

Proyecto de Terminal

Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas.

Protocolo de Intervención

**Título: Calidad en el servicio de atención en
Museo de Cera Ciudad de México**

**Alumna: Jessica Patricia Hernández Ochoa
Matricula: ES1521201102**

**Docente en línea: Maestra María Guadalupe Alvarado
Delgado**

Asesor externo: Licenciado Jorge Humberto Plata Vera

Empresa: Grupo Museo de Cera

Fecha: 07/11/19

Índice

1. ANTECEDENTES

1.1. Datos generales de la empresa:

1.2. Entorno socio-económico

1.3. Diagnóstico

1.3.1 Matriz FODA

1.3.2. Análisis situacional

2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Línea de investigación

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. Problema central

4. JUSTIFICACIÓN

5. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

5.1. Objetivo General

5.2 . Objetivos específicos.

5. MARCO TEÓRICO

7. METODOLOGÍA

7.1. Metodología descriptiva



7.1.1. Enfoque de la investigación

7.1.2. Diseño de la investigación

7.2. Metodología de muestra

7.2.1. Unidad de análisis

7.2.2. Población

7.2.3. Muestra

7.3. Instrumentos de recolección

8. DISEÑO DE INTERVENCIÓN

8.1. Plan de acción

8.2. Alcances del proyecto de intervención

8.3. Limitaciones del proyecto

8.4. Recursos

8.5. Cronograma de actividades

9. EJECUCIÓN

9.1. Alcance de los objetivos

10. SUPERVISIÓN

10.1. Instrumento de supervisión

11. EVALUACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

11.1. Evaluación cuantitativa

11.2. Evaluación cualitativa

11.3. Producto Final



12. SISTEMATIZACIÓN

13. CONCLUSIONES

14. FUENTES DE CONSULTA

15. ANEXOS



1. ANTECEDENTES

Nombre completo de la empresa: Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México

R.F.C: MCC780407EC1

Domicilio y lugar de ubicación: Londres #6 Col. Juárez, Delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México, CP. 06600

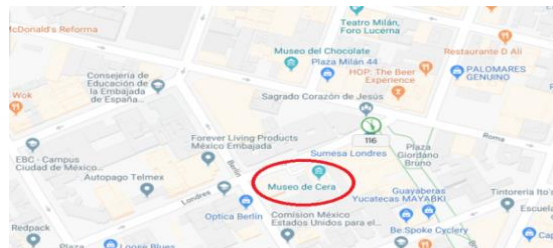
Link de Google maps:

[https://www.google.com.mx/maps/place/Museo+de+Cera/@19.4285328,-](https://www.google.com.mx/maps/place/Museo+de+Cera/@19.4285328,-99.1592695,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x85d21ce7601f431d:0xd66803d577847042!8m2!3d19.4285278!4d-99.1570808)

[99.1592695,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x85d21ce7601f431d:0xd66803d577847042!8m2!](https://www.google.com.mx/maps/place/Museo+de+Cera/@19.4285328,-99.1592695,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x85d21ce7601f431d:0xd66803d577847042!8m2!3d19.4285278!4d-99.1570808)

[3d19.4285278!4d-99.1570808](https://www.google.com.mx/maps/place/Museo+de+Cera/@19.4285328,-99.1592695,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x85d21ce7601f431d:0xd66803d577847042!8m2!3d19.4285278!4d-99.1570808)

Foto pequeña de Google maps:



Fotografía pequeña de la empresa/institución:





Fecha de inicio de operaciones: agosto de 1979

Número de empleados: 60

Descripción de actividades: Espacio de cultura y esparcimiento abierto al turismo nacional e internacional. Grupo Museo de Cera cuenta con 3 atracciones en el mismo sitio:

- ✚ Museo de Cera: Cuenta con 230 figuras echas de cera en las que se destacan personajes importantes de la historia, el arte, la política, el deporte, del mudo artístico, la fantasía y el terror.
- ✚ Museo de Ripley: Exhibición de objetos extraños y sorprendentes que el coleccionista Robert Ripley descubrió durante su exploración por el mudo.
- ✚ Viaje Fantástico: Proyección en simulador de cuarta dimensión.

Principales clientes: Turismo internacional y turismo nacional (escuelas, agencias turísticas y asilos de ancianos)

Principales competidores: Papalote Museo del niño, Museo del juguete antiguo de México y Museo del chocolate

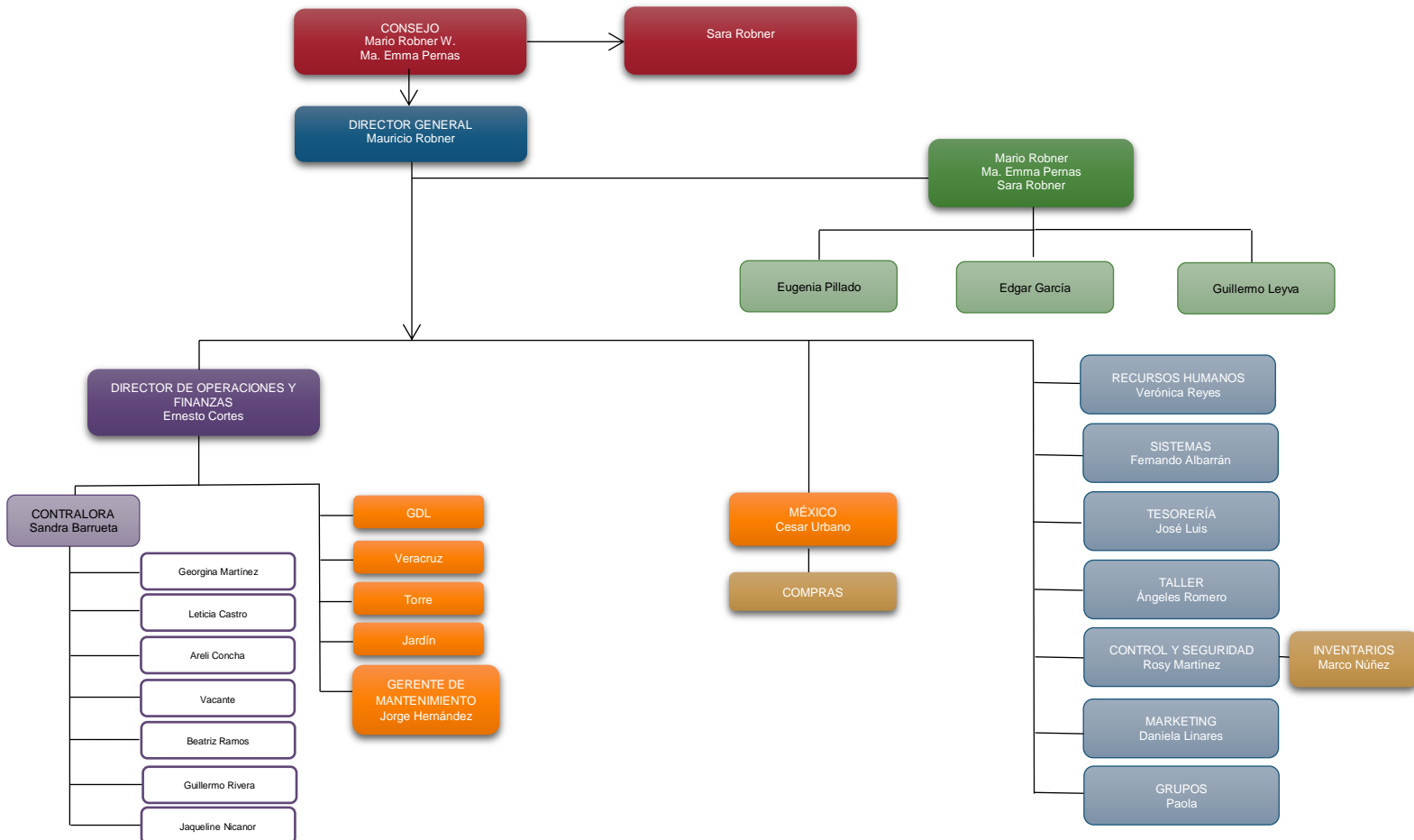
Misión: Proporcionar a nuestros invitados una experiencia inigualable de diversión, entretenimiento y cultura, desarrollando una disciplina de excelencia y calidad en nuestros colaboradores.

Visión: Ser icono mundial de museos, reconocidos por los altos estándares de seguridad, servicio y calidad en nuestros productos.

Valores: Estos se definen como principios y actitudes que identifican a todos los colaboradores de Grupo Museo de Cera.

-  Respeto
-  Seguridad
-  Honestidad
-  Lealtad
-  Hospitalidad
-  Profesionalismo

Organigrama:





1.1 Entorno socio-económico

Número de habitantes: 532 553 habitantes en el 2015

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/poblacion/> (Consultada 11/07/19)

Organización Política: La Organización política de la delegación Cuauhtémoc consta de Concejales, Dirección general jurídica y de servicios legales; Dirección general de obras y desarrollo urbano; Dirección general de los derechos culturales, recreativos y educativos; Dirección general de servicios urbanos; Dirección general de desarrollo y bienestar; Dirección general de administración; Dirección general de gobierno, Dirección general de seguridad ciudadana y protección civil y el alcalde Néstor Núñez López.

Economía del Mercado: Los tres subsectores más importantes que agrupan el 74.3% de las unidades económicas de la delegación Cuauhtémoc son la de productos alimenticios bebidas y tabacos; textiles, prendas vestir de industria del cuero; papel, productos de papel, imprentas y editoriales. Destacando el último por representar el 35.2% de unidades económicas del subsector a nivel de la Ciudad de México.



1.3 Diagnóstico de la empresa

1.3.1. Matriz FODA

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Ubicación céntrica• Instalaciones en excelente estado• Mantenimiento constante de las figuras• Tres atracciones en un mismo sitio• Diversidad en temática• Abierto todos los días en un horario de 11:00 am a 7:00 pm• Cafetería, tiendas de souvenir, Taller de manos• Elevador y rampas para personas con discapacidad• Salidas de emergencia y extintores• Descuentos por reservaciones a grupos. Descuentos a profesores, estudiantes y personas de la tercera edad	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">• Personal insuficiente, sobre todo en periodos vacacionales• Amplia demora para la entrada de los grupos a cada una de las tres atracciones• No hay curso de inducción y capacitación para los guías• No aceptan pagos con tarjeta• Falta ventilación• La cantidad de baños es insuficiente• No cuenta con internet gratis
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Variedad de servicios a sus alrededores• Afluencia de turismo extranjero	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">• Delincuencia• Crisis económica• Desastres naturales• Poco interés cultural



1.3.2. Análisis de datos

Grupo Museo de Cera es uno de los destinos favoritos de cultura y ocio, diariamente recibe turistas nacionales e internacionales en sus instalaciones lo cual le ha generado un reconocimiento a nivel mundial. Para poder seguir en el gusto de las personas es necesario conocer las necesidades de la empresa y atenderlas, de esta manera se genera un crecimiento y una evolución que permite ofrecer un servicio de calidad.

Como se observa en el análisis FODA la empresa goza de fortalezas y oportunidades que le han otorgado un prestigio ante los demás museos de la zona y del país, pero también posee amenazas difíciles de tratar ya que no depende el cambio de la empresa sino de otras entidades, en cambio las debilidades que tiene pueden ser atendidas de manera inmediata.

Es importante tener en cuenta que todas las debilidades deben ser atendidas de forma oportuna, pero en este caso las que se consideran más importantes por tener contacto con el visitante son las siguientes:

- No hay curso de inducción y capacitación para los guías
- Amplia demora para la entrada de los grupos a cada una de las tres atracciones

El área encargada de recibir a los invitados es la coordinación operativa dentro de la cual están los guías quienes brindan la atención desde su llegada hasta el término del recorrido. Una parte fundamental para que el visitante quede satisfecho es brindar atención de calidad lo que influye directamente en los beneficios de la empresa.



Tener protocolos o manuales de procedimientos facilitan y aseguran una atención efectiva para los visitantes ya que evita toma de decisiones personales y subjetivas. Es importante invertir en la preparación de las personas que tienen contacto con el público, darles formación y capacitación necesaria para poder ejecutar el trabajo.

En toda empresa siempre hay oportunidades de mejora para seguir creciendo y desarrollando las competencias necesarias para permanecer en el mercado.



2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Línea de investigación

Línea: Gestión de los procesos de atención y servicio al cliente

Sub-línea: Atención y servicio en los museos

Es fundamental cuidar el trato del visitante desde que entra hasta que sale del museo por lo que se debe transmitir la filosofía del trato agradable y atento a todas las personas que tienen contacto con el público, desde la recepción, vigilancia, guías, cafetería, dulcería y personal de limpieza. El museo tiene la obligación de encarar el proceso de llegar a nuevos públicos y retener a los visitantes para que vuelvan sistemáticamente, por lo que es de suma importancia que además de contar con una temática interesante y atractiva cuente con guías capacitados y que tengan las suficientes herramientas para realizar el trabajo de forma eficaz.



3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a que existe gran demanda de visitantes se le da más importancia a la operación en sí que a la capacitación del guía, además de que no existe un área especializada para prepararlos, pues la persona que se encarga de coordinar a los guías realiza varias actividades. Debido a lo anterior el guía de nuevo ingreso comienza los recorridos con los visitantes sin que se le haya mostrado cómo hacerlo, desconoce la ubicación de las salidas de emergencia, señalamientos, tips y estrategias para captar la atención al cliente. Todo esto puede generar que el guía no realice un trabajo eficaz o que no cumpla con las expectativas, lo que a la larga podría repercutir en la afluencia del museo.

Es importante que el guía conozca todo el proceso de visita para atender y solucionar cualquier problema que se presente, evitar contratiempos o demoras, contar con un servicio de calidad que beneficie a la empresa y la coloque en un sitio a la vanguardia.

La cultura de calidad busca continuamente alcanzar los objetivos de la organización en relación a la calidad de sus productos y servicios, así como la satisfacción de las necesidades de los visitantes, por lo que proporcionar una capacitación adecuada y con las suficientes herramientas influye para poder alcanzar la meta de la empresa y alcanzar los estándares de calidad deseados.



4. JUSTIFICACIÓN

La mejora en la calidad del servicio es un tema que debe ser constante en cualquier empresa ya que contribuye a alcanzar la eficacia de este proceso. Entender la motivación y necesidades de los diferentes segmentos de público, así como crear un ambiente que ofrezca una gama amplia de experiencias es importante para incrementar la afluencia de visitas, en todo esto juega un papel muy importante el trabajo del guía por lo que debe tener las suficientes herramientas para poder ofrecer un servicio de calidad y canalizar o resolver cualquier situación que se le presente. Los guías cumplen con una función básica que es la de atrapar la atención del visitante y lograr que se interesen por el contenido que ofrece el museo. Es quien está dispuesto a mostrar el como del funcionamiento de las diferentes salas, mostrándole el camino a seguir y las posibilidades de uso.

El trabajo eficaz del guía es fundamental para que el visitante quede satisfecho lo que aporta directamente al beneficio de la empresa. Para ello es importante Invertir en la preparación de las personas que tienen contacto con el público, darles formación y capacitación necesaria para que puedan ejecutar el trabajo, así como tener protocolos o manuales de procedimientos que faciliten y aseguren una atención efectiva para los visitantes. La labor eficaz de los guías colabora a incrementar el número de visitantes. Escuchar a los usuarios y no usuarios; investigar las necesidades de la sociedad; trabajar con el personal del museo y sus voluntarios, para pensar en qué necesidades podrían servir mejor; reflexionar cuidadosamente sobre el impacto que se desea ayuda a influir positivamente en la sociedad. Los museos ayudan al crecimiento económico, desarrollo urbano y cultural, así mismo fortalece el flujo turístico cultural. Así también los museos estimulan la creatividad y fomentan el interés por la investigación, la historia y la cultura contribuyendo a formar mejores individuos.



5. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

5.1. Objetivo General

Implementar un protocolo de calidad y servicio en Grupo Museo de Cera para mejorar el servicio de atención a los visitantes en 5 meses.

5.2. Objetivos específicos

- Elaborar un cuadernillo de capacitación en Grupo Museo de Cera que contenga protocolos de atención, normas, estrategias, tips e información relevante de las salas para garantizar que el guía desempeñe su labor de forma eficaz. (Tiempo estimado 3 semanas)
- Distribuir el cuadernillo de capacitación a los guías para que se incorpore a los recorridos desde el primer día como lo requiere el museo. (Tiempo estimado 2 días)
- Implementar por parte de los guías los conocimientos adquiridos a través del cuadernillo de capacitación. (Tiempo estimado 2 semanas)
- Analizar los resultados de la implementación del cuadernillo para los guías. (Tiempo estimado 2 semanas)



6. MARCO TEÓRICO

CAPITULO I

Oferta en los museos de la Ciudad de México

Existe gran oferta de museos en la Ciudad de México que ofrecen diversos contenidos por lo que el turismo nacional e internacional tiene múltiples opciones para visitar y elegir el que más le agrade. Debido a la gran competencia entre los más de 150 museos en la Ciudad de México se hace necesario implementar estrategias para mejorar cada día la calidad en sus servicios y de tal forma que haya clientes satisfechos que quieran regresar a visitar el museo y además recomendarlo.

Grupo Museo de Cera de la Ciudad de la ciudad de México cuenta con áreas culturales y de entretenimiento que mantienen al visitante atento y divertido, aun así es importante detectar áreas de oportunidad para ofrecer un servicio eficiente.

Demanda en los museos de la Ciudad de México

La demanda de más y mejores sitios culturales refleja una diversificación en los gustos e intereses del turismo nacional y extranjero, además ha llevado a la planeación de nuevas actividades que resulten atractivas. De tal forma que los museos van ganando terreno como sitios de cultura y entretenimiento.

Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México es uno de los museos con mayor demanda pues ofrecen paquetes atractivos para escuelas y agencias turísticas, la mayor parte de sus visitantes son alumnos de primaria y secundaria por lo que se hace importante implementar dinámicas durante el tiempo de espera para entrar al museo y así mantener entretenidos a los grupos escolares. Dentro de los recintos de este tipo, el Museo de Cera ocupa el quinto puesto entre los más consultados en el buscador Google lo que denota el interés público.

Turismo en los museos de la Ciudad de México

La Ciudad de México es una gran zona turística que cuenta con diversidad de atracciones gracias a su historia, arte y arquitectura colonial y contemporánea por lo que atrae a un gran número de visitantes posicionando a México entre los 10 países más visitados del mundo según la Organización Mundial de Turismo.

La Ciudad de México cuenta con infinidad de opciones de entretenimiento como son: Museos, Zonas Arqueológicas, Teatros, Antros, Bares, Restaurantes, Parques de diversiones, entre otros. Los museos son una parte importante de la atracción y entretenimiento en la ciudad, funcionan invariablemente como parte de la economía. Su servicio está principalmente relacionado con la conservación y la revalorización del patrimonio cultural, pero también puede acometer otras tareas, objetivos y acciones.

“Muchos museos, por si mismos, son destinos turísticos importantes y, por lo tanto, proporcionan actividad económica relacionada con la industria del turismo y el comercio minorista”. (Travers de 2006, Frey y Meier 2006).



Grupo Museo de Cera recibe visitas tanto nacionales como internacionales, su contenido es variado ya que cuenta con tres atracciones: Museo de Cera, Museo de Ripley y Viaje Fantástico lo que causa interés al visitante, aunque por si solo el museo ofrezca diversión, cultura y entretenimiento es necesario mantenerse en constante actualización para mantenerse a la vanguardia, de ahí la importancia de detectar las áreas de oportunidad para ofrecer un servicio de calidad.

CAPITULO II

Conceptos

Calidad

Edwards Deming “Una promesa de que el proceso va a resultar en productos o servicios que serán vendidos a clientes que estarán definitivamente satisfechos”

Karl Albrecht (1994) “El tiempo ha cambiado y no vivimos más en una economía de manufactura. Ahora vivimos en una nueva economía, la economía de servicios, en donde las relaciones están llegando a ser más importantes que los productos físicos”.

Philip Crosby (1987) “La calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad”

Parasuraman, B. Zeithaml y L. Berry (1988) “La calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido”.



Roger. G. Schrolder (1992) “La calidad es incluir cero defectos, mejora continua y gran enfoque en el cliente”

M. Juran (1993) supuso que la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además, según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es “la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”.

Dinámica de grupos

Según Maruxinia Marín “La dinámica de grupos es un conjunto de conocimientos teóricos y de herramientas en forma de técnicas grupales que permiten conocer al grupo, la forma de manejarlo, aumentar su productividad y de afianzar las relaciones internas y aumentar la satisfacción de los que componen el grupo”.

Según Kurt Lewin, “Dinámica de Grupos es un conjunto de fenómenos que se dan en la vida de los grupos. Hoy se puede ampliar diciendo que la Dinámica de Grupos es una parte la Psicología Social que se ocupa de la investigación de las estructuras y procesos grupales”.

Según Cartwright y Zander “Es una especie de ideología política preocupada por las formas en que debieran organizarse y manejarse los grupos, haciendo hincapié en una guía democrática, participativa en las decisiones y cooperativa”.



Capacitación

Según Idalberto Chiavenato "La capacitación es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos".

Chiavenato I. (2002) sostiene que: el adiestramiento es el proceso de desarrollo de cualidades en los recursos humanos para habilitarlos, con el fin de que sean más productivos y contribuyan mejor a la consecución de los objetivos organizacionales. El propósito del entrenamiento es aumentar la productividad de los individuos en sus cargos, influyendo en sus comportamientos. (p 386)

Según Oscar Blake (1997) "La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. Compone uno de los campos más dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal."

Según Alfonso Siliceo (1996) "La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores."



CAPITULO III

Teorías sobre la calidad

Existen varias teorías acerca de la calidad, como son las siguientes:

La Teoría de los 13 principios fue creada por Jesús Alberto Viveros Pérez la cual al ser implementada permitirá conseguir la mayor calidad en el proceso de creación de un servicio.

“Si todos los empleados de una empresa siguen estas trece normas, la compañía será capaz de llevar a cabo su labor con la mayor eficacia y calidad posibles”.

Las trece reglas son las siguientes:

- Comenzar a hacer las cosas bien desde el principio.
- Centrarse en la satisfacción de las necesidades del cliente.
- Buscar soluciones a los problemas en lugar de justificarlos.
- Mantener el optimismo.
- Conseguir buenas relaciones con los compañeros.
- Cumplir las tareas adecuadamente.
- Ser puntual.
- Mantener la cordialidad con los compañeros de equipo.
- Reconocer los propios errores y trabajar para corregirlos.
- Mantener la humildad, de tal forma que se pueda aprender de otros.
- Ser meticuloso en el orden y organización de las herramientas de trabajo.
- Ser capaz de dar confianza al resto del equipo.
- Encontrar la forma más simple de hacer el propio trabajo.



Otra teoría nos habla sobre los 10 pasos para mejorar la calidad, propuesta por Joseph Juran y refiere lo siguiente:

- Crear conciencia de la necesidad y la oportunidad de mejoramiento.
- Mantener metas de mejoramiento.
- Organizar para lograr estas metas.
- Proporcionar entretenimiento.
- Desarrollar proyectos para resolver problemas.
- Reportar los problemas sin ocultar los errores.
- Dar reconocimiento.
- Comunicar los resultados.
- Mantener consistencia en los registros.
- Mantener las mejoras en todos los sistemas, subsistemas y procesos de la compañía.

Otra teoría referente a la calidad es la de Edwards Deming. Entre sus diferentes aportaciones de este autor sobre la calidad cabe destacar dos: los 14 puntos de Deming y la divulgación del ciclo PDCA de Shewart.

Deming pretende mostrar la importancia del papel de las personas, en especial de la dirección en la competitividad de las empresas.

Los 14 puntos Deming:

- Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio.
- Adaptar la empresa a la nueva economía en que vivimos.



- Evitar la inspección masiva de productos.
- comprar por calidad, no por precio y estrechar lazos con proveedores.
- Mejorar continuamente en todos los ámbitos de la empresa.
- Formar y entrenar a los trabajadores para mejorar el desempeño del trabajo.
- Adoptar e implantar el liderazgo.
- Eliminar el miedo, para que las personas trabajen seguras y den lo mejor de si mismas.
- Rompen las barreras entre departamento.
- Eliminar eslóganes y consignas para los operarios, sustituyéndolos por acciones de mejora.
- Eliminar estándares de trabajo, incentivos y trabajo a destajo, pues son incompatibles con la mejora continua.
- Eliminar las barreras que privan a la gente de estar orgullosa de su trabajo.
- Estimular a la gente para su mejora personal.
- Poner a trabajar a todos para realizar esta transformación, aplicando el método PDCA.

Teorías acerca de la dinámica de grupos

Haydée Mesa menciona 7 tipos de dinámicas:

- **JUEGOS DE PRESENTACIÓN:** Se trata de juegos enfocados a aprender nombres y otras características necesarias para comenzar a relacionarse cuando el grupo es de reciente formación y sus componentes no se conocen.
- **JUEGOS PARA RESOLVER CONFLICTOS:** Buscan proporcionar herramientas para aprender a afrontar los conflictos de una forma.



- **JUEGOS PARA SOLTAR TENSIONES:** Son aquellos juegos estructurados para conseguir liberar la energía acumulada en forma de tensiones a través de la risa, el movimiento y la voz.
- **JUEGOS DE AUTOAFIRMACIÓN:** Juegos que persiguen la autoafirmación de los participantes en su individualidad y en su faceta de integrantes del grupo.
- **JUEGOS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN:** Son juegos que estimulan la comunicación favoreciendo la escucha activa entre los participantes.
- **JUEGOS DE CONOCIMIENTO Y AUTOCONOCIMIENTO:** Son aquellos destinados a permitir a los integrantes conocerse a sí mismos por contraste con los demás. Se trata de lograr un grado más en la presentación, llegando poco a poco a un conocimiento más profundo y vital.
- **JUEGOS DE COLABORACIÓN:** Potencia la cooperación grupal al focalizarse en que todos los participantes tengan posibilidades de participar.

Kurt Lewin menciona que las dinámicas de grupo adquieren un valor específico de diversión que estimula: Emotividad, Creatividad, Dinamismo o Tensión positiva.

Para Kurt estas son los tipos de dinámicas según las áreas grupales:

- **Formativa:** brindar la posibilidad de desarrollar capacidades distintas al simple conocimiento y de superar problemas personales.
- **Psicoterapéutica:** para superar problemas específicos.
- **Educativa:** con el fin de dar a conocer nueva información.
- **Socialización:** aprender a comunicarse y a convivir.
- **Trabajo en equipo:** se generan formas de trabajo en conjunto.



Teoría acerca de la capacitación y adiestramiento

Existen varios tipos de adiestramientos, entre éstos tenemos:

- **Inducción:** Es la orientación general que se le da al empleado para adecuarlo al puesto, al grupo y a la institución. Este tipo de formación tiene la meta de crear una actitud favorable del empleado y facilitar su proceso de integración.
- **Adiestramiento a través de la experiencia:** Consiste en reunir un grupo de personas en base a tareas o áreas similares para intercambiar experiencias, métodos y recursos. En tales espacios se debe establecer un flujo informativo precisando objetivos, expectativas, dinámicas, metodología, aspectos organizativos y el código para el análisis. Este tipo de formación es útil, pues de la experiencia de los individuos o grupos se enriquece el trabajo y se comparten vivencias significativas.
- **Adiestramiento "en" y "para" la organización:** Consiste en desarrollar al máximo el potencial humano de la institución, por vía de la implementación de un sistema de educación permanente que abarque las siguientes etapas:
 - Preparación y actualización para el mejor desempeño del cargo.
 - Preparación para otros cargos que pudiera ocupar el empleado.
 - Preparación para el desarrollo general integral.

7. METODOLOGÍA

7.1 Metodología descriptiva

Al iniciar el proceso de recorrido en Grupo Museo de Cera se observa que una vez que el guía se incorpora se le deja a cargo un grupo de visitantes sin ninguna información previa. Se detecta que existe dificultad para resolver cuestionamientos de los visitantes por parte del guía, así mismo en algunas ocasiones esto genera molestia por no poder brindar información precisa y oportuna.

7.1.1 Enfoque de la investigación

El método a utilizar en este proyecto es el método cuantitativo cuya característica son las preguntas y encuestas que sirven para recopilar datos cuantificables y posterior a ello realizar análisis estadísticos que permitan mejorar la atención y servicio al cliente.

7.1.2 Diseño de la investigación

El tipo de diseño es a través de una metodología descriptiva que es un método científico cuyas herramientas son la observación y descripción del comportamiento humano sin influir sobre el de ninguna manera.

7.2 Metodología de muestra

7.2.1 Unidad de análisis

La investigación es realizada en Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México a partir del 05 de febrero al 31 de octubre de 2019 en el área de Coordinación de Grupos Operativos.



7.2.2 Población

300 visitantes.

7.2.3 Muestra

La fórmula que se utilizará para la toma de muestra será la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

e= Error

$$n = \frac{(2.24^2 \times 0.05) (0.95 \times 300)}{\left[(0.025)^2 (300 - 1) \right] + \left[2.24^2 \times 0.05 \times 0.95 \right]}$$

$$n = \frac{(5.02 \times 0.05) (285)}{\left[(0.000625) (299) \right] + \left[5.02 \times 0.05 \times 0.95 \right]}$$



$$n = \frac{(0.251) (285)}{0.187 + 0.251 \times 0.95}$$

$$n = \frac{71.535}{(0.187 + 0.24)}$$

$$n = \frac{71.535}{0.427} = 168$$

Instrumento de medición: El instrumento que se utilizará para recabar los datos necesarios será el cuestionario.

7.3 Instrumento de recolección

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Diseño de la encuesta a aplicar:



Encuesta de satisfacción de servicio al visitante en Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México

Sexo <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Masculino	Edad <input type="radio"/> 10 a 20 <input type="radio"/> 21 a 30 <input type="radio"/> 31 a 40 <input type="radio"/> 41 a 50	Escolaridad <input type="radio"/> Primaria <input type="radio"/> Secundaria <input type="radio"/> Preparatoria <input type="radio"/> Universidad
--	---	---

Instrucciones: Favor de contestar la totalidad de las preguntas marcando la opción de su preferencia.

1.- ¿Cómo considera que fue su recibimiento en Grupo Museo de Cera?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

2.- Durante su estancia en el museo ¿Cómo califica la información que le brindó el guía para localizar sanitarios, tiendas, cafetería u otro servicio?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

3.- ¿Cómo evalúa la información que recibió en cada una de las salas por parte de los guías?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------



4.- ¿Qué le pareció la atención que recibió por parte del guía durante el recorrido en los museos?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

5.- ¿Cómo considera el contenido de las atracciones?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

6.- ¿Cómo califica las instalaciones del museo?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

7.- ¿Cómo evalúa su experiencia en Grupo Museo de Cera?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

Esta encuesta es con fines de mejorar la calidad en el servicio que ofrecen los guías de Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México.

8. DISEÑO DE INTERVENCIÓN

8.1 Plan de acción

Objetivo específico 1: Diseño e impresión del cuestionario

Acciones a realizar:

- Contar con una computadora que tenga el programa Microsoft Word
- Realizar el formato del cuestionario en el programa seleccionado
- Imprimir los 168 cuestionarios y 10 extras más por si surge algún percance

Personas que participan:

- Autora de proyecto: Jessica Patricia Hernández Ochoa

Instrumentos de recolección datos a utilizar:

- Cuestionario

Encuesta de satisfacción de servicio al visitante en Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México

Sexo	Edad	Escolaridad
<input type="radio"/> Femenino	<input type="radio"/> 10 a 20	<input type="radio"/> Primaria
<input type="radio"/> Masculino	<input type="radio"/> 21 a 30	<input type="radio"/> Secundaria
	<input type="radio"/> 31 a 40	<input type="radio"/> Preparatoria
	<input type="radio"/> 41 a 50	<input type="radio"/> Universidad



Instrucciones: Favor de contestar la totalidad de las preguntas marcando la opción de su preferencia.

1.- ¿Cómo considera que fue su recibimiento en Grupo Museo de Cera?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

2.- Durante su estancia en el museo ¿Cómo califica la información que le brindó el guía para localizar sanitarios, tiendas, cafetería u otro servicio?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

3.- ¿Cómo evalúa la información que recibió en cada una de las salas por parte de los guías?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

4.- ¿Qué le pareció la atención que recibió por parte del guía durante el recorrido en los museos?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

5.- ¿Cómo considera el contenido de las atracciones?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------



6.- ¿Cómo califica las instalaciones del museo?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

7.- ¿Cómo evalúa su experiencia en Grupo Museo de Cera?

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

Esta encuesta es con fines de mejorar la calidad en el servicio que ofrecen los guías de Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México.

Instrumento de supervisión a utilizar:

Check list

Encuestas en formato físico

- ✓ Computadora
- ✓ Programa Microsoft Word
- ✓ Internet
- ✓ Hojas
- ✓ Impresora

Objetivo específico 2: Aplicación, análisis y conclusiones del cuestionario

Acciones a realizar:

- Verificar la asistencia de grupos en la semana de aplicación de encuestas
- Se toma una población de 300 personas ya que es la cantidad total de visitantes en grupos que habrá durante la aplicación de encuestas. Se emplea la fórmula para determinar el tamaño de muestra y arroja la cantidad de 168 personas para encuestar
- Se determina el rango de edad conforme a la afluencia de grupos en periodo vacacional
- Al final de cada recorrido el grupo de visitantes se dispersa por el patio del museo, en ese momento se aborda una persona al azar para aplicar la encuesta
- Saludo cordial y explicación breve sobre la finalidad de la encuesta, para posterior a ello saber si el visitante desea participar
- De ser la respuesta afirmativa se aplica la encuesta
- Una vez que se finaliza la encuesta se agradece al visitante por su participación
- Agrupar las respuestas por pregunta
- Contabilizar las respuestas por grado de satisfacción
- Realizar gráficas en programa excel con su respectivo análisis
- Toma de decisiones para la aplicación del proyecto

Personas que participan:

- Autora de proyecto: Jessica Patricia Hernández Ochoa
- Coordinador de grupos operativos: Jorge Humberto Plata Vera
- Visitantes (Grupos)

Instrumentos de recolección datos a utilizar:

- Cuestionario

Instrumento de supervisión a utilizar:

Check list

Aplicación de encuestas en Museo de Cera de la Ciudad de México

- ✓ Objetivo
- ✓ Cuestionarios
- ✓ Plumas
- ✓ Aplicación
- ✓ Recopilación
- ✓ Conclusiones

Objetivo 3: Diseño del Manual de capacitación para el guía

Acciones a realizar:

- Platica y análisis con el asesor externo sobre los resultados de las encuestas
- Lluvia de ideas para mejorar el servicio al cliente por parte del guía
- Elaboración del manual de capacitación
- Retroalimentación con el asesor respecto al contenido del manual
- Implementación



Personas que participan:

- Autora de proyecto: Jessica Patricia Hernández Ochoa
- Coordinador de grupos operativos: Jorge Humberto Plata Vera
- Guías

Instrumentos de recolección datos a utilizar:

- Cuestionario

Instrumento de supervisión a utilizar:

Check list

Implementación del Manual de Capacitación para el guía

- ✓ Contenido PT1 y PT2
- ✓ Encuestas con respuestas
- ✓ Manual general de la empresa
- ✓ Folleto de inducción al servicio social
- ✓ Internet
- ✓ Programa Microsoft Word
- ✓ Computadora
- ✓ Impresora
- ✓ Hojas

8.2 Alcances del proyecto de intervención

La intención del proyecto es mejorar la atención a los visitantes, brindando un servicio eficaz por parte del guía que contribuya a elevar el estándar de calidad de Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México y que pueda servir de herramienta para implementarse en sus diferentes sedes.

8.3 Limitaciones del proyecto de intervención

El proyecto está enfocado en el área de coordinación de grupos donde pertenecen los guías, pero esta solo es una parte del sistema operativo por lo que se recomendaría evaluar las demás áreas para tener una visión general de las necesidades de mejora al servicio al cliente.

8.4 Recursos

- Internet
- Computadora
- Programa Microsoft Word
- Impresora
- Toner
- Hojas tamaño carta
- Plumas
- Visitantes (Recurso Humano)



8.5 Cronograma de actividades

PRIMER BIMESTRE																																			
Actividad	Área involucrada	Horas	Tiempo	FEBRERO	MARZO																														
<p>Investigación acerca de Museo de Cera de la Ciudad de México y sus sedes.</p> <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Web 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	10 Hrs.	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>	<p>SEMANA 1</p> <table border="1"> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																															
L	M	M	J	V																															
<p>Capacitación acerca del funcionamiento de coordinación de grupos.</p> <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Dinámicas de desenvolvimiento Técnicas básicas para hablar fuerte y claro Vaciado de datos (Excel) 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	16 Hrs.	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>	<p>SEMANA 1, 2 y 3</p> <table border="1"> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	
L	M	M	J	V																															
L	M	M	J	V																															
L	M	M	J	V																															
L	M	M	J	V																															
L	M	M	J	V																															
L	M	M	J	V																															



<p>Funcionamiento de visitas guiadas a grupos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Indicaciones • Comienzo del recorrido <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 🚦 Observación 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>8 Hrs</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>	<p>SEMANA 2</p> <table border="1" data-bbox="1008 359 1255 516"> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V																															
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									
<p>Primer recorrido guiado a grupos</p> <ul style="list-style-type: none"> 🚦 Bienvenida 🚦 Museo Ripley: Indicaciones Comienzo del recorrido 🚦 Viaje Fantástico: Indicaciones Ayuda en acceso de sala 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>3 Hrs.</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>	<p>SEMANA 1, 2, 3 Y 4</p> <table border="1" data-bbox="1008 1184 1255 1812"> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									
L	M	M	J	V																																									



SEGUNDO BIMESTRE

Actividad	Área involucrada	Horas	Tiempo	ABRIL	MAYO																				
<p>Análisis y exposición ante el asesor externo sobre las áreas de oportunidad detectadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación de guías • Lapsos de espera para ingresar a las atracciones <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>10 Hrs.</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>	<p>SEMANA 1 Y 2</p> <table border="1" data-bbox="1008 569 1253 884"> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
<p>Búsqueda de posibles soluciones que mejoren las áreas de oportunidad detectadas y de esta manera los guías puedan brindar un servicio óptimo en el museo.</p> <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>25 Hrs.</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>	<p>SEMANA 3 Y 4</p> <table border="1" data-bbox="1008 1430 1253 1667"> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V						
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					



<p>Opiniones (guías y asesor externo)</p>															
<p>Propuestas ante el asesor externo para mejorar la operación de grupos</p> <ul style="list-style-type: none"> Material de apoyo para los guías a través del diseño de un cuadernillo de atención al cliente. Actividades de entretenimiento mediante juegos y dinámicas <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Web (Teorías sobre dinámicas de grupos) Web (Teorías sobre capacitación y adiestramiento) Copias (Dinámicas grupales dependiendo el grado de escolaridad) Descripción (A grandes rasgos sobre Cuadernillo para el 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>7 Hrs.</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>		<p>SEMANA 1</p> <table border="1" data-bbox="1295 569 1544 726"> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
L	M	M	J	V											
L	M	M	J	V											



<p>guía de nuevo ingreso)</p>																									
<p>Procedimiento de tipo de muestra y tamaño para la aplicación de encuestas de calidad</p> <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Web Calendario de reservaciones de grupos 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>18 Hrs</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>		<p>SEMANA 1 Y 2</p> <table border="1" data-bbox="1305 506 1552 821"> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
<p>Pláticas con el asesor externo sobre el objetivo de la aplicación de encuestas.</p> <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Web 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>20 Hrs</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>		<p>SEMANA 3 Y 4</p> <table border="1" data-bbox="1305 1318 1552 1633"> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					



TERCER BIMESTRE

Actividad	Área involucrada	Horas	Tiempo	JUNIO	JULIO																									
Lapso vacacional, cambio de semestre.				<p>SEMANA 2, 3 Y 4</p> <table border="1" data-bbox="1008 606 1255 921"> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	<p>SEMANA 1</p> <table border="1" data-bbox="1305 606 1552 686"> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> </table>	L	M	M	J	V
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										
<p>Reestructuración del proyecto a implementar</p> <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none">  Material de apoyo de la UnADM  Sesión con la docente asignada en Blackboard Collaborate 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>30 Hrs.</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>		<p>SEMANA 2, 3 Y 4</p> <table border="1" data-bbox="1305 1215 1552 1608"> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> <tr><td>L</td><td>M</td><td>M</td><td>J</td><td>V</td></tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										
L	M	M	J	V																										



CUARTO BIMESTRE

Actividad	Área involucrada	Horas	Tiempo	AGOSTO	SEPTIEMBRE																				
<p>Diseño de encuesta, objetivos y tiempos específicos para la aplicación de encuestas</p> <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none">  Computadora  Hojas  Calendario de reservaciones 	<p>Coordinación de Grupos</p> <p>Museo de Cera CDMX</p>	<p>12 Hrs.</p>	<p>PLANEADO</p> <p>REAL</p>	<p>SEMANA 1 y 2</p> <table border="1" data-bbox="1008 594 1255 909"> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>L</td> <td>M</td> <td>M</td> <td>J</td> <td>V</td> </tr> </table>	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					
L	M	M	J	V																					



8. EJECUCIÓN

Objetivo 1: Diseño del cuestionario

Acción 1: Contar con una computadora que tenga el programa Microsoft Word para el diseño a la encuesta. Posteriormente se realiza la impresión de los cuestionarios.

Evidencia:

The image shows a stack of printed questionnaires. The top sheet is titled "Encuesta de satisfacción de servicio al visitante en Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México". It includes a header with "Sexo" (Male/Female) and "Edad" (Age groups: 10-20, 21-30, 31-40, 41-50) and "Especialidad" (Primary, Secondary, High School, University). Below this is an instruction: "Instrucciones: Favor de contestar la totalidad de las preguntas marcando la opción de su preferencia." The survey consists of seven numbered questions, each with a five-point Likert scale (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo, Pésimo):

- ¿Cómo considera que fue su alojamiento en Grupo Museo de Cera?
- Durante su estancia en el museo ¿Cómo califica la información que le brindó el guía para localizar sentencias, tallas, laberinto u otro servicio?
- ¿Cómo evalúa la información que recibió en cada una de las salas por parte de los guías?
- ¿Qué le pareció la atención que recibió por parte del guía durante el recorrido en las muestras?
- ¿Cómo consideró el contenido de las atracciones?
- ¿Cómo califica las instalaciones del museo?
- ¿Cómo evalúa su experiencia en Grupo Museo de Cera?

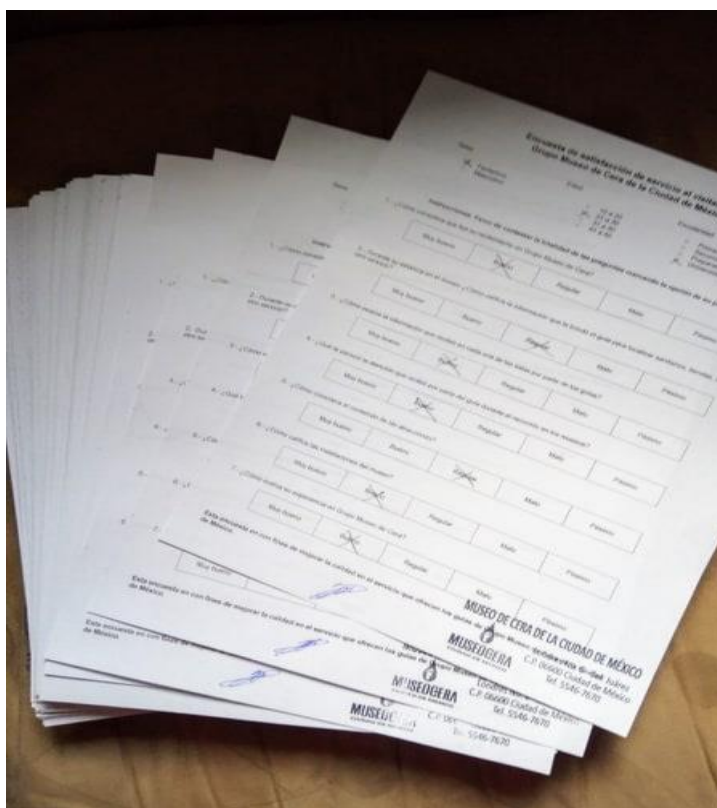
At the bottom, it states: "Esta encuesta es con fines de mejorar la calidad en el servicio que ofrecen los guías de Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México."

Resultados de la acción: Instrumento listo para ser aplicado a los visitantes de grupos y que servirá para medir su satisfacción en cuanto a la atención y servicio que brindan los guías en Museo de Cera de la Ciudad de México.

Objetivo 2: Aplicación, análisis y conclusiones de las encuestas aplicadas

Acción: Como primer paso se verifica la asistencia de grupos en la semana de aplicación de encuestas. Una vez que inicia el periodo de aplicación, al final de cada recorrido se elige una persona a la vez para que participe.

Evidencia:

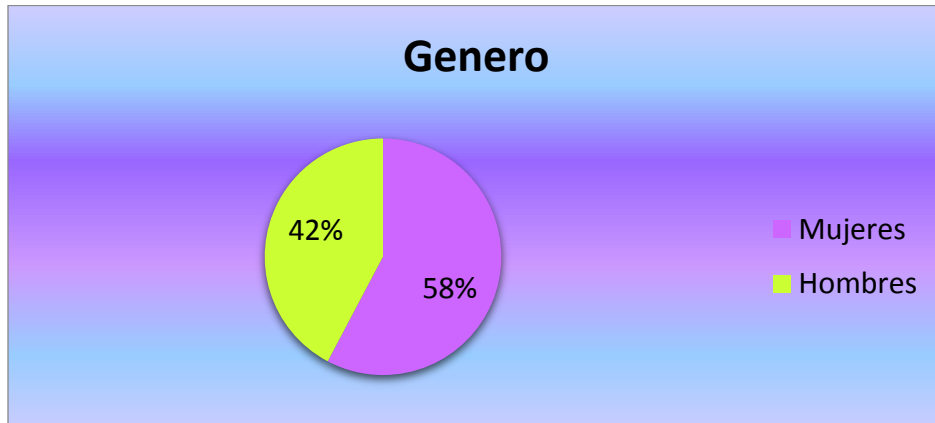


Resultados:

Encuesta de satisfacción de servicio al visitante en Grupo Museo de Cera de la Ciudad de México

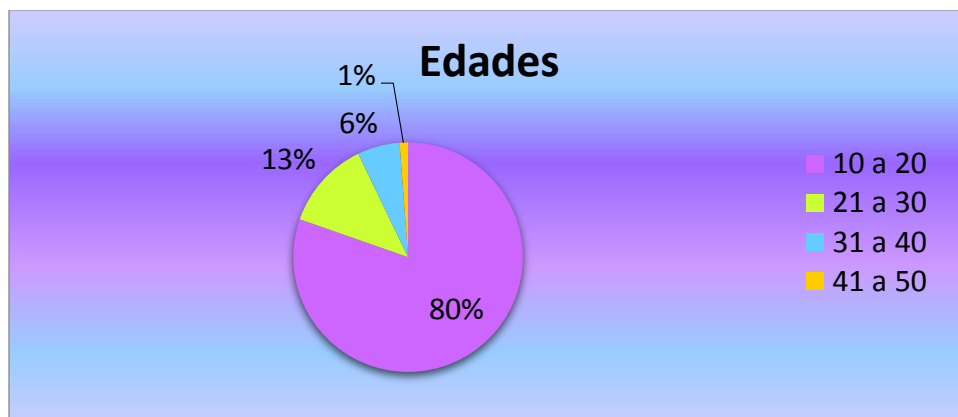


Genero	Frecuencia	Porcentaje
Mujeres	97	58%
Hombres	71	42%
	Total = 168	100%



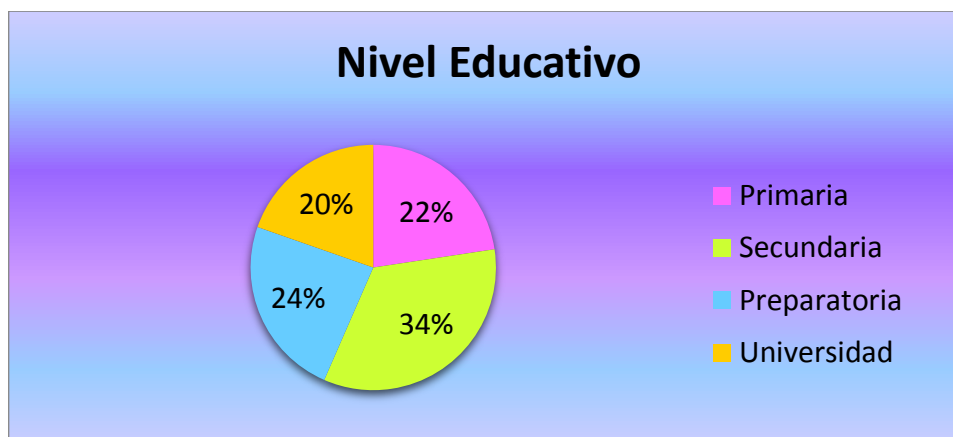
Esta grafica determina que la mayor afluencia de visitantes es de género femenino con 97 mujeres, mientras que el género masculino solo es de 71 hombres.

Rango de edades	Frecuencia	Porcentaje
10 a 20	135	80%
21 a 30	21	13%
31 a 40	10	6%
41 a 50	2	1%
	Total = 168	100%



Se puede observar el rango de edades de los invitados que se recibieron durante el periodo de aplicación de las encuestas. Se denota que la edad prominente es de 10 a 20 años con 135 personas encuestadas, mientras que en segundo lugar de 21 a 30 años fueron 21 personas, en tercer lugar, de 31 a 40 fueron 10 personas y finalmente de 41 a 50 con 2 personas.

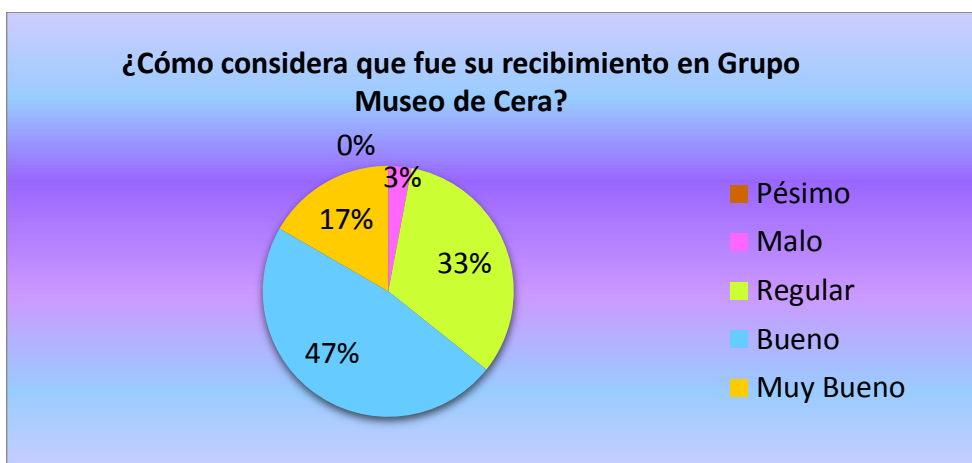
Nivel Educativo	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	38	22%
Secundaria	57	34%
Preparatoria	40	24%
Universidad	33	20%
	Total = 168	100%



En el periodo de aplicación de encuestas se recibieron grupos de diferentes niveles educativos, en primer lugar y como muestra la gráfica se encuentra secundaria con 57 personas, en segundo lugar preparatoria con 40 personas, en tercer lugar primaria con 38 personas y universidad con 33 personas.

PREGUNTA 1

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Escala de evaluación
Muy bueno *****	28	17%	140
Bueno ****	80	47%	320
Regular ***	55	33%	165
Malo **	5	3%	10
Pésimo *	0	0%	0
	Total = 168	Total= 100%	Total = 635
			635/168 = 3.7

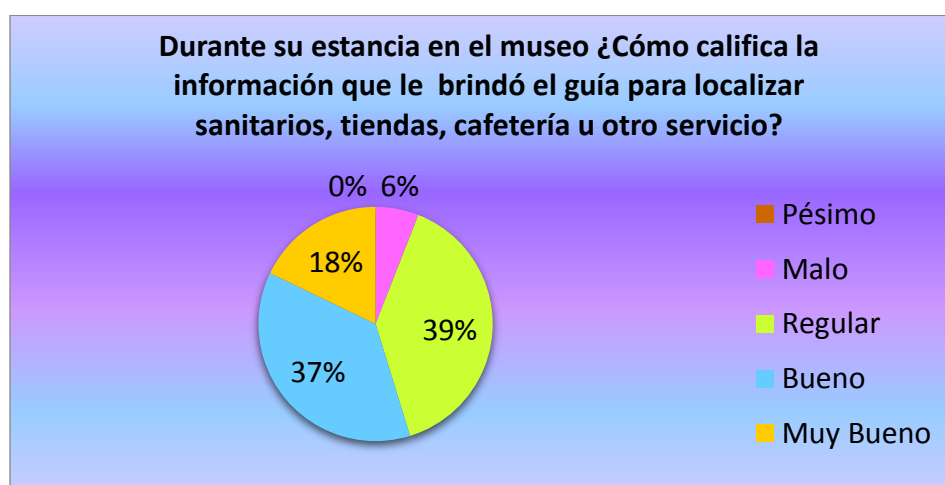


Como se puede observar 80 visitantes calificaron su recibimiento en el museo como “Bueno” ****, mientras que 55 personas lo calificaron como “Regular” ***, 28 más dijeron que su recibimiento había sido “Muy bueno” ***** y finalmente 5 invitados más lo calificaron como “Malo” *.

Con estos resultados se confirma que es necesario mejorar la capacitación del guía para que pueda ofrecer un servicio de calidad y poder llegar a obtener en su mayoría la calificación de “Muy bueno” *****.

PREGUNTA 2

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Escala de evaluación
Muy bueno *****	30	18%	150
Bueno ****	62	37%	248
Regular ***	66	39%	198
Malo **	10	6%	20
Pésimo *	0	0%	0
	Total = 168	Total = 100%	Total = 616
			616/168 = 3.6

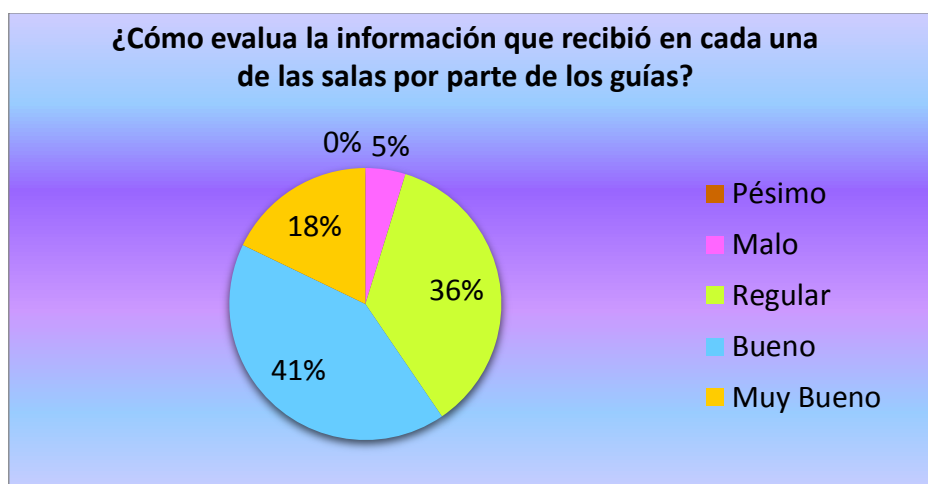


66 visitantes calificaron como “Regular” *** la información que le brindó el guía para localizar sanitarios, tiendas o algún otro servicio, otros 62 visitantes opinaron que había sido “Bueno” ****, mientras que otros 30 dijeron que había sido “Muy bueno” ***** y para finalizar 10 personas más opinaron que fue “Malo” *.

Como se observa no todos los guías conocen la ubicación de áreas por lo que es necesario que se implemente mayor capacitación a los guías para que brinden información segura, confiable y oportuna a los invitados.

PREGUNTA 3

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Escala de evaluación
Muy bueno *****	30	18%	150
Bueno ****	70	41%	280
Regular ***	60	36%	180
Malo **	8	5%	16
Pésimo *	0	0%	0
	Total = 168	Total = 100%	Total = 626
			626/168 = 3.7

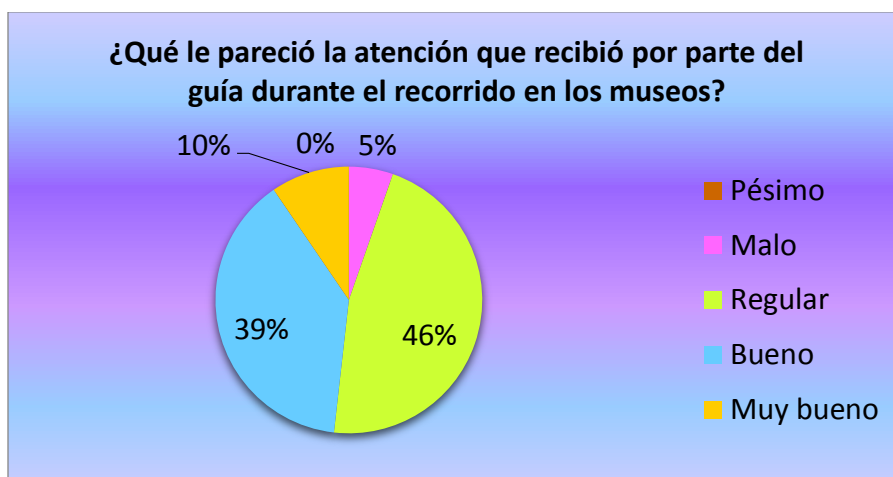


La siguiente grafica muestra que 60 encuestados calificaron como “Regular” *** la información que recibieron en cada sala por parte del guía, 70 personas lo calificaron como “Bueno” ****, a 30 invitados más les pareció “Muy bueno” ***** y por ultimo 8 invitados opinaron que fue “Malo” *.

A través de los resultados podemos decir que hace falta reforzar esta parte para los guías y de esta manera elevar el número de personas satisfechas por la información brindada.

PREGUNTA 4

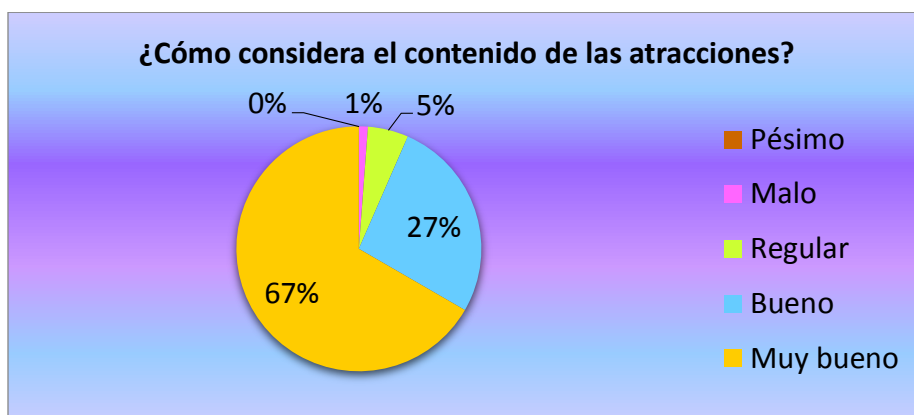
Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Escala de evaluación
Muy bueno *****	16	10%	80
Bueno ****	65	39%	260
Regular ***	78	46%	234
Malo **	9	5%	18
Pésimo *	0	0%	0
	Total = 168	Total = 100%	Total = 592
			592/168 = 3.5



Esta grafica nos permite identificar la importancia de la capacitación del guía ya que 78 invitados califican como “Regular”*** la atención brindada, 65 personas como “Bueno”****, 9 personas como “Malo”* y solo 16 como “Muy bueno”***** de ahí la necesidad de proporcionar herramientas para mejorar el servicio de atención al visitante.

PREGUNTA 5

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Escala de evaluación
Muy bueno *****	112	67%	560
Bueno ****	45	27%	180
Regular ***	9	5%	27
Malo **	2	1%	4
Pésimo *	0	0%	0
	Total = 168	Total = 100%	Total = 771
			771/168 = 4.5



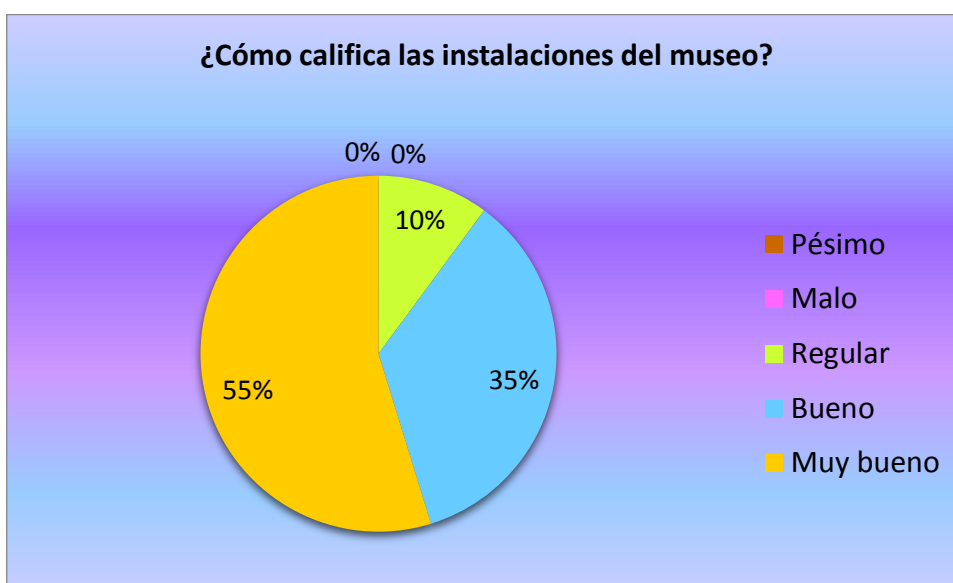
Como se observa en la gráfica 112 visitantes consideran que el contenido de las atracciones en Museo de Cera es “Muy bueno” ***** , 45 opinaron que es “Bueno” **** , mientras que otras 9 lo consideraron como “Regular” *** , y finalmente 2 invitados más dijeron que era “Malo” * .

Museo de Cera goza de un contenido atractivo y diferente que envuelve al visitante de inicio a fin, el cual es reflejado en los resultados obtenidos de la presente grafica.



PREGUNTA 6

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Escala de evaluación
Muy bueno *****	92	55%	460
Bueno ****	59	35%	236
Regular ***	17	10%	51
Malo **	0	0%	0
Pésimo *	0	0%	0
	Total = 168	Total = 100%	Total =747
			747/168 = 4.4

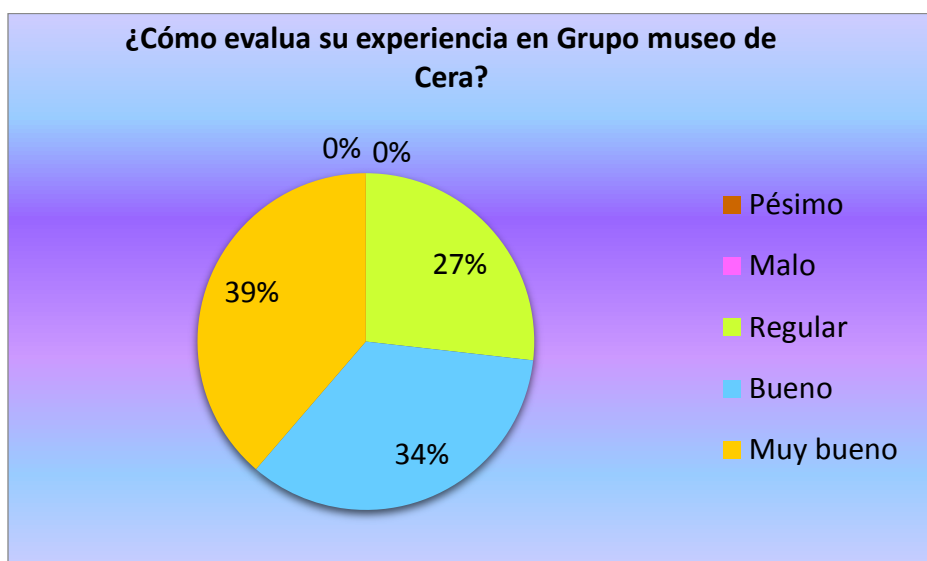


92 visitantes calificaron las instalaciones del museo como “Muy bueno”, 59 como “Bueno” y 17 como “Regular”. Más de la mayoría de los invitados consideran que las instalaciones del museo son adecuadas. Sin embargo hay un pequeño porcentaje que no se encuentra satisfecho en su totalidad, el cual se tiene que atender de forma oportuna.



PREGUNTA 7

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Escala de evaluación
Muy bueno *****	65	39%	325
Bueno ****	58	34%	232
Regular ***	45	27%	135
Malo **	0	0%	0
Pésimo *	0	0%	0
	Total = 168	Total = 100%	Total = 692
			692/168 = 4.1



A través de la gráfica se puede observar que 65 personas evalúan su experiencia en Grupo Museo de Cera como “Muy buena”, 58 lo califican como “Bueno” y 45 personas más como “Regular”. Se puede observar que, aunque los visitantes consideran grata la experiencia aún hace falta afinar otros puntos para alcanzar la calidad durante las visitas.

Objetivo 3: Diseño del Manual de capacitación para el guía

Acción: A través de los resultados obtenidos de la encuesta se determina con el asesor externo la implementación de un manual de capacitación para el guía con la finalidad de mejorar la atención y servicio al visitante y de esta manera elevar los estándares de calidad que se obtuvieron.

Evidencia:



Resultados: Después de analizar los resultados arrojados por las encuestas se determinó la necesidad de mejorar la calidad en el servicio de Museo de Cera, así mismo a través de la observación del proceso de recorrido por parte de los guías se detectó la necesidad y la importancia de que el área de grupos operativos cuente con un manual que contenga la información necesaria para proporcionar un servicio de excelencia que permita contribuir a la permanencia en el mercado.



Conclusión de la investigación de campo

De acuerdo a las encuestas realizadas se determina que se debe mejorar el servicio de atención al cliente ya que las encuestas arrojan una calificación en su mayoría de “Bueno a Regular” por lo que si se desea la calidad en el servicio la calificación se debería elevar en su mayoría a “Muy bueno”. Con esto se determinaría que la implementación del Manual de capacitación ayudaría al guía a su pronta integración al proceso y a obtener toda la información necesaria para cumplir de forma eficaz la atención al visitante.

Como se puede observar el trabajo del guía en el museo es muy importante ya que si se brinda un servicio de calidad las personas recomiendan las visitas guiadas, de esta manera aumentan las reservaciones y Grupo Museo de Cera sigue ofreciendo la oportunidad a estudiantes de realizar prácticas laborales en su empresa.

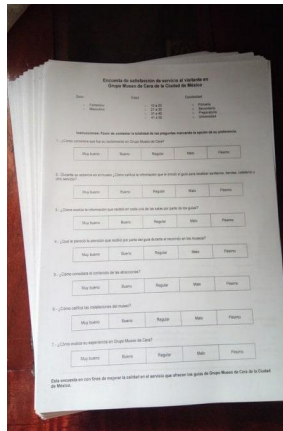
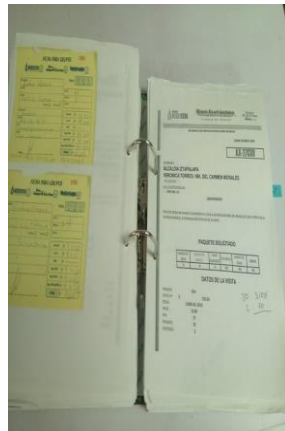
Al dialogar con el Coordinador de Grupos, mostrarle los resultados de las encuestas y las propuestas de mejora quedó muy satisfecho. Comentó que era muy buena idea para ahorrar tiempo y esfuerzo ya que debido a la carga de trabajo le es imposible fijar un periodo de capacitación.



10. SUPERVISIÓN

Objetivo 1: Diseño del cuestionario

Evidencia de supervisión:

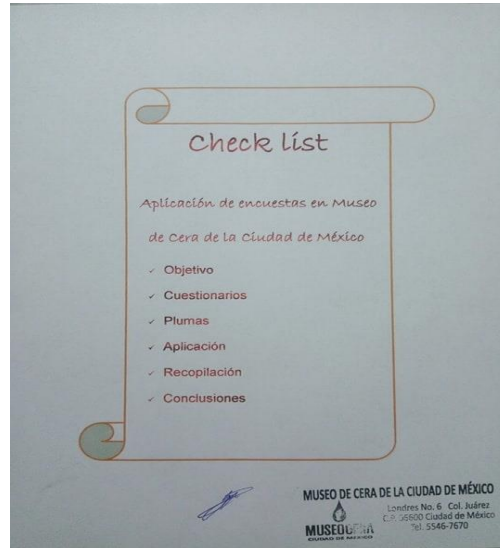


Impacto generado: Respecto a la elaboración de preguntas el impacto fue positivo, el asesor externo comentó que el cuestionario era adecuado para indagar sobre la necesidad de elaborar e implementar un manual de capacitación para mejorar el servicio de atención a los visitantes por parte del guía.



Objetivo 2: Aplicación, análisis y conclusiones de las encuestas aplicadas

Evidencia de supervisión:



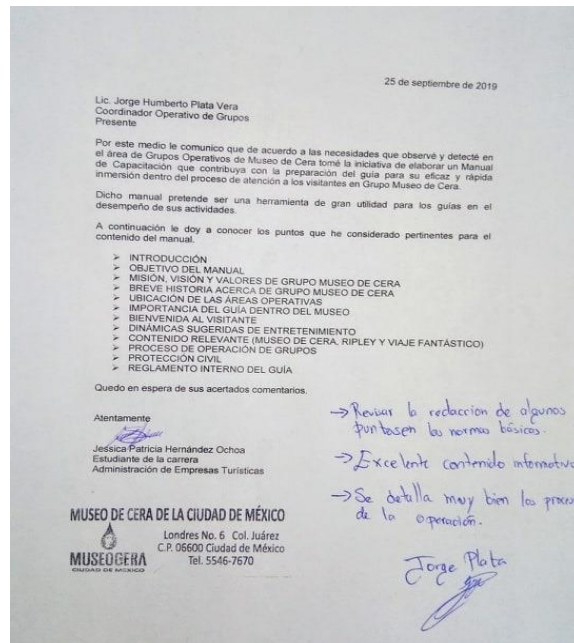
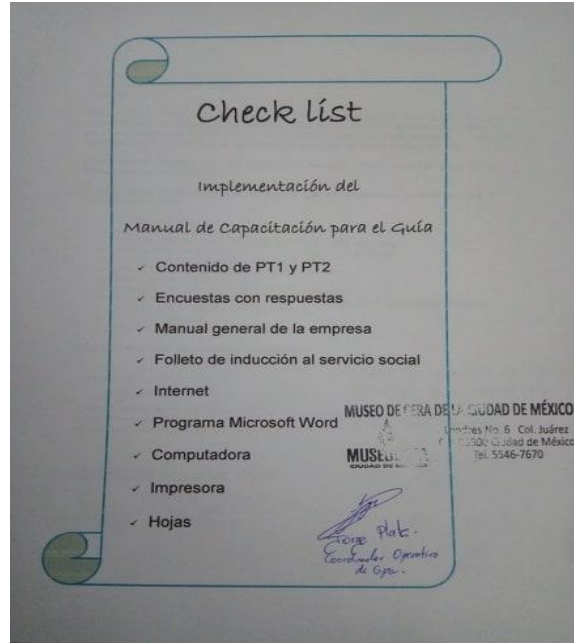


Impacto generado: Se confirmó la necesidad de elaborar un manual de capacitación ya que los resultados obtenidos reflejaron un área de oportunidad en cuanto al servicio de atención al cliente por parte de los guías en el museo.



Objetivo 3: Diseño del Manual de capacitación para el guía

Evidencia de supervisión:





Impacto generado: Al dialogar con el asesor externo sobre la propuesta de crear un manual de capacitación y los puntos que contendría comentó que era una excelente idea, ya que sería una herramienta para que los guías se enriquecieran de la información necesaria para desarrollar su trabajo de forma eficaz desde que se les asigna su primer grupo de invitados. También comentó que el manual le ayudaría a ahorrar tiempo y esfuerzo, ya que debido a la carga de trabajo le es imposible fijar un periodo de capacitación.

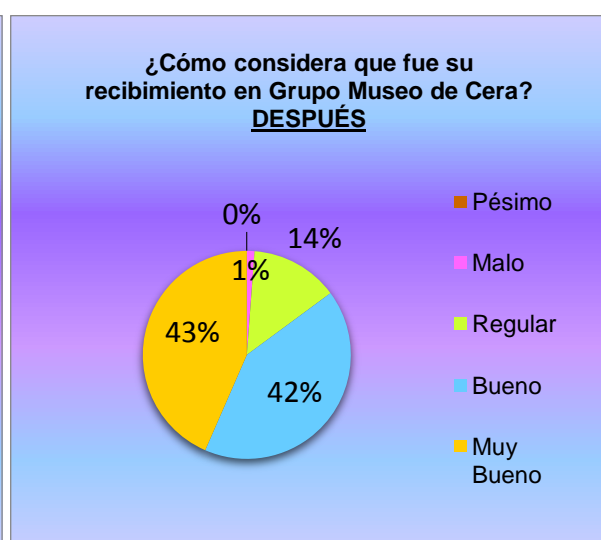
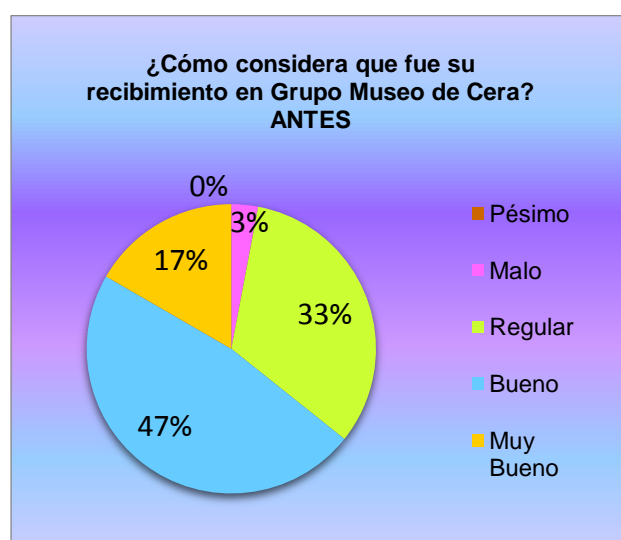
11. EVALUACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

11.1. Evaluación cuantitativa

Resultados del grado de satisfacción de los visitantes en Grupo Museo de Cera antes y después de la implementación del Manual de Capacitación para los guías.

PREGUNTA 1.

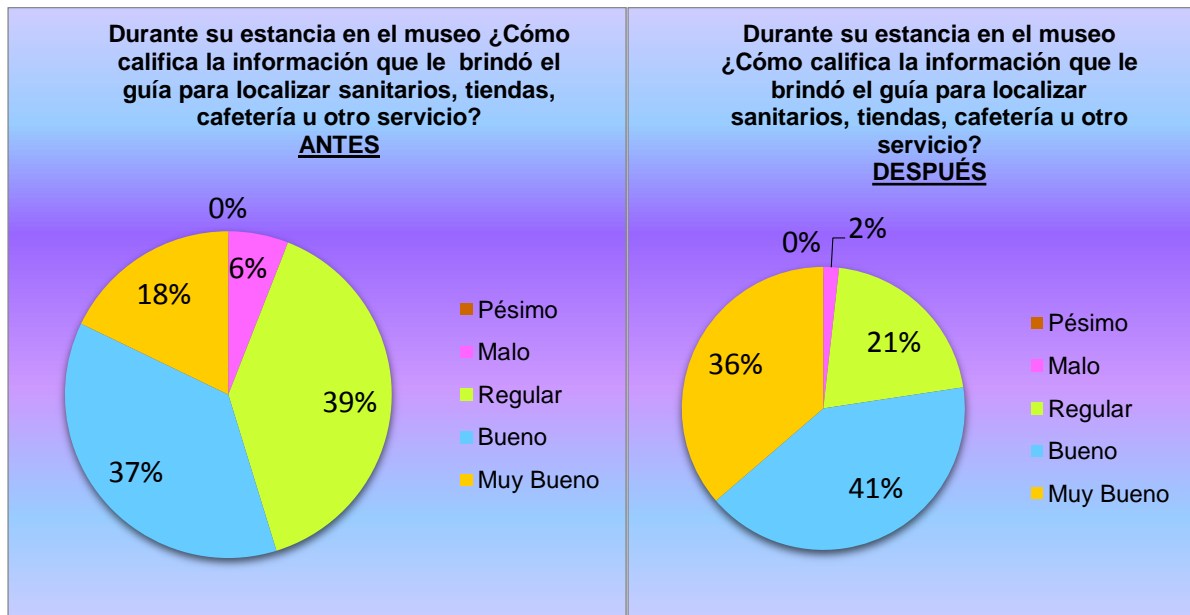
Calificación	Frecuencia	Escala de evaluación ANTES	Frecuencia	Escala de evaluación DESPUÉS
Muy bueno *****	28	140	73	365
Bueno ****	80	320	70	280
Regular ***	55	165	23	69
Malo **	5	10	2	4
Pésimo *	0	0	0	0
	Total = 168	Total= 635	Total = 168	Total= 718
		635/168 = 3.7		718/168 = 4.2





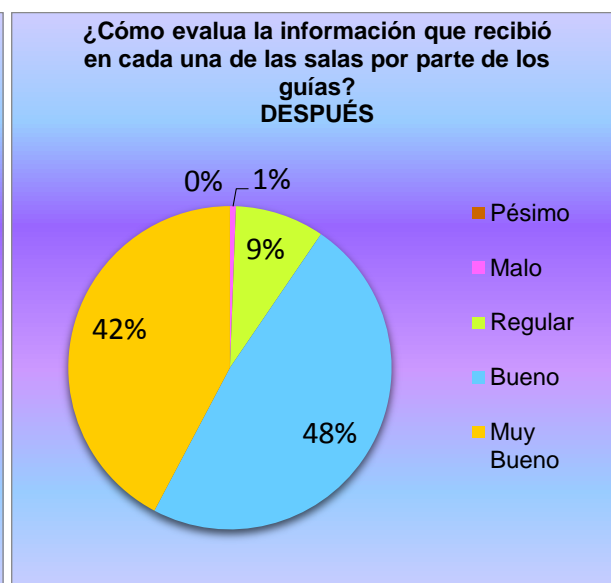
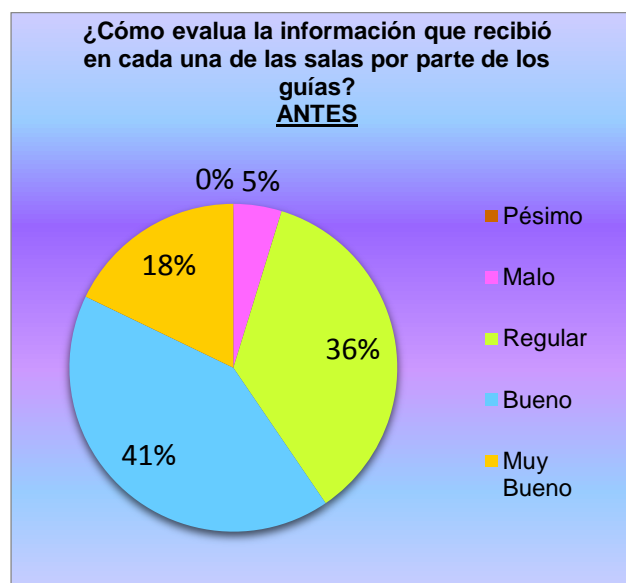
PREGUNTA 2.

Calificación	Frecuencia	Escala de evaluación ANTES	Frecuencia	Escala de evaluación DESPUÉS
Muy bueno ****	30	150	61	305
Bueno ***	62	248	69	276
Regular **	66	198	35	105
Malo *	10	20	3	6
Pésimo	0	0	0	0
	Total = 168	Total = 616	Total = 168	Total = 692
		616/168 = 3.6		692/168 = 4.1



PREGUNTA 3.

Calificación	Frecuencia	Escala de evaluación ANTES	Frecuencia	Escala de evaluación DESPUÉS
Muy bueno *****	30	150	71	355
Bueno ****	70	280	81	324
Regular ***	60	180	15	45
Malo **	8	16	1	2
Pésimo *	0	0	0	0
	Total = 168	Total = 626	Total = 168	Total = 726
		626/168 = 3.7		726/168 = 4.3





PREGUNTA 4.

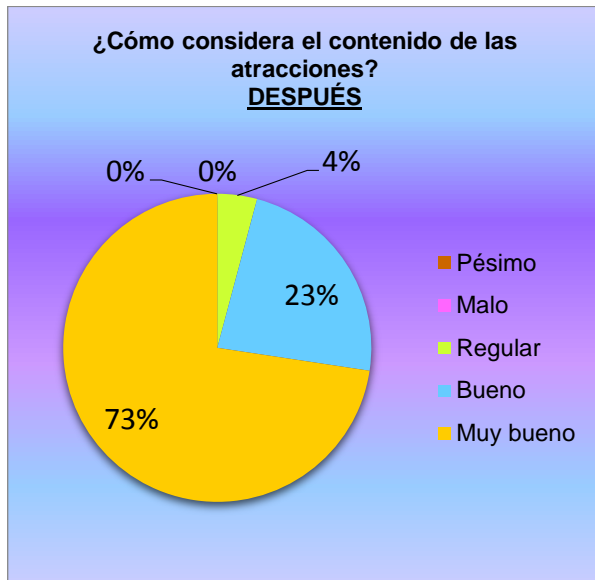
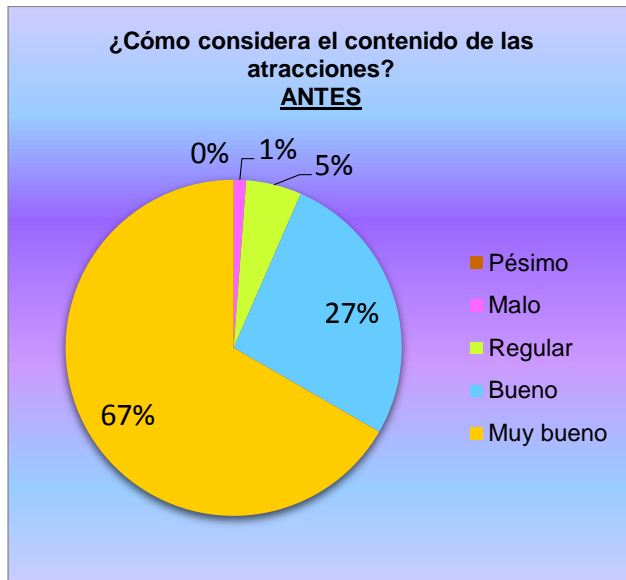
Calificación	Frecuencia	Escala de evaluación ANTES	Frecuencia	Escala de evaluación DESPUÉS
Muy bueno *****	16	80	72	360
Bueno ****	65	260	62	248
Regular ***	78	234	33	99
Malo **	9	18	1	2
Pésimo *	0	0	0	0
	Total = 168	Total = 592	Total = 168	Total = 709
		592/168 = 3.5		709/168 = 4.2





PREGUNTA 5.

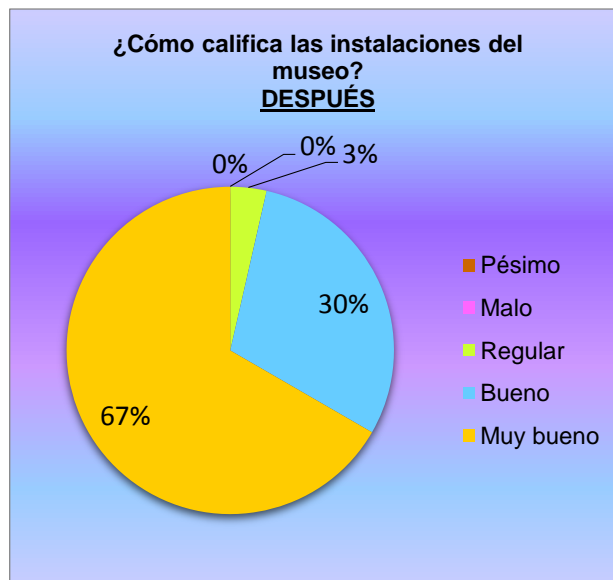
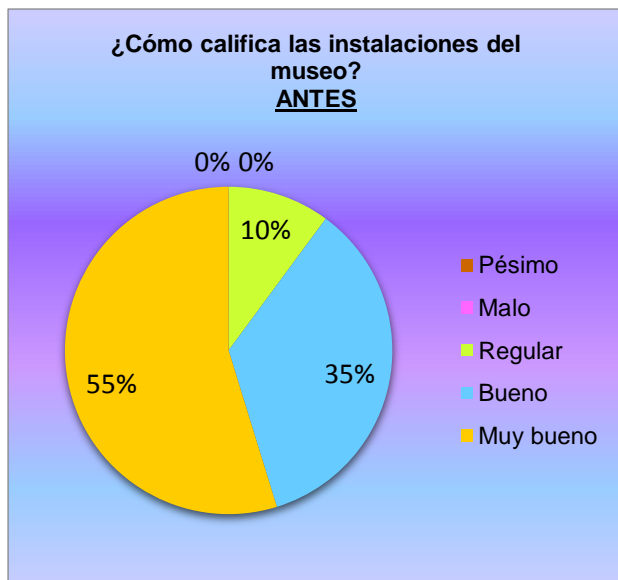
Calificación	Frecuencia	Escala de evaluación ANTES	Frecuencia	Escala de evaluación DESPUÉS
Muy bueno ****	112	560	122	610
Bueno ***	45	180	39	156
Regular **	9	27	7	21
Malo *	2	4	0	0
Pésimo	0	0	0	0
	Total = 168	Total = 771	Total = 168	Total = 787
		771/168 = 4.5		787/168 = 4.6





PREGUNTA 6.

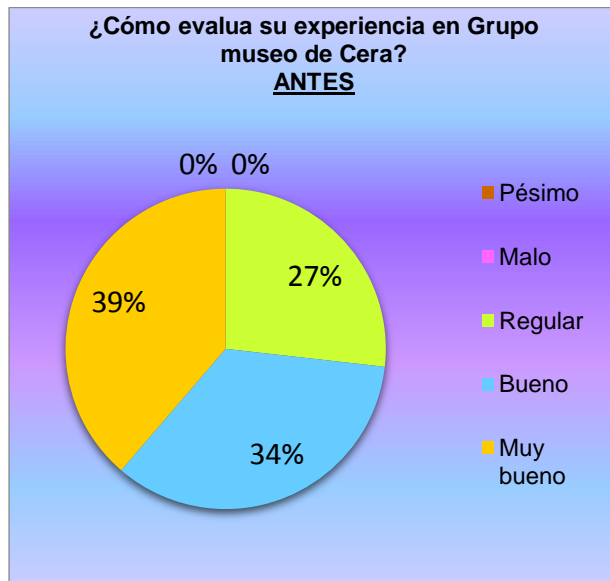
Calificación	Frecuencia	Escala de evaluación ANTES	Frecuencia	Escala de evaluación DESPUÉS
Muy bueno *****	92	460	112	560
Bueno ****	59	236	50	200
Regular ***	17	51	6	18
Malo **	0	0	0	0
Pésimo *	0	0	0	0
	Total = 168	Total = 747	Total = 168	Total = 778
		747/168 = 4.4		778/168 = 4.6





Pregunta 7.

Calificación	Frecuencia	Escala de evaluación ANTES	Frecuencia	Escala de evaluación DESPUÉS
Muy bueno ****	65	325	88	440
Bueno ***	58	232	61	244
Regular **	45	135	19	57
Malo *	0	0	0	0
Pésimo	0	0	0	0
	Total = 168	Total = 692	Total = 168	Total = 741
		692/168 = 4.1		741/168 = 4.4





11.2. Evaluación cualitativa

El presente manual de capacitación ha aportado beneficios al área de Grupos Operativos y por ende al museo. Se ha instrumentado como una herramienta que apoya, agiliza y facilita el desempeño de las actividades del guía. Por otro lado, se observa que tienen mayor seguridad al dirigir a los grupos de visitantes, logran captar su atención e interactúan con mayor facilidad, tienen la suficiente información para resolver dudas, cuentan con las bases para tomar decisiones ante diversas situaciones que se presenten durante el recorrido en los museos.

Finalmente se confirma que el servicio ha mejorado ya que constantemente se reciben buenos comentarios verbales por parte de los visitantes, quienes quedan satisfechos con el servicio de atención recibido por parte de los guías.



11.3. Producto Final

Manual de Capacitación para el Guía

Realizado por: Jessica Patricia Hernández
Ochoa

Estudiante de la carrera: Administración de
Empresas Turísticas

MUSEO DE

CERA CDMX

08 de octubre de 2019


Jorge Plata
Vo. Bo.

MUSEO DE CERA DE LA CIUDAD DE MÉXICO



Londres No. 6 Col. Juárez
C.P. 06600 Ciudad de México
Tel. 5546-7670



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN..... 4

OBJETIVO DEL MANUAL..... 5

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE GRUPO MUSEO DE CERA..... 6

BREVE HISTORIA ACERCA DE GRUPO MUSEO DE CERA..... 7

UBICACIÓN DE LAS ÁREAS OPERATIVAS..... 9

IMPORTANCIA DEL GUÍA DENTRO DEL MUSEO..... 10

BIENVENIDA AL VISITANTE..... 11

DINÁMICAS SUGERIDAS DE ENTRETENIMIENTO..... 13

CONTENIDO RELEVANTE DE LAS ATRACCIONES..... 15

PROCESO DE OPERACIÓN DE GRUPOS..... 32

PROTECCIÓN CIVIL..... 38

REGLAMENTO INTERNO DEL GUÍA..... 40

Jorge Plata

MUSEO DE CERA DE LA CIUDAD DE MÉXICO



Londres No. 6 Col. Juárez
C.P. 06600 Ciudad de México
Tel. 5546-7670



El presente manual de capacitación pretende contribuir con la preparación del guía para su eficaz y rápida inmersión dentro del proceso de atención a los visitantes en Grupo Museo de Cera.



La capacitación es un proceso que persigue que el trabajador obtenga los conocimientos y habilidades para que desempeñe su trabajo de forma correcta, tratando de minimizar al máximo errores que pudieran repercutir en el servicio o producto que se ofrece.

El contenido de este manual aporta herramientas para realizar el trabajo del guía de forma inmediata, pues brinda un panorama general del museo, sugerencias, normas e información que apoyen para la optimización en el servicio de atención al cliente.

Museo de Cera de la Ciudad de México fue inaugurado en agosto de 1979, cuenta con 230 réplicas de figuras en cera realizadas por escultores y artistas visuales que son expertos en el modelado del rostro y cuerpo humano, así como en técnicas de pintura y restauración. Dentro de este recinto también se encuentran dos atracciones más. Museo de Ripley el cual exhibe objetos poco comunes y sorprendentes descubiertos por su fundador Robert Ripley, y Viaje Fantástico el cual trata de un simulador en cuarta dimensión que proyecta cortometrajes que incluyen movimiento y efectos especiales.

Las atracciones con las que cuenta Museo Cera son atractivas, pero es importante que se complementen con un servicio de atención de excelencia para lograr la satisfacción de los visitantes; por tal motivo los guías juegan un papel vital dentro de este proceso, pues son quienes reciben, dirigen, informan y generan una estancia única que lo distinga de otros museos.



El guía debe estar preparado para lograr de captar la atención ante un grupo de personas, así como también tener habilidad de interactuar con ellos. Debe de conocer al menos el 90% del contenido de las 3 atracciones, así como las ubicaciones de las áreas operativas y los procedimientos requeridos dependen del paquete que el grupo haya contratado.

Una vez que el grupo de visitantes queda a cargo del servicio del guía debe mostrarse seguro ante cualquier situación, de ahí la importancia de que conozcan las claves y salidas de emergencia, así como las medidas organizativas para resguardar la integridad física en caso de sismo o incendio.

El guía es considerado como una persona con actitud servicial, que ofrece información sobre las diferentes salas, mostrándole al visitante el camino a seguir y las posibilidades de uso. Es quien involucra y entusiasma a los invitados creando un ambiente placentero.


El trabajo eficaz del guía es fundamental para que el visitante quede satisfecho lo que aporta directamente beneficios al museo.



08 de octubre de 2019

Personal que utilizará el "Manual de Capacitación para el Guía" como herramienta, a fin de agilizar, facilitar y mejorar el desempeño en el servicio de atención a los visitantes en Museo de Cera de la Ciudad de México.


Jorge Humberto Plata Vera
Coordinador Operativo de Grupos


Arrazola Quiroz Tonatiuh
Guía


García Guerrero Verónica
Guía


León Flores Jaime
Guía

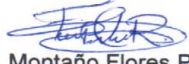

Montiel Sánchez Miriam
Guía


Villazana Méndez Israel
Guía


De Blas Monroy Claudia
Guía


Guzmán Dávila Fernanda
Guía


Velázquez Muñoz Vianney
Guía


Montaño Flores Perla
Guía

Autora: Jessica Patricia Hernández Ochoa
Universidad Abierta y a Distancia de México

12. SISTEMATIZACIÓN

Una vez que se implementó el manual de capacitación los beneficios se reflejaron de forma positiva en la empresa, pues los guías empezaron a aplicar los procedimientos correctos para ofrecer un servicio óptimo a los visitantes, también se logró fomentar mayor seguridad en ellos para controlar, atender, entretener y dirigir a su grupo. Al tener claro los procesos de atención se obtuvo una mejor sincronización en los accesos. Los comentarios de los visitantes fueron gratos pues se mostraron satisfechos con el servicio de los guías, además de mencionar sobre su posible regreso.

Otro cambio importante se notó en los resultados de la segunda aplicación de encuestas, pues se logró elevar el número de visitantes satisfechos con el servicio que ofrecían los guías.

A partir de las mejoras que se detectaron y los resultados que se obtuvieron se pretende que el manual se tome en cuenta de forma permanente y que se siga innovando de acuerdo a las necesidades del área y del museo.

Con la creación del “Manual de Capacitación para el Guía” el área de Grupos Operativos cuenta con una herramienta clave para ofrecer un servicio de calidad a sus visitantes.

13. CONCLUSIONES

El turismo es uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo lo que lo ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico, incluso ha logrado superar mercados importantes de exportaciones como el del petróleo, alimentos y automóviles.

Este sector ha influido en el comercio nacional e internacional y representa una de las principales fuentes de ingresos de países en desarrollo. El crecimiento general del turismo en los países industrializados ha sido productivo en términos económicos y de empleo.

México se caracteriza por tener un legado de historia, su riqueza natural al igual que su riqueza cultural benefician la industria turística del país, convirtiéndolo en el primer destino de turistas extranjeros en América Latina, fortaleciendo de esta manera el crecimiento en cuestión de infraestructura y mejorando a la vez la calidad de vida de los pobladores al ofrecer empleos.

Diariamente México alberga visitantes de todo el mundo gracias a la amplia oferta turística. Cuenta con diferentes destinos capaces de satisfacer las necesidades de sus visitantes.



Es importante que los egresados en la carrera de turismo se comprometan a diseñar e implementar procesos que garanticen la satisfacción de los clientes y preservar el patrimonio cultural, todo esto en pro del desarrollo y el impulso turístico en México.

A través de la formación universitaria se desarrollan aptitudes y habilidades para enfrentarse a un mercado laboral competitivo con alumnos capaces de adaptarse a las exigencias presentes y futuras del mundo laboral.

Uno de los retos al que se enfrenta el egresado universitario es la búsqueda de una empresa que le permita realizar sus prácticas profesionales pues en varias de ellas solo se permite el ingreso a través de convenio.

Museo de Cera es una empresa que ofrece la oportunidad a estudiantes de educación superior de realizar su servicio social o prácticas profesionales. Para ser aceptado se debe de pasar por diferentes filtros, y el cupo es limitado ya que solo se incorporan 10 personas cada 6 meses, por lo que ingresar implica un reto.

Otra situación a la cual se enfrentó fue la austera capacitación que reciben los guías pues carece de información suficiente y estrategias para el excelente desempeño de las actividades, así también no se le destina el tiempo pertinente, pues por la cantidad de grupos que reciben y el exceso de trabajo del área obstaculiza el que se lleve a cabo una capacitación adecuada.



De aquí surge la idea de implementar un manual de capacitación con la finalidad de reducir tiempos y brindar la información suficiente y necesaria que repercuta de manera positiva en la satisfacción de los visitantes.

El desempeñar el cargo como guía y apoyar algunas áreas operativas dentro del museo genera experiencias y conocimientos. Se desarrollan habilidades para el proceso de recorrido, captar la atención del visitante, facilidad de palabra, toma de decisiones y control de grupos.

El trabajo en equipo, la disposición y la aportación de ideas son cualidades que ayudaron a desarrollar las actividades del guía de forma óptima, además de obtener beneficios positivos como una mayor seguridad y potenciar la propia marca personal dentro de la empresa.

Contribuir con esta empresa ha sido gratificante ya que ha servido como un estímulo para la autoconfianza que brindará armas para enfrentarse a nuevos retos y proponer ideas innovadoras que contribuyan a impulsar el turismo. Hoy por hoy el manual de capacitación propuesto funge como una herramienta utilizada por la nueva generación de estudiantes que decidieron prestar su servicio en Grupo Museo de Cera.



14. FUENTES DE CONSULTA

Grupo Museo de Cera. Historia. Disponible en:

http://museodecera.com.mx/?page_id=57 (Consultada 10/02/19)

gov.mx. Museo de Cera de la Ciudad de México. Disponible en:

http://sic.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=43 (Consultada 10/02/19)

Síntesis de Guerrero.com,mx. Estadística de museos 2017 INEGI. Disponible en:

<https://sintesisdeguerrero.com.mx/2018/07/12/informacion-de-1156-museos-en-mexico-estadistica-sobre-museos-2017/> (Consultada 15/02/19)

Propiedades.com. Cuauhtémoc la delegación con más museos en la CDMX. Disponible en:

<http://propiedades.com/blog/arquitectura-y-urbanismo/cuauhtemoc-la-delegacion-mas-museos-cdmx> (Consultada 08/03/19)

SECTUR. Portal del sistema nacional de información estadística y geográfica de turismo.

Disponible en:

<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx> (Consultada 10/04/19)

lifeder.com. Las 4 teorías de calidad. Disponible en:

<https://www.lifeder.com/teorias-calidad/> (Consultada 22/04/19)

Nueva ISO 9001:2015. Desarrollo concepto de calidad. Disponible:

<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/en:/desarrollo-concepto-calidad/> (Consultada 22/04/19)



Emprendices. Evolución de la calidad. Disponible en:

<https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/> (Consultada 22/04/19)

psicoPedagogia.com. Definición de dinámica de grupo. Disponible en:

<https://www.psicopedagogia.com/definicion/dinamica%20de%20grupo> (Consultada 24/04/19)

Educación 3.0. 7 tipos de dinámicas de grupo para el aula. Disponible en:

<https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/educacion-emocional/7-tipos-dinamicas-grupo-aula-eliges/41576.html> (Consultada 24/04/19)

Prezi. Capacitación y adiestramiento. Disponible en:

<https://prezi.com/23mnpjhei59x/chiavenato-i-2002-sostiene-que-el-adiestramiento-es-el-p/> (Consultada 25/04/19)

Histodidáctica. Los museos espacios de cultura, espacio de aprendizajes. Disponible en:

http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com_content&view=article&id=15:los-museos-espacios-de-cultura-espacios-de-aprendizaje&catid=10&Itemid=103 (Consultada 02/05/19)

Gob.mx. Llegadas a Museos y Zonas Arqueológicas. Disponible en:

<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx> (Consultada 05/05/19)

Cursos.com. Método cualitativo. Disponible en:

<https://cursos.com/metodo-cualitativo/> (Consultada 18/06/19)

-



Investigaciónpediahr. Cálculo de muestras. Disponible en:

<https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf> (Consultada 25/06/19)

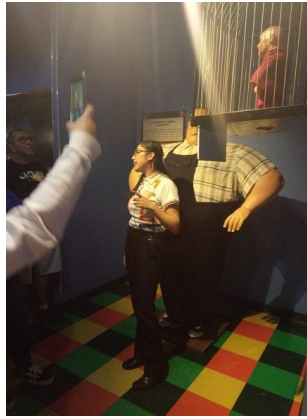
Paot.org.mx. Desarrollo urbano, Cuauhtémoc. Disponible en:

<http://www.paot.org.mx/centro/programas/delegacion/cuauhte.html#actividade> (Consultada 29/06/19)



15. ANEXOS

GRUPOS





APLICACIÓN DE ENCUESTAS



EVENTOS ESPECIALES

