno, el 7,60% es excelente y el 1% deficiente. Se concluye que la calidad del servicio y de la información de los museos de la ciudad de Riobamba es regular.
9	El personal de los museos de la ciudad de Riobamba toma en cuenta las sugerencias del visitante para mejorar la visita.	Según datos obtenidos en las encuestas los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que la personal toma en cuenta sus sugerencias en un 44,30% es regular, el 26,30% es muy bueno, el 8,60% excelente, 17,40% bueno y el 3,40% deficiente. Se concluye que el personal toma en cuenta las sugerencias de los turistas mejorando su visita es regular.
10	Los servicios adquiridos de los museos de la ciudad de Riobamba cumplieron con su percepción	La encuesta aplicada a los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba que la percepción de los servicios adquiridos en un 38,30% es regular, en un 32% es bueno, en un 20,80% muy bueno, 8,30% deficiente y un 0,50% excelente, concluyendo que las percepciones de los servicios adquiridos de los museos son regulares.

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

4.1.2. Discusión variable dependiente: servicio al cliente

De acuerdo a las encuestas realizadas se evidenció que el servicio al cliente de los museos de la ciudad de Riobamba es bueno, pero en ciertos puntos como la innovación, facilidades y la percepción se debe mejorar y así llegar a la satisfacción de los clientes incrementado su demanda incluyendo al personal de los museos que generen una cultura de servicio al cliente mediante procesos óptimos de la gestión del talento humano.

4.2. Prueba de Hipótesis

4.2.1. Hipótesis General

La gestión del talento humano influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

4.2.2. Hipótesis Específicas

- El reclutamiento del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- La selección del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- La contratación del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.
- La evaluación del desempeño influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

4.2.3. Prueba de hipótesis general

a) Planteamiento de la hipótesis

H₀: La gestión del talento humano no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

H₁: La gestión del talento humano influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

b) Establecer el margen de error

Alfa= 0,05

c) Elección del estadístico de prueba

Chi-cuadrado

d) Lectura de P_valor (sig): 0,083

Cuadro 11: Comprobación de hipótesis general

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,000 ^a	1	,083
Corrección de continuidad ^b	,750	1	,386
Razón de verosimilitud	3,819	1	,051
N de casos válidos	6		

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

e) Toma de decisión: Se observa que p_valor 0,083 es mayor que alfa 0,05 por ello se rechaza la hipótesis alternativa **H₁** y aceptamos la hipótesis nula **H₀** “La gestión del talento humano no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba”.

4.2.4. Prueba de hipótesis específicas

4.2.4.1. Hipótesis específica I

a) Planteamiento de la hipótesis

H₁: El reclutamiento del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.

H₀: El reclutamiento del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.

b) Establecer el margen de error

Alfa= 0,05

c) Elección del estadístico de prueba

Chi-cuadrado

d) Lectura de P_valor (sig): 0,221

Cuadro 12: Comprobación de hipótesis específica reclutamiento

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,500 ^a	1	,221
Razón de verosimilitud	2,093	1	,148
Asociación lineal por lineal	1,250	1	,264
N de casos válidos	6		

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

e) **Toma de decisión:** Se observa que p_valor 0,221 es mayor que alfa 0,05 por ello se rechaza la hipótesis alternativa **H₁** y aceptamos la hipótesis nula **H₀**. “El reclutamiento del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba”.

4.2.4.2. Hipótesis específica II

a) Planteamiento de la hipótesis

H₀: La selección del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

H₁: La selección del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

b) Establecer el margen de error

Alfa= 0,05

c) Elección del estadístico de prueba

Chi-cuadrado

d) Lectura de P_valor (sig): 0,223

Cuadro 13: Comprobación de prueba de hipótesis específica selección

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,000 ^a	2	,223
Razón de verosimilitud	3,819	2	,148
Asociación lineal por lineal	2,353	1	,125
N de casos válidos	6		

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

e) Toma de decisión: Se observa que p_valor 0,223 es mayor que alfa 0,05 por ello se rechaza la hipótesis alternativa **H₁** y aceptamos la hipótesis nula **H₀** “La selección del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba”.

4.2.4.3. Hipótesis específica III

a) Planteamiento de la hipótesis

H₀: La contratación del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

H₁: La contratación del personal influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

b) Establecer el margen de error

Alfa= 0,05

c) Elección del estadístico de prueba

Chi-cuadrado

d) Lectura de P_valor (sig): 0,153

Cuadro 14: Comprobación de hipótesis específica contratación

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,750 ^a	2	,153
Razón de verosimilitud	4,866	2	,088
Asociación lineal por lineal	3,125	1	,077
N de casos válidos	6		

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

e) **Toma de decisión:** Se observa que p_valor 0,153 es mayor que alfa 0,05 por ello se rechaza la hipótesis alternativa **H₁** y aceptamos la hipótesis nula **H₀** “La contratación del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba”.

4.2.4.4. Hipótesis específica IV

a) Planteamiento de la hipótesis

H₀: La evaluación del desempeño no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

H₁: La evaluación del desempeño influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

b) Establecer el margen de error

Alfa= 0,05

c) Elección del estadístico de prueba

Chi-cuadrado

d) Lectura de P_valor (sig): 0,119

Cuadro 15: Comprobación de la hipótesis específica evaluación del desempeño

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,500 ^a	1	,119
Razón de verosimilitud	2,091	1	,148
Asociación lineal por lineal	1,252	1	,264
N de casos válidos	6		

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

e) **Toma de decisión:** Se observa que p_valor 0,119 es mayor que alfa 0,05 por ello se rechaza la hipótesis alternativa **H₁** y aceptamos la hipótesis nula **H₀** “La evaluación del desempeño no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba”

4.3. Presentación de resultados

En esta sección se da a conocer los resultados obtenidos de la validación y confiabilidad de los instrumentos se aplicó Alpha de Cronbach con resultados favorables para ser aplicados.

Posteriormente se comprueba la prueba de hipótesis mediante el SPSS Versión 23 de acuerdo a ello se observa o se rechaza las hipótesis.

La hipótesis general al realizar el proceso estadístico se observa que se rechaza la hipótesis de la investigación es de 0,083 puesto que el nivel de significancia es mayor a 0,05 es decir la gestión del talento humano no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

Hipótesis específica I al realizar el proceso estadístico se demuestra que se rechaza la hipótesis de la investigación es de 0,221 puesto que el nivel de significancia es mayor a 0,05 por tanto el reclutamiento del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

Hipótesis II al realizar el proceso estadístico se observa que se rechaza la hipótesis de la investigación es de 0,223 puesto que el nivel de significancia es mayor a 0,05 se concluye la selección del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

Hipótesis III al realizar el proceso estadístico en SPSS se identifica que se rechaza la hipótesis de la investigación es de 0,153 puesto que el nivel de significancia es mayor a 0,05 es decir la contratación del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

Hipótesis IV al realizar el proceso estadístico se observa que se rechaza la hipótesis de la investigación es de 0,119 puesto que el nivel de significancia es mayor a 0,05 se llega a la conclusión que la evaluación del desempeño no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba.

5. Conclusiones

- La gestión del talento humano no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba, se evidencia un porcentaje de 0,083% por lo cual la gestión del talento humano tiene una gestión tradicional la cual excluye procesos importantes para una mejor administración y servicio al cliente.
- El reclutamiento del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba, se evidencia un porcentaje 0,221% por lo cual se debe mencionar que el reclutamiento no se ha realizado eficientemente pues en ciertos procesos de manejo de los museos se necesita personal técnico con un perfil personal idóneo.
- La selección del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba, se evidencia un porcentaje 0,223% por lo cual la selección del personal debe ser reforzado de acuerdo a las necesidades de los museos de la ciudad de Riobamba mediante procesos óptimos incluyendo pruebas psicológicas y psicotécnicas.
- La contratación del personal no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba, se evidencia un porcentaje 0,153% por lo cual la contratación del personal debe ser acorde a la selección previamente establecida con una inducción eficiente y capacitaciones regulares.
- La evaluación del desempeño no influye en el servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba, se evidencia un porcentaje 0,119% por lo tanto las evaluaciones del desempeño se deben mejorar para un desenvolvimiento adecuado en los museos de la ciudad de Riobamba pues desconocen métodos de evaluación para el fortalecimiento de las competencias del personal.

6. Recomendaciones

- Los museos de la ciudad de Riobamba deberían optar por direccionar sus procesos en la gestión del talento humano a nuevas tendencias que incluyan a clientes internos y externos que ayude a un servicio al cliente de calidad y este a su vez lleve a nuevas investigaciones de los museos tomando en cuenta como antecedente esta investigación.
- Los museos de la ciudad de Riobamba tomen en cuenta los procesos de reclutamiento, enfocándose a un personal óptimo, con un adecuado perfil profesional de acuerdo a las necesidades de los museos pues éste es un eje primordial el cual mejora la gestión puesto que este influye significativamente en la organización mediante un personal capacitado y adecuado con conocimientos frescos e innovadores mejorando el servicio al cliente.
- Es necesario que los museos de la ciudad de Riobamba vean al proceso de selección del personal como una ventaja competitiva para ayudar en su funcionamiento y den respuesta a encaminar a un proceso innovador que tome en cuenta tendencias de la gestión del talento humano tomando como referencia pruebas psicológicas-psicotécnicas; sugerencias tanto de clientes internos y externos satisfaciendo su demanda.
- Se considera que para mejorar la contratación de los museos de la ciudad de Riobamba se considere el ámbito de inducciones y capacitaciones como un aspecto relevante para una mejora continua.
- Finalmente se considera la evaluación del desempeño como otro aspecto relevante a considerar mediante métodos de evaluación en los museos de la ciudad de Riobamba para mejorar el rendimiento de los colaboradores y dar seguimientos a las actividades realizadas.

7. Referencias bibliográficas

- Álvarez, J. (2011). *Estadística para la toma de decisiones*. Riobamba.
- Alveiro, C. (2009). Evaluación del desempeño como herramienta para el análisis del capital. *Visión del futuro*, 3-4.
- Ardilla, R. (2010). Inteligencia. ¿Qué sabemos y qué nos falta por investigar? *Revista de la academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 35.
- Balza, A. (2010). Educación, investigación y aprendizaje: una herramienta desde el pensamiento complejo y transitorio. *APUNESR*.
- Barcnas, G. (19 de febrero de 2018). *Prezi*. Obtenido de https://prezi.com/fqzy8hpy3_bs/origen-del-servicio-al-cliente-y-su-evolucion-hacia-el-siglo-xxi/
- Betancourt, C. (2018). Metodología de correlación estadística de un sistema integrado de gestión de la calidad en el sector salud. *Signos- Investigación en sistemas de gestión*, X(2).
- Blasco, R. (2004). Reclutamiento y selección del personal: viejo y nuevo rol psicológico. *Revista Psicología: Organizações e Trabalho*, 4(1), 91-122.
- Cantillo, N., Pedraza, C., Paz, A., & García, J. (2019). Dimensiones del servicio como ventaja competitiva en el sector farmacéutico del distrito especial turístico y cultural de Riohacha, Colombia. *Revista Espacios*, 40(01).
- Código de trabajo. (2018). Código de trabajo. 4.
- Corral, C., Gil, M., Velasco, R., & Serrano, M. (2011). La importancia del programa de inducción, en las empresas del sector del servicio. *Revista El Buzón de Pacioli*, 74.
- Curso, R. (2005). Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. *Ideaspropias Editorial SL*.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración del Personal*. Colombia: McGrawhill.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento humano*. Colombia: McGrawhill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. En I. Chiavenato, *Gestión del Talento Humano* (págs. 34,137). México: McGrawHill.
- Daza, M., Daza, M., & Pérez, A. (2016). Servicio al cliente: una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia). *AiBi revista de investigación en administración e ingeniería. Volumen 5*, 20-26.
- Díaz, M., Contrera, Y., & Rivero, S. (2009). El factor humano como elemento dinamizador del proceso empresarial en la gestión de la información y conocimiento. *Acimed*, 20(5), 42-55.
- Duque Oliva, E. (2005). *Reviewing the concept of service quality and models for measuring it*. 15(25), 64-80: Innovar.
- Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente*. Perú: Biblioteca Nacional del Perú.

- Flores, J., Flores, M., Melendres, E., Goyes, A., & Vaca, S. (2018). Administración de talento humano. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- García, E. (2002). *Unidad de Autoformación*. SEDIC. Obtenido de https://www.sedic.es/autoformacion/seccion6_DProcesos.htm
- Hernández, Y. (2009). Prácticas de selección de personal, un instrumento de dominación socialmente aceptado. *AD-minister*, (14)137-160.
- Huapaya Capcha, Y. (2019). Gestión por procesos hacia la calidad educativa en el Perú. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 243-261.
- Humberto, S. (2006). Servicio al cliente. En *Conceptos básicos. Servicio al cliente* (págs. 19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- ISO 9000. (2000). Sistemas de gestión del talento humano. *IMNC*.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de marketing*. Madrid: Pearson Educación.
- Matínez, C. (2013). *El servicio al cliente más que una estrategia una cultura de vida*.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*, núm 34, 181-2019.
- Mayo, I. (2010). Instrucción a los Procesos de Calidad. *REICE. Revista Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en educación*, 8(5), 3-18.
- Meliá, J. (2014). La innovación, concepto e importancia económica. *Criterios E Indicadores de La Excelencia En La Innovación Empresarial*, 39-64.
- Mondy Wayne, R. (2010). Administración de los recursos humanos. En R. W. Mondy, *Administración de los recursos humanos* (págs. 4, 10-11). México: Pearson.
- Morales, F., Terranova, G., & Sandoya, L. (2019). La calidad en el servicio al cliente: factor de éxito de las empresas. *Opuntia Brava*, 11(4), 268-278.
- Morelos, C., & Pérez, G. (01 de enero de 2009). *Necesidades de los clientes: Una nueva visión hacia la competencia*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos79/necesidades-clientes-nueva-vision-competencia/necesidades-clientes-nueva-vision-competencia2.shtml>
- Moreno, J. (2014). Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo. *Ciencia Psicológicas*.
- Muñoz, C. (2019). Calidad del servicio y satisfacción al cliente en las Mypes del sector servicios-rubro hoteles 3 estrellas del distrito de Piura. *In Crescendo*, 10(1), 233-239.
- Najul, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y calidad del servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 23-35.
- Normas ISO 10628-9001. (2001). *Diagramas de flujo*. Madrid: AENOR.
- Pantoja, P. (2018). El proceso de administración de recursos humanos. Enfoque hacia los expatriados. *Revista Análisis Económico*, 28(67), 77-91., 82, 86.

- Parra López , E., & Calero Garcia, F. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. McGraw Hill.
- Payares Jiménez, K., Berdugo Romero, A., Caridad, M., & Navarro Manotas, E. (2017). Endomarketing y calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud. *Espacios*.
- Prieto , P. (2013). *Gestión del talento humano como estrategia para retención del personal*. Medellín: Tesis de pregrado, Universidad de Medellín.
- Ramírez , R., Chacón, H., & Valencia, K. (2018). Gestión del talento humano como estrategia organizacional en las Pequeñas y Medianas Empresas. *CICAG*, 16(1), 20-42.
- Rivera, S., Colbert, M., & Barreto, T. (2018). La importancia del capital humano en la organización. *Gestión del talento y su influencia en el desempeño laboral: dimensiones y factores*.
- Robayo , A. (2017). *La importancia del servicio al clientey el reflejo de las ventas de la empresa*. Bogotá: Test de pregrado, Universidad Militar Nueva Granada.
- Sánchez Barreto, Z. (2019). *Gestión del talento humano y su influencia en la calidad de servicios en los hoteles de tres estrellas de Trujillo*. Trujillo: Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo.
- Sánchez, J., & Calderón , V. (2012). Diseño del proceso de evaluación del desempeño del personal y las principales tendencias que afectan su auditoría. *Pensamiento & gestión*, (32), 54-82.
- Sancho , A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Suquilanda Tomalá, C. (2019). *El servicio al cliente en los establecimientos de restauración y su aporte en el desarrollo turístico de la parroquia San José de Ancón, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2017*. La Libertad: Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Thompson, I. (2005). La satisfacción al cliente. *Rev Med (Bolivia)*, 6.
- Ugarte, T., Yarlequé, Y., & Fiallo, D. (2015). La Administración del Talento Humano. *Caribeña de Ciencias Sociales* .
- UNESCO. (2016). *Innovación educativa, texto 1*. Lima: CARTOLAN E.I.R.L.
- Usinia, A. (2016). *Gestión del talento humano en las hosterías de la ciudad de Riobamba para mejorar el servicio al cliente*. Riobamba: Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo.
- Viñan , D. (2016). *Gestión del Talento Humano en las Operadoras de turismo de Riobamba para mejorar el servicio al cliente*. Riobamba: Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo.
- Yépez, W., & Vallejo , M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Revista Industrial*, 19(2): 13-20.

ANEXOS

Anexo 1. Propuesta

1. Título de la propuesta

Gestión por procesos para el reclutamiento y selección del personal para los museos de la ciudad de Riobamba.

2. Introducción

El turismo en la actualidad ha ido avanzando a pasos agigantados, siendo el turismo cultural un elemento vital para la conservación del patrimonio. Logrando así ser un motor de desarrollo local mediante una buena gestión y un servicio de calidad.

Las nuevas tendencias están encaminadas a una gestión enlazada hacia la innovación, por lo tanto, los procesos tradicionales evolucionan mediante herramientas acordes a una mejora continua, a satisfacer las necesidades de los clientes tanto interno y externo. Tomando en cuenta la gestión del talento humano eficiente e innovador como un componente indispensable en la organización.

Los museos son un factor clave para conocer, aprender de diversas maneras objetos y conocimientos históricos así orientando la valoración y apreciación de generación en generación del patrimonio cultural, al brindar un servicio que tiene contacto directamente con el cliente externo se debe tener presente procesos que son necesarios para superar las expectativas de los turistas.

Por ello, se debe considerar una gestión por procesos, que deben ser diseñados y orientados como una herramienta que atribuya a nuevas tendencias que son un elemento fundamental que aumentan la competitividad de las organizaciones demandando de varios elementos importantes para su supervivencia y diferenciación mediante procesos como es el reclutamiento, selección del personal que se enlazan al endomarketing como valor agregado los cuales ayudan en la gestión y servicio al cliente.

Para la realización de la propuesta se tomó en cuenta el diagnóstico situacional de los museos de la ciudad de Riobamba mediante la matriz FODA la cual ayudara a identificar

fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, partiendo de la misma se plantea procesos orientados a la mejora de la gestión del talento humano y un servicio al cliente de calidad. Finalmente se propone el diseño de una gestión por procesos para el reclutamiento y selección del personal para los museos de la ciudad de Riobamba con la finalidad de mejorar el servicio al cliente orientado por el endomarketing.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Elaborar una gestión por procesos para el reclutamiento y selección del personal para los museos de la ciudad de Riobamba con la finalidad de mejorar el servicio al cliente orientado por el endomarketing.

3.2. Objetivos específicos

- Establecer un proceso para el reclutamiento del personal de los museos con el propósito de obtener aspirantes calificados para el puesto.
- Determinar un proceso para la selección del personal de los museos para una adecuada gestión en los museos.
- Proponer un proceso de endomarketing como valor añadido a la satisfacción del cliente dentro del reclutamiento y selección del personal de los museos no solo centradas al cliente interno si no a clientes externos ya seleccionados generando un compromiso en los empleados.

4. Marco conceptual

4.1. Proceso:

“Secuencia de pasos de una o varias actividades orientados a conseguir resultados, permitiendo una mejora continua” (Mayo, 2010). Implica participación de varias personas, recursos diseñando, gestionando para la mejora de los procesos tomando en cuenta las necesidades de la organización satisfaciendo las necesidades de las personas de interés.

4.2. Gestión por procesos:







“Su fin es llegar a la satisfacción del cliente. Los procesos son estructurados de manera adecuada, mejorando y rediseñando el trabajo generando nuevas oportunidades para la organización contribuyendo a su eficiencia” (Huapaya Capcha, 2019).

4.4. Flujograma

“Representación gráfica de la serie de actividades de un proceso” (García, 2002). Es de gran importancia puesto que este ayuda a mejorar la gestión desglosando procesos vitales para el manejo de las organizaciones.

4.5. Simbología

Cuadro 16. Simbología-flujograma

Signo	Significado	Conceptualización
	Inicio/fin	Se identifica el inicio y fin de acuerdo a la actividad y su proceso.
	Decisión	Se puede seleccionar dos alternativas en función a resultados de acuerdo a las actividades.
	Actividad	Ejecución de actividades u operaciones dentro del proceso.
	Documento	Se crea un documento al obtener un resultado.
	Transporte	Movimiento de próxima actividad.
	Demora	Acontece demora, retraso de alguna actividad que impide el inicio de la nueva actividad.

Fuente: (Normas ISO 10628-9001, 2001)

Elaborado por: Karina Herrera

4.6. Endomarketing

Estrategia también conocida como Marketing interno, proceso de gestión que ayuda a una calidad relacionada con clientes internos y externos mediante la comunicación, motivación y lealtad (Payares Jiménez, Berdugo Romero, Caridad, & Navarro Manotas, 2017).

5. Desarrollo de la propuesta

5.1. Diagnóstico situacional

Cuadro 17: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1: Ubicación de los museos. F2: Amplia variedad de temáticas. F3: Existencia de Red de museos. F4: Aceptación como lugares de conservación de objetos históricos de gran valor.	O1: Nuevas ofertas de trabajo. O2: Apoyo de autoridades. O3: Implementación de nuevos procesos mejorando la gestión y servicio al cliente. O4: Fortalecimiento de turismo cultural.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1: Procesos inadecuados en el reclutamiento y selección del personal. D2: Poco presupuesto para la conservación de las piezas D3: Mínimas innovaciones. D4: Limitadas capacitaciones.	A1: Baja demanda, inadecuado servicio al cliente. A2: Deterioro de las piezas. A3: Desconocimiento de existencia de museos. A4: Conocimientos obsoletos.

Elaborado por: Karina Herrera

5.2. Priorización de FODA

Matriz de priorización de Holmes, permite la selección de opciones, determinar alternativas y criterios a considerar para tomar una decisión está consiste que el número de filas igual al número de columnas tomando en cuenta su importancia llegando a su comparación en donde 1 es la menos importante y 5 el más importante, al final se suma el puntaje.

Cuadro 18: Priorización fortalezas

Nº	FORTALEZAS	1	2	3	4	Puntaje
1	Ubicación de los museos	2	3	2	2	9
2	Amplia variedad de temáticas.	3	4	4	4	15
3	Existencia de Red de museos	3	4	4	4	15
4	Aceptación como lugares de conservación de objetos históricos de gran valor.	3	5	4	5	17
TOTAL						56

Elaborado por: Karina Herrera

Cuadro 19: Priorización oportunidades

N°	OPORTUNIDADES	1	2	3	4	Puntaje
1	Nuevas ofertas de trabajo.	4	4	3	4	15
2	Apoyo de autoridades.	4	4	4	4	16
3	Implementación de nuevos procesos.	4	4	4	4	16
4	Fortalecimiento de turismo cultural.	5	5	5	5	20
TOTAL						67

Elaborado por: Karina Herrera

Cuadro 20: Priorización Debilidades

N°	DEBILIDADES	1	2	3	4	Puntaje
1	Procesos deficientes en el reclutamiento y selección del personal.	4	4	3	5	16
2	Poco presupuesto para la conservación de las piezas.	3	4	3	2	16
3	Mínimas innovaciones.	4	2	4	2	12
4	Limitadas capacitaciones.	4	3	4	4	15
TOTAL						59

Elaborado por: Karina Herrera

Cuadro 21: Priorización amenazas

N°	AMENAZAS	1	2	3	4	Puntaje
1	Baja demanda, inadecuado servicio al cliente.	4	4	4	4	16
2	Deterioro de las piezas.	5	5	5	5	20
3	Desconocimiento de existencia de museos.	3	3	3	2	11
4	Conocimientos obsoletos.	4	3	4	3	14
TOTAL						61

Elaborado por: Karina Herrera

5.3. Misión

Proponer, impulsar y ejecutar procesos para el desarrollo integral del talento humano, la mejora de la gestión y el servicio al cliente, cumpliendo objetivos orientados a la satisfacción de los mismos.

5.4. Visión

Aspirar a mejorar los procesos de reclutamiento y selección concentrándose en un personal motivado y adecuado para un servicio al cliente de calidad con ayuda del endomarketing como valor añadido.

5.5. Objetivo

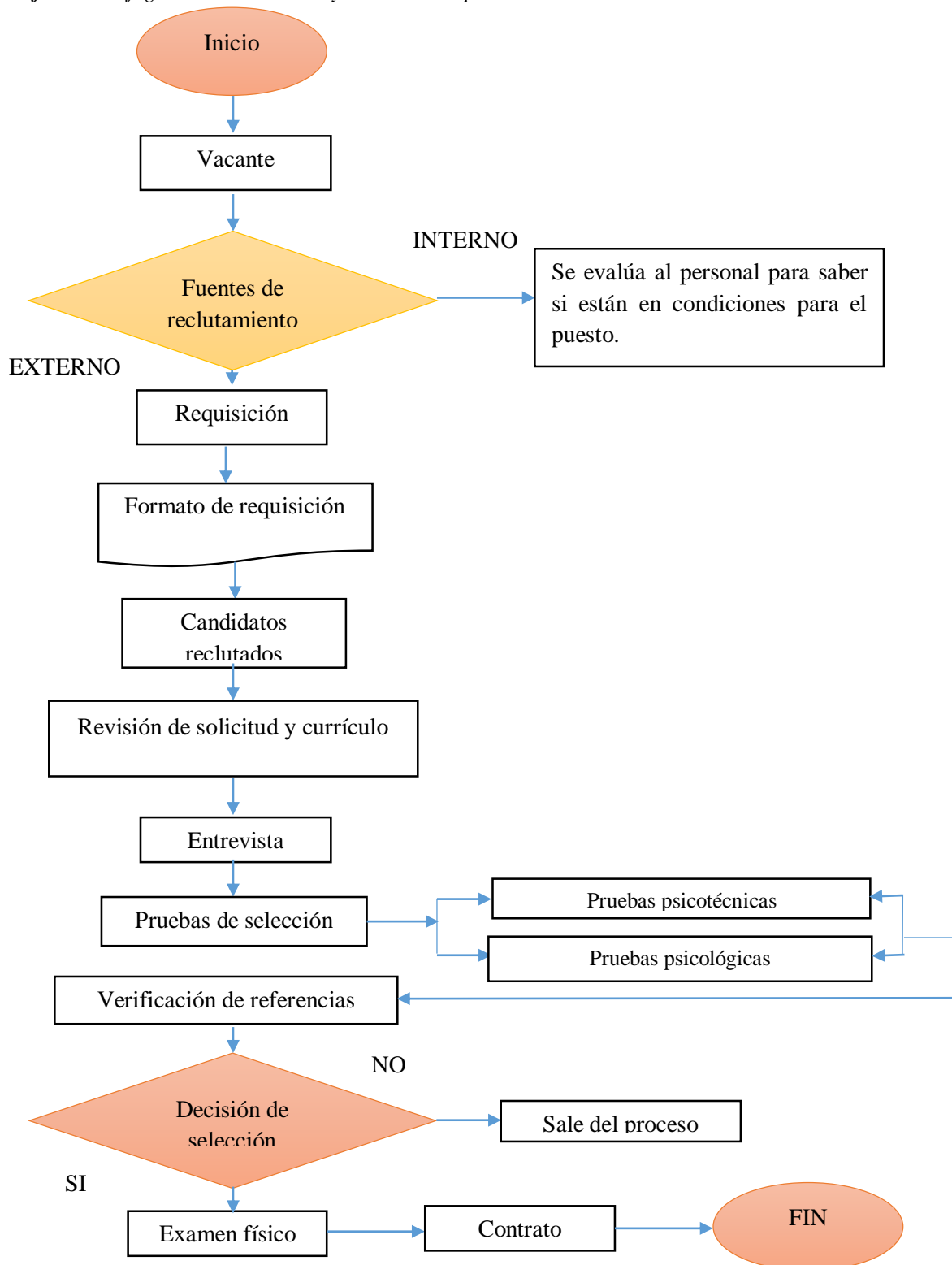
Elaborar procesos de reclutamiento, selección del personal conociendo al candidato más apto permitiendo una administración más eficiente mediante el endomarketing como una estrategia, que cumpla las necesidades de la gestión del talento humano y de la organización.

5.6 Políticas

- En el momento que exista una necesidad en la gestión de los museos de la ciudad de Riobamba, se procederá a fomentar el reclutamiento interno como primera fuente, de no obtener resultados se tomará en cuenta otras fuentes. (reclutamiento externo)
- El reclutamiento se basará en los requisitos establecidos en el perfil del cargo.
- Se debe contar con una fuente amplia de candidatos para mayor elección, para lo cual se receptorán hojas de vida permanentemente y así mantener actualizada la base de datos.
- Cuando se va a crear un puesto de trabajo, el nuevo cargo debe ser previamente analizado por el departamento de talento humano y administrador de cada uno de los museos.
- Los evaluados deben contar con los conocimientos del perfil del candidato que se requerirá para realizar una excelente elección.
- Todo aspirante, (personal interno o externo) que desee optar por un puesto específico, está sujeto a las políticas de cada uno de los museos.
- El realizar las encuestas de satisfacción tanto a clientes internos y externos se procederá al análisis y discusión cada seis meses de acuerdo a las necesidades de cada uno de los museos.

5.6. Proceso de reclutamiento y selección del personal

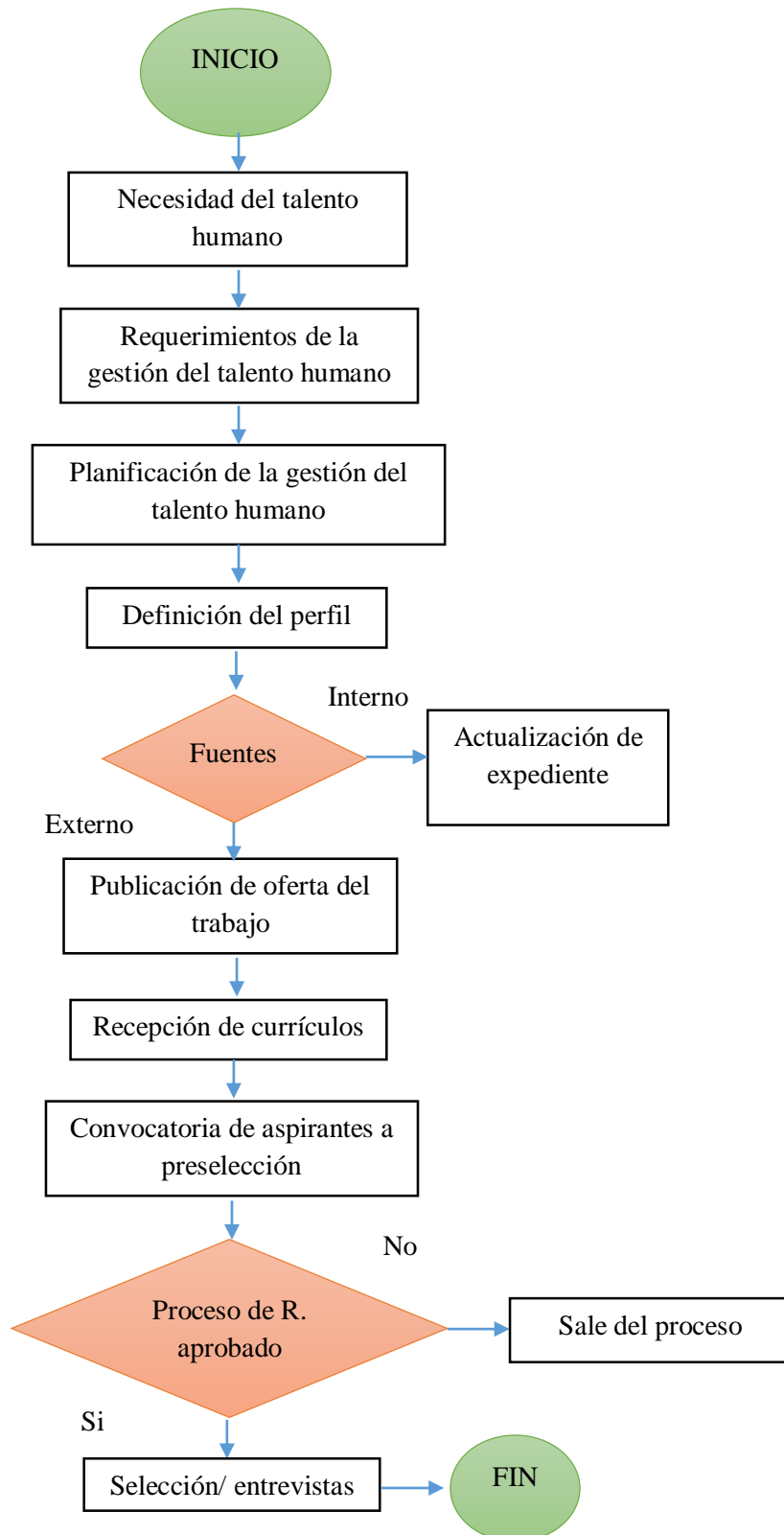
Gráfico 1: Flujograma reclutamiento y selección del personal



Elaborado por: Karina Herrera

5.7. Proceso del reclutamiento del personal

Gráfico 2: Flujograma reclutamiento del personal

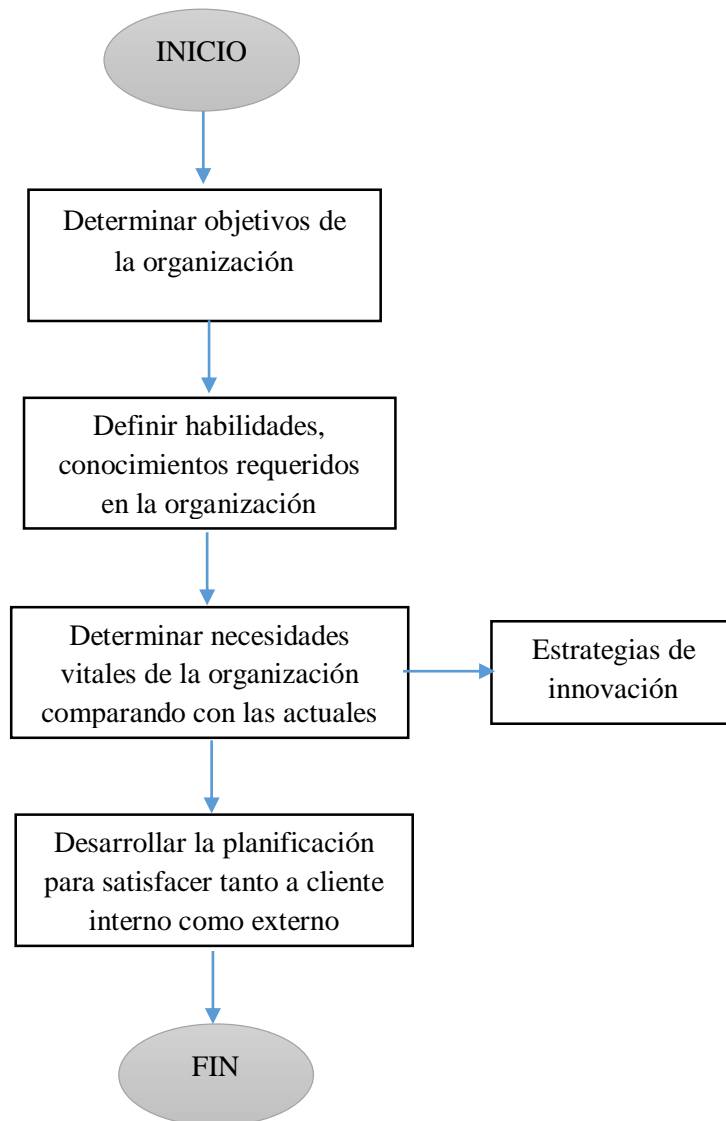


Elaborado por: Karina Herrera

5.7.1. Subprocesos del reclutamiento del personal

Para los subprocesos del reclutamiento del personal se ha escogido los más importantes, es decir los que necesitan un estudio más amplio para mejorar la gestión.

Gráfico 3: Flujograma planificación de la GTH



Elaborado por: Karina Herrera

5.7.2. Formatos del reclutamiento del personal

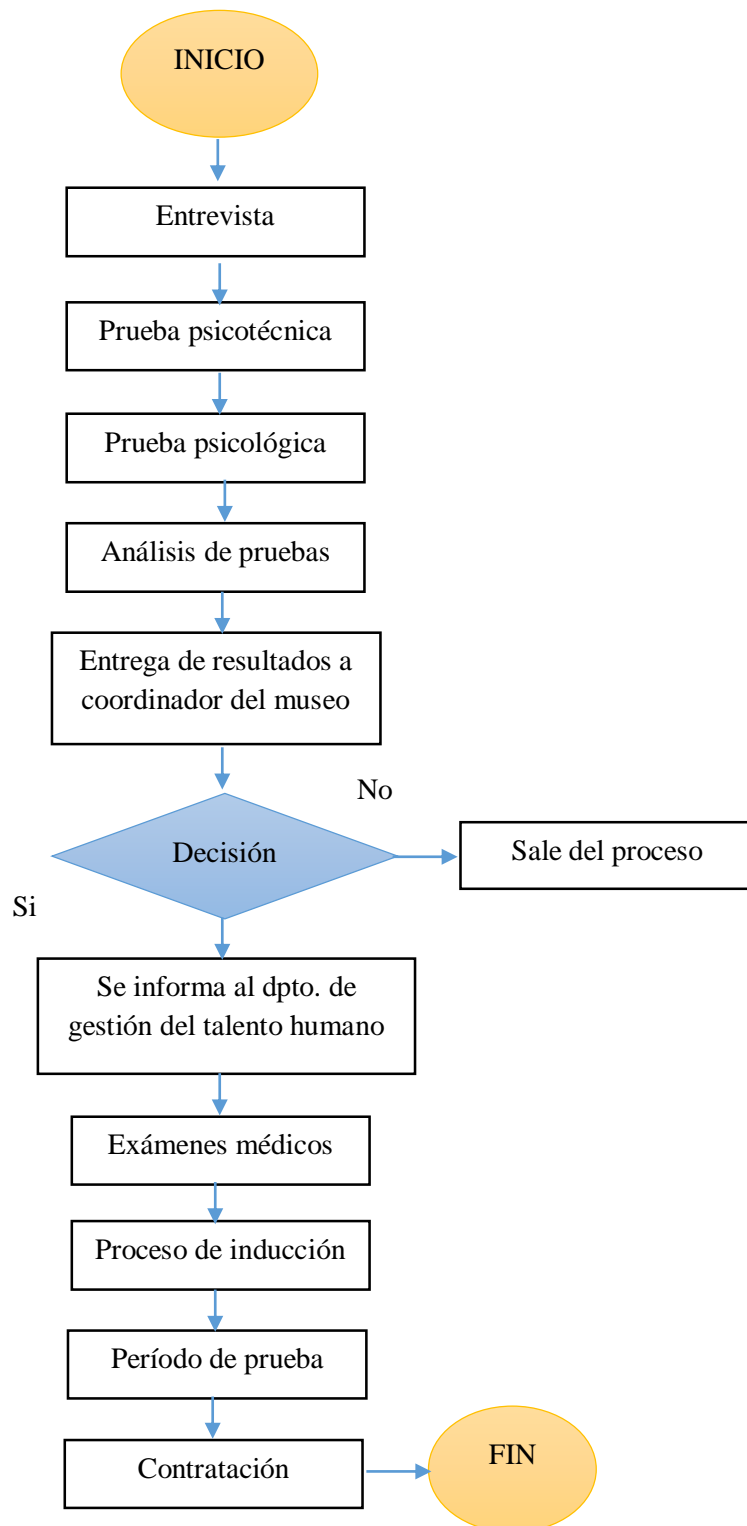
Cuadro 22: Formato descripción del puesto

Museo “”			
Fecha:			
Identificación del cargo: Cargo: “”			
Objetivo:			
Determinar competencias generales y específicas que debe cumplir el aspirante.			
Competencias generales	Niveles		
	Alto	Medio	Bajo
Liderazgo			
Museología			
Conservación y restauración			
Historia y geografía			
Geología y antropología			
Turismo			
TIC'S			
Competencias específicas			
Servicio al cliente			
Idiomas			
Guianza			

Elaborado por: Karina Herrera

5.8. Proceso de selección del personal

Gráfico 4: Flujograma selección del personal

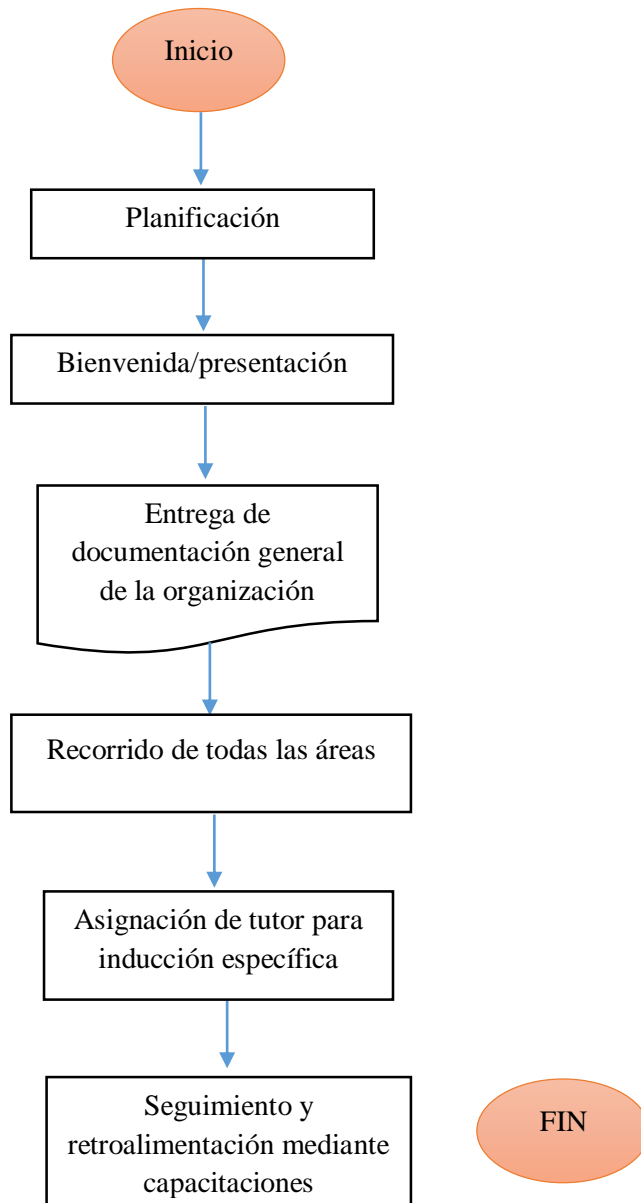


Elaborado por: Karina Herrera

5.8.1. Subprocesos de la selección del personal

Para los subprocesos de la selección del personal se ha escogido el más importante, es decir el que necesita un estudio más amplio para mejorar la gestión.

Gráfico 5: Flujograma inducción de la GTH



Elaborado por: Karina Herrera

5.8.2. Formatos de la selección del personal

Cuadro 23: Formato de entrevista

Museo “”		
Nombre:		Fecha:
Introducción:		
<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación 		
Experiencia laboral:		
Competencias generales	Preguntas	Observaciones
Liderazgo		
Museología		
Conservación y restauración		
Historia y geografía		
Geología y antropología		
Turismo		
Competencias específicas	Preguntas	Preguntas
Servicio al cliente		
Idiomas		
Guianza		

Elaborado por: Karina Herrera

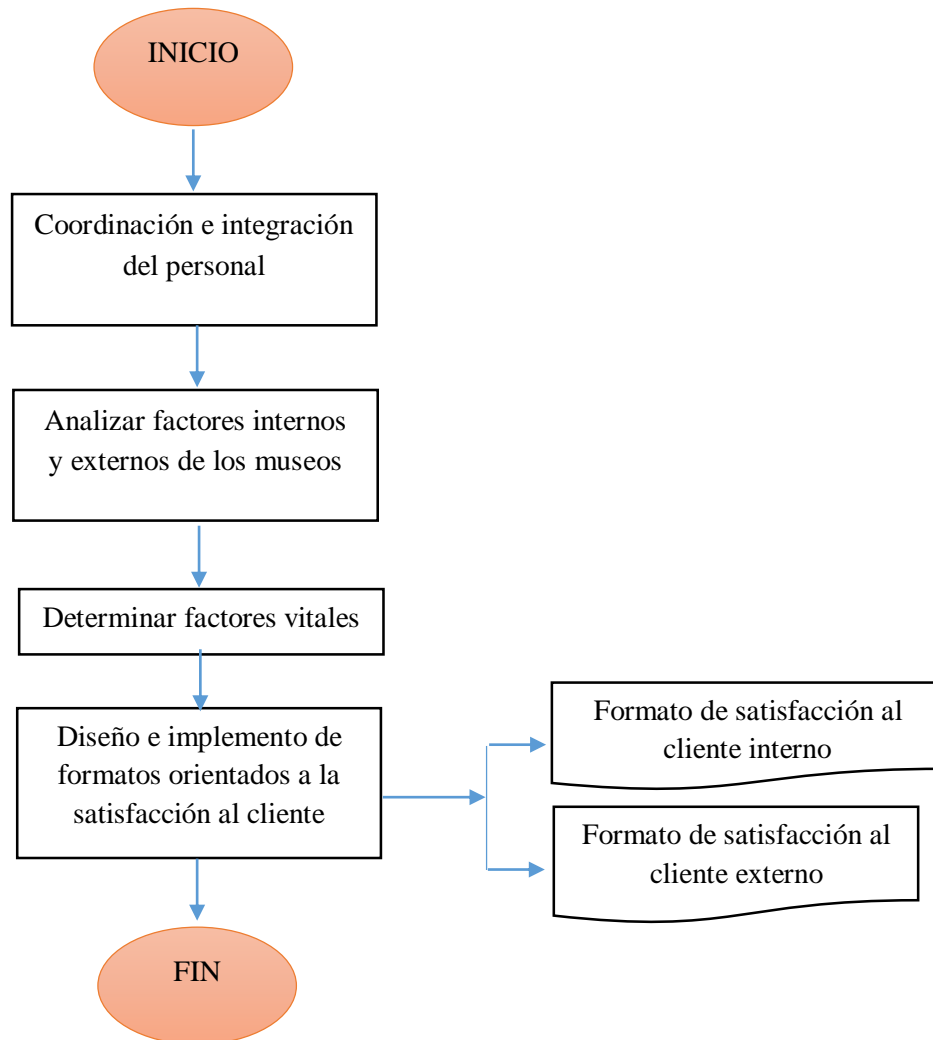
Cuadro 24: Ficha de inducción al personal

Subproceso:	Inducción
Descripción:	Socializar sobre información general de la organización, sobre el servicio que se ofrece para una mayor motivación hacia el personal.
Responsable:	Encargado de la gestión del talento humano
Tipo de cliente:	Cliente inter

Elaborado por: Karina Herrera

5.9 Proceso del endomarketing

Gráfico 6: Flujograma endomarketing



Elaborado por: Karina Herrera

5.9.1. Formato de satisfacción al cliente interno

LOGO	ENCUESTA INTERNA AL PERSONAL DEL MUSEO “”
-------------	--

Fecha: _____

Objetivo: Integrar, motivar y crear un ambiente adecuado entre colaboradores.

Instrucción:

Señale con una x la respuesta

(1) Muy insatisfecho (2) Insatisfecho (3) Medianamente satisfecho (4) Satisfecho (5) Muy satisfecho

INDICADOR	PARÁMETRO				
	1	2	3	4	5
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
Distribución equitativa de las actividades					
Conocimiento y dominio de funciones por parte de administración					
Inclusión y participación del personal en toma de decisiones					
Sus habilidades están de acuerdo a su puesto de trabajo					
Integración y participación en equipo de trabajo					
Herramientas suficientes de acuerdo a su trabajo					
Capacitación necesaria para desempeñar de manera adecuada su trabajo					
Frecuencia de la aplicación de capacitaciones					
Calidad de servicio en el museo					
Estrategias de innovación					
Promoción y difusión del museo					

Elaborado por: Karina Herrera

Sugerencias y comentarios: _____

¡Gracias por su colaboración!

5.5.2. Formato de satisfacción al cliente externo

LOGO	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL MUSEO “”
-------------	---

Fecha: _____

Objetivo: Mejorar el servicio al cliente de acuerdo a sus requerimientos.

Información general:

Señale con una x

Genero:	Masculino		Femenino							
Edad:	18 - 25		26 – 33		34 – 41		42 - 49		+50	
Nivel de instrucción	Primaria		Secundaria		Técnico/ tecnológico		Tercer nivel		Cuarto nivel	
Lugar de procedencia	Costa		Sierra		Oriente		Galápagos		Internacional	

Instrucción:

(1) Deficiente (2) Regular (3) Bueno (4) Muy bueno (5) Excelente

INDICADOR	PARÁMETRO				
	1	2	3	4	5
	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Ambiente del museo					
Imagen del personal					
Cortesía del personal en atención al cliente					
Información recibida por parte del personal					
Capacidad de respuesta por parte del personal					
Nivel de información por parte del personal					
Disponibilidad del personal del museo					
El personal del museo toma en cuenta comentarios y sugerencias					
Exposición del museo (diseño, contenido e información,...)					
Facilidades del servicio					
Limpieza					
Calidad del servicio recibido					

Elaborado por: Karina Herrera

Sugerencias y comentarios: _____

¡Gracias por su colaboración!

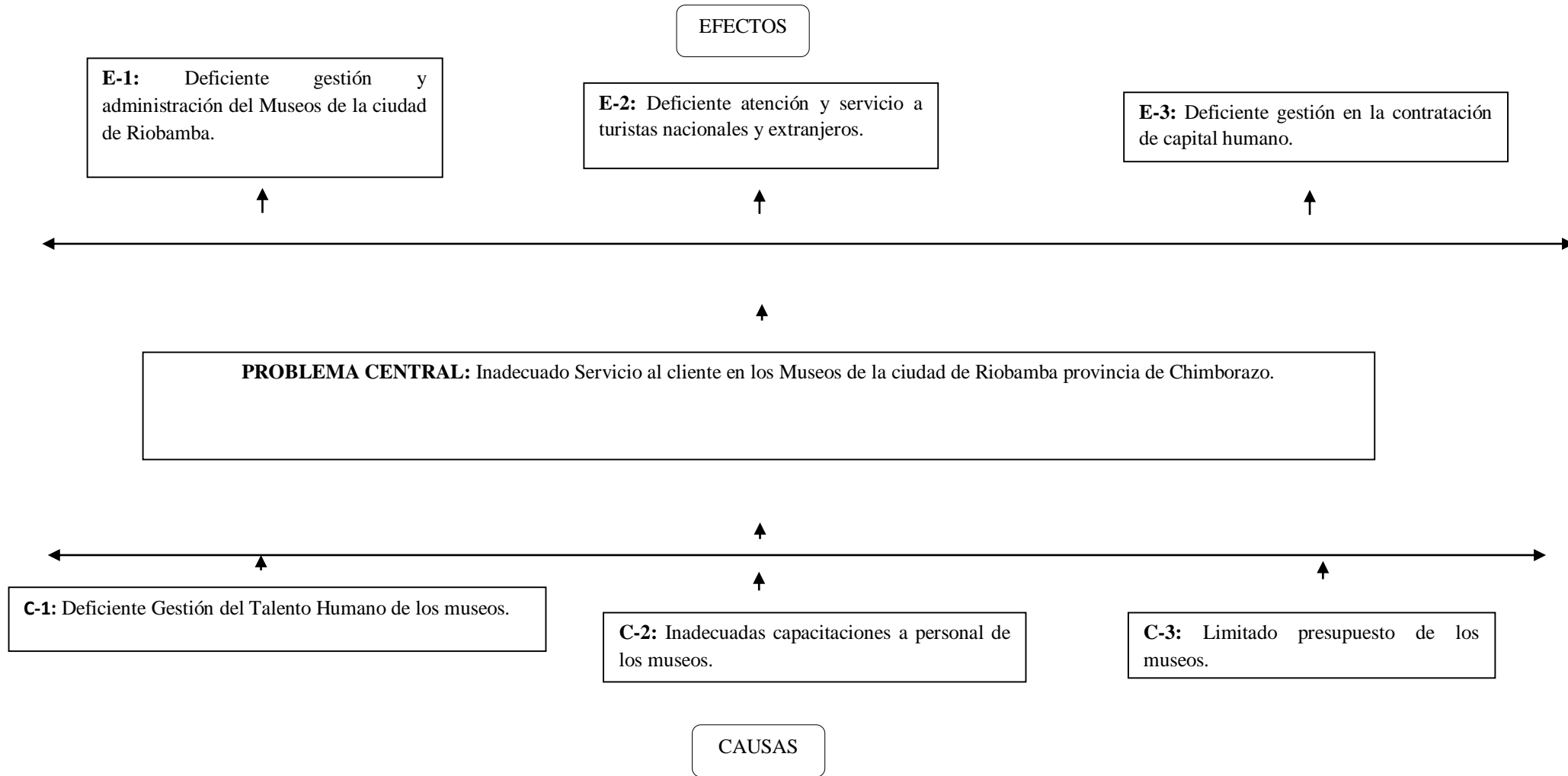
6. Conclusiones

- La gestión por procesos del reclutamiento y selección del personal es un instrumento que se debe tomar en consideración para mejorar el servicio al cliente y tener una gestión eficiente de acuerdo a las necesidades de cada uno de los museos de la ciudad de Riobamba.
- Los procesos adecuados en la gestión del talento humano en los museos de la ciudad de Riobamba ayudan a que cuente con un personal óptimo con funciones pertinentes a su perfil profesional.
- La determinación de cumplir con una gestión por procesos del reclutamiento y selección del personal serán el inicio para mejorar el desempeño laboral; el proceso de endomarketing da un valor agregado para un grado de compromiso, incrementa motivación aumentando productividad en el personal por ende den respuesta a un servicio al cliente de calidad.
- Los procesos de reclutamiento, selección y endomarketing van de la mano con la gestión de las autoridades pues al no contar en la mayoría de los museos con un presupuesto propio estos procesos no podrían ser ejecutados eficientemente.

7. Recomendaciones

- La gestión por procesos del reclutamiento y selección del personal debe ser tomado en cuenta a corto y largo plazo por los museos de la ciudad de Riobamba.
- El personal que se seleccione debe efectuar sus actividades de acuerdo con los requerimientos de reclutamiento y selección de los museos para un desempeño laboral eficiente y motivado de acuerdo a las responsabilidades otorgadas por la organización.
- Al seleccionar un personal adecuado para los museos de la ciudad de Riobamba para un mejor rendimiento se deberá complementar con el proceso de endomarketing tomando en cuenta las sugerencias de clientes internos y externos los cuales son de vital importancia para mejorar el servicio al cliente satisfaciendo necesidades a turistas con características cambiantes.
- Los museos deben vincularse de mejor manera con las autoridades de la ciudad de Riobamba para mejorar su presupuesto, puesto que este desemboca algunos de los problemas más importantes en su gestión y servicio al cliente.

Anexo 2. Árbol de problemas



Anexo 3. Encuesta variable independiente: gestión del talento humano



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENCUESTA DIRIGIDA AL: PERSONAL

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Karina Herrera

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como objetivo compilar información referente al proyecto de investigación denominado “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.”

INSTRUCCIONES

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos en ella son de uso exclusivo para la investigación.

Lea detenidamente y responda según su criterio los siguientes enunciados, teniendo en cuenta la sucesiva valoración:

1 = Deficiente 3 = Buena 5 = Excelente
2 = Regular 4 = Muy Buena

I. INFORMACIÓN GENERAL

Genero:	Masculino		Femenino							
Edad:	18 – 25		26 – 33		34 – 41		42 - 49		+50	
Nivel de instrucción	Primaria		Secundaria		Técnico/ Tecnológico		Tercer nivel		Cuarto nivel	

Cargo que ejerce: _____

INDICADOR	PARÁMETRO				
	1	2	3	4	5
RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
1. El reclutamiento interno del museo					
2. El reclutamiento externo del museo					
3. Califique la afinidad del perfil profesional del personal que elabora en el museo					
SELECCIÓN DEL PERSONAL	1	2	3	4	5
4. El personal que dispone el museo ha utilizado plataformas digitales (tecnología)					
5. Califique las pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo					
6. Califique las pruebas psicológicas que utiliza el personal del museo					
CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	1	2	3	4	5
7. Califique el contrato o nombramiento del personal del museo					
8. El personal que dispone el museo recibe una inducción					
9. El personal que dispone el museo tiene capacitaciones califique según la frecuencia					
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	1	2	3	4	5
10. Califique los conocimientos existentes en el personal del museo					
11. El seguimiento a las actividades planificadas que desempeña el personal del museo.					
12. Califique el método para la evaluación del desempeño del personal del museo.					

Gracias por su colaboración

Anexo 4: Encuesta variable dependiente: servicio al cliente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENCUESTA
DIRIGIDA A: TURISTAS

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Karina Herrera

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como objetivo recopilar información referente al proyecto de investigación denominado “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

INSTRUCCIONES

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos en ella son de uso exclusivo para la investigación.

Lea detenidamente y responda según su criterio los siguientes enunciados, teniendo en cuenta la sucesiva valoración:

1 = Deficiente

3 = Bueno

5 = Excelente

2 = Regular

4 = Muy bueno

I. INFORMACIÓN GENERAL

Genero:	Masculino		Femenino			
Edad:	18 - 25	26 - 33	34 - 41	42 - 49	+50	
Nivel de instrucción	Primaria	Secundaria	Técnico/ tecnológico	Tercer nivel	Cuarto nivel	
Lugar de procedencia	Costa	Sierra	Oriente	Galápagos	Internacional	

¿Con que frecuencia visita los museos de la ciudad de Riobamba?

Frecuentemente () A menudo () A veces () Rara vez () Casi nunca ()

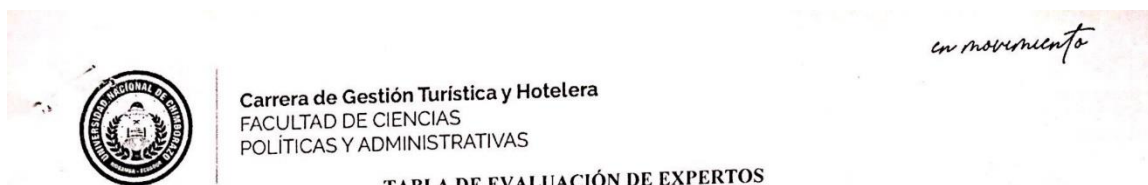
INDICADOR	PARÁMETRO				
	1	2	3	4	5
Necesidades	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
1. Califique la información que proporciona el personal de los museos de la ciudad de Riobamba					
2. Califique las facilidades de los museos de la ciudad de Riobamba					
3. Califique la capacidad de respuesta del personal de los museos de la ciudad de Riobamba					
Expectativas	1	2	3	4	5
4. Califique la innovación en los museos de la ciudad de Riobamba					
5. La confiabilidad de la información y de los servicios de los museos de la ciudad de Riobamba					
6. La atención personalizada de los museos de la ciudad de Riobamba					
Satisfacción	1	2	3	4	5
7. Califique la empatía del personal adquirido en la visita de los museos de la ciudad de Riobamba					
8. Califique la calidad del servicio y de la información proporcionado en los museos de la ciudad de Riobamba					
9. El personal de los museos de la ciudad de Riobamba toma en cuenta las sugerencias del visitante para mejorar la visita.					
10. Los servicios adquiridos de los museos de la ciudad de Riobamba cumplieron con su percepción					

Usted volvería a visitar los museos de la ciudad de Riobamba:

SI () NO ()

Gracias por su colaboración

Anexo 5. Matriz de validación de expertos, variable independiente: gestión del talento humano



en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dra. Silvia Aldáz, PhD

Título grados

PhD	()
Doctor	(X)
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Gestión del Talento Humano”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Gestión del Talento Humano”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		11		

Sugerencias: _____

Firma del experto: 



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Velasco PhD.

Título grados

PhD	()
Doctor	(/)
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 30/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Gestión del Talento Humano”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Gestión del Talento Humano”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	/		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	/		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	/		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL		/11		

Sugerencias: _____


Firma del experto:



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Renato Herrera

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 30/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Gestión del Talento Humano”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Gestión del Talento Humano

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	/		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	/		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	/		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
	TOTAL	11		

Sugerencias: _____

Firma del experto:



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. Diego Calvopiña PhD.

Título grados

PhD	()
Doctor	(X)
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Gestión del Talento Humano”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Gestión del Talento Humano”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		11		

Sugerencias: _____


Firma del experto:

Anexo 6: Matriz de validación de expertos, variable dependiente: servicio al cliente



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Dra. Silvia Aldáz, PhD

Título grados

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Servicio al cliente”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Servicio al cliente”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		11		

Sugerencias: _____

Firma del experto:



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Velasco PhD.

Título grados

PhD	()
Doctor	(/)
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
 Universidad Nacional de Chimborazo
 Fecha: 30/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente **“Servicio al cliente”**.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el **“Servicio al cliente”**.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	/		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	/		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL		/		

Sugerencias: _____

Firma del experto:



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Renato Herrera

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 30/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Servicio al cliente”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Servicio al cliente”

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	/		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	/		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	/		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
	TOTAL	//		

Sugerencias: _____

Firma del experto:



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Dr. Diego Calvopiña PhD.

Título grados

PhD	()
Doctor	(X)
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Servicio al cliente”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Servicio al cliente”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	/		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	/		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL		//		

Sugerencias: _____


 Firma del experto:

Anexo 7. Oficio dirigido al Museo Paquita Jaramillo de la CCE de Chimborazo



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento



Riobamba, 10 de julio de 2019
Oficio No. 512-CGTYH/T-2019.

Ingeniero
Guillermo Montoya
**DIRECTOR PROVINCIAL DE LA
CCE NUCLEO DE CHIMBORAZO**
Presente:

Recibido 07
SJB
2019-07-10
16h40

Estimado Señor Director:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera/Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se entregue la información requerida a la Srta. Herrera Puente Karina Michelle estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo hago en virtud que el Sr. está realizando el proyecto de investigación titulado "**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**", por lo que requiere información para concluir con su proyecto previo a la obtención de su Título.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Víctor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**



Copia Archivo

Anexo 8. Oficio dirigido al Museo de Arte Religioso de la Concepción



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS



Riobamba, 10 de julio de 2019
Oficio No. 515-CGYH/T-2019.


Abadesa
Bernarda Echeverría
RESPONSABLE DEL MUSEO DE ARTE RELIGIOSO
Presente:

Estimada Abadesa:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera/Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se entregue la información requerida a la Srta. Herrera Puente Karina Michelle estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo hago en virtud que la Srta. está realizando el proyecto de investigación titulado "**Gestión del Talento humano y servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba**", por lo que requiere información para concluir con su proyecto previo a la obtención de su Título.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,


Ing. Víctor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**

Copia Archivo

10-07-2019

Recibido 17h40



Anexo 9. Oficio dirigido a la Casa Museo del GAD Riobamba



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS



Riobamba, 10 de julio de 2019
Oficio No. 513-CGTYH/T-2019.

Licenciado
Pablo Luis Narváez
DIRECTOR DE GESTIÓN CULTURAL
GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA
Presente:

Estimado Señor Licenciado:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera/Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se entregue la información requerida a la Srta. Herrera Puentes Karina Michelle estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo hago en virtud que el Sr. está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA", por lo que requiere información para concluir con su proyecto previo a la obtención de su Título.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,


Ing. Víctor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH

Copia Archivo



Anexo 10. Oficio dirigido a la Casa Museo de la Brigada Blindada Galápagos Nro 11



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS



Riobamba, 10 de julio de 2019
Oficio No. 515-CGYH/T-2019.

Coronel
Pablo Velasco
COMANDANTE DE LA 11 B.C.B GALÁPAGOS
Presente:

Estimado Coronel:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera/Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se entregue la información requerida a la Srta. Herrera Puente Karina Michelle estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo hago en virtud que la Srta. Está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA", por lo que requiere información para concluir con su proyecto previo a la obtención de su Título.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Victor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**



Copia Archivo

860P Tjo. Segundo Jul
16:15 10.07.2019.

Anexo 11. Oficio dirigido al Museo de CCNN de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS



Riobamba, 18 de julio de 2019
Oficio No. 555-CGTYH/T-2019.

Master
Elidar Becerra
**RECTOR DE LA UNIDAD EDUCATIVA
PEDRO VICENTE MALDONADO**
Presente

De mi consideración

Reciba un atento y cordial saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, dando contestación a su oficio N°- 473-RECTORADO-UEPVM-2019, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda facilite información sobre el museo como, por ejemplo:

- Número de registro de visitante en el periodo enero diciembre 2018
- Datos generales del museo.
- Realización de encuestas, al Personal Administrativo del museo y Autoridades

Información que solicita la Srta. Karina Michelle Herrera Puente, estudiante de la Carrera y que se encuentra realizando su proyecto de investigación previo a la obtención de su título como Ingeniera en Gestión turística y Hotelera.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,


Ing. Víctor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**

Copia, Archivo

Anexo 12. Oficio dirigido al Museo y Centro Cultural Riobamba



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS



Riobamba, 10 de julio de 2019
Oficio No. 517-CGTYH/T-2019.

Magíster
Mayra Melo
RESPONSABLE DEL MUSEO Y CENTRO CULTURAL RIOBAMBA
Presente:

Estimada Magíster:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera/Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se entregue la información requerida a la Srta. Herrera Puente Karina Michelle estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo hago en virtud que el Sr. está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA", por lo que requiere información para concluir con su proyecto previo a la obtención de su Título.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Víctor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**



Copia Archivo

Recibimos 936 11/07/2019

Anexo 13. Certificación del Museo Paquita Jaramillo de la CCE de Chimborazo



Of. N°398.-CCECH
Riobamba, 10 de julio del 2019

Señor Ing.
Victor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO-UNACH
Ciudad


De mi consideración:

Reciba el cordial saludo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Chimborazo.

En atención a su gentil oficio N° 512-CGTYH/T-2019, del 10 de julio del presente año, tengo a bien extender la autorización para que la señorita KARINA MICHELLE HERRERA PUENTE, con C.I. N° 060432198-4, estudiante de décimo semestre que está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA" pueda recibir información acerca de nuestro Museo institucional.

Con sentimiento de consideración y especial afecto.

Atentamente,



Ing. Guillermo Montoya M.
DIRECTOR DE LA CASA DE LA CULTURA
ECUATORIANA NÚCLEO DE CHIMBORAZO



Dirección: 10 de Agosto y Rocafuerte (Esq.)
Teléfono de Presidencia: 2941-075 Telefax 2960-219
e mail: cculturach@hotmail.com

Anexo 14. Certificación del Museo de Arte Religioso de la Concepción

Riobamba, 06 de agosto del 2019

Señor Ing.
Víctor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO-UNACH

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo del Museo la Concepción Chimborazo.

En atención a su gentil oficio N° 515-CGTYH/T-2019, del 10 de julio del presente año, tenga bien a extender la autorización para que la señorita KARINA MICHELLE HERRERA PUENTE, con C.I. N° 060432198-4, estudiante de décimo semestre que está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA" pueda recibir información solicitada.

Con sentimiento de consideración y especial afecto.

Atentamente,

X 



Administración del Museo la Concepción Riobamba

Anexo 15. Certificación de la Casa Museo del GAD Riobamba

Riobamba, 10 de julio del 2019

Señor Ing.
Víctor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO-UNACH

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo del Casa Museo del GAD Municipal.

En atención a su gentil oficio N° 513-CGTYH/T-2019, del 10 de julio del presente año, tenga bien a extender la autorización para que la señorita KARINA MICHELLE HERRERA PUENTE, con C.I. N° 060432198-4, estudiante de décimo semestre que está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA" pueda recibir información solicitada.

Con sentimiento de consideración y especial afecto.

Atentamente,


Licenciado. Pablo Luis Narváez
DIRECTOR DE GESTIÓN CULTURAL
GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA



Anexo 16. Certificación de la Casa Museo de la Brigada Blindada Galápagos Nro 11

Riobamba, 20 de agosto del 2019

Señor Ing.
Víctor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO-UNACH

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo Casa Museo de Armamento e Historia Militar.

En atención a su gentil oficio N° 514-CGTYH/T-2019, del 10 de julio del presente año, tenga bien a extender la autorización para que la señorita KARINA MICHELLE HERRERA PUENTE, con C.I. N° 060432198-4, estudiante de décimo semestre que está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA" pueda recibir información solicitada.

Con sentimiento de consideración y especial afecto.

Atentamente,


Coronel. Patricio Díaz
RESPONSABLE DE LA CASA MUSEO DE
ARMAMENTO E HISTORIA MILITAR




Patricio Díaz T.
Tcrn. de E.M

Anexo 17. Certificación del Museo de CCNN de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado

Riobamba, 19 de julio del 2019

Señor Ing.
Víctor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO-UNACH

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo del Museo de Ciencias Naturales de la Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado.

En atención a su gentil oficio N° 555-CGTYH/T-2019, del 10 de julio del presente año, tenga bien a extender la autorización para que la señorita KARINA MICHELLE HERRERA PUENTE, con C.I. N° 060432198-4, estudiante de décimo semestre que está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA" pueda recibir información solicitada.

Con sentimiento de consideración y especial afecto.

Atentamente,



RESPONSABLE DEL MUSEO DE CIENCIAS NATURALES
DE LA UNIDAD EDUCATIVA PEDRO VICENTE MALDONADO



Anexo 18. Certificación del Museo y Centro Cultural Riobamba

Riobamba, 20 de agosto del 2019

Señor Ing.
Víctor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO-UNACH

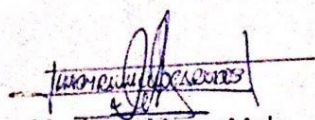
De mi consideración:

Reciba un cordial saludo del Museo y Centro Cultural Riobamba.

En atención a su gentil oficio N° 517-CGTYH/T-2019, del 10 de julio del presente año, tenga bien a extender la autorización para que la señorita KARINA MICHELLE HERRERA PUENTE, con C.I. N° 060432198-4, estudiante de décimo semestre que está realizando el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SERVICIO AL CLIENTE EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA" pueda recibir información solicitada.

Con sentimiento de consideración y especial afecto.

Atentamente,



Magister. Mayra Melo

RESPONSABLE DEL MUSEO Y CENTRO CULTURAL RIOBAMBA

MUSEO Y CENTRO CULTURAL - RIOBAMBA
 Ministerio de Cultura
del Ecuador
Veloz entre Juan Montalvo y Carabobo

Anexo 19. Análisis y presentación de resultados

Tabulación variable independiente: Gestión del Talento Humano

a. EDAD

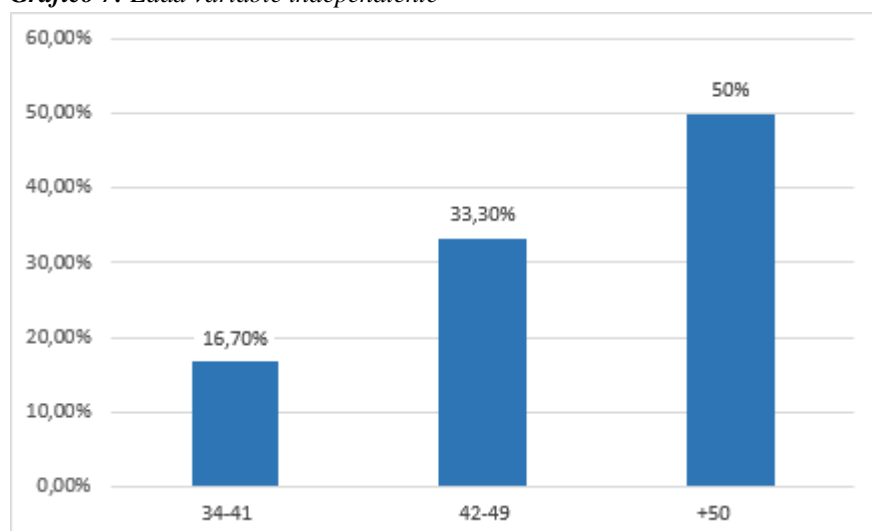
Tabla 1: Edad variable independiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	34-41	1	16,7	16,7	16,7
	42-49	2	33,3	33,3	50,0
	+50	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 7: Edad variable independiente



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que de acuerdo al rango de edad que el 50% es de 50 y más años, el 33,30% es del rango 42-49 y el 16,70% es el rango de 34-41 años. Se concluye que el mayor porcentaje es del 50% de los encuestados con un rango de edad de 50 y más años de los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba.

Tomando en cuenta el porcentaje de los encuestados nos da a conocer que los administradores de los museos tienen una edad mayor de 50 años por lo tanto se evidencia que la mayoría tienen una gestión ya de larga experiencia pero que están abiertos a nuevos procesos para la mejora de su gestión.

b. GÉNERO

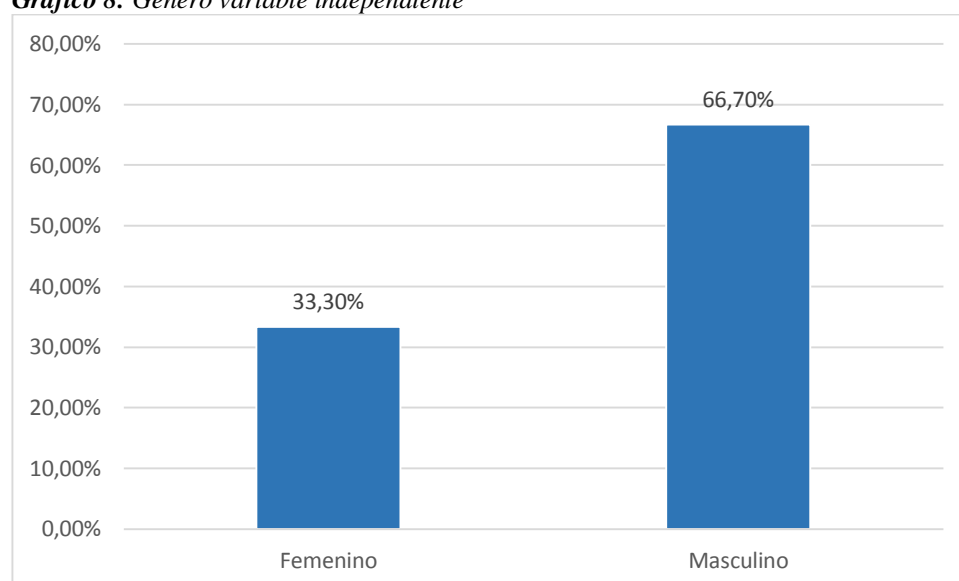
Tabla 2: Género variable independiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	2	33,3	33,3	33,3
	Masculino	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 8: Género variable independiente



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que del total de los administradores de los museos se la ciudad de Riobamba el 66,70% es de género masculino y el 33,30% es femenino. Se concluye que el mayor porcentaje 66,70% de los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba son de género masculino.

Tomando en cuenta el porcentaje de los encuestados se deduce que la mayoría de administradores son de género masculino, por lo tanto, se podría generar estrategias para que en próximos años se abran nuevas oportunidades para el género femenino.

c. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

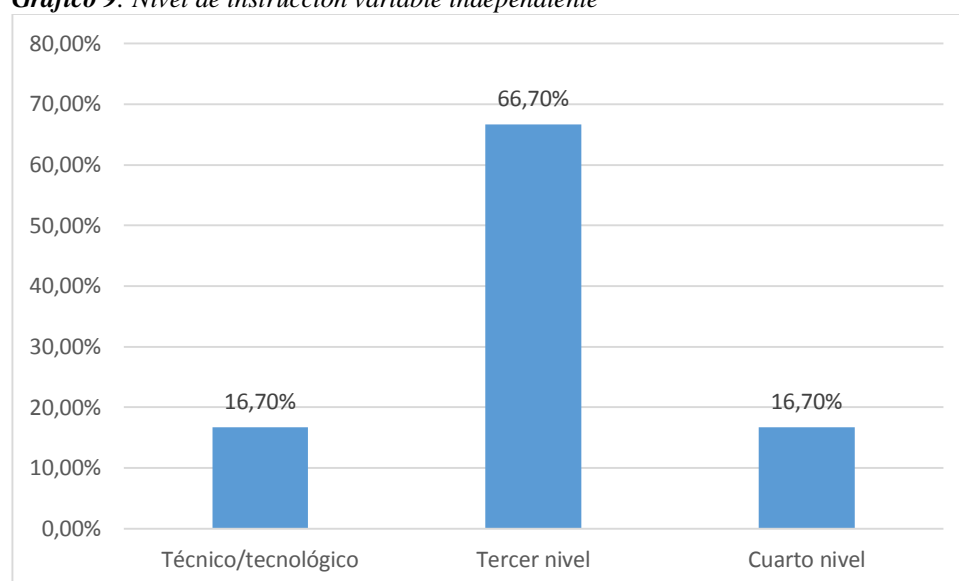
Tabla 3: Nivel de instrucción variable independiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Técnico/tecnológico	1	16,7	16,7	16,7
	Tercer nivel	4	66,7	66,7	83,3
	Cuarto nivel	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 9: Nivel de instrucción variable independiente



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el nivel de instrucción de los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba el mayor porcentaje es del 66,70% con un tercer nivel, el 16,70% técnico y un 16,70% con un cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje es del 66,70% con un nivel de instrucción de tercer nivel.

Tomando en cuenta el porcentaje de los encuestados nos da a conocer que la mayoría de los administradores de los museos son de tercer nivel pero que conjuntamente con frecuentes capacitaciones se podría mejorar los conocimientos ya existentes a su perfil ya profesional.

Pregunta 1. El reclutamiento interno del museo

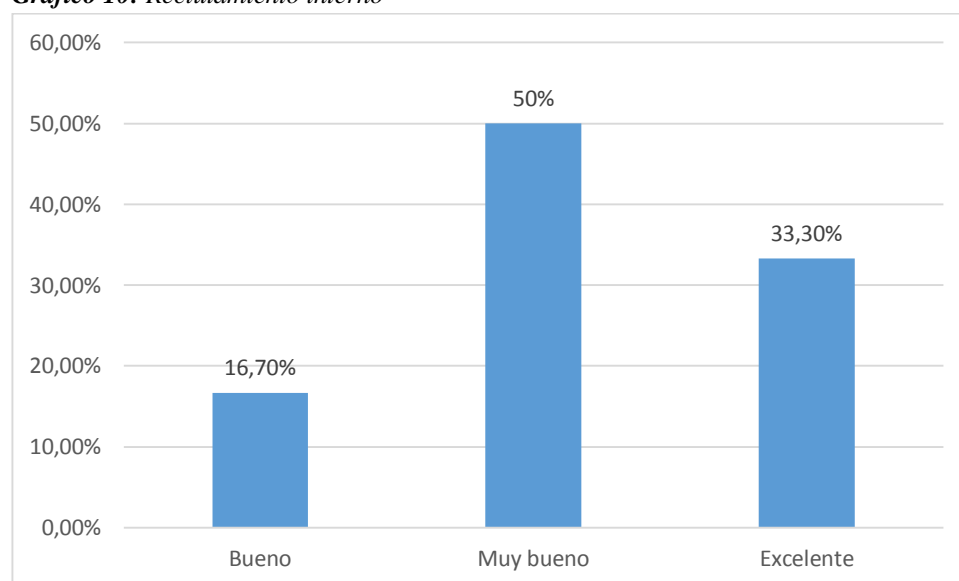
Tabla 4: Reclutamiento interno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	1	16,7	16,7
	Muy bueno	3	50,0	66,7
	Excelente	2	33,3	100,0
	Total	6	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 10: Reclutamiento interno



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el 50% de los empleados de los museos de la ciudad de Riobamba tienen un reclutamiento interno muy bueno, el 33,30% es excelente y que el 16,70% es bueno. Se concluye que el reclutamiento interno de los museos de la ciudad de Riobamba es muy bueno.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que el reclutamiento interno que se realiza es bueno, pero con procesos más óptimos se podría mejorar para satisfacer las necesidades de los turistas.

Pregunta 2. El reclutamiento externo del museo

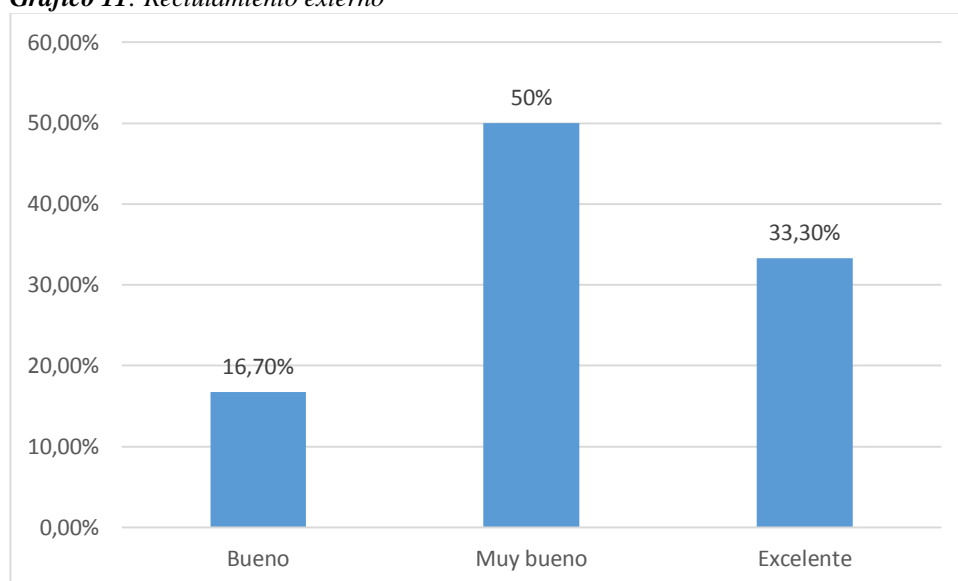
Tabla 5: Reclutamiento externo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	1	16,7	16,7	16,7
	Muy bueno	3	50,0	50,0	66,7
	Excelente	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 11: Reclutamiento externo



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se evidenció que el 50% de los trabajadores de los museos de la ciudad de Riobamba tienen un reclutamiento externo muy bueno, el 33,30% es excelente y un 16,70% es bueno. Se concluye que el reclutamiento externo de los museos de la ciudad de Riobamba es muy bueno.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que el reclutamiento externo que se realiza es muy bueno puesto que los practicantes de las diferentes universidades tienen nuevos conocimientos para el manejo de grupos, pero la contratación de nuevo personal que ayude a mejorar la gestión en la mayoría de los museos es escasa por la falta de presupuesto.

Pregunta 3. Califique la afinidad del perfil profesional del personal que elabora en el museo.

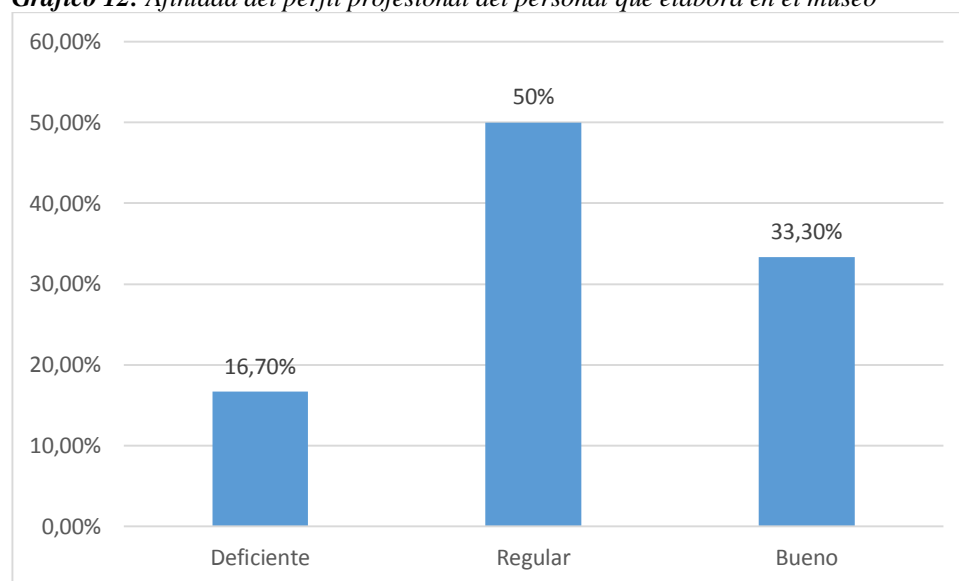
Tabla 6: Afinidad del perfil profesional del personal que elabora en el museo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	16,7	16,7	16,7
	Regular	3	50,0	33,3	50,0
	Bueno	2	33,3	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 12: Afinidad del perfil profesional del personal que elabora en el museo



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba manifiestan que los empleados de los mismos tienen una afinidad en su perfil del profesional en un 50% es regular, un 33,30% es buena, y el 16,70% es deficiente, por lo cual se concluye que la afinidad del perfil profesional del personal de los museos de la ciudad de Riobamba es regular.

Tomando en cuenta que el 50 % del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que la afinidad profesional es regular pues en la mayoría de los casos los puestos que han tenido son por su experiencia pero que muchas veces se necesita personal con un perfil ya específico mediante nuevos procesos del reclutamiento, selección se obtendría un perfil de acuerdo a las necesidades de los museos para mejorar el servicio obteniendo un incremento en su demanda.

Pregunta 4. El personal que dispone el museo ha utilizado plataformas digitales (tecnología).

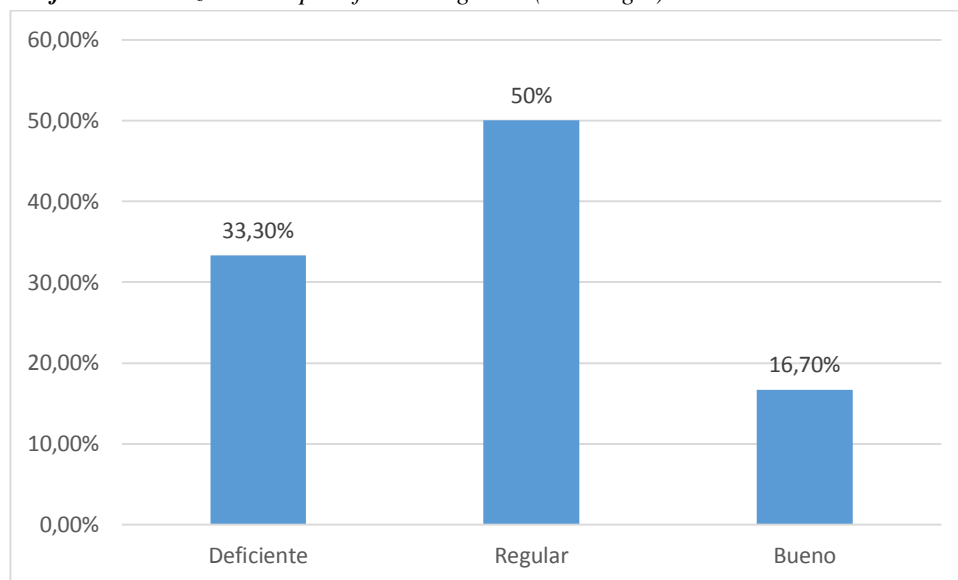
Tabla 7: Utilización de plataformas digitales (tecnología)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	33,3	33,3	33,3
	Regular	3	50,0	50,0	83,3
	Bueno	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 13: Utilización de plataformas digitales (tecnología)



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el personal de los museos de la ciudad de Riobamba utiliza plataformas digitales para su selección en un 50% regular, el 33,30% deficiente y el 16,70 % bueno. Se concluye que las plataformas digitales para la selección del personal son regulares.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que la utilización de las plataformas digitales para la selección del personal de manera eficaz es regular es decir la mayoría no utiliza plataformas para optimizar procesos de selección y no toma en cuenta procesos innovadores para la gestión del mismo.

Pregunta 5. Califique las pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo.

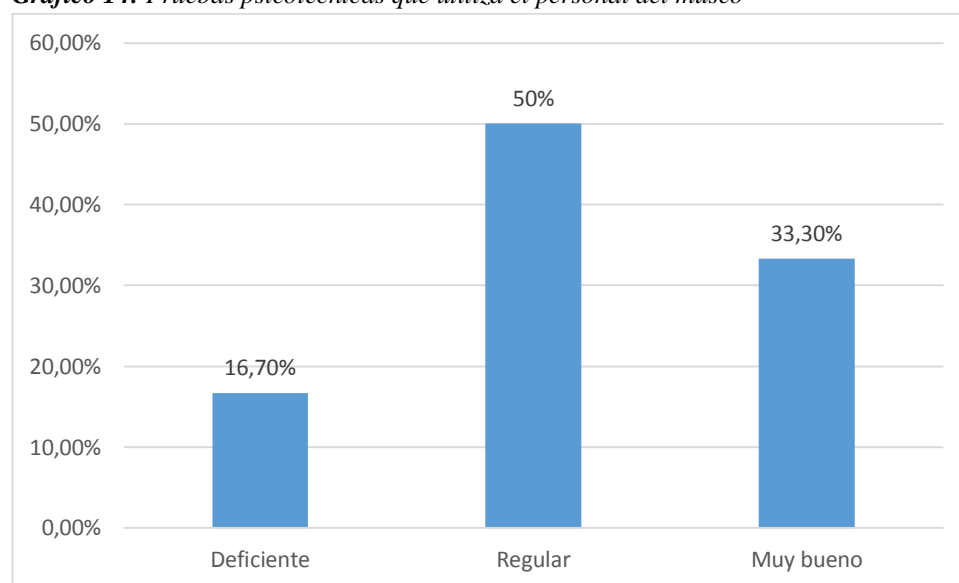
Tabla 8: Pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	1	16,7	16,7	16,7
Regular	3	50,0	50,0	66,7
Muy bueno	2	33,3	33,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 14: Pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Según los datos obtenidos en las encuestas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba las pruebas psicotécnicas que utiliza el personal del museo el 50% son regulares, el 33,30% buenas y un 16,70% son deficientes. Se concluye que las pruebas psicotécnicas utilizadas para la selección del personal son regulares.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que la utilización de pruebas psicotécnicas para la selección del personal de manera eficaz es regular puesto que no utilizan estas pruebas que son de vital importancia para un personal excelente, pero con nuevos procesos se puede incluir esta importante herramienta.

Pregunta 6. Califique las pruebas psicológicas que utiliza el personal del museo.

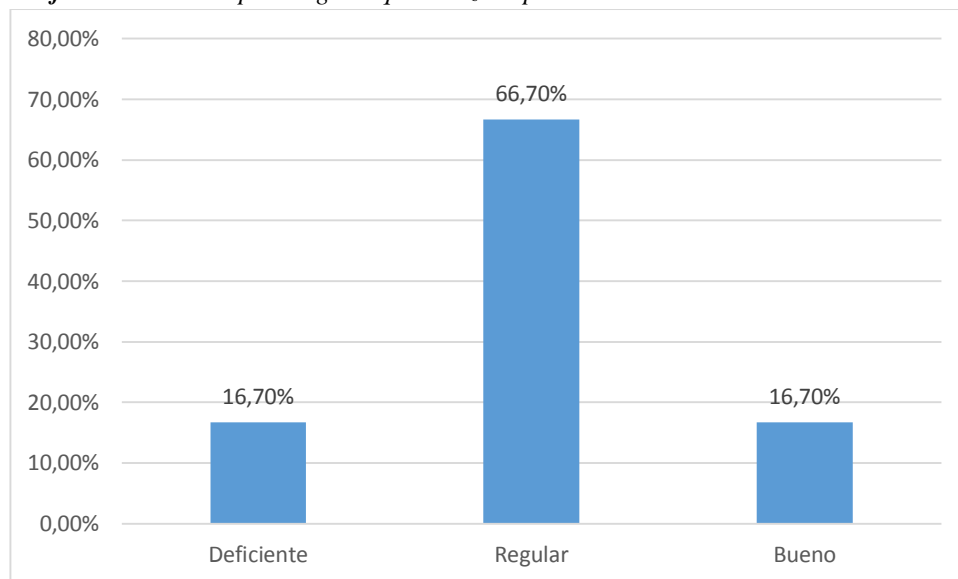
Tabla 9: Pruebas psicológicas que utiliza el personal del museo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	16,7	16,7	16,7
	Regular	4	66,7	66,7	83,3
	Bueno	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 15: Pruebas psicológicas que utiliza el personal del museo



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que las pruebas psicológicas utilizadas al personal de los museos de la ciudad de Riobamba son en un 66,70% son regulares y el 16,70% es bueno y deficiente. Se concluye que las pruebas psicológicas utilizadas al personal son regulares.

Tomando en cuenta que el 66,70% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que la utilización de pruebas psicológicas para la selección del personal de manera eficaz es regular puesto que no utilizan estas pruebas que son de vital importancia para un personal excelente, pero con nuevos procesos se puede incluir esta importante herramienta.

Pregunta 7. Califique el contrato o nombramiento del personal del museo.

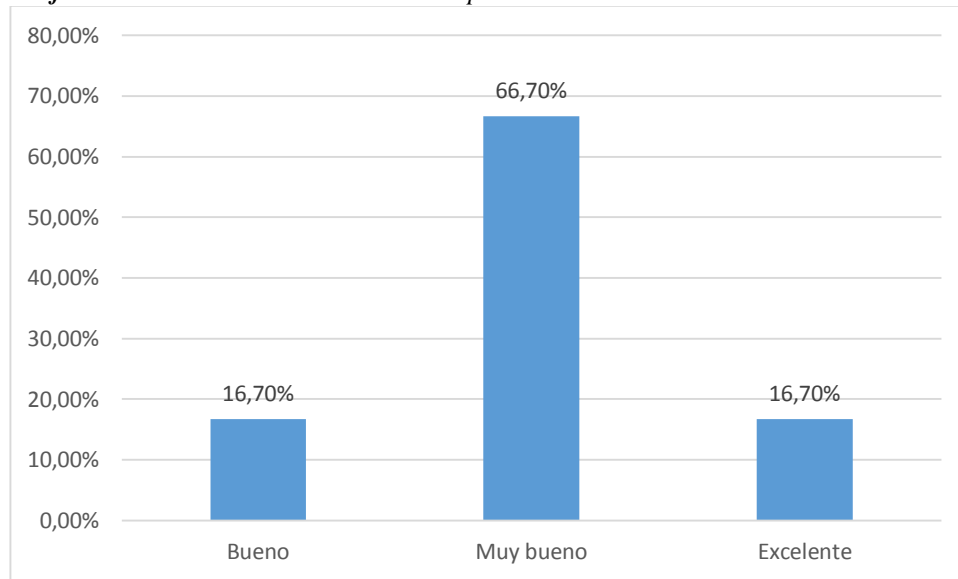
Tabla 10: Contrato o nombramiento del personal del museo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	1	16,7	16,7	16,7
	Muy bueno	4	66,7	66,7	83,3
	Excelente	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 16: Contrato o nombramiento del personal del museo



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el contrato o nombramiento del personal de los museos de la ciudad de Riobamba, en el 66,70% muy bueno, el 16,70% bueno y excelente. Se concluye que el contrato o nombramiento del personal es muy bueno.

Tomando en cuenta que el 66,70% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer de acuerdo a las encuestas que el contrato o nombramiento es muy bueno y se aplica de acuerdo al código del trabajo.

Pregunta 8. El personal que dispone el museo recibe una inducción.

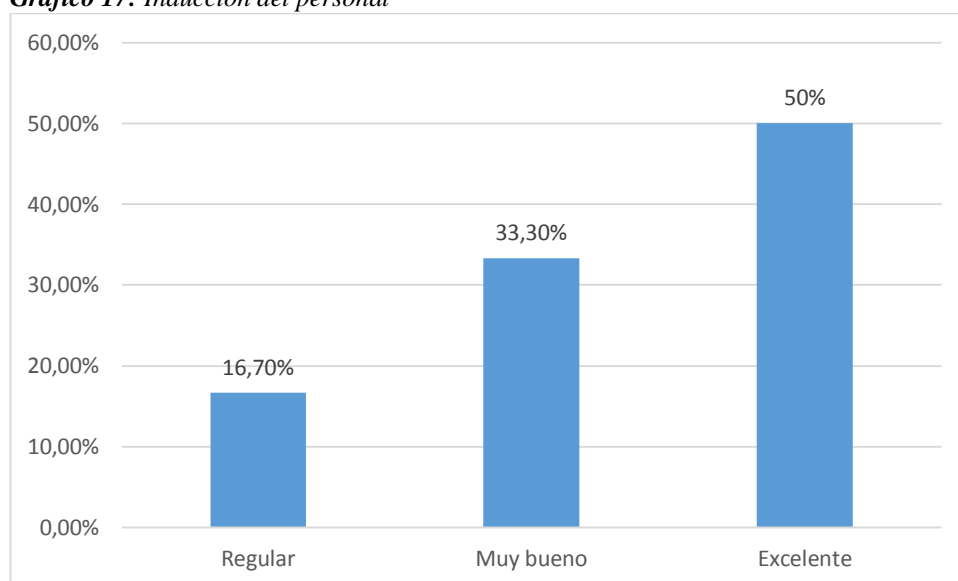
Tabla 11: Inducción del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	16,7	16,7	16,7
	Muy bueno	2	33,3	33,3	50,0
	Excelente	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 17: Inducción del personal



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba la inducción que recibe el personal es excelente en un 50% excelente, el 33,30% muy bueno y regular en un 16,70%. Se concluye la inducción que recibe el personal de los museos es excelente.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer de acuerdo a las encuestas que la inducción es excelente, pero se podría mejorar con la ayuda de capacitaciones frecuentes.

Pregunta 9. El personal que dispone el museo tiene capacitaciones califique según la frecuencia.

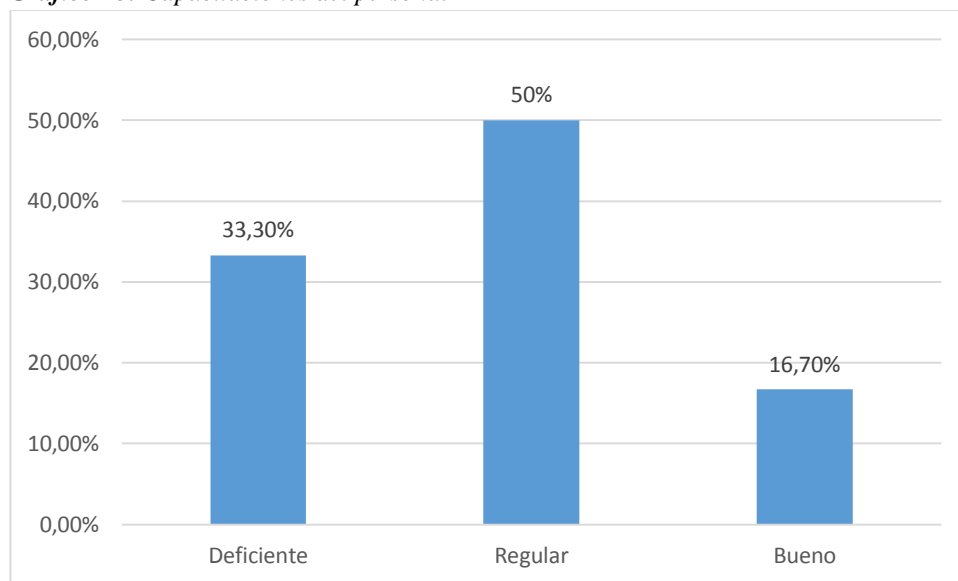
Tabla 12: Capacitaciones del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	33,3	33,3	33,3
	Regular	3	50,0	50,0	83,3
	Bueno	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 18: Capacitaciones del personal



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que las capacitaciones al personal de los museos de la ciudad de Riobamba en un 50% son regulares, el 33,30% son deficientes y un 16,70% son buenas, lo cual se concluye que las capacitaciones al personal de los museos son regulares.

Tomando en cuenta que el 66,70% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer de acuerdo a las encuestas que no tienen una capacitación frecuente puesto que muchas veces no lo ven como un elemento importante, no tienen presupuesto para que el personal se capacite y esto genera un servicio deficiente y una gestión inadecuada, pero se puede tomar en cuenta capacitaciones online para mejorar esta falencia.

Pregunta 10. Califique los conocimientos existentes en el personal del museo.

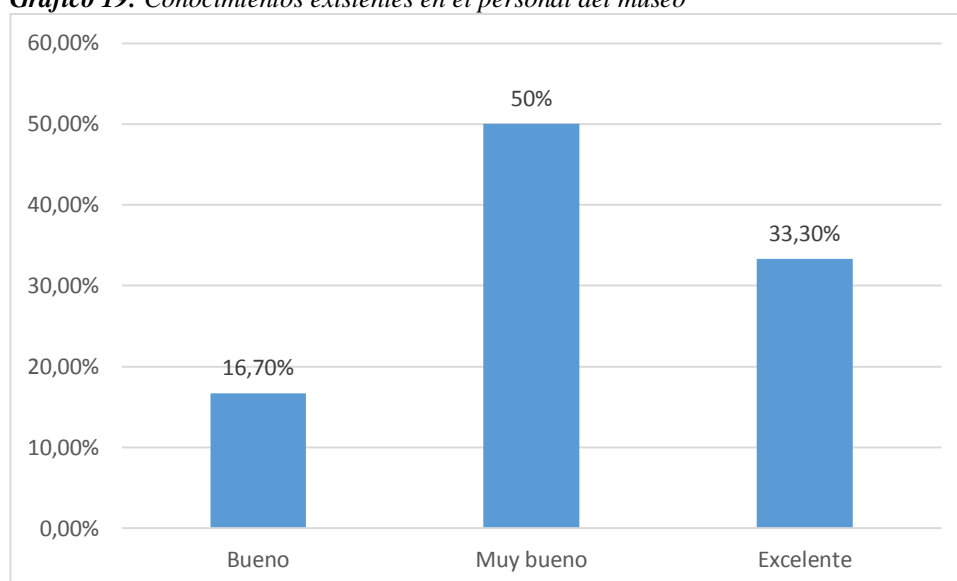
Tabla 13: Conocimientos existentes en el personal del museo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	1	16,7	16,7	16,7
	Muy bueno	3	50,0	50,0	66,7
	Excelente	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 19: Conocimientos existentes en el personal del museo



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Las encuestas aplicadas a los administradores de los museos de la ciudad de Riobamba manifiestan que los conocimientos existentes en el personal son en un 50% son muy buenos, el 33,30% son excelentes y el 16,70% son buenos. Se concluye que los conocimientos existentes en los museos son muy buenos.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer de acuerdo a las encuestas que los conocimientos existentes son muy buenos al momento de la guía pero los conocimientos ya específicos como las TIC'S, museología, conservación y restauración de las piezas son obsoletos y esto genera un inadecuado manejo de los museos por no tener un presupuesto que ayude a mejorar esta falencia.

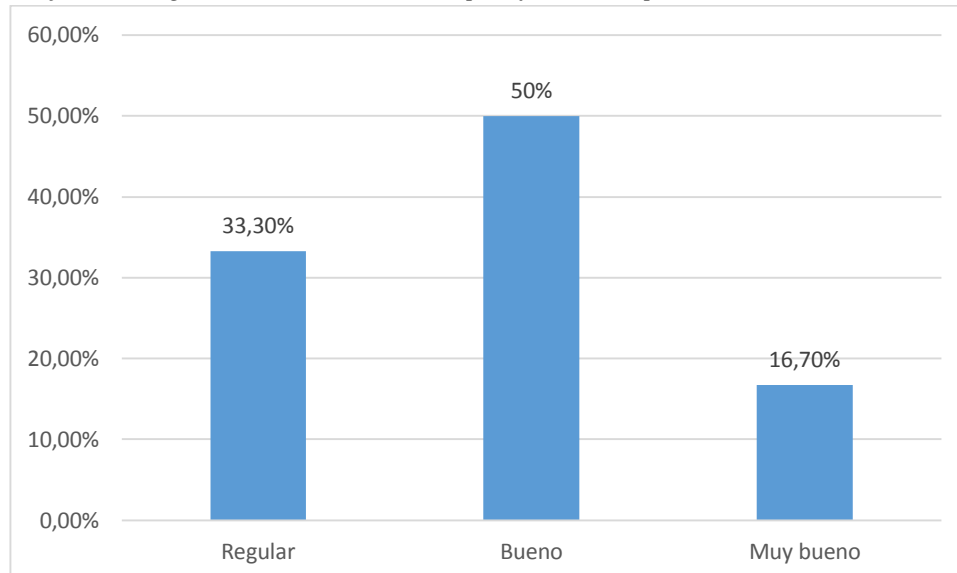
Pregunta 11. El seguimiento a las actividades planificadas que desempeña el personal del museo.

Tabla 14: Seguimiento a las actividades planificadas del personal del museo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	2	33,3	33,3	33,3
Bueno	3	50,0	50,0	83,3
Muy bueno	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 20: Seguimiento a las actividades planificadas del personal del museo



Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el seguimiento a las actividades planificadas del personal de los museos en un 50% bueno, 33,30% es regular y el 16,70% es muy bueno. Se concluye que el seguimiento a las actividades planificada del personal de museo es bueno.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer de acuerdo a las encuestas que el seguimiento de las actividades planificadas es bueno, pero podrían mejorar sus métodos para un proceso eficiente.

Pregunta 12. Califique el método para la evaluación del desempeño del personal del museo.

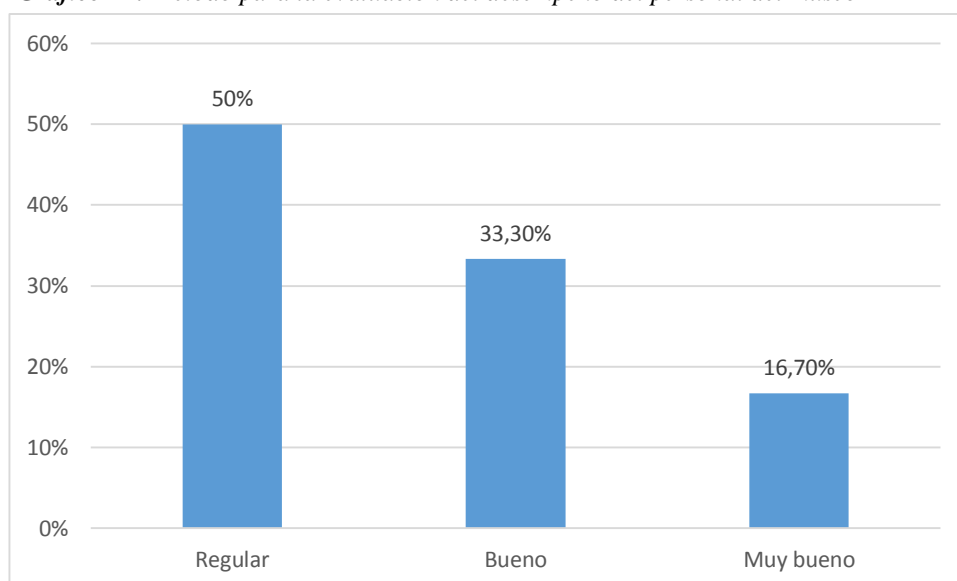
Tabla 15: Método para la evaluación del desempeño del personal del museo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	50,0	50,0	50,0
	Bueno	2	33,3	33,3	83,3
	Muy bueno	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 21: Método para la evaluación del desempeño del personal del museo



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó los métodos de evaluación de desempeño del personal de los museos de la ciudad de Riobamba en un 50% regular, el 33,30% bueno y 16,70% son muy buenos. Se concluye que los métodos de evaluación de desempeño son regulares.

Tomando en cuenta que el 50% del personal de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer de acuerdo a las encuestas que los métodos de evaluación del desempeño del personal es regular en la mayoría de los casos no utilizan ningún método lo cual con lleva aun implementación para la mejora del desempeño pues este ayuda a ver sus fortalezas y en que necesitan una capacitación específica.

Tabulación variable dependiente: Servicio al cliente

a. EDAD

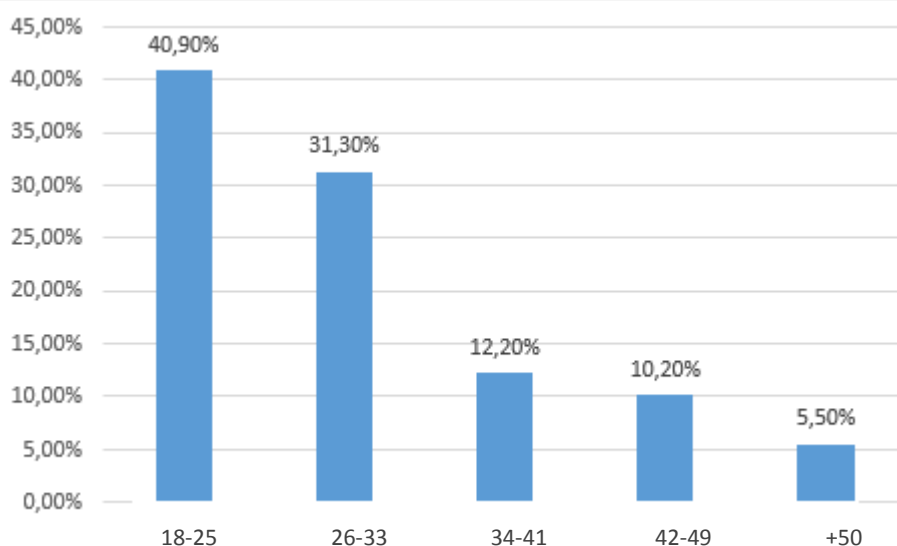
Tabla 16: Edad variable dependiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
18-25	157	40,9	40,9	40,9
26-33	120	31,3	31,3	72,1
34-41	47	12,2	12,2	84,4
42-49	39	10,2	10,2	94,5
+50	21	5,5	5,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 22: Edad variable dependiente



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que de acuerdo al rango de edad que el 40,90% es de 18-25 años, el 31,30% es de rango 26-33, el 12,20% es el rango de 34-41, el 10,20% el rango es de 42-49 y el 5,50% el rango es de mayores de 50 años. Se concluye que el mayor porcentaje es del 40,90% de los encuestados con un rango de edad de 18-25 años de turistas de los museos de la ciudad de Riobamba.

Tomando en cuenta que el 40,90% de los encuestados tiene un rango de edad de entre 18 a 25 años lo cual nos evidencia que la mayoría de las personas que visitan son personas jóvenes con necesidades cambiantes que necesitan de un servicio al cliente innovador y que su personal tenga conocimientos de acuerdo a tendencias actuales.

b. GÉNERO

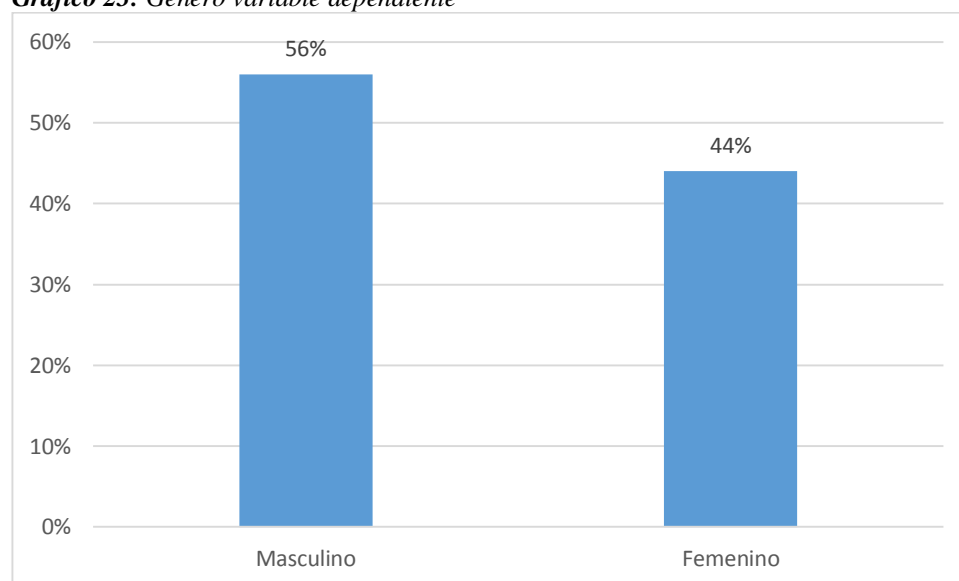
Tabla 17: Género variable dependiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	215	56,0	56,0	56,0
	Femenino	169	44,0	44,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas 2019

Gráfico 23: Género variable dependiente



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que del total de turistas de los museos de la ciudad de Riobamba el 56% es de género masculino y el 44% es femenino. Se concluye que el mayor porcentaje 56% de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba son de género masculino.

Tomando en cuenta que el 56% de los encuestados es de género masculino se podría generar estrategias para captar demanda potencial femenina mediante procesos óptimos de acuerdo a sugerencias de los visitantes.

c. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

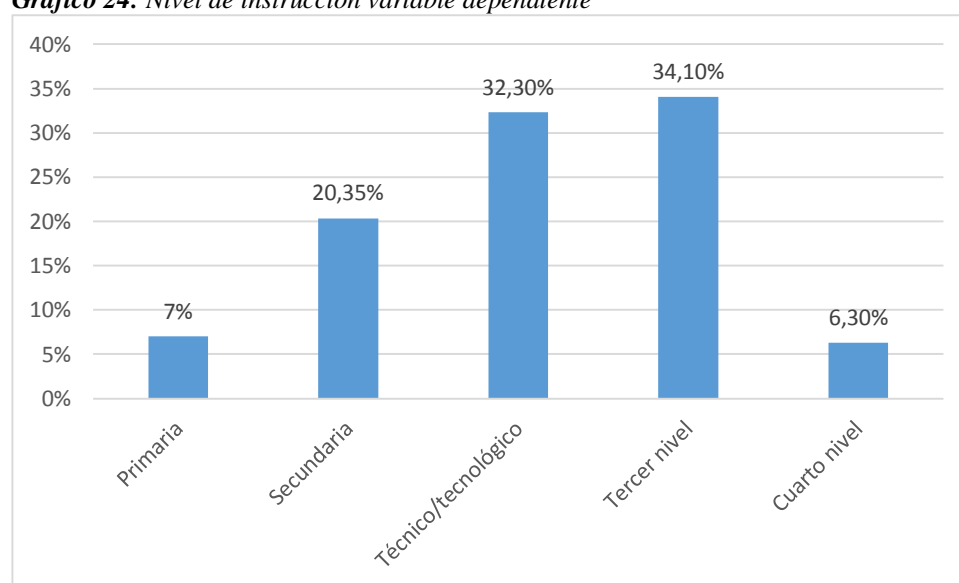
Tabla 18: Nivel de instrucción variable dependiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	27	7,0	7,0	7,0
	Secundaria	78	20,3	20,3	27,3
	Técnico/tecnológico	124	32,3	32,3	59,6
	Tercer nivel	131	34,1	34,1	93,8
	Cuarto nivel	24	6,3	6,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 24: Nivel de instrucción variable dependiente



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el nivel de instrucción de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba el mayor porcentaje es del 34,10% con un tercer nivel, el 32,30% técnico, el 20,35% de secundaria, el 7% de primaria y el 6,30% con un cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje es del 34,10% con un nivel de instrucción de tercer nivel.

Tomando en cuenta que el 34,10% de los encuestados su nivel de instrucción es de tercer nivel por lo tanto la mayoría de las personas tienen conocimientos previos de los museos y de sus nuevas tendencias en consecuencia se deberá tomar en cuenta tendencias para este tipo de turistas y potenciar este segmento, a los demás turistas de primaria y secundaria que generen hábitos turismo cultural.

d. LUGAR DE PROCEDENCIA

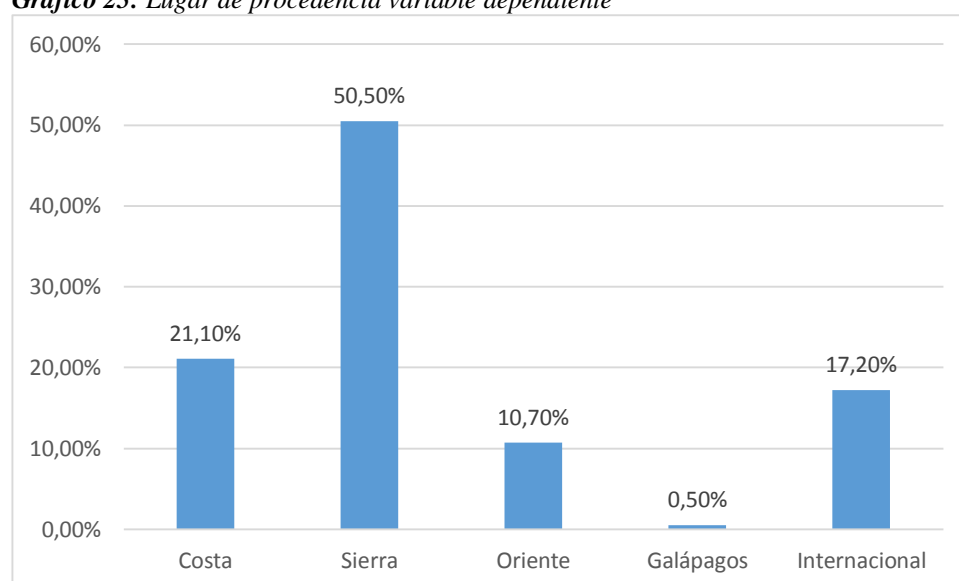
Tabla 19: Lugar de procedencia variable dependiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	81	21,1	21,1	21,1
	Sierra	194	50,5	50,5	71,6
	Oriente	41	10,7	10,7	82,3
	Galápagos	2	,5	,5	82,8
	Internacional	66	17,2	17,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 25: Lugar de procedencia variable dependiente



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el lugar de procedencia de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba el mayor porcentaje es del 50,50% de la sierra, el 21,10% de la costa, el 17,20% de internacional, el 10,68% del oriente y el 0,50% de Galápagos. Se concluye que el mayor porcentaje es del 50,50% como lugar de procedencia de la región sierra.

Tomando en cuenta que el 50,50% de los encuestados su lugar de procedencia es de la sierra por lo tanto se deben generar estrategias que ayuden a los demás segmentos a potenciar el hábito de visita a los museos se acuerdo a las sugerencias de los mismos.

e. ¿Con qué frecuencia visita los museos de la ciudad de Riobamba?

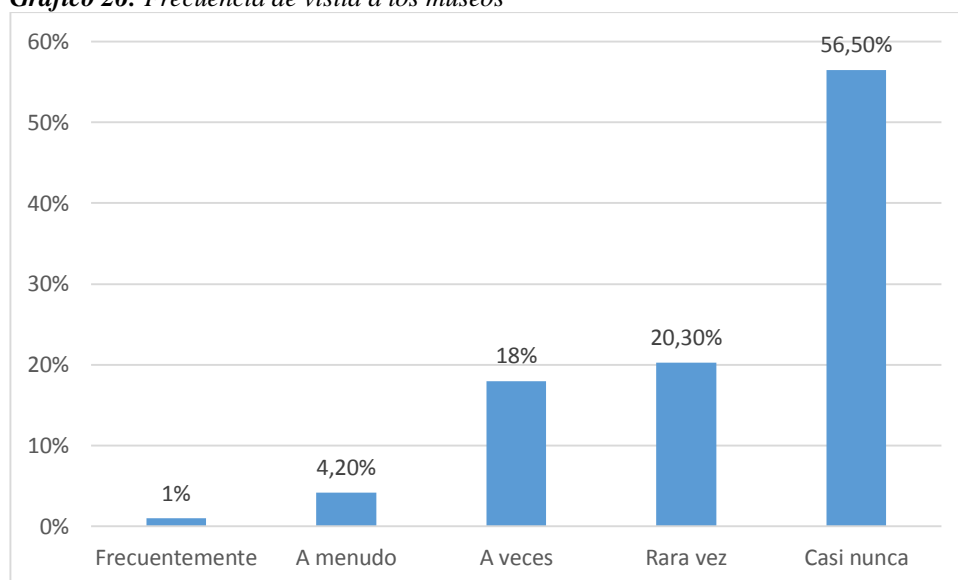
Tabla 20: Frecuencia de visita a los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Frecuentemente	4	1,0	1,0	1,0
	A menudo	16	4,2	4,2	5,2
	A veces	69	18,0	18,0	23,2
	Rara vez	78	20,3	20,3	43,5
	Casi nunca	217	56,5	56,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 26: Frecuencia de visita a los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que del total de turistas de los museos de la ciudad de Riobamba el 56,50% casi nunca visita los museos, el 20,30% rara vez visita los museos, el 18% a veces visitan museos, el 4,20% a menudo visita los museos y el 1% visita frecuentemente. Se concluye que el mayor porcentaje 56,50% de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba casi nunca visitan los museos.

Tomando en cuenta que el 56,50% de los encuestados casi nunca visita un museo de la ciudad de Riobamba esto pone alerta a la gestión del talento humano para la mejora del servicio y que este fidelice a turistas e incremente la frecuencia de visitas.

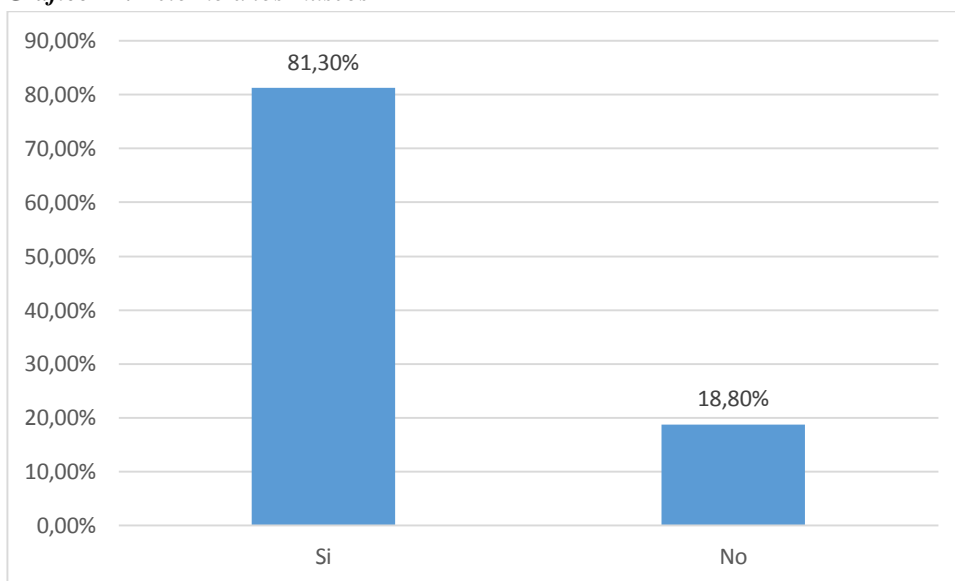
f. Usted volvería a visitar los museos de la ciudad de Riobamba

Tabla 21: Retorno a los museos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	312	81,3	81,3	81,3
No	72	18,8	18,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 27: Retorno a los museos



Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que del total de turistas de los museos de la ciudad de Riobamba el 81,30% contestó que sí volvería a visitar los museos y el 18,80% contestó que no volvería a visitar los museos. Se concluye que el mayor porcentaje 81,30% de los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba volverían a visitar.

Tomando en cuenta que el 81,30% de los encuestados volvería visitar los museos de la ciudad de Riobamba es un porcentaje excelente pero que con nuevos procesos de gestión y servicio al cliente se llegaría a la excelencia.

Pregunta 1. Califique la información que proporciona el personal de los museos de la ciudad de Riobamba.

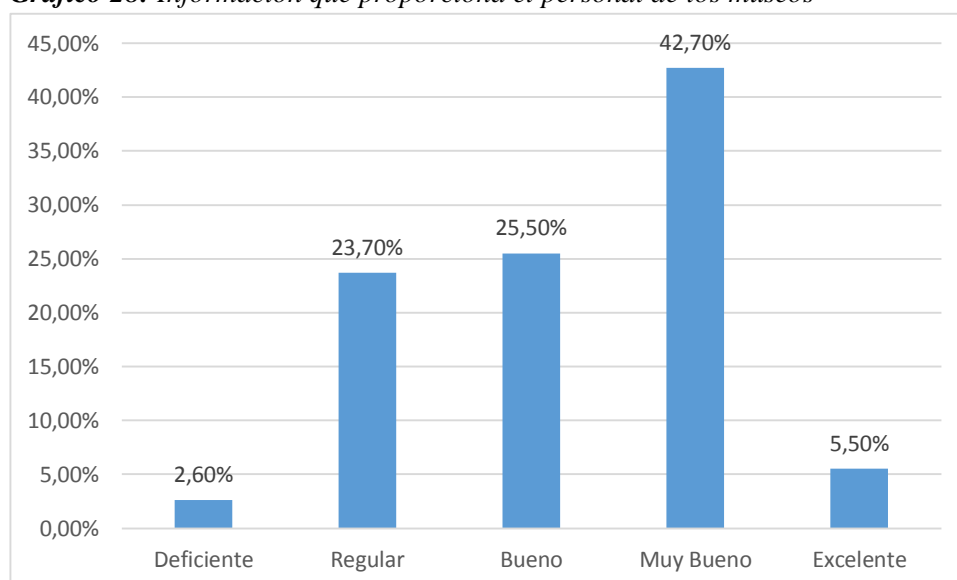
Tabla 22: Información que proporciona el personal de los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	2,6	2,6	2,6
	Regular	91	23,7	23,7	26,3
	Bueno	98	25,5	25,5	51,8
	Muy Bueno	164	42,7	42,7	94,5
	Excelente	21	5,5	5,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 28: Información que proporciona el personal de los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que la información que proporciona el personal de los museos de la ciudad de Riobamba para los turistas encuestado en un 42,70% es muy buena, en un 25,50% es bueno, en un 23,70% es excelente, en un 5,50% es excelente y en un 2,60% es deficiente. Se concluye que la información que proporciona el personal de los museos hacia los turistas es muy buena.

Tomando en cuenta que el 42,70% de los encuestados nos da a conocer que la información que proporciona el personal es muy buena, pero se complementarían con actividades secundarias para mejorar la visita.

Pregunta 2. Califique las facilidades de los museos de la ciudad de Riobamba.

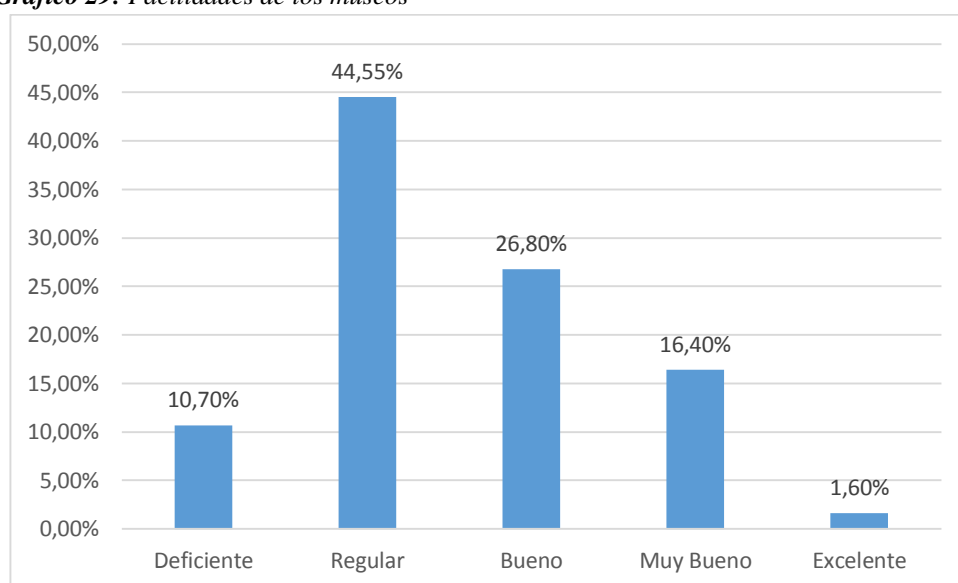
Tabla 23: Facilidades de los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	41	10,7	10,7	10,7
	Regular	171	44,5	44,5	55,2
	Bueno	103	26,8	26,8	82,0
	Muy Bueno	63	16,4	16,4	98,4
	Excelente	6	1,6	1,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 29: Facilidades de los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que las facilidades de los museos de la ciudad de Riobamba en un 44,55% son regulares, el 26,80% son buenas, el 16,41% son muy buenas, un 10,60% son deficiente y un 1,60% son excelente. Se concluye que las facilidades de los museos son regulares para los turistas.

Tomando en cuenta que el 44,50% de los encuestados nos da a conocer que las facilidades de los museos son regulares en consecuencia se debe generar estrategias para mejorar el presupuesto de los mismos y en respuesta se mejore las facilidades de cada uno de los museos.

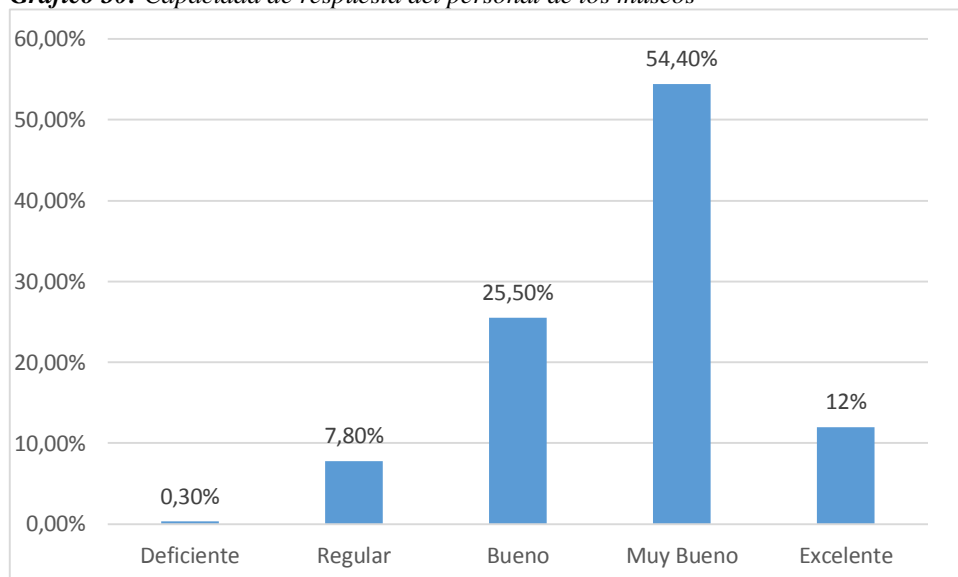
Pregunta 3. Califique la capacidad de respuesta del personal de los museos de la ciudad de Riobamba.

Tabla 24: Capacidad de respuesta del personal de los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	,3	,3	,3
	Regular	30	7,8	7,8	8,1
	Bueno	98	25,5	25,5	33,6
	Muy Bueno	209	54,4	54,4	88,0
	Excelente	46	12,0	12,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 30: Capacidad de respuesta del personal de los museos



Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

La encuesta aplicada a los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba manifiesta que la capacidad de respuesta del personal en un 54,40% es muy buena, el 25,50% es bueno, el 12% es excelente, el 7,80% es regular y el 0,30% es deficiente. Se concluye que la capacidad de respuesta del personal hacia los turistas es muy buena.

Tomando en cuenta que el 54,40% de los encuestados nos da a conocer que la capacidad de respuesta del personal es muy buena por esta razón se prioriza esta estrategia como una fortaleza que se debe tomar en cuenta al momento de generar estrategias en los museos.

Pregunta 4. Califique la innovación en los museos de la ciudad de Riobamba.

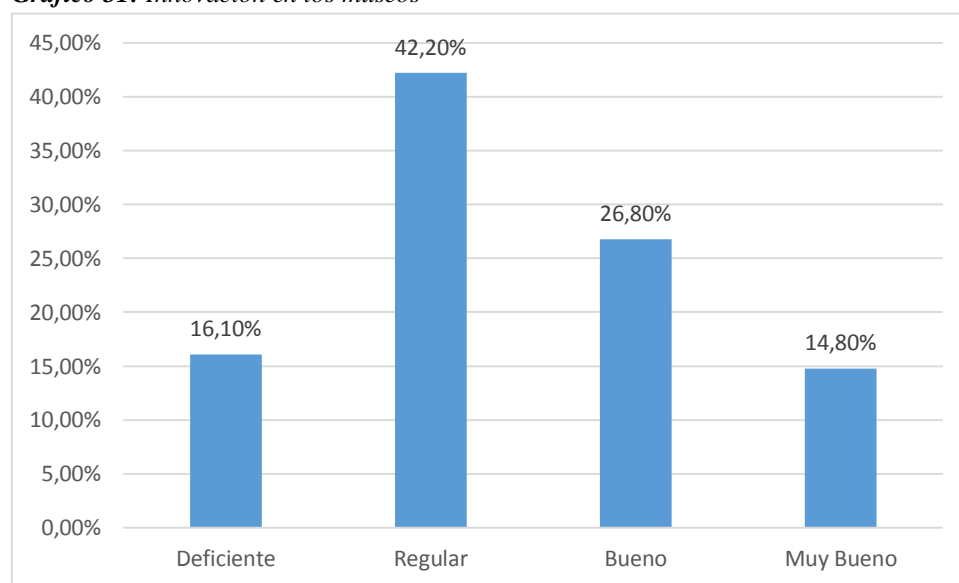
Tabla 25: Innovación en los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	62	16,1	16,1	16,1
	Regular	162	42,2	42,2	58,3
	Bueno	103	26,8	26,8	85,2
	Muy Bueno	57	14,8	14,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 31: Innovación en los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que la innovación de los museos de la ciudad de Riobamba según la encuesta aplicada a los turistas del mismo nos da conocer que el 42,20% es regular, el 26,80% es bueno, el 14,80% es muy bueno y el 16,10% es deficiente. Concluyendo que la innovación de los museos es regular.

Tomando en cuenta que el 42,20% de los encuestados nos da a conocer que la innovación existente es regular y casi inexistente por esta razón mediante los nuevos procesos de la gestión del talento humano se evidencia mediante encuestas para saber qué es lo más idóneo de acuerdo a esta debilidad.

Pregunta 5. La confiabilidad de la información y de los servicios de los museos de la ciudad de Riobamba.

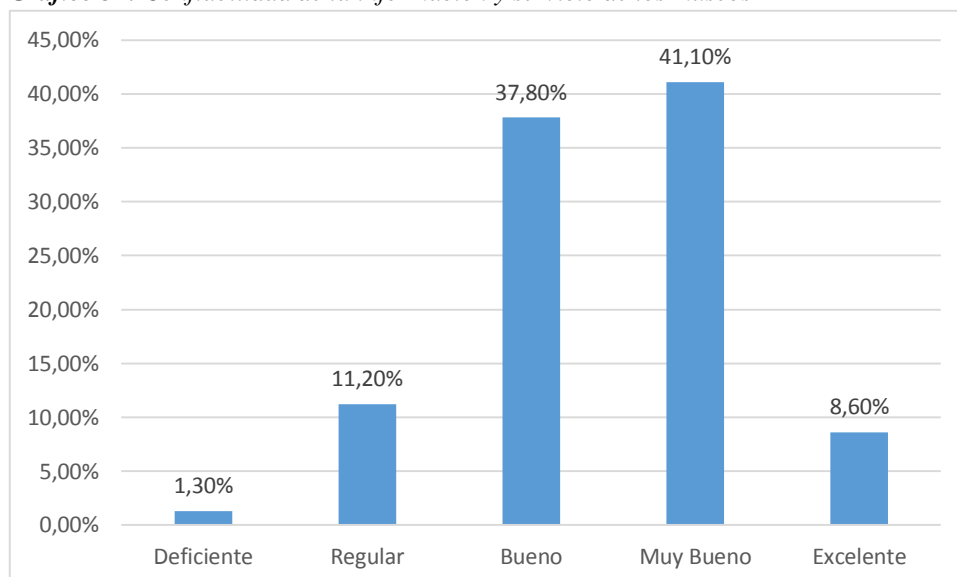
Tabla 26: Confiabilidad de la información y servicio de los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	5	1,3	1,3	1,3
	Regular	43	11,2	11,2	12,5
	Bueno	145	37,8	37,8	50,3
	Muy Bueno	158	41,1	41,1	91,4
	Excelente	33	8,6	8,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 32: Confiabilidad de la información y servicio de los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que la confiabilidad de la información y de los servicios de los museos de la ciudad de Riobamba para los turistas de los mismos en un 41,10% es muy buena, el 37,80% es bueno, el 11,20% es regular, el 8,60% es excelente y el 1,30% es de deficiente. Se concluye que la confiabilidad de la información y de los servicios es muy buena.

Tomando en cuenta que el 41,10% de los encuestados nos da a conocer que la confiabilidad de la información y servicio es muy buena por esta razón se prioriza esta estrategia como una fortaleza que se debe tomar en cuenta al momento de generar estrategias en los museos pero que este tenga una brecha hacia la innovación.

Pregunta 6. La atención personalizada de los museos de la ciudad de Riobamba.

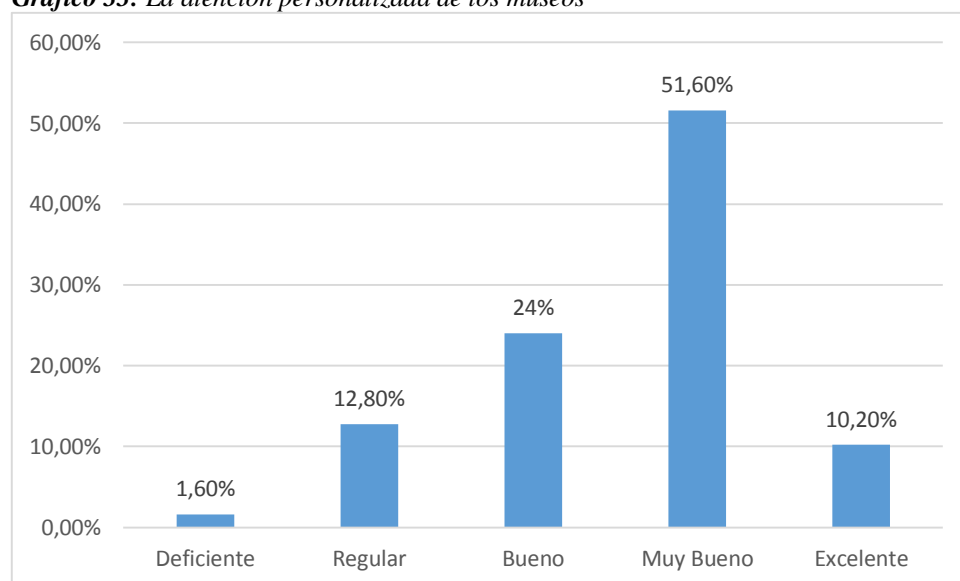
Tabla 27: La atención personalizada de los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	6	1,6	1,6	1,6
	Regular	49	12,8	12,8	14,3
	Bueno	92	24,0	24,0	38,3
	Muy Bueno	198	51,6	51,6	89,8
	Excelente	39	10,2	10,2	100,0
	Total		384	100,0	100,0

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 33: La atención personalizada de los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

La encuesta aplicada a los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba nos manifiesta que la atención personalizada en un 51,60% es muy buena, con un 24% es buena, el 10,20% es excelente, el 12,80% es regular y el 1,60% es deficiente. Concluyendo que la atención personalizada del personal es muy buena.

Tomando en cuenta que el 51,60% de los encuestados nos dan a conocer que la atención personalizada que se tiene varios museos es muy buena, pero se debe generar estrategias para un servicio al cliente para todo tipo de personas.

Pregunta 7. Califique la empatía del personal adquirido en la visita de los museos de la ciudad de Riobamba.

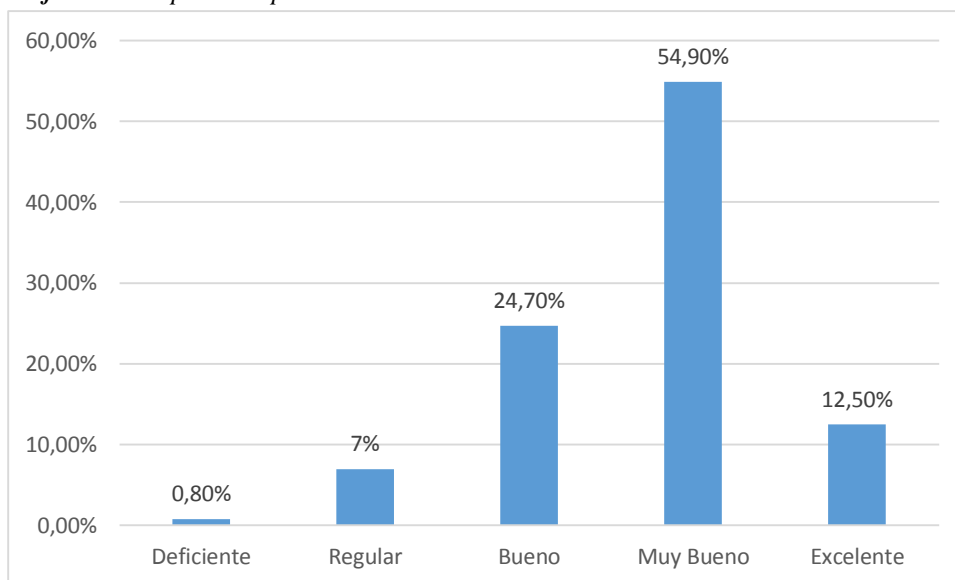
Tabla 28: Empatía del personal de los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	3	,8	,8	,8
	Regular	27	7,0	7,0	7,8
	Bueno	95	24,7	24,7	32,6
	Muy Bueno	211	54,9	54,9	87,5
	Excelente	48	12,5	12,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 34: Empatía del personal de los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que el 54,90% de los turistas manifiestan que la empatía por parte del personal es muy buena, el 24,70% es buena, el 12,50% es excelente, el 7% es regular y el 0,80% es deficiente, concluyendo que la empatía del personal adquirido en la visita en los museos de la ciudad de Riobamba es muy buena.

Tomando en cuenta que el 54,90 % de los encuestados nos da a conocer que la empatía del personal es muy buena generando expectativas para una próxima visita con nuevas actividades.

Pregunta 8. Califique la calidad del servicio y de la información proporcionada en los museos de la ciudad de Riobamba.

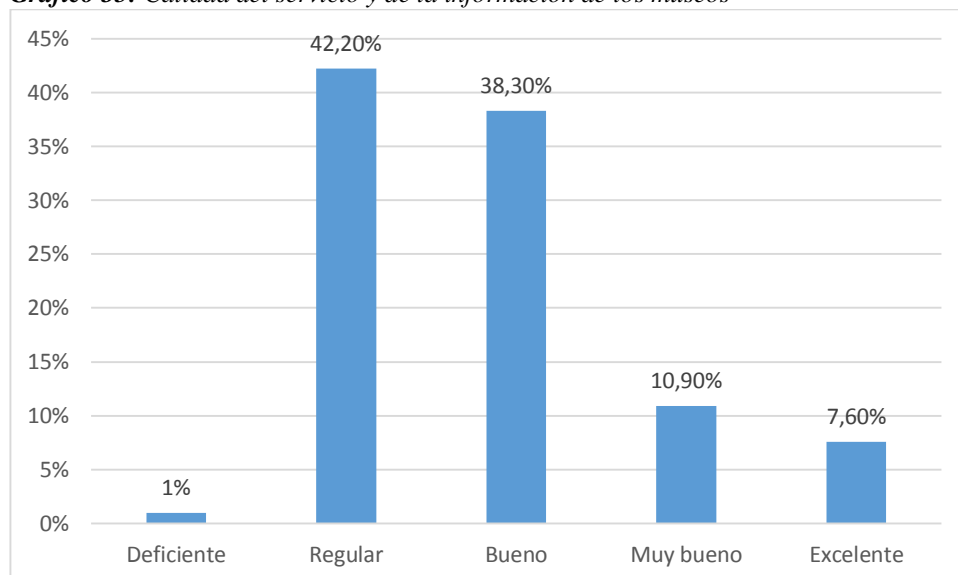
Tabla 29: Calidad del servicio y de la información de los museos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	4	1,0	1,0	1,0
	Regular	162	42,2	42,2	39,3
	Bueno	147	38,3	38,3	81,5
	Muy bueno	42	10,9	10,9	92,4
	Excelente	29	7,6	7,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 35: Calidad del servicio y de la información de los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Se observó que la calidad del servicio y de la información de los museos de la ciudad de Riobamba en un 42,20% es regular, en un 38,30% es bueno, el 10,90% es muy bueno, el 7,60% es excelente y el 1% deficiente. Se concluye que la calidad del servicio y de la información de los museos de la ciudad de Riobamba es regular.

Tomando en cuenta que el 42,20 % de los encuestados nos da a conocer que la calidad del servicio e información es regular por ello mediante la gestión del talento humano con nuevos procesos genere un servicio excelente y por tanto la información generada sea mediante nuevos métodos para todo tipo de personas.

Pregunta 9. El personal de los museos de la ciudad de Riobamba toma en cuenta las sugerencias del visitante para mejorar la visita.

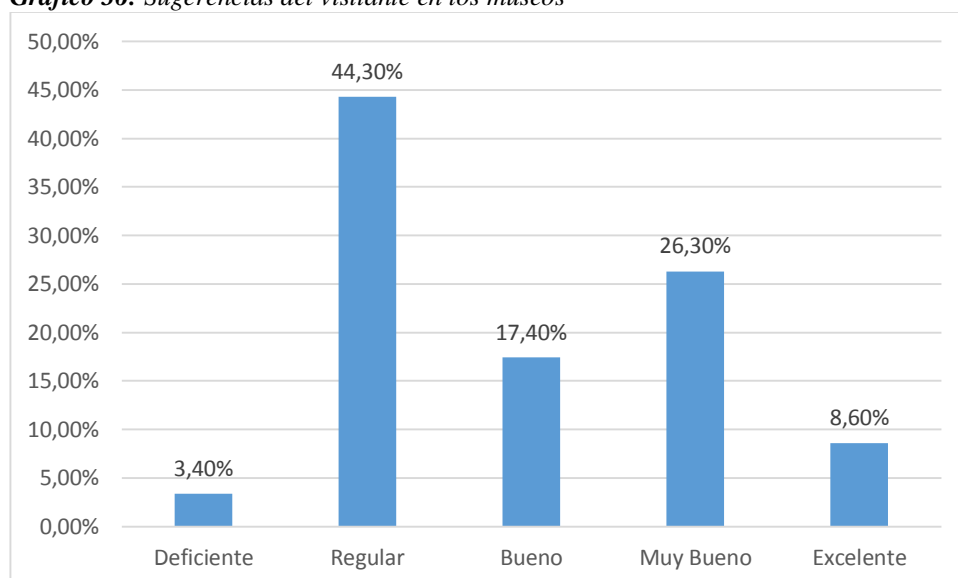
Tabla 30: Sugerencias del visitante en los museos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	13	3,4	3,4	3,4
Regular	170	44,3	44,3	65,1
Bueno	67	17,4	17,4	20,8
Muy Bueno	101	26,3	26,3	91,4
Excelente	33	8,6	8,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 36: Sugerencias del visitante en los museos



Elaborado por: Karina Herrera

Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Según datos obtenidos en las encuestas los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba nos dan a conocer que la personal toma en cuenta sus sugerencias en un 44,30% es regular, el 26,30% es muy bueno, el 8,60% excelente, 17,40% bueno y el 3,40% deficiente. Se concluye que el personal toma en cuenta las sugerencias de los turistas mejorando su visita es regular.

Tomando en cuenta que el 44,30% de los encuestados de forma regular toma en cuenta las sugerencias los visitantes, pero este podría mejorar con una encuesta de satisfacción con puntos específicos para la mejora de la gestión de los museos y de sus servicios.

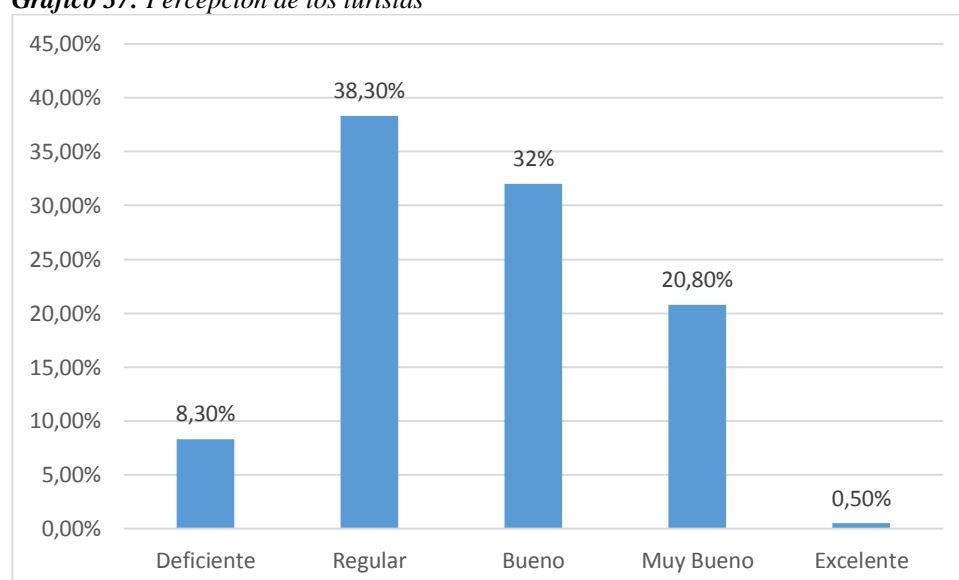
Pregunta 10. Los servicios adquiridos de los museos de la ciudad de Riobamba cumplieron con su percepción.

Tabla 31: Percepción de los turistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	32	8,3	8,3	8,3
Regular	147	38,3	32,0	40,4
Bueno	123	32	38,3	78,6
Muy Bueno	80	20,8	20,8	99,5
Excelente	2	,5	,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

Gráfico 37: Percepción de los turistas



Elaborado por: Karina Herrera
Fuente: Encuestas aplicadas 2019

La encuesta aplicada a los turistas de los museos de la ciudad de Riobamba que la percepción de los servicios adquiridos en un 38,30% es regular, en un 32% es bueno, en un 20,80% muy bueno, 8,30% deficiente y un 0,50% excelente, concluyendo que las percepciones de los servicios adquiridos de los museos son regulares.

Tomando en cuenta que el 38,30% de los encuestados nos da a conocer que su percepción de los museos de la ciudad de Riobamba debido a varios elementos como las innovaciones, las facilidades que ayuden a mejorar el servicio al cliente de acuerdo a las sugerencias de los visitantes mediante una encuesta de satisfacción.