

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA



TESIS

**SISTEMA DE GESTIÓN EN LA OPTIMIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL MUSEO
DE HISTORIA NATURAL “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” DE LA UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA**

PRESENTADO POR LA BACHILLER

STEPHANIE KEIKO GARAY MERINO

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

LIMA, PERÚ

2019

Este trabajo de Investigación lo dedico a mis padres Olinda Merino y Juan Garay por su apoyo constante en mi desarrollo profesional, motivarme para alcanzar mis objetivos.

A mis abuelitos Rufina y Nicolás por los valores que me inculcaron y sus consejos, para vencer las dificultades que se puedan presentar, Gracias por su amor y comprensión

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser mi guía espiritual.

A mis familiares por su amor, ejemplos de perseverancia y constancia para mejorar.

A la Universidad Ricardo Palma por brindarme las herramientas necesarias para mi formación profesional

A mi asesor Dr. Alberto Guzmán Wilcox, que me ayudo en este proceso para que mi investigación sea culminada con éxito

INTRODUCCIÓN

Es importante que se tome consciencia sobre el cuidado de medio ambiente y la biodiversidad que existe en nuestro país, de como nosotros podemos aprender de ella y ayudar a que exista un mayor cuidado, buscamos la manera de complementar las enseñanzas de aula en nuestro día a día

Por ello la Universidad Ricardo Palma dio creación al Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” en 1991 con el propósito de la investigación, conservación y difusión de la Flora y Fauna del Perú, de tal manera que se pueda concientizar y educar a estudiantes y visitantes sobre el conocimiento de la biodiversidad de esta forma puedan valorarla, protegerla y conservarla ya que es nuestro deber crear conciencia en los diferentes ámbitos de la sociedad para lograr un manejo sustentable de los recursos y con ellos asegurar la vida en nuestro planeta.

En un entorno cada vez más competitivo y dinámico, las organizaciones necesitan gestionar de manera eficaz sus procesos y actividades, sin embargo en el museo se han encontrado problemas como la poca organización a la hora de realizar trámites administrativos y el poco control que se tiene, que creemos puede ser solucionado con un sistema de gestión, la cual es fundamental para toda organización. En vista de esto se ha pensado hacer este trabajo de investigación para la mejora y optimización de servicios que brinda el museo dando mayor satisfacción los estudiantes y público en general.

La presente investigación ha sido desarrollada a través de capítulos las cuales se detalla a continuación:

En el Primer capítulo se detalla el Planteamiento del Problema según lo observado así como los objetivos que se quieren alcanzar para la mejora de los Servicios que se brinda y el impacto que se tendrá por el sistema de gestión que se aplicara para la mejora del Museo de Historia Natural.

En el segundo capítulo de la investigación veremos el marco conceptual, que es pilar central de la investigación. Es la base donde se sustentará cualquier análisis de desarrollo. Nos podremos responder las siguientes preguntas: ¿Qué antecedentes existen? o ¿qué trabajos han sido realizado por otros investigadores?, y conoceremos más acerca de los términos básicos que son los de mayor uso para esta investigación.

En el tercer capítulo tendremos la Hipótesis y las variables o unidades de análisis que se mostraran en una matriz lógica de consistencia para su mayor comprensión

En el cuarto capítulo se detallara el método de investigación que utilizaremos, cuadros, población, muestra, y técnicas de procesamiento y análisis de datos para la ejecución del estudio.

En el quinto capítulo se encuentra los datos Cuantitativos que vienen hacer los resultados de las encuestas, obteniendo un análisis e interpretación de los mismos.

En el último capítulo veremos las conclusiones y recomendaciones que se tienen al finalizar este trabajo de investigación, así como las propuestas de cambio que se deben realizar para la optimización de los servicios que ofrece el Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeguebaert”

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	iii
INTRODUCCIÓN	iv
ÍNDICE	vi
LISTA DE TABLAS.....	viii
LISTA DE GRÁFICOS	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.1 PROBLEMA PRINCIPAL	2
1.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS.....	2
2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICO.....	2
2.1 OBJETIVOS GENERALES:.....	2
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	3
3. JUSTIFICACIÓN O IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	3
4. ALCANCE Y LIMITACIONES	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	7
1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	7
2. BASES TEÓRICAS	10
3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	18
CAPÍTULO III.....	20

1.	HIPÓTESIS Y/O SUPUESTOS BÁSICOS	20
1.1	HIPÓTESIS GENERAL	20
1.2	HIPÓTESIS SECUNDARIOS.....	20
2.	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES O UNIDADES DE ANÁLISIS	21
3.	MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	22
CAPÍTULO IV		23
1.	TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	23
2.	DISEÑO ESPECÍFICO DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.	POBLACIÓN, MUESTRA O PARTICIPANTE.....	24
4.	INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE DATOS.....	27
5.	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	27
6.	PROCEDIMIENTO PARA LA EJECUCIÓN DEL ESTUDIO.....	27
CAPÍTULO V		28
1.	DATOS CUANTITATIVOS, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	28
CAPÍTULO VI.....		68
1.	CONCLUSIONES.....	68
2.	RECOMENDACIONES	69
3.	REFERENCIAS	72
APÉNDICE		73

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de Personal que labora en la Universidad Ricardo Palma	25
Tabla 2 Cuadro del Total de Alumnos Matriculados - Universidad Ricardo Palma	25
Tabla 3. Cálculo de la Muestra (n) de los Colegios de Surco y el Mercado Interno URP	26
Tabla 4. Pertenece a Colegio o Universidad	28
Tabla 5. Edades de los Encuestados	29
Tabla 6. Que condición tienen los encuestados	31
Tabla 7. Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma en Colegios	33
Tabla 8. Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma	34
Tabla 9. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”- Colegio.....	36
Tabla 10. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”	39
Tabla 11. Opinión sobre qué Área le gusto más del recorrido por el Museo	41
Tabla 12. Opinión sobre el Servicio recibido al ingreso.....	43
Tabla 13. Opinión sobre el tiempo que duro el recorrido por el Museo de Historia Natural ..	45
Tabla 14. Opinión sobre la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones	47
Tabla 15. Opinión sobre el precio que se paga por el servicio recibido	48
Tabla 16. Opinión sobre el guiado por el servicio recibido en el Museo de Historia Natural.	50
Tabla 17. Opinión del grado de Satisfacción con el servicio recibido.....	52
Tabla 18. Opinión sobre si Considera el Museo Completo	53
Tabla 19. Opinión del Personal y colaboradores sobre si se siente conforme con el trabajo que realiza.....	55
Tabla 20. Opinión del Personal y colaboradores sobre el servicio que brindan a visitantes ...	56

Tabla 21. Opinión del Personal y colaboradores sobre si conoce la Visión y Misión que tiene la Organización	58
Tabla 22. Opinión del Personal y colaboradores sobre si Conoce si existe un manual de Procesos y procedimientos.....	60
Tabla 23. Opinión del Personal y colaboradores sobre Su área de preferencia para Guiados.	62
Tabla 24. Opinión del Personal y colaboradores sobre el Clima laboral que se tiene en la Organización	63
Tabla 25. Opinión del Personal y colaboradores sobre La infraestructura del Museo	65
Tabla 26. Considera que el Personal cumple con las funciones encomendadas.....	66
Tabla 27 Listado Padrón Colegios Surco.....	76

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Pertenece a Colegio o Universidad.	28
Gráfico 2 Edades de los encuestados	30
Gráfico 3. Que condición tienen los encuestados	32
Gráfico 4 Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma en Colegios	33
Gráfico 5. Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma.....	35
Gráfico 6. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman ... Haeghebaert”- Colegio.....	37
Gráfico 7. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”	39
Gráfico 8. Opinión sobre qué Área le gusto más del recorrido por el Museo.....	41
Gráfico 9. Opinión sobre el Servicio recibido al ingreso	43
Gráfico 10. Opinión sobre el tiempo que duro el recorrido por el Museo de Historia Natural.....	45
Gráfico 11. Opinión sobre la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones	47
Gráfico 12. Opinión sobre el precio que se paga por el servicio recibido	49
Gráfico 13. Opinión sobre el guiado por el servicio recibido en el Museo de Historia Natural.....	50
Gráfico 14. Opinión del grado de Satisfacción con el servicio recibido.....	52
Gráfico 15. Opinión sobre si Considera el Museo Completo	54
Gráfico 16. Opinión del Personal y colaboradores sobre si se siente conforme con el trabajo que realiza.....	55

Gráfico 17. Opinión del Personal y colaboradores sobre el servicio que brindan a visitantes	57
Gráfico 18. Opinión del Personal y colaboradores sobre si conoce la Visión y Misión que tiene la Organización	58
Gráfico 19. Opinión del Personal y colaboradores sobre si Conoce si existe un manual de Procesos y procedimientos.....	60
Gráfico 20. Opinión del Personal y colaboradores sobre Su área de preferencia para Guiados	62
Gráfico 21. Opinión del Personal y colaboradores sobre el Clima laboral que se tiene en la Organización	64
Gráfico 22. Opinión del Personal y colaboradores sobre La infraestructura del Museo	65
Gráfico 23. Considera que el Personal cumple con las tareas encomendadas	67

RESUMEN

La presente tesis de Sistema de gestión en la optimización de los Servicios del Museo De Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” de la Universidad Ricardo Palma tiene como finalidad implementar el sistema de gestión en las áreas de la organización que permita ayudar a minimizar los problemas de procesos administrativos, mejora del tiempo de atención, tener mayor coordinación para la toma de decisiones, mejorar el cumplimiento de tareas, optimizar el tiempo de guiado para una satisfacción completa de los clientes.

Adicionalmente esta tesis busca alcanzar un incremento en el Reconocimiento, mejora en los procesos y satisfacción del personal de tal manera ofrecer un servicio de calidad. Esta investigación será de tipo exploratoria, descriptivo y correlacional. Y el método a utilizar es el inductivo debido a que se ira de lo particular a lo general ya que a partir de conclusiones muestrales inferiremos comportamientos de la población en general. Adicionalmente el diseño de la investigación será no experimental y de corte transversal.

La técnica de recolección de datos para esta tesis fue la encuesta y entrevistas, la población fue de 24763 personas, y la muestra es de 392 personas comprendidas en la ciudad de Lima, Perú. Para el procedimiento estadístico se empleó el uso del estadígrafo Chi cuadrado y el programa estadístico IBM SPSS Statistics 24 para obtener resultados de los encuestados.

Finalmente, para las conclusiones y recomendaciones para esta tesis, se presenta la interpretación y el análisis de los indicadores determinados en los cuadros estadísticos.

Palabra clave: Gestión, satisfacción, reconocimiento y servicio

ABSTRACT

The present thesis of Management System in the optimization of the Services of the Museum of Natural History "Vera Alleman Haeghebaert" of the Ricardo Palma University has as purpose to implement the management system in the areas of the organization that helps to minimize the problems of administrative processes, improvement of the time of attention, have greater coordination for decision making, improve the fulfillment of tasks, optimize the time of guidance for a complete satisfaction of the clients.

Additionally, this thesis seeks to achieve an increase in recognition, improvement in processes and staff satisfaction in order to offer a quality service. This research will be exploratory, descriptive and correlational. And the method to use is the inductive because it will go from the particular to the general since from sample conclusions we will infer behaviors of the population in general. Additionally, the research design will be non-experimental and cross-sectional.

The technique of data collection for this thesis was the survey and interviews, the population was 24763 people, and the sample is 392 people included in the city of Lima, Peru. For the statistical procedure, the use of the Chi square statistic and the statistical program IBM SPSS Statistics 24 were used to obtain the results of the respondents.

Finally, for the conclusions and recommendations for this thesis, the interpretation and analysis of the indicators determined in the statistical tables is presented.

Keyword: Management, satisfaction, recognition and service

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

Los Museos de Historia Natural que existen en nuestro País tienen como principales propósitos la investigación, conservación de ejemplares y difusión en la educación, pero para tener Éxito en toda organización es fundamental que exista una buena gestión.

En la Universidad Ricardo Palma existe un Museo de Historia Natural que se inició el 27 de noviembre de 1991 en la Facultad de Biología por parte, de los alumnos para que pudieran guardar sus muestras de Investigación, es cuando la Profesora de Paleontología Vera María Alleman toma como iniciativa la creación de este Museo, motivo cual en honor a la Doctora Vera Alleman el museo lleva su nombre y esta denominado como Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”, posteriormente, con convenios cooperativos con otras instituciones, las colecciones se incrementaron en Zoología y Botánica, donde se mantienen importantes colecciones biológicas.

Este Museo no cuenta con una Gestión adecuada, puede ser debido a que los que están dentro de la organización son Biólogos, estudiantes y egresados de la Universidad, pero ellos sólo se encargan de realizar la conservación de ejemplares y recolección de muestras para el museo así como el guiado de talleres, exposiciones y durante todo este tiempo la importancia para ellos era solo tener mayor variedad de especies y el reconocimiento frente a otros museos de Historia Natural del país. La parte administrativa es la que presenta ausencia de un buen control a la hora de documentación de cargos, oficios, actas por lo que se encontraba retrasos o algunas dificultades, y se tenía que realizar una mayor organización en esa área.

Es por eso que se realiza esta investigación, para poder aplicar un sistema de Gestión para la mejora y optimización de servicios que brinda el Museo a estudiantes y público en general, obtener como resultado la satisfacción de ampliar sus conocimientos y que puedan conocer más sobre nuestra Biodiversidad.

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cómo Incide la aplicación de un Sistema de Gestión en la Optimización de los Servicios que brinda el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma?

1.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS

1.2.1 ¿De qué manera la aplicación de un sistema de gestión incide en el rendimiento de personal del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma?

1.2.2 ¿De qué manera la aplicación de un sistema de gestión incide en los procesos operativos y administrativos del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma

1.2.3 ¿De qué manera la aplicación de un sistema de gestión incide en el reconocimiento del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma?

2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICO

2.1 OBJETIVOS GENERALES:

Establecer el nivel de incidencia de un sistema de Gestión en la Optimización de los Servicios que brinda el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 2.2.1 Determinar como la aplicación de un sistema de gestión incide en el rendimiento de personal del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma.
- 2.2.2 Determinar como la aplicación de un sistema de gestión incide en los procesos operativos y administrativos del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma
- 2.2.3 Determinar como la aplicación de un sistema de gestión incide en el reconocimiento del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma.

3. JUSTIFICACIÓN O IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

En Lima solo existen dos Museos de Historia Natural, una es de la Universidad Ricardo Palma y el otro es el Museo de Historia Natural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos que también es una institución académica que está encargada de coleccionar, investigar y exhibir organismos y muestras representativas del patrimonio natural del Perú y de la humanidad en lo referente a flora, fauna y gea, con el fin de generar conocimiento científico e impartirlo a todo nivel. Los ejemplares de tales muestras se estudian, conservan y custodian en el Museo, formando Colecciones Científicas Especializadas.

El Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma busca diferenciarse ofreciendo servicios de calidad a un público cada vez más exigente de tal manera ser reconocidos por el buen trato por parte del personal, la buena gestión, buena organización y los ejemplares y muestras que se encuentren dentro del museo para satisfacción de todo quien

lo visite, de esta manera buscamos fidelizarlos y que ellos puedan regresar gustosos de ampliar sus conocimientos.

Este estudio está orientado a mejorar la Gestión que tiene el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma para tener como resultado una mejor organización en los procesos operativos y administrativos, mayor reconocimiento del Museo, por la calidad de los servicios que se ofrecen a todo el público ya sea en sus visitas, guiados, talleres, entre otros.

Lo que permitirá tener un mejor alcance de lo importante que puede ser conocer y conservar nuestra biodiversidad para el bienestar de Generaciones Futuras

La información que será recolectada se obtendrá de dos unidades de análisis: clientes internos (personal) y clientes externos (visitantes); sobre los cuales se obtendrá información acerca de niveles de satisfacción, servicios, calidad y percepción. De esta manera se podrá identificar propuestas para seguir mejorando.

4. ALCANCE Y LIMITACIONES

4.1 DELIMITACIÓN TEMPORAL

La presente investigación tuvo un tiempo de duración, de 4 meses de Agosto a Diciembre del 2018 donde se investigó el Sistema de Gestión en la Optimización de los Servicios que brinda el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma

4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente investigación se realizó en el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” que se encuentra dentro de la Universidad Ricardo Palma que está en la Av. Benavides 5440, Santiago de Surco



4.3 DELIMITACIÓN SOCIAL

El estudio se realizó a los usuarios ya sean estudiantes o docentes de colegios de Surco. Así como estudiantes universitarios, personal docente, administrativo y de servicios que laboren en la Universidad Ricardo Palma quienes pueden asistir a realizar una visita en las actividades que ofrece el museo como talleres, visita para guiados, exposiciones entre otras

4.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

Esta investigación se realizó con la finalidad de evaluar la gestión con que se desempeña el Museo de Historia Natural en el nivel de calidad de los servicios de atención y el grado de satisfacción de los usuarios así como la buena organización gracias al resultado que se obtendrá con un adecuado sistema de gestión

LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Limitado número de estudios sobre gestión en Museos en cuanto a la parte administrativa y calidad de servicios que estos brindan en nuestro país.

El componente primordial de toda organización es la gestión y este da como resultado una buena aceptación por parte del público ya que recibirá buena calidad en los servicios que reciben, de ellos se obtendrá los cuestionarios acerca del servicio y algunas críticas que serán tomados de forma constructiva para seguir mejorando.

Limitado acceso a Datos informativos sobre cantidades del Personal que labora en la Universidad y alumnado que se encuentra en esta casa de estudios, por ser datos confidenciales de esta casa de Estudios.

Sin embargo, estas limitaciones no han impedido conseguir los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Existen diversas publicaciones de investigación acerca de “Sistema de gestión en la optimización de los servicios”, a continuación, se hace mención de algunas tesis relacionadas que se acercan al tema y a la realidad problemática

Farfán, C. (2015) realizó su trabajo de investigación sobre *“La Gestión Del Servicio como propuesta de Mejora para la Satisfacción de Clientes Caso: Museo San Francisco De Lima” en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, donde nos dice que, “el propósito de la gestión de museos es facilitar la toma de decisiones que conduzcan a la consecución de la misión del museo, al cumplimiento de su mandato y a la ejecución de sus objetivos a corto y a largo plazo para cada una de sus funciones. El museo es una empresa con los mismos objetivos, estructura organizativa, planificación y control, que por encima de su finalidad patrimonial, educativa y cultural, se le exige que sea una industria cultural autofinanciada” (SUKEL, 1998)

Stephen E. Weil junto con Earl F. Cheit proponen una serie de sugerencias para conseguir un museo bien gestionado:

- Claridad de definición en la misión y objetivos del Museo.
- Un compromiso de desarrollo de las actitudes gestoras y vocacionales, y de conocimiento de su personal.
- Competencia, lealtad, estabilidad, mutuo respeto, motivación y buena orientación para el trabajo con cierta independencia y la consecución de los objetivos del personal.

- Apropriadas instalaciones físicas y buen mantenimiento.
- Un sistema de potenciación de cada una de sus funciones del personal.
- Mantenimiento de una positiva imagen pública a través de las acciones de la institución y del personal. (p. 22)

Se concluye diciendo que si la gestión del servicio es ineficiente es poco probable tener al personal satisfecho, al cual se le hace complicado ofrecer un servicio de calidad. Sin un servicio de calidad las expectativas y los requisitos de los visitantes no pueden ser cubiertos, lo que trae como consecuencia niveles de insatisfacción. Estos niveles traen como consecuencia que los visitantes no regresen nuevamente al museo y más perjudicial aún, no lo recomendarán ni darán referencias positivas a las personas que los rodean, amigos, familiares entre otros, teniendo así un impacto negativo para el museo; reflejado en la imagen, marca, posicionamiento y cifras económicas.

En el trabajo realizado por García, I. (2015) sobre *“The Role Of Museums In Contemporary Society: Institutional Discourse Or Participatory Museum”* nos dice que “Los museos, mejoran y se regeneran en gran medida gracias a la capacidad y creatividad de su público. Estas instituciones que se construyeron para el estudio y conservación de las colecciones, ahora tratan de encontrar el modo de hacerlas más accesibles al público, tanto conceptual como físicamente. Se plantea que estas instituciones deben ser “ambiciosas” a la hora de considerar su contribución en la sociedad. A pesar de las difíciles circunstancias que nos han tocado vivir, hoy en día, se pide a los museos que reflexionen sobre su misión y objetivos y que se conviertan de verdad en instrumentos que mejoren la vida de los ciudadanos, que no solo

proporcionen un refugio placentero que nos evada de la vida cotidiana, ni sean simples repositorios de conocimientos y bienes patrimoniales.” (pag.40)

Debe existir un compromiso que contemple y trate de armonizar los intereses y necesidades de los individuos y la sociedad con el contexto en el que se desarrolla; es decir, ponerse a su servicio (sirva como ejemplo apoyar a los artistas), implicarse en la preservación de las tradiciones y servir de apoyo a la educación de todo tipo de público. “Una de las iniciativas que planteo la Museum Association del Reino Unido (2013) es enganchar y entusiasmar al público que va a los museos. En la actualidad, se considera que el visitante tiene la misma importancia que la colección y, por ello, su experiencia en la institución es esencial” (p 42)

Esta investigación del papel de los museos en la actualidad plantea, que se debe estar en constante innovación, cambio en busca de obtener mejores resultados por el servicio brindado logrando la fidelidad de nuestros visitantes tanto en adultos como en niños.

Yllia, M. (2016) realizo su tesis de “*Propuesta De Plan Museológico Para La Casa Museo Ricardo Palma*” donde nos dice que en la actualidad la gestión del museo está directamente enfocada a diseñar los cambios internos que tiene que hacer la institución para cumplir todas las actividades que tiene programadas. Se trata de la adecuación de las herramientas del campo de la administración de empresas al ámbito cultural. En esta labor se debe tener en cuenta que el capital del museo no es comparable al capital de una empresa y que la sociedad a la que se dirige afronta grandes cambios que se evidencian principalmente en la irrupción de las tecnologías, las políticas económicas o el reconocimiento de la diversidad en los nuevos paradigmas educativos.

“El museo, como institución cultural sumamente compleja y diversa, requiere de mecanismos de gestión que se adecúen a su naturaleza y que conjuguen, por un lado, su responsabilidad frente al patrimonio cultural que custodia, y por otro, que asuma los retos que tiene frente a sus públicos.” (p 34)

En este trabajo de investigación se identifican cinco funciones básicas para la gestión y organización interna de los museos que son: la planificación, la organización, la dotación de personal, la dirección, el control. Esta labor, según la autora, presenta múltiples dificultades porque abarca áreas tan desiguales como las colecciones, la administración, el personal y los recursos financieros y otras. Esto ha obligado a que los grandes museos se vean en la necesidad de contratar a especialistas externos o consultores, especialistas en el tema quienes puedan tratar determinados problemas que se deben afrontar para lograr que la institución sea sostenible en el tiempo.

2. BASES TEÓRICAS

Para apoyar esta investigación se hace referencia de algunas Teorías y Escuelas Administrativas tales como:

- La escuela administrativa **Neoclásica** creada en 1935, cuyo representante es Peter Drucker y su aporte es una administración clásica actualizada y adecuada a la nueva empresa. En otras palabras, la escuela Neoclásica se enfoca en orientar, dirigir, y controlar los esfuerzos de un conjunto de individuos para lograr un objetivo en común, la persona encargada de lograr estas metas es el administrador

Así mismo, una característica de esta teoría que se enfoca en las empresas actuales es:

Énfasis en la práctica de la administración. - En pocas palabras, hay que ser pragmáticos y buscar resultados precisos y palpables, para este caso de tesis, el ser pragmáticos es hacer las operaciones de forma rápida, sencilla y correcta, esto se logrará si se tiene una buena coordinación entre todos los miembros de la organización (Personal como colaboradores) ya que permitirán alcanzar las metas trazadas por la organización

- En este trabajo de investigación se está considerando algunas teorías de administración como son de Henry Fayol que es el “Padre de la Administración Moderna” y se fundamenta en cinco elementos que forman el proceso administrativo: los cuales son el de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Además de que, identifiqué 14 principios administrativos los cuales son la división del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de dirección, unidad de mando, subordinación de interés individual al bien común, remuneración, centralización, jerarquía, orden, equidad, estabilidad del personal, iniciativa y espíritu de equipo.
- Otra de la teoría administrativa a considerar es de Elton Mayo quien indica que la clave de la productividad se encuentra en las buenas relaciones humanas entre los trabajadores y la eficacia en la administración al comprender el comportamiento grupal; fomentando la motivación, capacitación, comunicación y brindando dirección y asesoramiento para beneficio de la organización

En el caso del Museo al contar con colaboradores y personal como practicantes de la Facultad de Biología y otras carreras de la Universidad, se busca que el trato que reciben sea lo más satisfactorio posible de tal manera que se sientan siempre a gusto con lo que realizan y continúen siendo parte de la organización.

- La Gestión por Procesos es la forma de gestionar toda la organización basándose en los Procesos. Comprendiendo estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una ENTRADA para conseguir un resultado, y una SALIDA para satisfacer los requerimientos del Cliente.

También se detalla el concepto de SISTEMA DE GESTIÓN que es una serie de procesos, acciones y tareas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (personas, procedimientos, estrategias, planes, recursos, productos, etc.) para lograr el éxito sostenido de una organización, es decir, disponer de capacidad para satisfacer las necesidades y las expectativas de sus clientes o beneficiarios, trabajadores y de otras partes interesadas a largo plazo y de un modo equilibrado y sostenible.

Nos basamos en Segura, F. (2005) quien publicó en su libro de *Sistema de Gestión: Una guía práctica* define que el sistema de gestión es la herramienta que permite dar coherencia a todas las actividades que se realizan, y en todos los niveles, para alcanzar el propósito de la organización. Una organización se encuentra en un nivel determinado de madurez dependiendo del sistema de gestión que está utilizando, o dicho de otra manera, una empresa crece en madurez a medida que va consolidando un sistema de gestión que le permite alinear todos los esfuerzos en la misma dirección y esta dirección apunta a una imagen de empresa concreta.

Por lo que se dice que “Una empresa obtiene mayor rendimiento de sus recursos si los gestiona de una manera sistemática y estructurada. Esta gestión la puede hacer si dispone de un sistema que le permite obtener la información necesaria, tanto interna como externa, para tomar las decisiones adecuadas en el sentido que determinan sus políticas” (p 56)

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta llegar a ser líderes. (Angel, M. J., 2011:15)

- Gestión de la Calidad del servicio se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla.

En todo sistema de procesos, el fin es el mismo: satisfacer al cliente. Independientemente de sus peculiaridades y del tipo de empresa de que se trate, es recomendable someterse a la gestión de la calidad. La Gestión de una organización consiste en las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización, por lo que el sistema de gestión planifica, ejecuta y controla todas sus actividades para el logro de los objetivos preestablecidos.

- Según Karl Albrecht y Ron Zemke (1988) en su libro *Service América* nos dice que el 'Triángulo del servicio' es un medio por el cual aquellas empresas prestadoras de servicios pueden llegar a maximizar su experiencia con el cliente. Dicho prototipo busca prestar un servicio en donde el eje principal es la estructura motivacional del cliente.

Para hablar del triángulo del servicio se deben mencionar las características de un servicio. Según Albrecht un servicio se produce en el instante y se presta en donde se encuentra físicamente el cliente, además, no se puede dar una prueba del servicio con anterioridad. El valor del servicio percibido por el cliente depende de su experiencia personal con la empresa, es decir, depende de su encuentro único

entre el servicio prestado y el cliente. Albrecht aclara que este encuentro requiere interacción humana en algún grado (Albrecht y Zemke, 1988:36-37). Para él, la excelencia en el servicio se puede alcanzar mediante el Triángulo de Servicio, en el cual se integra una estrategia bien concebida, es decir, se crea una filosofía del servicio que se imparte a un personal adecuado, que es el que tiene contacto con el público y que opera sobre unos sistemas amables con el cliente

Este modelo considera los siguientes elementos clave: la estrategia de servicio, el personal y los sistemas de servicio. Los tres deben estar enfocados en el cliente como elemento central de la gestión.

El 'Triángulo del servicio' representa un proceso. El primer paso es el cliente, tenemos que identificar a quién vamos a servir o atender y además entender sus necesidades y motivaciones.

El segundo paso es definir nuestra estrategia de servicio, es decir ¿qué es lo que vamos a ofrecer? Nuestra oferta de servicios deberá servir para diferenciarnos de la competencia. Son los clientes los que deben percibirnos como algo distinto y para ello, nuestra oferta debe significar algo concreto, algo valorado por los clientes, algo por lo que estén dispuestos a pagar.

El tercer paso es definir nuestro Sistema de servicio, ¿cómo vamos a hacer realidad la oferta de servicios? El sistema de servicios incluye nuestros procedimientos y normas de servicio, la forma cómo estamos organizados y todos los elementos físicos necesarios para generar y entregar el servicio, por ejemplo, locales, muebles, equipos, herramientas, aplicativos informáticos, materiales y sistemas de gestión en general.

Nuestro sistema de servicio debe estar diseñado en base a nuestros clientes, con el objetivo de lograr que tengan una experiencia de servicio memorable y positivo cuando interactúan con nuestra empresa.

El cuarto paso, es nuestro personal, donde se les considera como un factor fundamental del servicio y que, en la práctica, son las personas las que nos ayudarán a diferenciarnos y lograr impactar positivamente a nuestros clientes. Por eso las considera como un elemento con peso propio en el modelo.

Cada uno de estos cuatro elementos debe colaborar con los demás, debe existir una interacción constructiva entre ellos. Eso es lo que representan cada una de las seis líneas del triángulo. Por ejemplo la línea exterior de la base del triángulo nos indica, por un lado, que los sistemas deben facilitar el trabajo de las personas que tienen contacto con los clientes y, por otro lado, nos indica que nuestro personal puede ayudarnos a identificar cómo mejorar el sistema de servicio. En realidad ellos son los que están más preparados para aconsejarnos respecto a las cosas que se deben mejorar.

- Otras de las publicaciones que tomamos como base Teoría para este trabajo de Investigación es el de la UNESCO e ICOM (2006) sobre Cómo administrar un museo: Manual práctico nos dice que una de las principales funciones que incumbe al administrador general es la organización del museo, cualquiera que sea su tamaño o complejidad, a fin de obtener resultados coherentes que permitan articular y cumplir la misión de la institución.

De todos los factores que contribuyen al buen funcionamiento del museo, uno de los más importantes es crear un equipo homogéneo y competente. La función

principal de un buen gestor es que el personal comprenda que es necesario trabajar en equipo. La transferencia del poder a una o varias personas supone la delegación de tareas y la distribución de responsabilidades.

Para ser eficaz, la gestión debe orientarse a los recursos y las actividades del museo e involucrar al personal en su conjunto. Este es un elemento indispensable para el progreso y el desarrollo del museo, sin el cual este último no es capaz de garantizar la gestión de las colecciones, ni de mantener la calidad de sus programas de exposición y de educación. El interés general y la confianza del público podrían entonces ir perdiéndose y poner en peligro el reconocimiento y el valor que se le confiere como institución al servicio de la sociedad y reflejo, asimismo de un alto nivel de desarrollo social, con un personal altamente competente en materia de educación y de toma de decisiones.

La institución museística debe mostrarse socialmente activa, accesible, sistemática (en la conservación de sus colecciones), profesional, informativa, aunque sus métodos de gestión sean considerados cada vez más obsoletos.

Para aceptar nuevos retos, los museos necesitan comprender y aplicar los principios de dirección y gestión de empresas para realizar mejores prácticas. Los criterios de una buena gestión son los siguientes:

- 1) Asignar la persona adecuada al puesto adecuado
- 2) Definir las tareas que hay que ejecutar
- 3) Decidir la manera en la que deben cumplirse esas tareas
- 4) Administrar las relaciones entre los ejecutantes y las demás personalidades.

Esas actividades se practican directa o indirectamente según el tamaño y la especialidad del museo, pero son esenciales, sin embargo, para el proceso de gestión.

En cada país, los museos deben enfrentar más o menos los mismos problemas, independientemente de su tamaño, sus fuentes de financiación, sus colecciones o su público.

La evolución de las organizaciones actualmente ha permitido que la alta dirección emplee mecanismos que le permita sacar el máximo provecho a sus propósitos estratégicos y sus sistemas de gestión.

Una gestión eficaz, eficiente y efectiva nos motivara a situaciones estandarizadas donde no cabe ya el incumplimiento de los objetivos. La gestión está orientada al cumplimiento de responsabilidades que involucra tener un resultado. (Rios, R. ,2013)

Las organizaciones son tan eficientes como los procesos, por eso es que la mayoría de las empresas han tomado conciencia de esto y se plantean como mejorar. Los procesos nos muestran la manera en que se están haciendo las cosas en la empresa, por lo que deben estar correctamente gestionados

3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

A continuación se detalla algunas definiciones de términos que intervienen en la presente investigación:

Control: Se define como un proceso de seguimiento de las actividades en el cual se mide y evalúa el desempeño de cada componente de la empresa, para luego efectuar acciones correctivas, cuando sea necesario, para asegurar el cumplimiento de los objetivos, metas, políticas y normas de la empresa. (Pérez, M. 2010: 80)

Clima Organizacional Son las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. Se refiere al ambiente de trabajo propio de la organización. Dicho ambiente ejerce influencia directa en la conducta y el comportamiento de sus miembros.

Difusión es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín diffusio, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.

Dirección: Proceso para dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización con respecto a una tarea. Se encarga de motivar, guiar y seleccionar los canales de comunicación más eficientes entre otras actividades

Gestión: Es el proceso mediante el cual se formulan objetivos, se miden los resultados obtenidos y se toman acciones pertinentes para la mejora continua de los resultados

Gestión Administrativa: Es el conjunto de acciones mediante las cuales el directorio desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, dirigir, coordinar y controlar

Mejora Continua: Es el conjunto de acciones dirigidas a obtener la mayor calidad posible de los productos, servicios y procesos de una empresa.

La administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que será llamado Mejoramiento Continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca (Eduardo Deming (1996)

Motivación: Motivar significa mover, conducir, impulsar a la acción por convicción. Es el proceso donde se estimulan los recursos humanos de tal manera desarrollar un trabajo con entusiasmo para cumplir con los objetivos fijados

Optimizar: Es mejorar alguna acción o trabajo realizado en busca de tener mejores resultados, mayor eficiencia o mejor eficacia

PDCA: Acrónimo en inglés de Plan - Do - Check – Act (Planear – Ejecutar - Valorar – Actualizar). La rueda constante de actividades que lleva hacia la mejora continúa.

Publicidad: Es el conjunto de actividades que se ocupan de informar sobre la existencia y cualidades de bienes y servicios.

Proceso: Es el conjunto de actividades que están organizadas para conseguir un fin, ya sea de servicio, producción o realización de actividades internas

Satisfacción: Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

Sistema: Es un conjunto de elementos interrelacionados que responden a un propósito determinado, está conectado, interactúan y es influenciado por su entorno. Pueden ser procedimientos, procesos o recursos necesarios para implementar una gestión determinada

CAPÍTULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

1. HIPÓTESIS Y/O SUPUESTOS BÁSICOS

1.1 HIPÓTESIS GENERAL

Un sistema de gestión índice en la optimización de los Servicios que brinda el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma

1.2 HIPÓTESIS SECUNDARIOS

1.2.1 La aplicación de un sistema de gestión incide en el rendimiento de personal del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma

1.2.2 La aplicación de un Sistema de Gestión incide en los procesos operativos y administrativos del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma

1.2.3 La aplicación de un sistema de gestión incide en el reconocimiento del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma.

2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES O UNIDADES DE ANÁLISIS

VARIABLE DEPENDIENTE: Optimización de Servicios

Mejorar los procesos en busca de tener mejores resultados en el personal, los procesos operativos y administrativos, así como conseguir un mayor reconocimiento sobre los servicios que se brindan tales como talleres, exposiciones, guiados, charlas, cursos que ofrece el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma

VARIABLE INDEPENDIENTE: Sistema de Gestión

Conjunto de elementos relacionados entre sí para contribuir a la gestión de procesos generales o específicos de la organización, interactúan y está influenciado por el entorno en el que se buscan alcanzar objetivos, se miden los resultados obtenidos y se toman acciones pertinentes para la mejora continua de los resultados

3. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MARCO METODOLÓGICO
GENERAL	GENERAL	GENERAL	INDEPENDIENTE		GENERAL	
¿Cómo Incide la aplicación de un Sistema de Gestión en la Optimización de los Servicios que brinda el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma	Establecer el nivel de incidencia de un sistema de Gestión en la Optimización de los Servicios que brinda el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma	Un sistema de gestión incide en la optimización de los Servicios que brinda el Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma	SISTEMA DE GESTIÓN Conjunto de elementos relacionados entre sí para contribuir a la gestión de procesos generales o específicos de la organización, interactúan y está influenciado por el entorno en el que se buscan alcanzar objetivos	Gestion de procesos administrativos	Mejora de la Organización documentaria Toma de desiciones Mejora del Clima Organizacional	Tipo de Investigación - De alcance Explorativo, Descriptivo Correlacional. Método de Investigación - Inductivo Diseño de la Investigación - No Experimental de Corte Transversal
ESPECÍFICOS:	ESPECIFICOS:	ESPECIFICOS:	DEPENDIENTE		ESPECIFICOS:	Población 1. Colegios de Surco: 9134 alumnos de 125 colegios 2.Universidad Ricardo Palma:- Alumnos matriculados en el periodo 2018-2 se considera a 13,822 como alumnos matriculados en ciclo regular 3.Personal interno y colaboradores del Museo se tiene a 15 personas Muestra: - De colegios de Surco y el Mercado Interno de la Universidad se tiene a un total de 380 - Se considera el total de mi población en el caso de Personal y colaboradores del Museo Instrumentos: Cuestionarios
1.- ¿De qué manera la aplicación de un sistema de gestión incide en el rendimiento de personal del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma?	1.- Determinar como la Aplicación de un sistema de gestión incide en el rendimiento de personal del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma.	1.- La aplicación de un sistema de gestión incide en el rendimiento de personal del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma	OPTIMIZACIÓN DE SERVICIOS Mejorar los procesos en busca de tener mejores resultados en el personal, los procesos operativos y administrativos así como conseguir un mayor reconocimiento sobre los servicios que se brindan tales como talleres, exposiciones, guiados, charlas, cursos que ofrece el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma	PERSONAL	Cumplimiento de tareas Satisfacción de clientes	
2.-¿De qué manera la aplicación de un sistema de gestión incide en los procesos operativos y administrativos del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma	2. Determinar como la aplicación de un sistema de gestión incide en los procesos operativos y administrativos del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma	2.- La aplicación de un Sistema de Gestión incide en los procesos operativos y administrativos del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma		PROCESOS Efectividad en los procesos de Guiado	Optimizacion del tiempo de las actividades	
3.- ¿De qué manera la aplicación de un sistema de gestión incide en el reconocimiento del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma?	3.- Determinar como la aplicación de un sistema de gestión incide en el reconocimiento del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma.	3.- La aplicación de un sistema de gestión incide en el reconocimiento del Museo de Historia Natural “VERA ALLEMAN HAEGHEBAERT” de la Universidad Ricardo Palma.		Reconocimiento	Reconocimiento del cliente Potencial para el Museo de Historia Natural	

CAPÍTULO IV

MÉTODO

1. TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.1 Exploratorio.-

Es de tipo exploratorio ya que nos encontramos en la búsqueda de datos muestrales que nos permitirá llegar a conclusiones finales acerca de la investigación

1.2 Descriptivo.-

Esta investigación es de tipo Descriptivo por qué se van a detallar los hallazgos que se irá descubriendo a lo largo de todo el trabajo de investigación

1.3 Correlacional.-

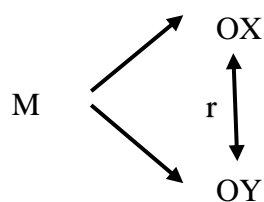
Es correlacional porque observaremos la causalidad que hay entre las variables dependientes e independientes

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo utilizamos el método Inductivo, ya que a partir de conclusiones muestrales inferiremos comportamientos de la población en general.

2. DISEÑO ESPECÍFICO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de este trabajo de Investigación es No Experimental de Corte Transversal, porque se harán investigaciones y descubrimientos de diferentes aspectos descritos en el presente trabajo



Dónde:

M= Muestra de los encuestados

OX: Observación de la Variable Independiente

Variable Independiente: Sistema de Gestión

OY: Observación de la Variable Dependiente

Variable Dependiente: Optimización de Servicios

3. POBLACIÓN, MUESTRA O PARTICIPANTE

POBLACIÓN (N):

Se determinó que el tamaño de la población total está constituida por tres Subgrupos en las cuales se están considerando, 1) alumnado de los colegios de Surco, 2) mercado Interno (Docentes, alumnos y personal) de la Universidad, y por último se está considerando al Personal y colaboradores del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Teniendo como resultado un total de:

1. Colegios de Surco: 9134 alumnos de 125 colegios tanto particulares como estatales
2. Universidad Ricardo Palma:- Alumnos matriculados en el periodo 2018 – 2 tiene un total de 13,822 como alumnos matriculados en ciclo regular y al Personal Administrativo, Docentes, De Servicio se tiene a 1795 los cuales se muestran a detalle en la Tabla 1
3. Personal interno y colaboradores del Museo se tiene a 12 personas

Tabla 1: Cuadro de Personal que labora en la Universidad Ricardo Palma

	dic-17	oct-18
TRABAJADOR_TIPO	2017	2018
Administrativo Contratado	296	296
Administrativo Nombrado	127	116
Capacitador	67	77
CEPURP	16	15
Docente Contratado	220	231
Docente Contratado Semestral	703	731
Docente EPEL	37	29
Docente Nombrado	223	207
Obrero Contratado	69	68
Obrero Nombrado	30	25
Grand TOTAL	1788	1795

Fuente: OFICIC
Elaboración Propia

Tabla 2 Cuadro del Total de Alumnos Matriculados - Universidad Ricardo Palma

Periodo 2017		Periodo 2018	
2017 - 0	4054	2018 - 0	3052
2017 - 1	14158	2018 - 1	14973
2017 - 2	14469	2018 - 2	13822
TOTAL 2017	32681	TOTAL 2018	31847

Fuente: OFICIC
Elaboración Propia

MUESTRA

Para determinar la muestra se aplica el método Probabilístico de tipo Aleatorio Simple.

1. En el caso de Personal Interno del Museo se considera el total de mi Población por lo que se estaría encuestando a 12 personas
2. En el caso de los Colegios de Surco y el mercado interno de la Universidad se realizara la sumatoria de las Poblaciones en general por lo que se llega a un total de 24751 personas en N . Calculo de la Muestra (n) de los Colegios de Surco y el Mercado Interno URP

- Aplicando la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

Población	N =	24751
Nivel de Confianza	Z =	95% = 1.96 (Valor de Tabla)
Probabilidad de Éxito	p =	0.5
Probabilidad de Fracaso	q =	0.5
Error muestral	e =	0.05

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 24751}{0.05^2 \times (24751 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

Obtenemos $\rightarrow n = 378.30 \cong \mathbf{380}$

Fuente UGEL 07 y OFICIC
Elaboración Propia

Tabla 3. Cálculo de la Muestra (n) de los Colegios de Surco y el Mercado Interno URP

4. INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE DATOS

Las técnicas e instrumentos de investigación se refieren a los procedimientos y herramientas que nos servirán para recoger los datos para probar la hipótesis.

Es por eso que en el Presente trabajo de Investigación se utilizó la técnica de encuestas al público objetivo y se usara como instrumento Cuestionarios para recoger Datos.

5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Se utilizó el programa SPSS Versión 24 en donde se registrara la información de las encuestas y se analizara a través de pruebas estadísticas no Paramétricas, aplicando la prueba X^2 de Pearson

6. PROCEDIMIENTO PARA LA EJECUCIÓN DEL ESTUDIO

El procedimiento a ejecutar se realizó a través de la tabulación en una hoja de cálculo Excel, para luego aplicar la estadística Descriptiva y No Paramétrica introduciendo la información recogida en el Software SPSS Versión 24 para el análisis correspondiente

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSION

1. DATOS CUANTITATIVOS, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

La presente encuesta fue realizada a una muestra conformada por 380 personas que se encuentran dentro de mi mercada Interno de la Universidad y los colegios que realizan la visita al Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”, la cual fue tomada de una población de 24751 personas

Tabla 4. Pertenece a Colegio o Universidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Colegio	190	50,0	50,0	50,0
Válidos Universidad	190	50,0	50,0	100,0
Total	380	100,0	100,0	

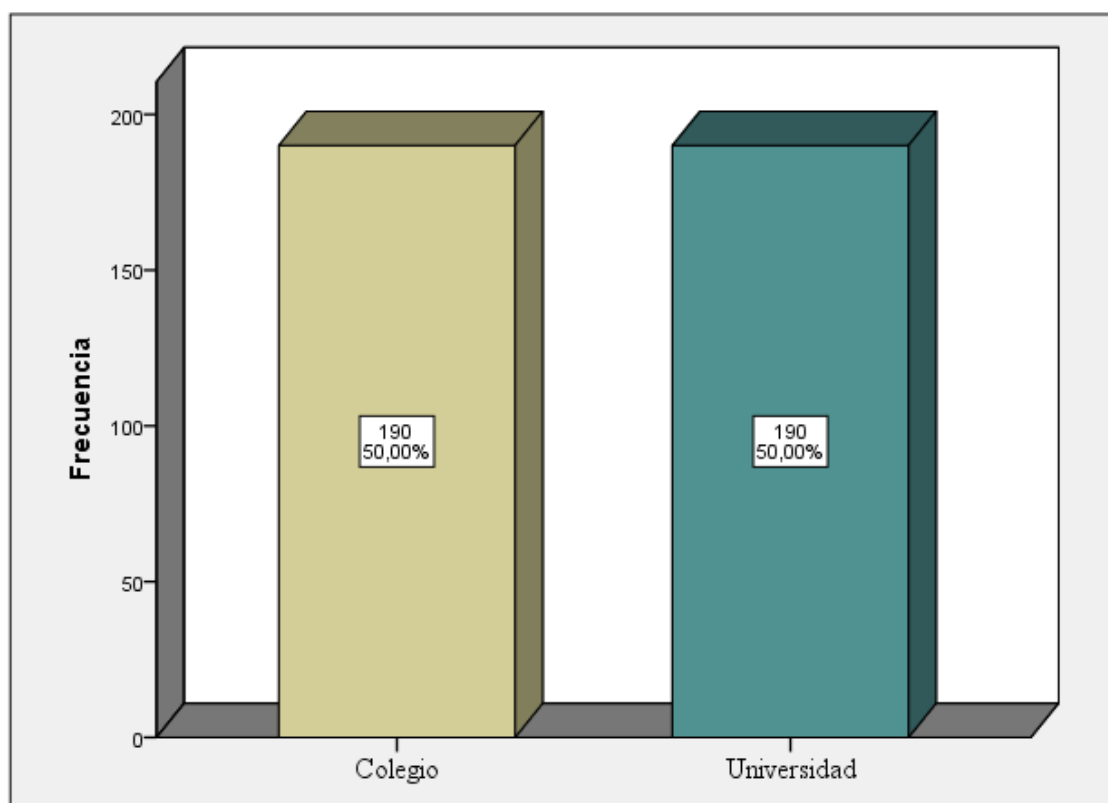


Gráfico 1. Pertenece a Colegio o Universidad.

Tabla 4 y gráfico 1

Análisis si Pertenece a Colegio o Universidad

De las 380 personas encuestadas 190 pertenecen a alumnos y docentes de Colegios de Surco que han visitado el museo, lo cual hace un 50% y el otro restante de 190 es del Mercado Interno de la Universidad quienes fueron consultados para el estudio del trabajo, lo cual hacen un 50% del total.

Interpretación

Luego de haber realizado las encuestas de esta investigación se obtuvo que la mitad de personas encuestadas son del Mercado Interno de la Universidad en el cual se considera a Docentes, Personal administrativo, Personal de Servicios entre otros los cuales están detallados en la *Tabla 1* y la otra mitad está conformado por alumnos y docentes de los Colegios de Surco que puede ser de primaria o secundaria, de Gestión Pública o Privada quienes realizan su visita para las diversas actividades que se vienen realizando en el Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Tabla 5. Edades de los Encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 11	34	8,9	8,9	8,9
Entre 12 y 16	130	34,2	34,2	43,2
Entre 17 y 22	87	22,9	22,9	66,1
Válidos Entre 23 y 35	85	22,4	22,4	88,4
Entre 36 y 48	35	9,2	9,2	97,6
Más de 48 años	9	2,4	2,4	100,0
Total	380	100,0	100,0	

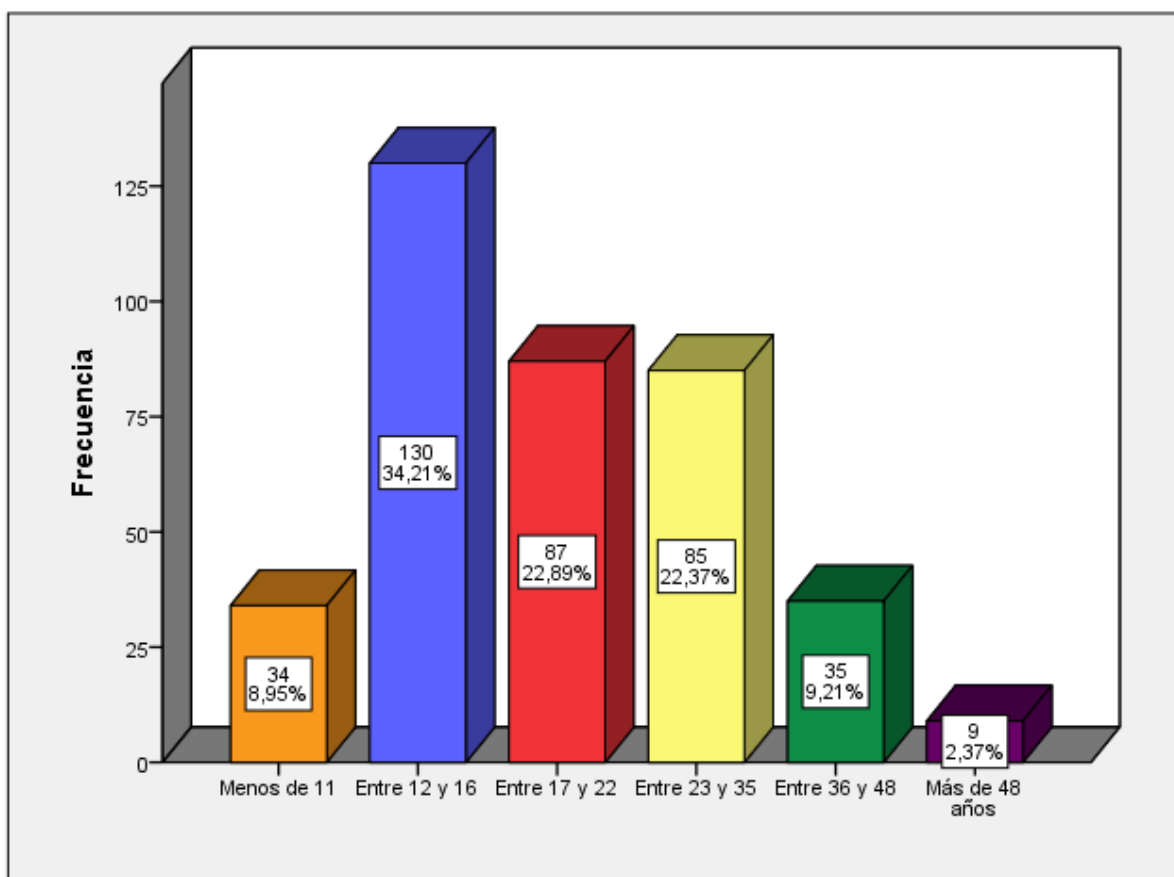


Gráfico 2 Edades de los encuestados

Tabla 5 y gráfico 2

Análisis de Edades de los encuestados.

Con relación a la edad de las personas encuestadas se aprecia que las edades comprendidas entre 12 a 16 años poseen un 34,2% donde se concentra la mayor cantidad con 130 personas, en segundo lugar se ubica con un 23% a las edades que oscilan entre los 17 y 22 años con un total de 87 personas, dentro de los cuales se consideran a alumnos de colegio que se encuentran en la secundaria y universitarios, en el rango de 23 y 35 años se tiene un 22,4% que equivale a 85 personas encuestadas y un 9,2% se encuentran en el rango de 36 y 48 años de edad y un 2,4% son personas mayores a 48 años dentro de los cuales se encuentran docentes universitarios y personal de servicios como seguridad,

limpieza entre otros detallados en *Tabla 3* para una mejor descripción del personal que labora dentro de la Universidad Ricardo Palma

Interpretación

Se obtuvo la conclusión en el Rango de edades que se tiene una mayor afluencia en visitas, en el rango de 12 a 16 años se encuentra un porcentaje mayor por ser este dirigido a alumnos de secundaria de 1ero a 5to año de Secundaria que buscan profundizar el aprendizaje de sus aulas con las muestras que se encuentran en el Museo en las diversas áreas, otros de los rangos que tienen porcentajes altos es el Rango de 17 a 22 y el de 23 a 35 años, en estos rangos se encuentran alumnado Universitario el cual fue encuestado en el Periodo de Octubre- Noviembre del presente año.

Tabla 6. Que condición tienen los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alumno de Colegio	180	47,4	47,4	47,4
	Universitario	147	38,7	38,7	86,1
	Docente	28	7,4	7,4	93,4
	Trabajador- Universidad	25	6,6	6,6	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

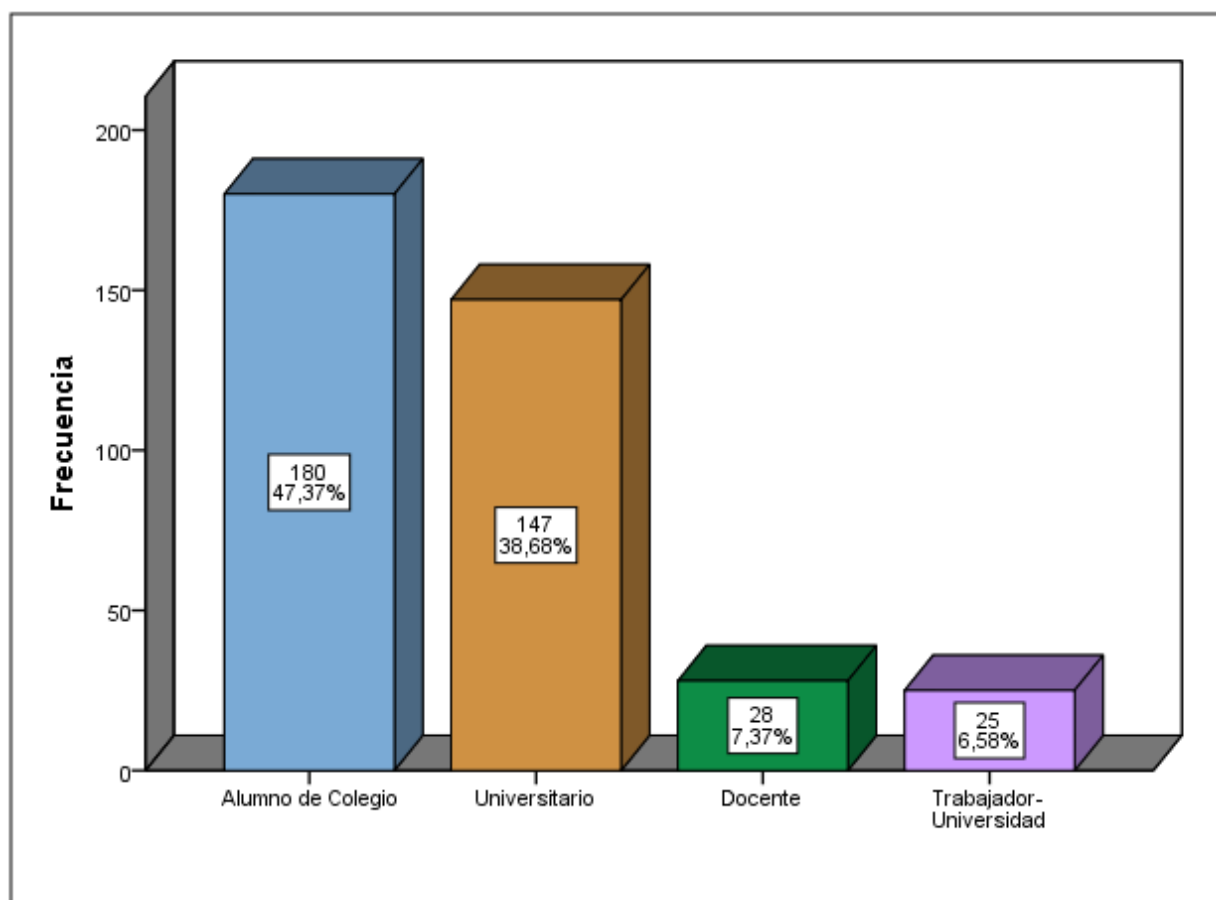


Gráfico 3. *Que condición tienen los encuestados*

Tabla 6 y gráfico 3

Análisis de Condición de los encuestados

De los 380 encuestados se tiene que 180 son alumnos de colegio lo que equivale al 47,4% del total, mientras que 25 personas que hacen un 6,6 % del total son trabajadores de la Universidad en lo que se considera personal de limpieza, personal administrativo, demás personal que labora en la Universidad y universitarios se tiene a un 38,7% del total que son los encuestados durante el periodo de Octubre- Noviembre 2018, todos estos fueron consultados en diversos horarios para tener una mayor variedad de opinión por ser de ciclos iniciales, intermedios y avanzados para culminar

sus carreras también se debe mencionar que los encuestados pertenecen a diversas facultades y diversas áreas de trabajo

Tabla 7. Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma en Colegios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primera vez (1 vez)	180	94,7	94,7	94,7
Más de 1 vez	10	5,3	5,3	100,0
Válidos Frecuente	0	0	0	
Nunca	0	0	0	
Total	190	100,0	100,0	

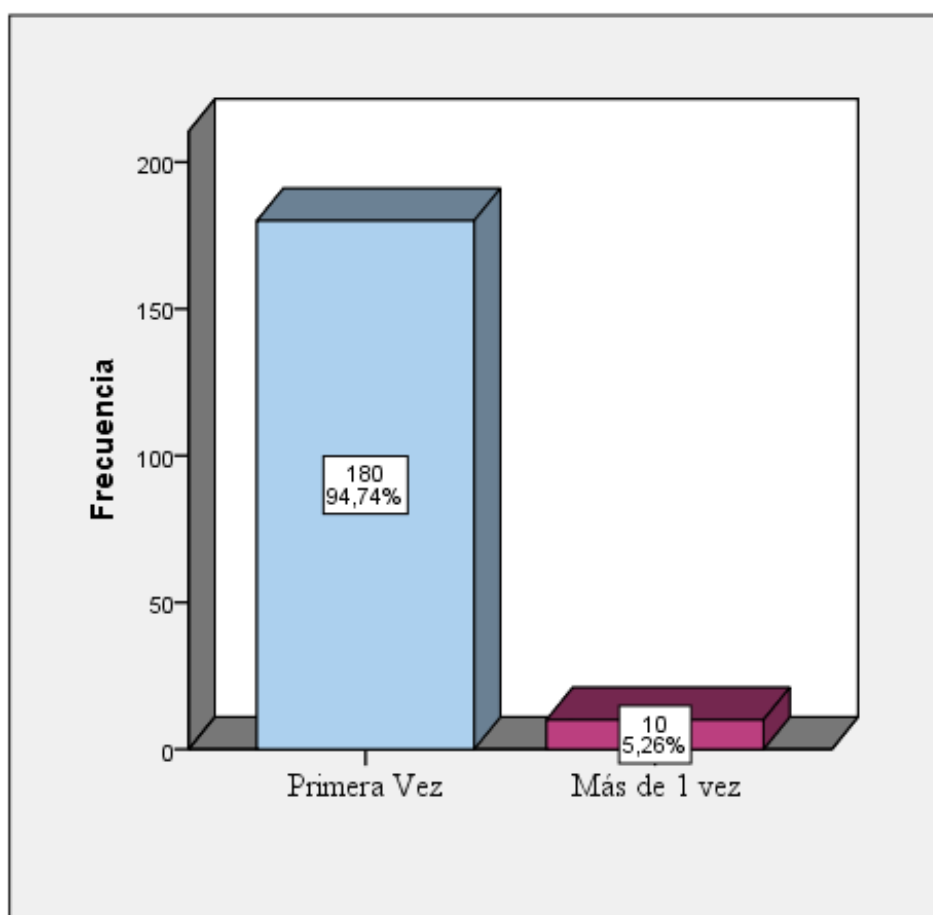


Gráfico 4 Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma en Colegios

Tabla7 y gráfico 4

Análisis sobre si Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma

De los encuestados pertenecientes a Colegios se tiene que el 94,7% que es un equivalente a 180 personas que indican que es la primera vez que realizan una visita y 10 personas que es el 5,3% respondieron que realizaron su visita Más de 1 vez y también se observa que en Frecuente y Nunca el porcentaje de visitas es nula a el Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” de la Universidad Ricardo Palma

Interpretación

De los encuestados de Colegios se observa que los alumnos que realizaron su visita al Museo son alumnos que manifiestan que es la primera vez que lo conocen y que algunos docentes lo visitaron ya más de 1 vez porque les pareció muy interesante y así mismo fueron de la iniciativa de que sus alumnos conocieran pudiendo complementar lo aprendido en sus aulas de clase, pero también se puede tener un análisis del por qué no realizan una visita frecuente si en el museo se viene ofreciendo diversas actividades educativas, por lo que mediante la implementación de un sistema de gestión se corregiría estas deficiencias para seguir captando a nuestro público y poder incrementar la frecuencia con que recibimos sus visitas

Tabla 8. Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primera vez (1 vez)	38	20,0	20,0	20,0
Más de 1 vez	10	5,3	5,3	25,3
Válidos Frecuente	3	1,6	1,6	26,8
Nunca	139	73,2	73,2	100,0
Total	190	100,0	100,0	

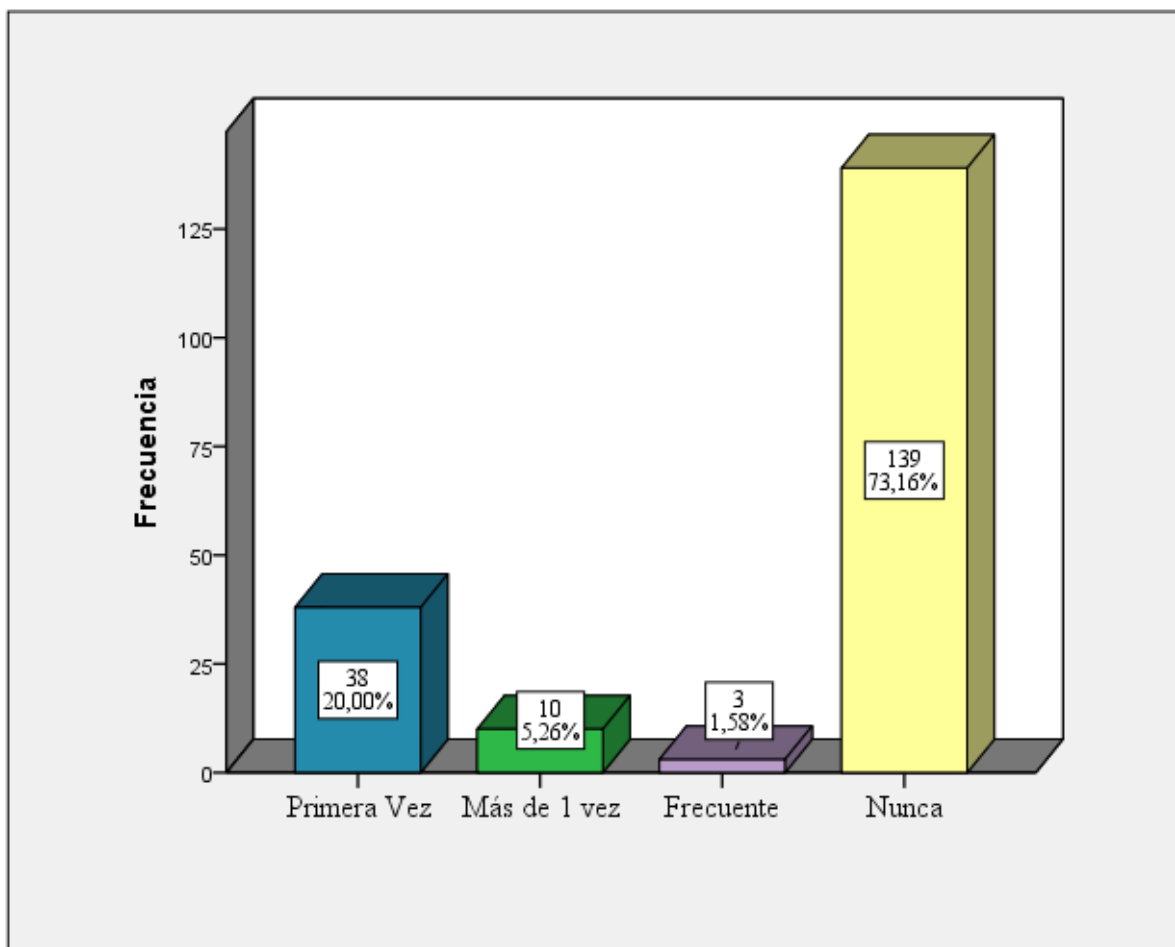


Gráfico 5. Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma

Tabla 8 y gráfico 5

Análisis si Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma

De los encuestados que son del Mercado Interno de la Universidad se tiene como resultados que 139 personas encuestadas Nunca visitaron el Museo lo que equivale al 73,2 % del total de los encuestados siendo este el mayor porcentaje del total y el 20 % de las personas dice que si lo visitó una vez, el 5,3% indica que lo visito Mas de 1 vez y el 2% que son 3 de mis encuestados que indican que fue frecuente su visita al Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Interpretación:

Este resultado es solo de los encuestados de la Universidad Ricardo Palma de los cuales se obtuvo como conclusión que el 73% de los encuestados señalo que Nunca realizaron una visita al Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” siendo este nuestro Mercado Interno de la Universidad donde se encuentran estudiantes universitarios, docentes nombrados y contratados, personal administrativo, personal de servicios entre otros detallados en la *Tabla 1*. Mediante la implementación de un sistema de gestión adecuado se podrá corregir como se vienen dando la difusión y publicidad del Museo de esta manera poder captar un mayor número de visitantes de la Universidad mediante invitaciones directas, mayor número de publicidades impresas de tal forma incrementar la difusión ante el público y tener un mayor Reconocimiento.

Tabla 9. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”- Colegio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Prensa Tv	5	2,6	2,6	2,6
Familiares y/o amigos	37	19,5	19,5	22,1
Página Web de la URP	9	4,7	4,7	26,8
Válidos Redes sociales Museo	17	8,9	8,9	35,8
No sabía que existía	39	20,5	20,5	56,3
Otros	83	43,7	43,7	100,0
Total	190	100,0	100,0	

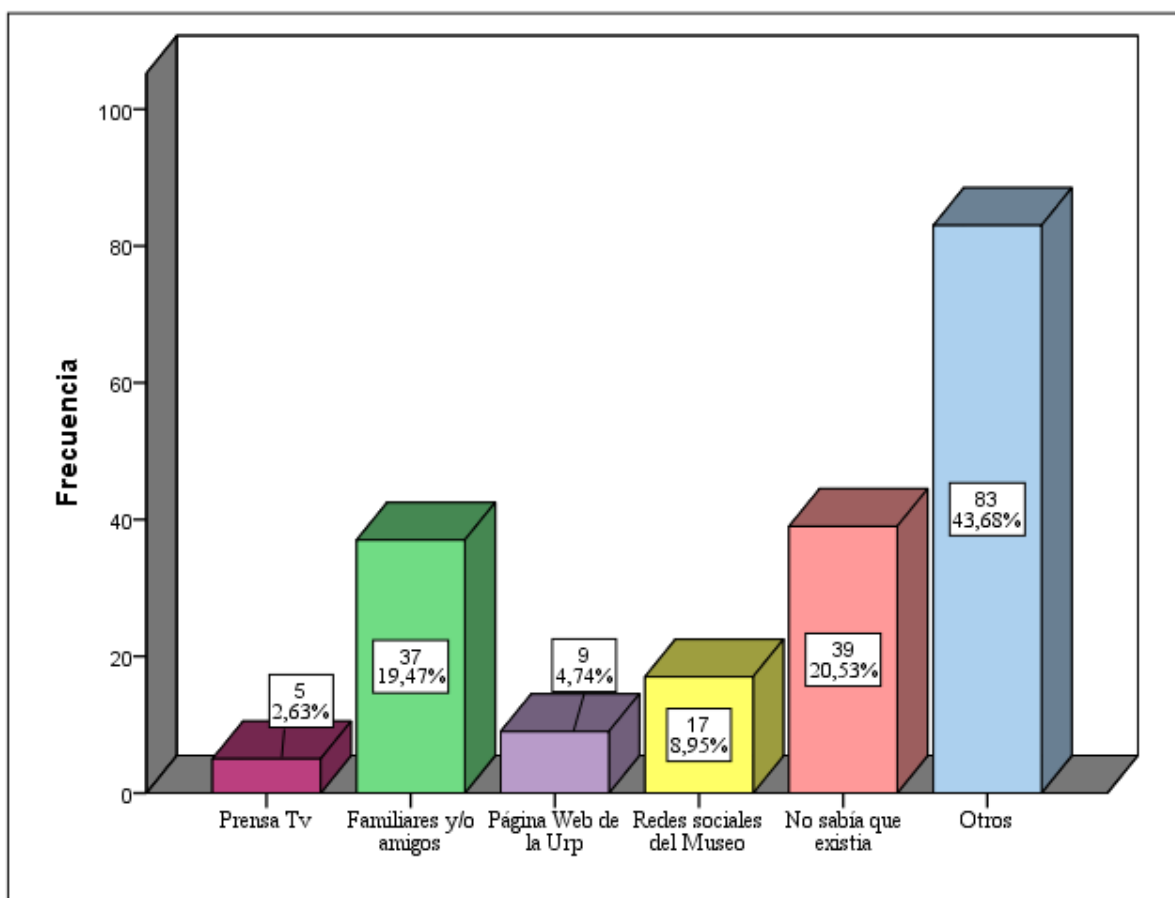


Gráfico 6. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”- Colegio

Tabla 9 y gráfico 6

Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” - Colegio

De los 190 encuestados pertenecientes a Colegios se obtuvo que el 3% se enteró mediante la Prensa Tv, un 20% se enteraron o tuvieron conocimiento del Museo por Familiares y amigos que ya lo visitaron, solo el 9% de encuestados indico que tuvo conocimiento de la existencia del Museo por la Página Web de la Universidad, el 21% de encuestados indica que No sabían que existía un Museo dentro de la Universidad y el 44% se encuentran en Otros con 83 personas que fueron encuestadas

Interpretación

Luego de observar las diversas opciones que ofrece estos ítems, se concluyó que el 5 % que se enteró por la prensa Tv pudo ver el reportaje que fue emitido en la secuencia del Programa En Casa que es transmitido por el Canal 2 de Latina donde se dio a conocer la variedad de especies de dinosaurios, muestras de osteología y demás áreas que ofrece el Museo. Además otro de los porcentajes bajos con un 9% indica que se enteraron por la Página web de la Universidad que está en la parte de Centros/Institutos/Museos donde se puede obtener más información para realizar las reservas o consultas.

No obstante el mayor porcentaje se encuentra en el 21% que indica que no sabía que existía y el 44% que indica otros por lo que ellos comentan que se enteraron por medio de su Profesor a cargo y el Colegio que les comunico que realizarían una visita al Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma y fue cuando recién tuvieron conocimiento que existía y realizarían su visita para que puedan complementar su aprendizaje de clases ya sea en Historia, Botánica, Microbiología, entre otros. Es por eso que mediante esta implementación de un sistema de Gestión se busca alcanzar la optimización de los servicios que se vienen ofreciendo

Tabla 10. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Prensa Tv	4	2,1	2,1	2,1
Familiares y/o amigos	24	12,6	12,6	14,7
Página Web de la URP	19	10,0	10,0	24,7
Válidos Redes sociales del Museo	1	,5	,5	25,3
No sabía que existía	93	48,9	48,9	74,2
Otros	49	25,8	25,8	100,0
Total	190	100,0	100,0	

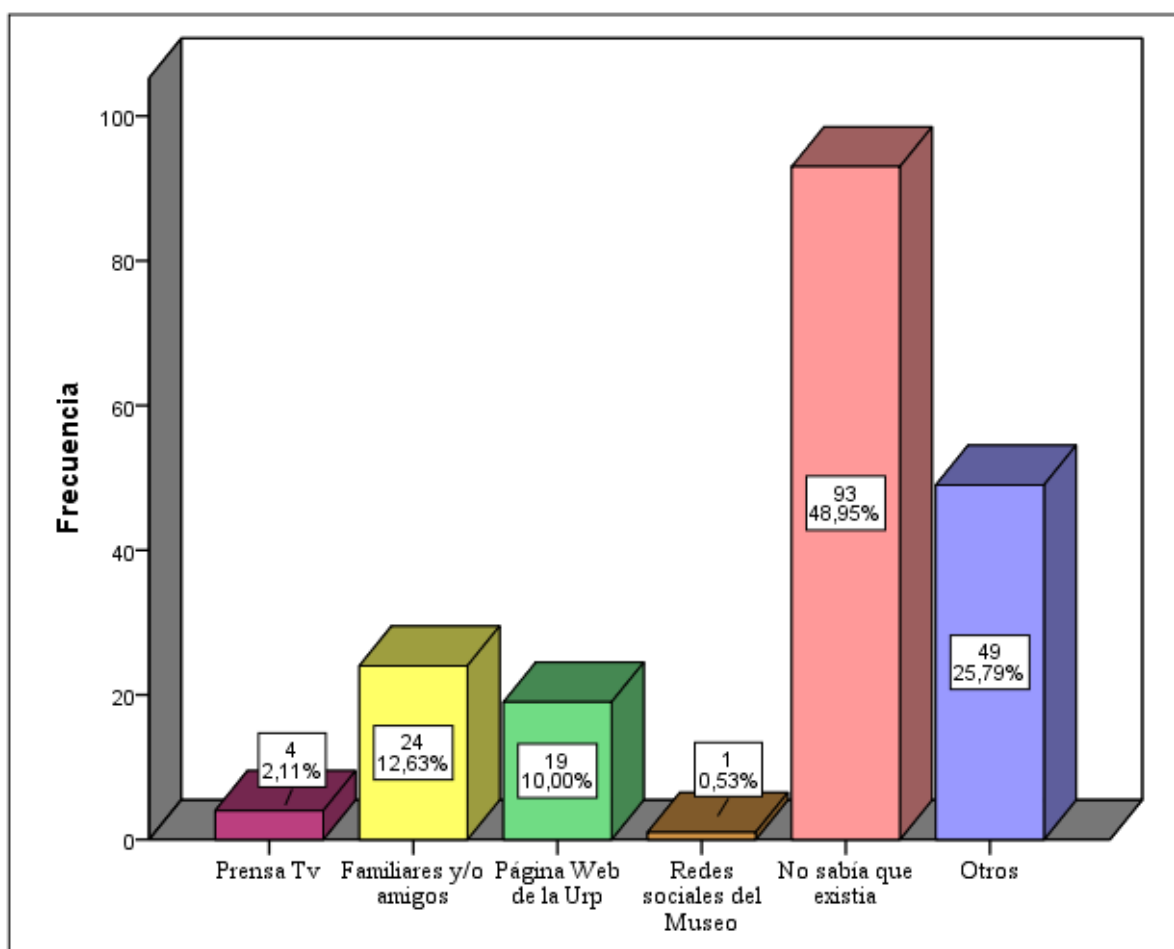


Gráfico 7. Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Tabla 10 y Gráfico 7**Opinión sobre Como se enteró del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”**

De los 190 encuestados pertenecientes al mercado interno de la Universidad se tuvo como resultado que el 2,1% se enteró por medio de Reportajes que fueron emitidos en Televisión (canal 2- Latina en el programa de EN CASA), el 12,6% conoce por familiares y amigos que comentaron su visita, el 10% se enteró por la Pagina Web de la Universidad, el 5% mediante las redes sociales que tiene el Museo que son Facebook y Pagina Web, sin embargo se tiene un mayor porcentaje de 48,9% que No sabía que existía un Museo dentro de la Universidad y el 25,8% de encuestados se encuentran en Otros que en la interpretación serán detallados.

Interpretación

Después de analizar los resultados se puede constatar que en el Mercado interno de la Universidad en su mayoría con un 49% no tienen conocimiento que existe el Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” dentro de nuestra casa de estudios por ser casi el 75% sumado con el 26% de encuestados que se encuentran en Otros, por lo que ellos comentan que saben que existe el museo por ubicación en el Edificio Central Administrativo de la Universidad y alguna vez hicieron algún trámite en las oficinas administrativas, dentro de estos comentarios también se tomó en cuenta que en los cursos de PEB como Historia y Biología entre otros, los docentes a cargo del curso les recomendaron visitar el Museo para que puedan complementar lo dictado en clase o culminar con sus proyectos del ciclo.

Cabe señalar que el 2% se enteró por medio de Reportajes que fueron emitidos en Televisión (canal 2- Latina en el programa de EN CASA), el 13% conoce por familiares y amigos que les comentaron su visita, y el 15% se enteró por medios

digitales como son la página web y redes sociales del Museo. Mediante el sistema de gestión se podrá corregir la difusión que se debe tomar para incrementar las visitas y el reconocimiento del público externo e interno a la Universidad hacia el Museo de Historia Natural.

Tabla 11. Opinión sobre qué Área le gusto más del recorrido por el Museo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Paleontología	50	13,2	20,7	20,7
Ecología	1	,3	,4	21,2
Zoología	50	13,2	20,7	41,9
Válidos Microbiología	16	4,2	6,6	48,5
Botánica	13	3,4	5,4	53,9
Todos	111	29,2	46,1	100,0
Total	241	63,4	100,0	
Perdidos Sistema	139	36,6		
Total	380	100,0		

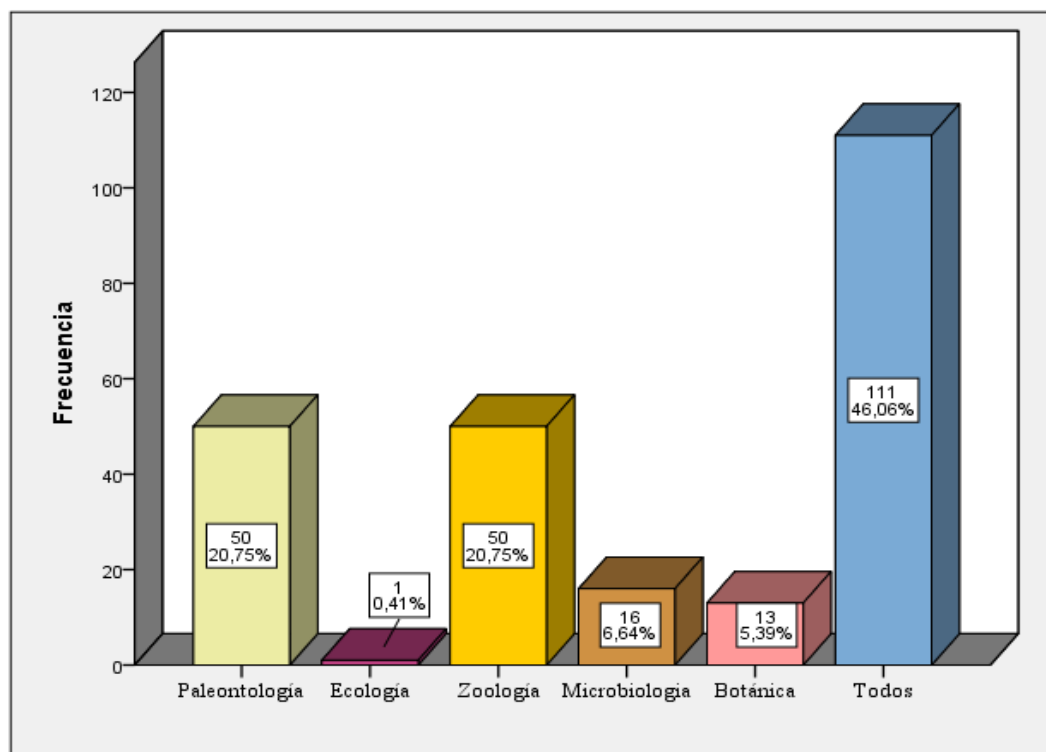


Gráfico 8. Opinión sobre qué Área le gusto más del recorrido por el Museo

Tabla 11 y Gráfico 8**Opinión sobre qué Área le gusto más del recorrido por el Museo**

De los 380 encuestados comentan que el área que más le gusto en el recorrido es el de Paleontología y Zoología donde se tiene un 13,2% en ambas Áreas y el mayor porcentaje fue, que le gustaron todas las áreas del recorrido por el Museo con un 29,2%.

Sin embargo, se muestra en la tabla el 37% del total de los encuestados como datos perdidos en el sistema porque son personas que no realizaron ninguna visita al Museo por lo que no pueden brindar su opinión sobre el área que le gusto más del recorrido por el museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Interpretación

Se analiza solo el 63,4% de los encuestados porque son los que realizaron una visita al Museo y pueden dar una opinión acerca de qué área les gusto más en el recorrido y comentarnos que fue lo que les gusto en el área de Paleontología y Zoología que son los que tienen un mayor porcentaje con un 13% en cada área, señalan que los guías respectivos de estas áreas fueron muy didácticos, alegres y tenían un conocimiento muy amplio de estas áreas por lo que pudieron ayudarlos con sus interrogantes, dudas o inquietudes que tenían de algunas muestras, y al 29% de los encuestados indican que les gusto todas las áreas que se muestran en el Museo que aprendieron mucho de ellas.

Tabla 12. Opinión sobre el Servicio recibido al ingreso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bueno	39	10,3	16,2
	Bueno	153	40,3	79,7
	Regular	46	12,1	98,8
	Malo	3	,8	100,0
	Muy Malo	0	0	0
Total	241	63,4	100,0	
Perdidos	Sistema	139	36,6	
Total	380	100,0		

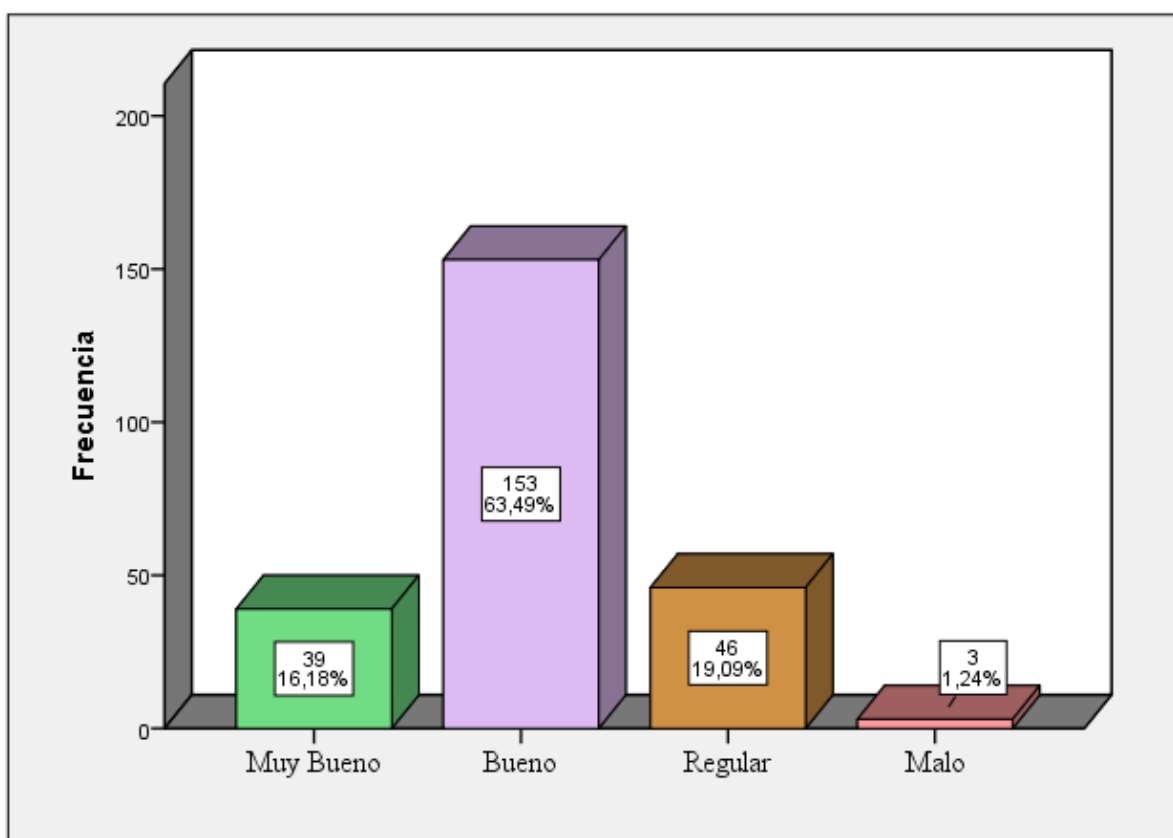


Gráfico 9. Opinión sobre el Servicio recibido al ingreso

Tabla 12 y Gráfico 9

Opinión sobre el servicio recibido al ingreso

De las 380 personas encuestados 39 opinan que el servicio recibido al ingreso fue Muy bueno lo que equivale al 10,3%, también se tiene a 153 personas encuestadas que opinan que el servicio recibido al ingreso fue Bueno con un 40,3%, sin embargo el 12, 1% de encuestados opinan que la atención al ingreso fue Regular y un 8% que la atención recibida a la hora de ingreso fue Malo.

En la tabla también se muestra como datos perdidos a 139 que equivalen a un 36,6% que no visitaron el museo y no tienen conocimiento alguno para dar su opinión en esta pregunta

Interpretación

Se obtuvo la conclusión que el servicio recibido a la hora de ingreso es Buena, sin embargo, se debe mencionar que existen quejas o demoras presentadas por algunos colegios que realizaron la reserva para un guiado, pero por falta de coordinación con los de seguridad a la hora de ingreso por la puerta principal de la Universidad no les permitían ingresar y los tuvieron esperando por unos minutos lo cual causo incomodidad en los alumnos y docentes visitantes

Por lo que con la mejora del sistema de gestión que se desarrolla dentro de la organización se busca tener un mejor resultado y pasar de lo bueno a lo Muy bueno en cuanto al servicio recibido a la hora de ingreso, tener también una mejora coordinación para ingresos de visitas de colegios comunicando anticipadamente su llegada para la recepción, distribución de los grupos e iniciar con la actividad correspondiente.

Tabla 13. Opinión sobre el tiempo que duro el recorrido por el Museo de Historia Natural

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Tiempo
Válidos	Muy Bueno	35	9,2	14,5	20' - 5'
	Bueno	172	45,3	71,4	20' - 10'
	Regular	34	8,9	14,1	25' - 15'
	Malo	0	0	0	
	Muy Malo	0	0	0	
	Total	241	63,4	100,0	
Perdidos	Sistema	139	36,6		
Total		380	100,0		

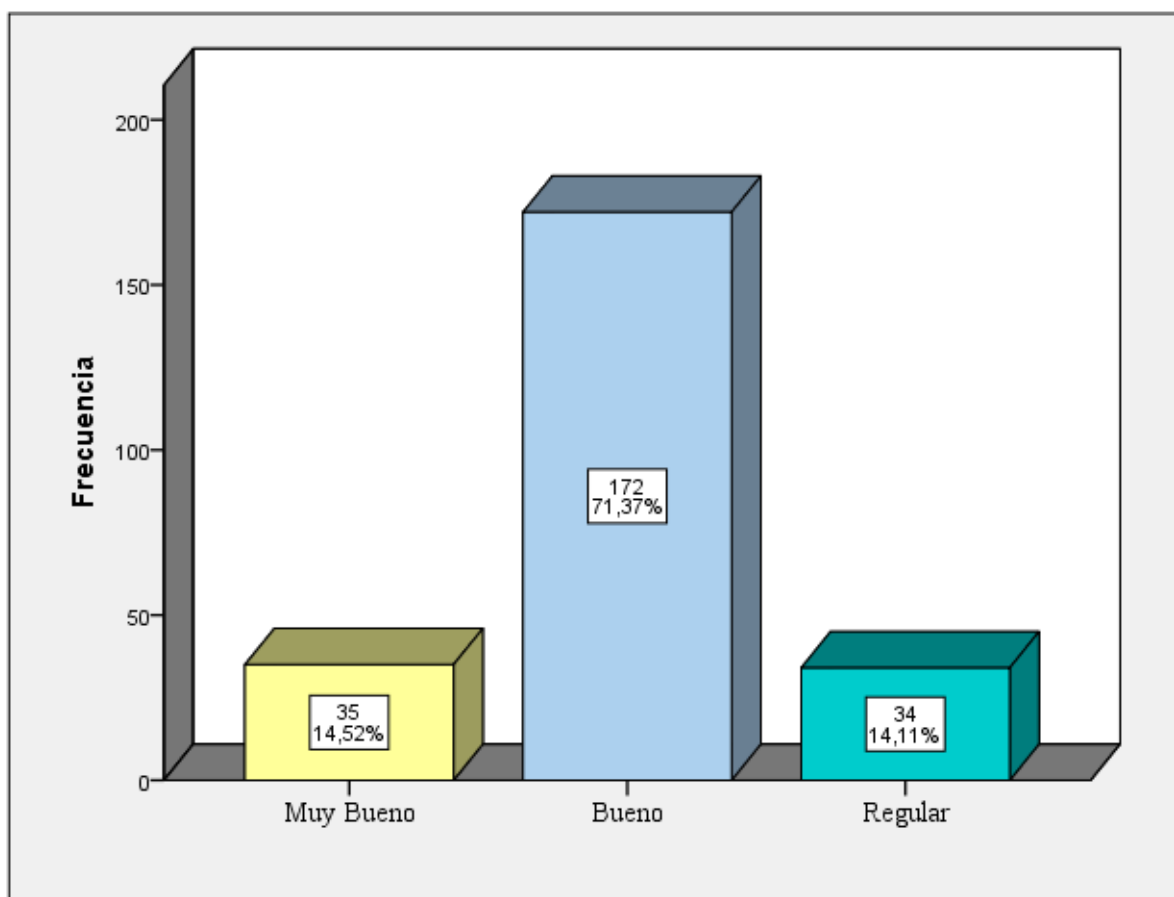


Gráfico 10. Opinión sobre el tiempo que duro el recorrido por el Museo de Historia Natural

Tabla 13 y Gráfico 10

Opinión sobre el tiempo que duro el recorrido por el Museo de Historia Natural

De las 380 personas encuestadas 241 se consideran como Válidos para responder a esta pregunta de los cuales 35 personas opinaron que el tiempo que duro el recorrido fue Muy bueno equivalente a un 14,52%, y 172 personas indican que fue Bueno siendo el porcentaje mayor con un 45,3% del total y un 14,11% indican que les pareció Regular el tiempo que duro el recorrido por que consideraron que se demoró mucho o que falto tiempo en algunas áreas el tiempo que se cree adecuado para el recorrido es de 3 horas por que en cada área se demora entre 20-25 minutos y 5 a 10 min en el traslado de un área a otra de los alumnos, pero se ve influenciado por la cantidad de grupos y alumnos que hay para el guiado.

Interpretación

Del 63,4% de encuestados válidos, indican que el tiempo que duro todo el recorrido por el Museo les pareció Bueno teniendo un mayor porcentaje en respuesta con el 45%, cabe señalar que el tiempo estándar en el guiado por todo el Museo es de 20 minutos en cada área y 10 minutos en el traslado de un área a otra haciendo un total de 3 horas de recorrido con el guiado correspondiente.

Lo que se quiere lograr con un sistema de gestión en el proceso de es pasar de tener una opinión Buena a una Muy buena mejorando el tiempo que es de 10 minutos de traslado a un menor tiempo, puede ser de 5 minutos que vendría a ser el ideal por estar las áreas juntas una con otra reduciendo así el tiempo que permanecen en el Museo

Tabla 14. Opinión sobre la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bueno	96	25,3	39,8
	Bueno	134	35,3	55,6
	Regular	11	2,9	4,6
	Malo	0	0	0
	Muy Malo	0	0	0
	Total	241	63,4	100,0
Perdidos	Sistema	139	36,6	
Total		380	100,0	

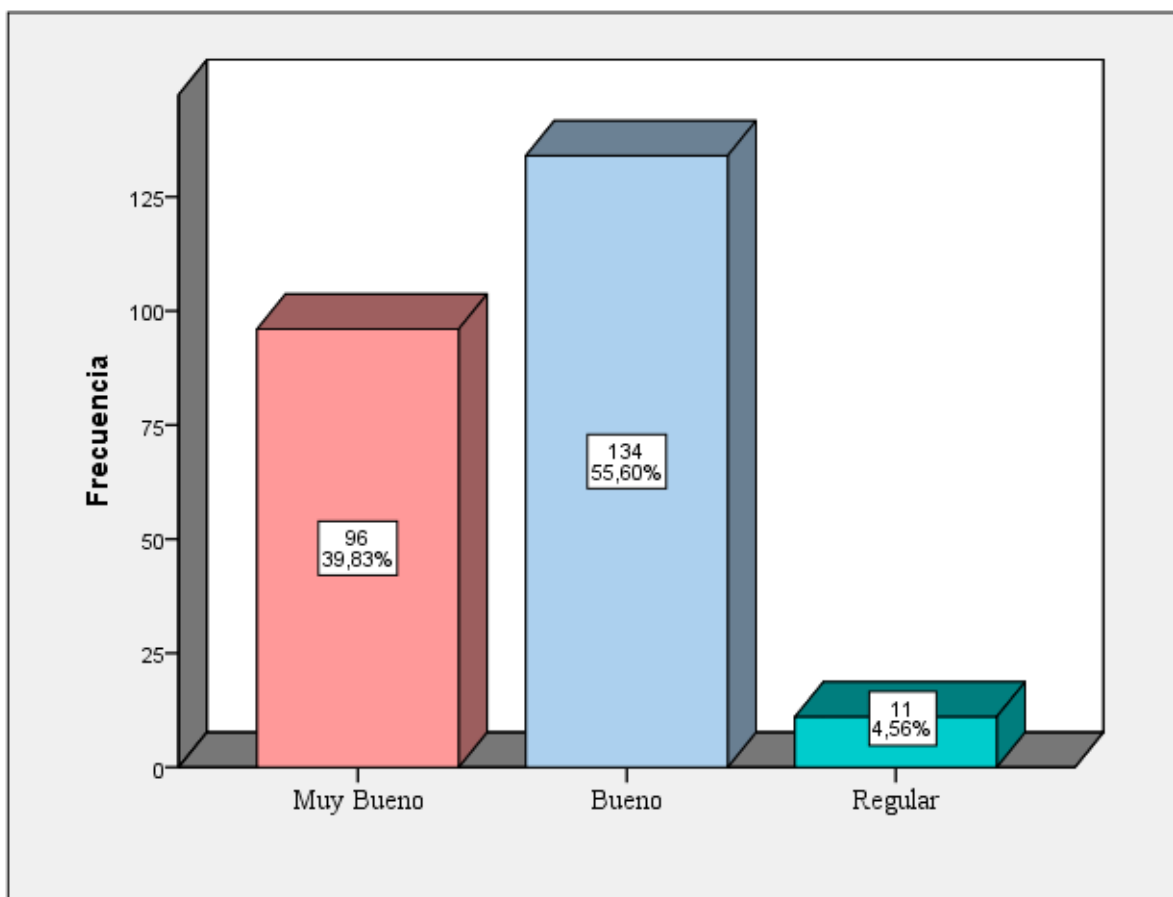


Gráfico 11. Opinión sobre la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones

Tabla 14 y gráfico 11

Opinión sobre la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones

De los encuestados validos que son 241 personas indican que la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones es Bueno con un 35,3% que es equivalente a 134 personas encuestadas, solo un 25,3% indican que es Muy Bueno y también se tiene un 2,9% que indican que es Regular la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Interpretación

Se observa que casi el 60% tiene una opinión buena acerca de la limpieza y el mantenimiento que se tiene en el Museo, pero esto se debe gracias al apoyo del Personal de Servicios que es brindado por la Universidad y también se cuenta con un Asistente Técnico que se encarga de la conservación y el Mantenimiento tanto de Investigación como de Colección que se encuentra en exhibición del Museo lo que nos permite lograr estos resultados de satisfacción del Público visitante.

Tabla 15. Opinión sobre el precio que se paga por el servicio recibido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bueno	32	8,4	13,3
	Bueno	172	45,3	71,4
	Regular	34	8,9	14,1
	Malo	3	,8	1,2
	Muy Malo	0	0	0
	Total	241	63,4	100,0
Perdidos	Sistema	139	36,6	
Total		380	100,0	

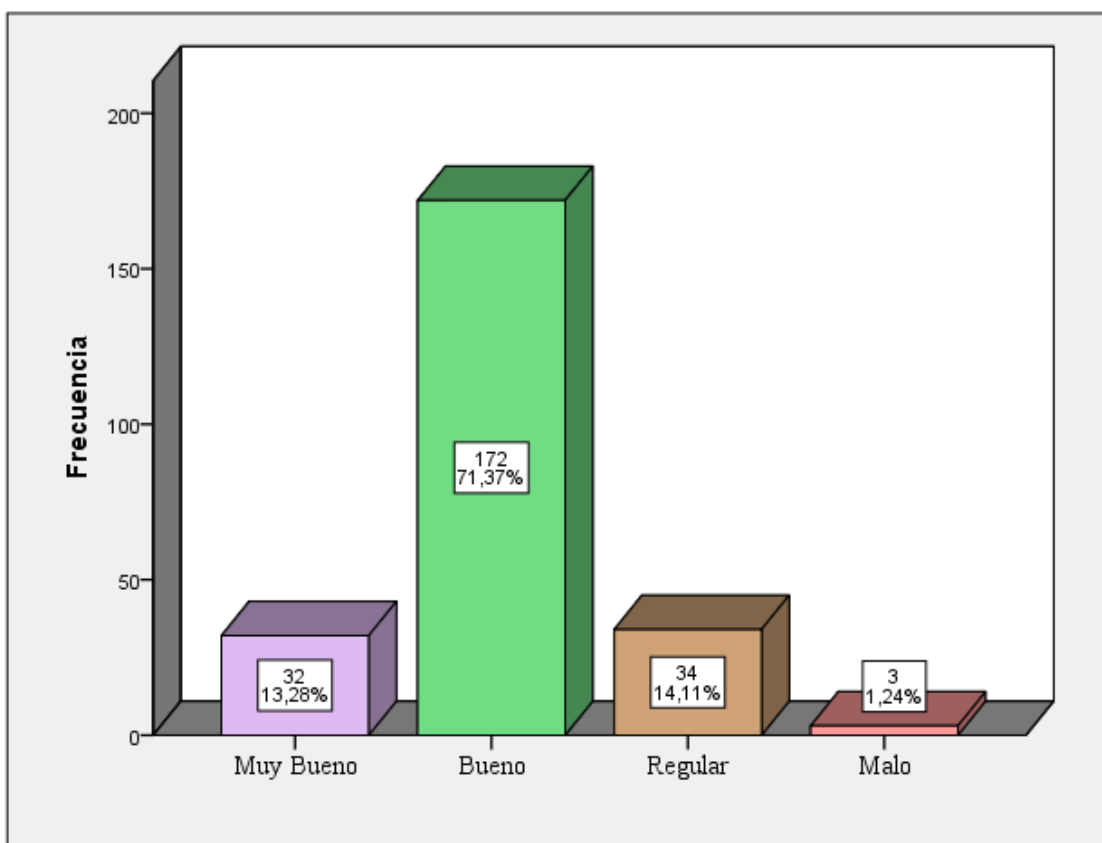


Gráfico 12. Opinión sobre el precio que se paga por el servicio recibido

Tabla 15 y Gráfico 12

Opinión sobre el precio que se paga por el servicio recibido

De los encuestados validos que son 241 personas se tiene que el 0,8% que equivale a 3 personas indican que es Malo el precio el cual pagaron por el servicio recibido, el 8,9% indica que es Regular, sin embargo el mayor porcentaje de los encuestados que es 45,3% nos dicen que es Bueno y un 8,4% indican que es Muy Bueno el precio que pagaron por los servicios que se les brindaron en el Museo “Vera Alleman Haeghebaert”

Interpretación:

Del 63,4% de encuestados válidos, el 54% nos indican que el precio que se paga por la visita y el guiado en el recorrido por el Museo es Bueno y Muy Bueno y solo un 9% de los encuestados señalo que el precio es Regular lo cual indica que tiene un precio acorde al servicio que se viene ofreciendo. El precio que se tiene para el ingreso al

Museo es de 8 soles para Adultos, 6 soles para Niños solo pagan mayores de 4 años y adulto mayor de 60 años paga 6 soles y el guiado tiene un valor de 3 soles por persona.

Tabla 16. Opinión sobre el guiado por el servicio recibido en el Museo de Historia Natural

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bueno	65	17,1	27,0
	Bueno	159	41,8	66,0
	Regular	17	4,5	7,1
	Malo	0	0	0
	Muy Malo	0	0	0
	Total	241	63,4	100,0
Perdidos	Sistema	139	36,6	
Total		380	100,0	

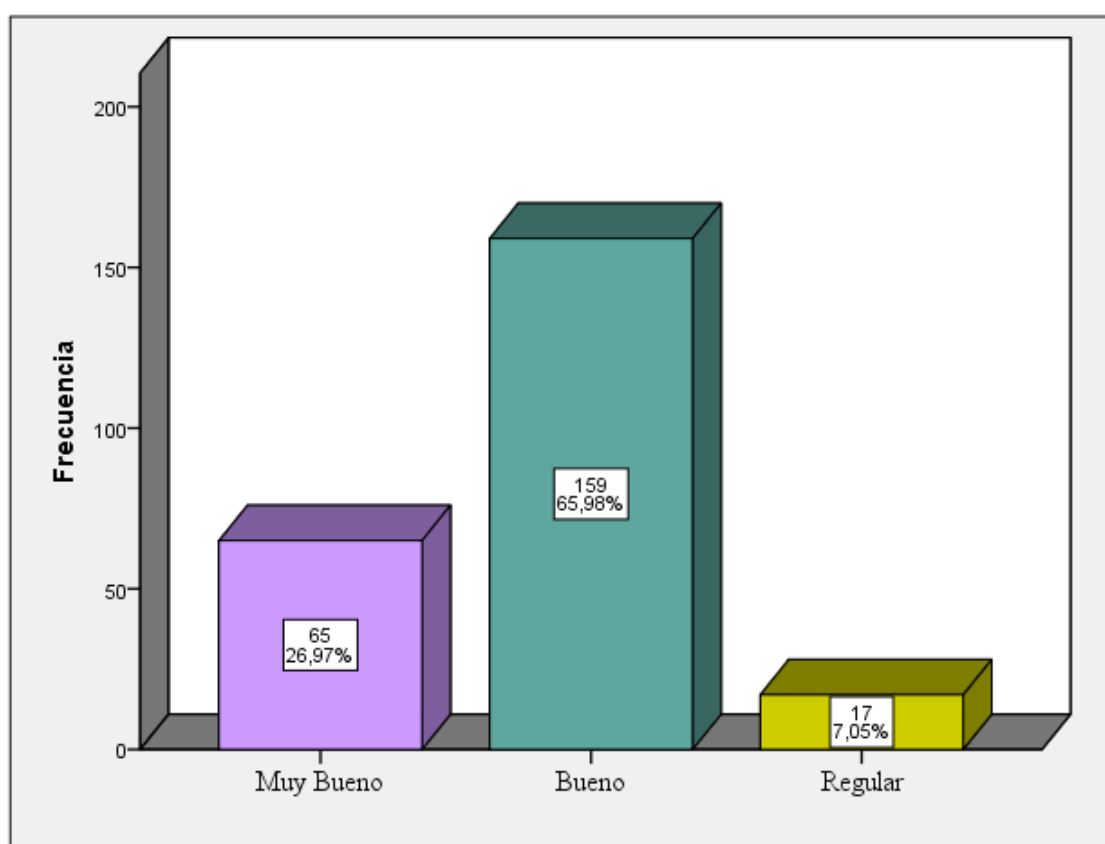


Gráfico 13. Opinión sobre el guiado por el servicio recibido en el Museo de Historia Natural

Tabla 16 y Gráfico 13**Opinión sobre el guiado por el servicio recibido en el Museo de Historia Natural**

De los encuestados validos que son 241 personas que equivalen a un 63,4%, se obtuvo que el 4,5% les pareció un guiado Regular, pero el mayor porcentaje es de 41,8% indican que es Bueno el guiado y el 17,1% nos dicen que fue Muy Bueno, pero según Likert nuestros intervalos se completan con Malo y Muy Malo que en este casi tiene un porcentaje de 0 % en ambos casos lo que es satisfactorio para nosotros porque se tiene la aprobación en cuanto al guiado que reciben

Interpretación

Se concluye que el guiado recibido es satisfactorio para nuestros visitantes porque un 42% indica que es Bueno por ser realizado por jóvenes estudiantes y egresados de la Facultad de Biología que ingresaron al Museo como colaboradores y brindan un adecuado guiado con explicaciones didácticas de acuerdo a la edad de los alumnos que nos visitan, cabe mencionar que estos guías que se encuentran a disposición del Museo son estudiantes de la Universidad Ricardo Palma y alumnos de otras universidades como la Universidad Federico Villareal y la PUCP, un porcentaje del 17% comenta que el guiado recibido es Muy Bueno por lo que se van sumamente contentos con lo aprendido y con un resultado de satisfacción de nuestro público que recibieron de manera didáctica, buena e interesante por parte de los colaboradores

Tabla 17. Opinión del grado de Satisfacción con el servicio recibido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bueno	63	16,6	26,1
	Bueno	166	43,7	68,9
	Regular	12	3,2	100,0
	Malo	0	0	
	Muy Malo	0	0	
	Total	241	63,4	100,0
Perdidos	Sistema	139	36,6	
Total	380	100,0		

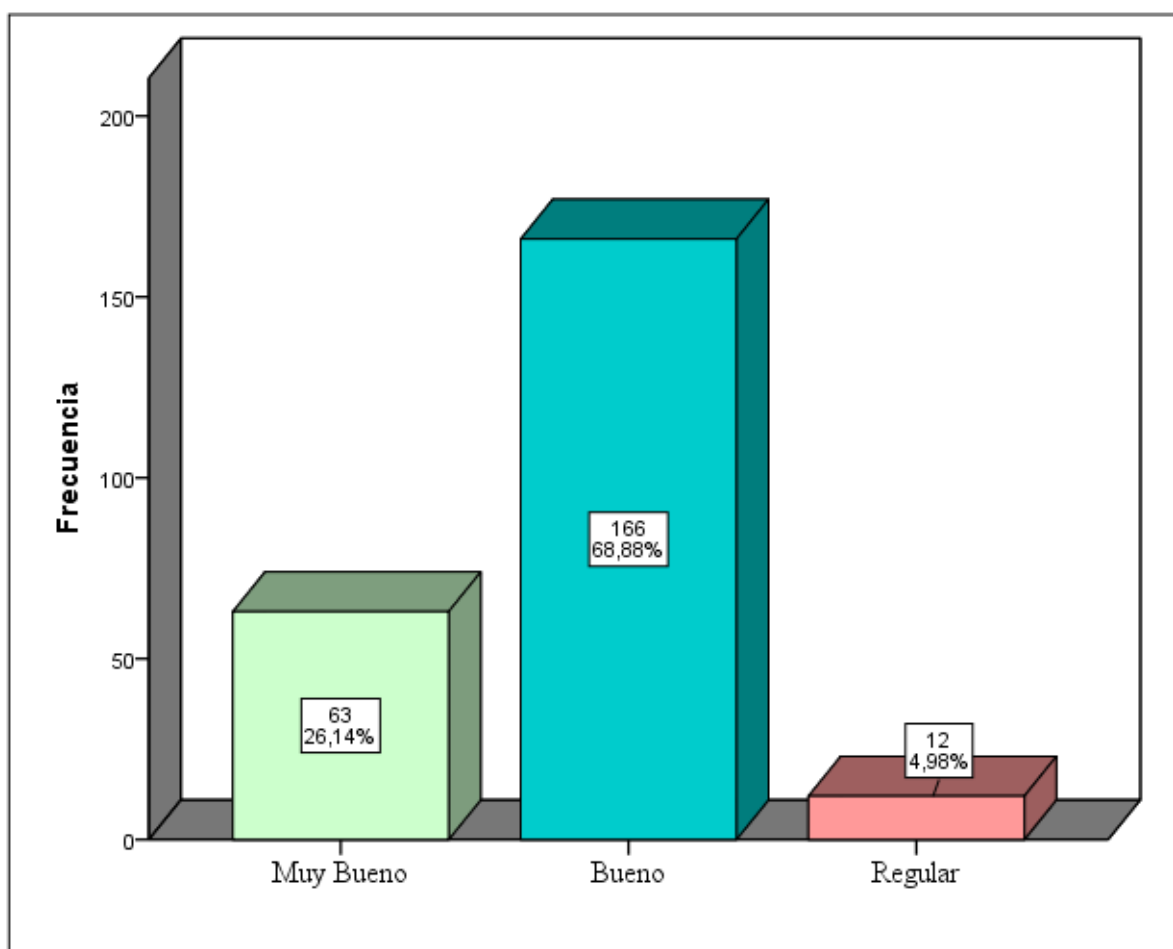


Gráfico 14. Opinión del grado de Satisfacción con el servicio recibido

Tabla 17 y Gráfico 14

Opinión del grado de Satisfacción con el servicio recibido

De los encuestados validos que son 241 personas que equivalen a un 63,4%, se obtuvo que el 3,2% opinan que el grado de satisfacción fue Regular, el 43,7% opinan que fue Bueno y un 16,6% nos dicen que es Muy Bueno el grado de satisfacción que tienen después de haber recibido los servicios del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Interpretación

Se concluye que el Grado de satisfacción del público que visito el Museo de Historia Natural indica que es Bueno con un porcentaje del 44% y Muy bueno con un 17% lo cual demuestra que se viene ofreciendo un buen servicio en los diversos ámbitos, pero lo que se quiere lograr con el sistema de gestión en la optimización de los servicios que se ofrecen obteniendo un resultado Muy bueno en el grado de satisfacción de los visitantes

Tabla 18. Opinión sobre si Considera el Museo Completo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	183	48,2	75,9
	No	58	15,3	100,0
	Total	241	63,4	100,0
Perdidos	Sistema	139	36,6	
Total		380	100,0	

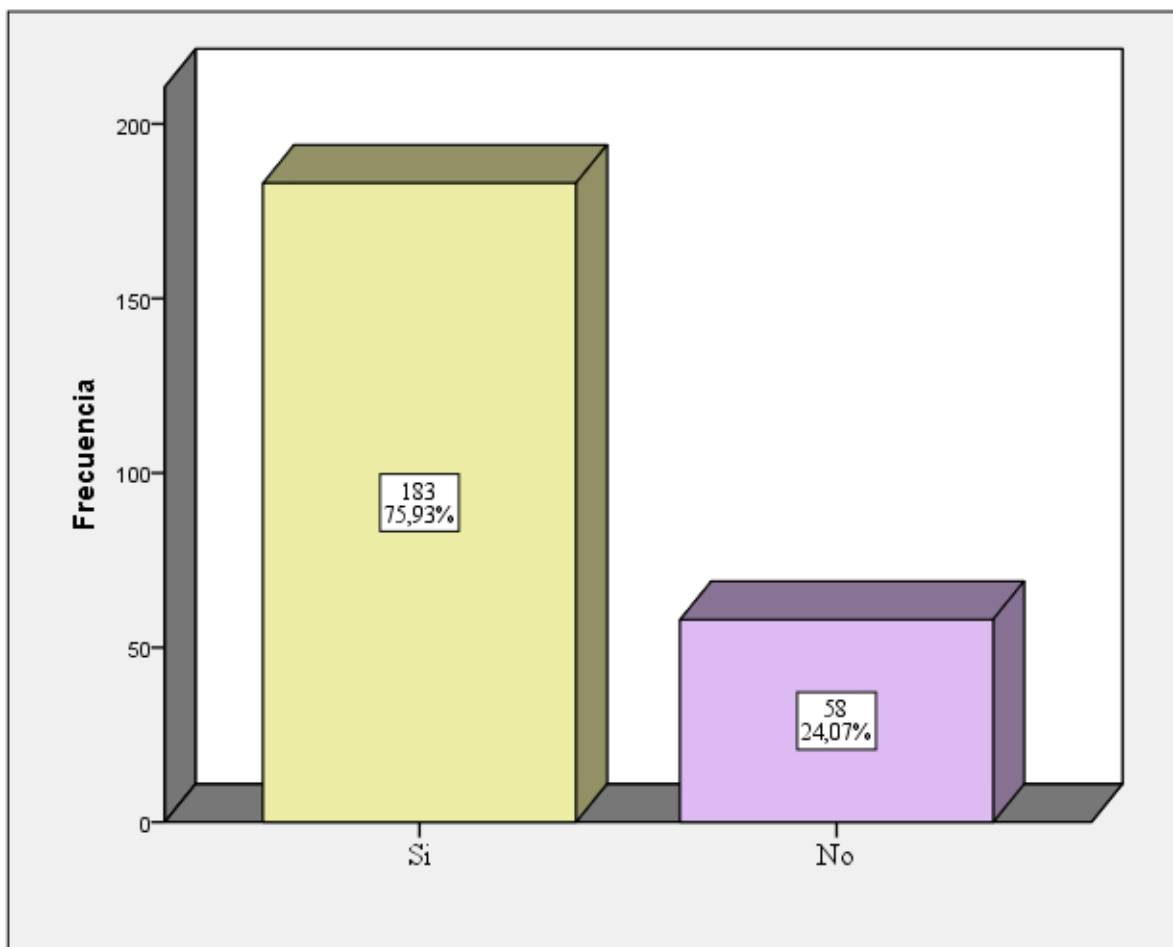


Gráfico 15. Opinión sobre si Considera el Museo Completo

Tabla 18 y Gráfico 15

Opinión sobre si considera el Museo Completo

De los encuestados validos que son 241 personas que equivalen a un 63,4%, se obtuvo que 183 personas encuestadas que es el 48,2% del total indican que Si lo consideran un museo completo y un 15,3% nos dicen que No lo consideran como un Museo Completo que tiene muchas cosas que mejorar, tales como Espacio, iluminaciones, mayor variedad de muestras.

Interpretación

Al realizar esta interrogante sobre si consideraba al museo completo se buscaba comprobar que se viene realizando un buen trabajo por qué parte de si lo considera o no

completo es el grado de satisfacción que recibe a cambio el público que viene a realizar una visita en cualquier actividad que se desarrolla dentro del Museo de Historia Natural y como resultado se observa que el 48% de los encuestados validos opinan que sí y solo el 15% opina lo contrario lo que también demuestra que necesita mejorar para alcanzar el 100% de aprobación

Tabla 19. Opinión del Personal y colaboradores sobre si se siente conforme con el trabajo que realiza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	9	75,0	75,0	75,0
Válidos No	3	25,0	25,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

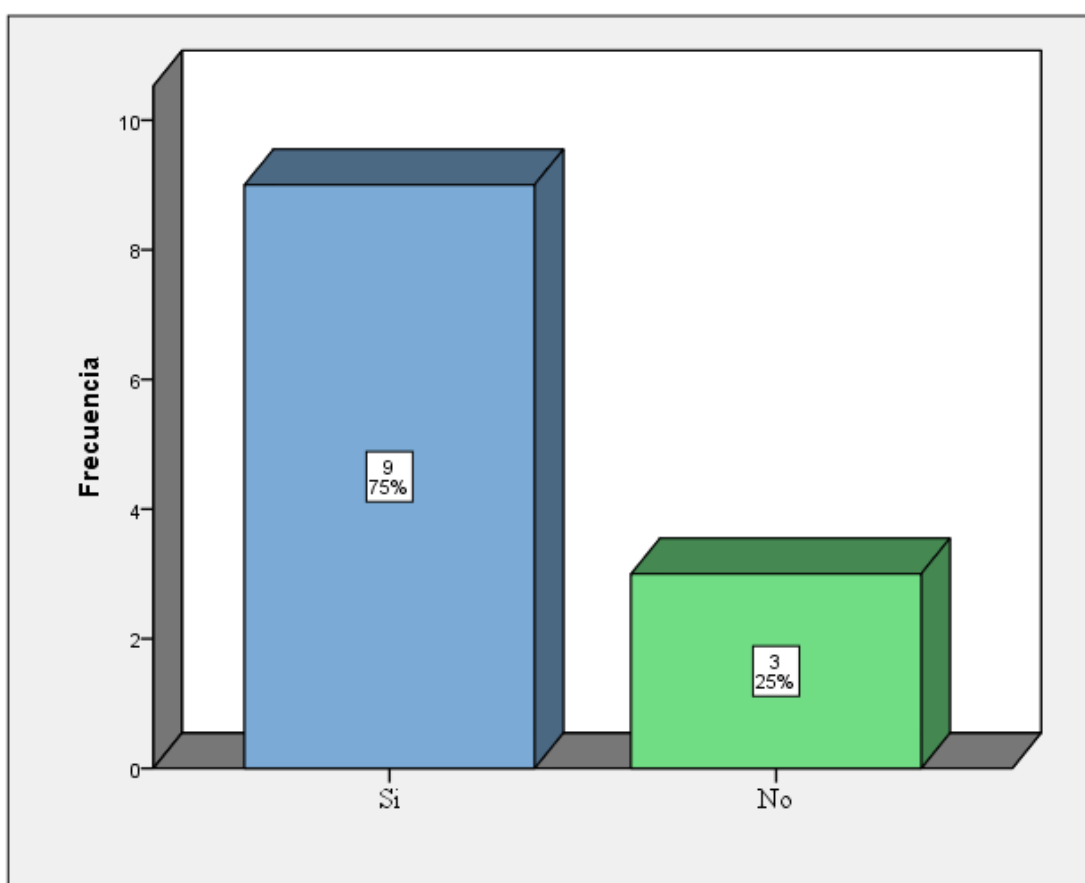


Gráfico 16. Opinión del Personal y colaboradores sobre si se siente conforme con el trabajo que realiza

Tabla 19 y Gráfico 16

Opinión del Personal sobre si se siente conforme con el trabajo que realiza

De la encuesta que se realizó al personal y colaboradores del museo que vienen hacer los guías se tiene que 9 de ellos que equivale a un 75,0% Si se siente conforme con el trabajo que viene realizando, sin embargo un 25,0% que son 3 personas indican que No se sienten conformes con el trabajo que se viene realizando en el Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Interpretación

La parte del Personal es una de las partes más importante de toda organización, como se observa en los resultados el 75% indica que se siente a gusto con lo que viene desempeñando y apoyando en el museo, pero de igual forma se observa que el 25% no se encuentra conforme con el trabajo que se realiza por que según indican ellos se debe mejorar e innovar las actividades periódicamente, también que ellos no se sienten a gusto porque les gustaría tener objetivos a largo plazo por el cual todos se sigan esforzando para alcanzarlo y mejorar como museo siendo reconocidos a nivel nacional

Tabla 20. Opinión del Personal y colaboradores sobre el servicio que brindan a visitantes

Crees que las personas que visitan el Museo quedan satisfechas con el Servicio que se brinda				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	10	83,3	83,3	83,3
No	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

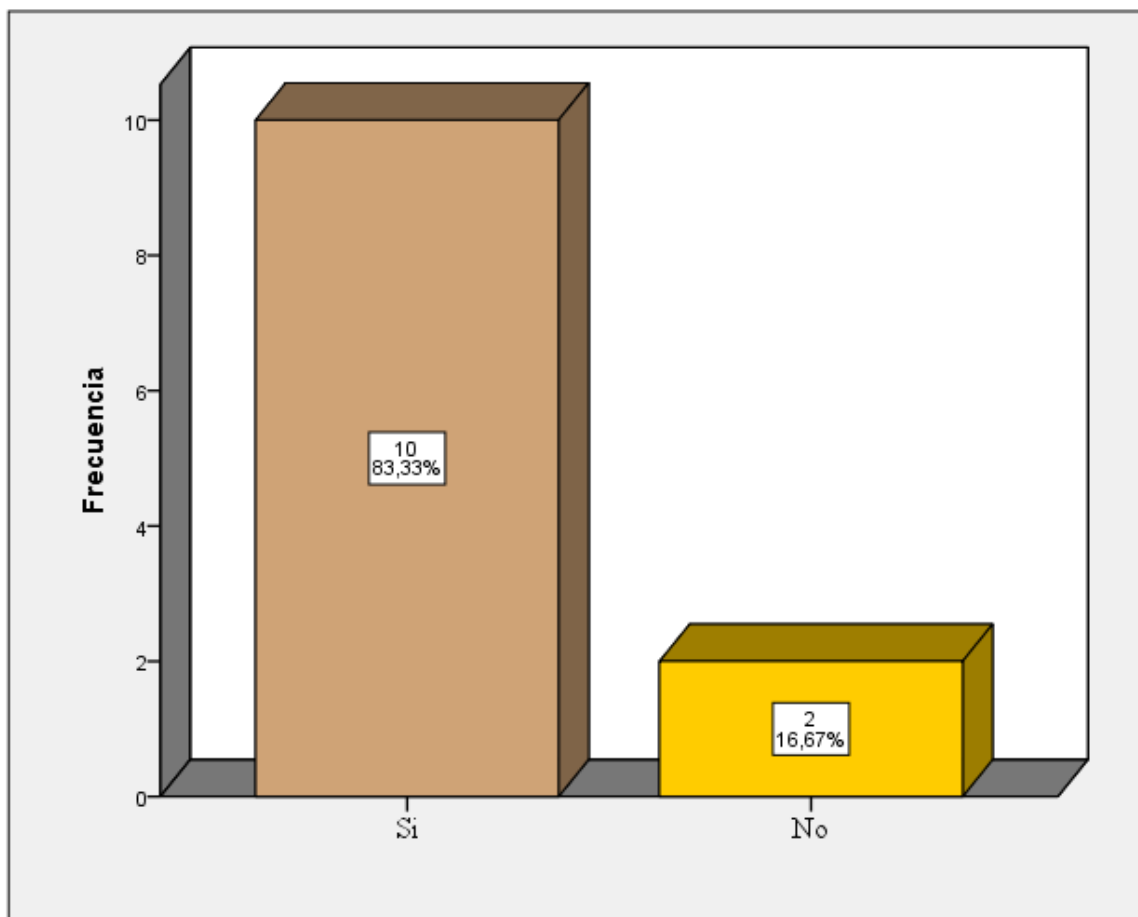


Gráfico 177. Opinión del Personal y colaboradores sobre el servicio que brindan a visitantes

Tabla 20 y Gráfico 17

Opinión del Personal y colaboradores sobre el servicio que brindan a visitantes

De la encuesta que se realizó al personal y colaboradores se tiene que el 83,3% que equivalen a 10 de los encuestados consideran que Si quedan satisfechas las personas que visitan el Museo y el 16,7% indican que No creen que quedan satisfechas con el servicios que se brindan porque se vuelve repetitivo lo que se ofrece y se debe de mejorar e innovar con las muestras y otras cosas en el servicio

Interpretación:

Se obtuvo la conclusión que el personal considera que Si, las personas que visitan el Museo quedan satisfechas con el servicio por ser buenos en explicación, atención, calidad de servicio que se brinda, pero un 17% opina lo contrario, indican que quedan satisfechas

por el momento porque una vez que se vuelva frecuente su visita como en algunos casos se cansen por que no se ofrece algo nuevo, que no existe mucha variedad de cambio que se vuelve algo repetitivo lo que ellos consideran que se debe mejorar

Tabla 21. Opinión del Personal y colaboradores sobre si conoce la Visión y Misión que tiene la Organización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	11	91,7	91,7	91,7
Válidos No	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

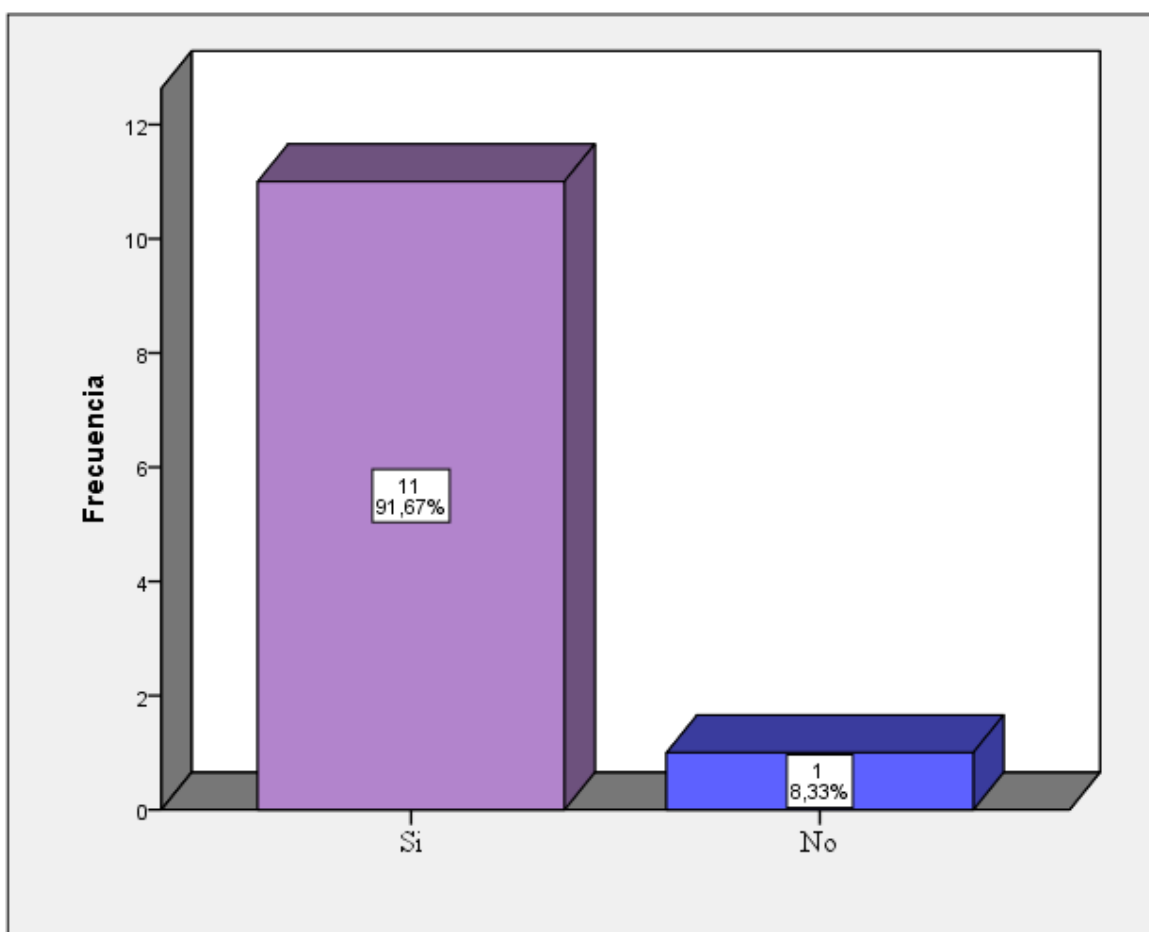


Gráfico 18. Opinión del Personal y colaboradores sobre si conoce la Visión y Misión que tiene la Organización

Tabla 21 y Gráfico 18

Opinión del Personal y colaboradores sobre si conoce la Visión y la Misión que tiene la Organización

De la encuesta que se realizó al personal y colaboradores del museo que vienen hacer los guías se tiene que 11 de ellos que equivale a un 91,7% Si conoce la Visión Y misión que se tiene en la Organización y solo el 8,3% de los encuestados brindo una respuesta negativa que no conocía la Visión y Misión

Interpretación

Se puede observar que la mayoría del personal y colaboradores con un 92% si tiene conocimiento que existe una Visión y una misión que tiene la organización el cual fue plasmado en la entrada del Museo como se observa en el siguiente grafico pero solo 1 persona encuestada indico que no conocía la visión y la misión que se tiene por lo que esto demuestra que si se puede tener un conocimiento que existe pero no se tiene un control para saber si se está aplicando o desarrollando de manera adecuada para alcanzar nuestra Visión.



Fuente: Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

Tabla 22. Opinión del Personal y colaboradores sobre si Conoce si existe un manual de Procesos y procedimientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	16,7	16,7	16,7
Válidos No	10	83,3	83,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

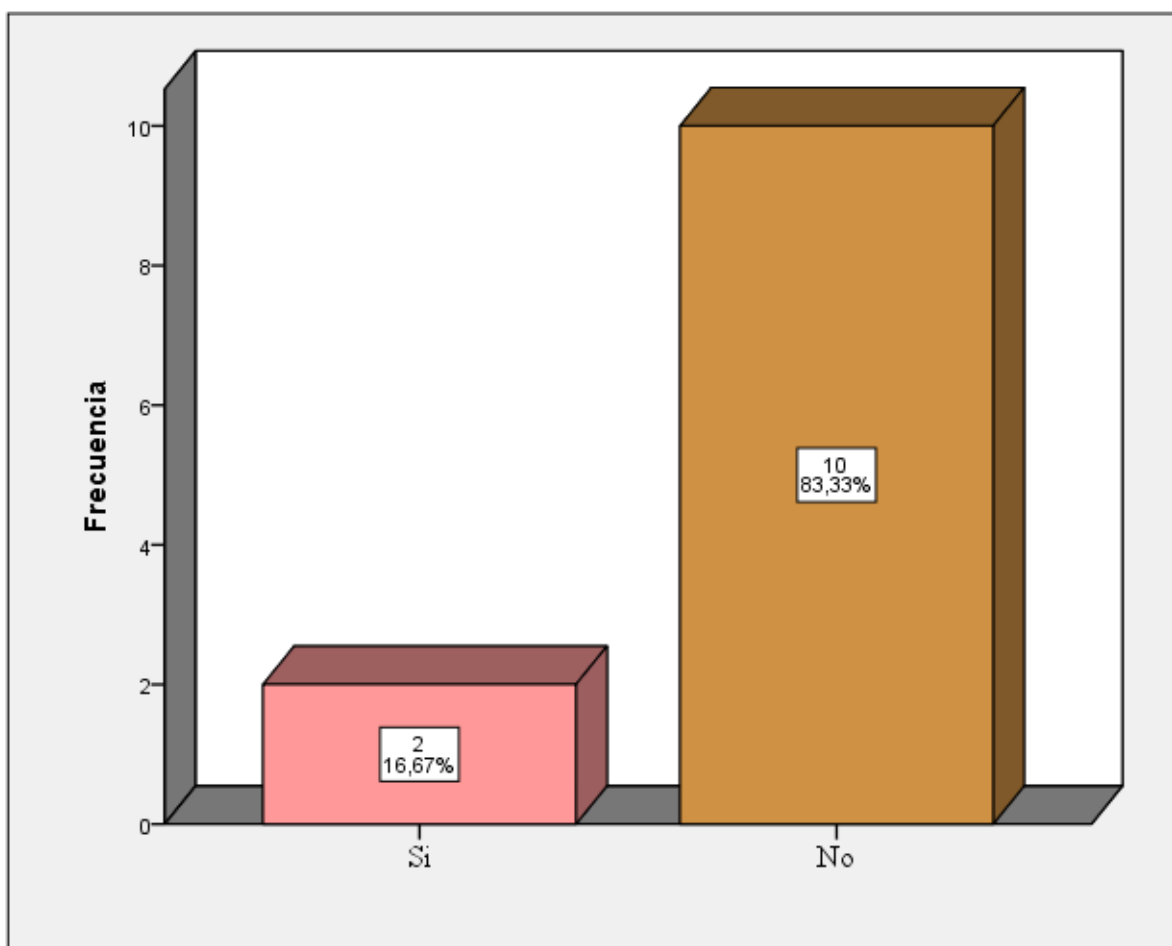


Gráfico 19. Opinión del Personal y colaboradores sobre si Conoce si existe un manual de Procesos y procedimientos

Tabla 22 y Gráfico 19**Opinión del Personal y colaboradores sobre su conocimiento del manual de Procesos y procedimientos**

De los encuestados el 16,7% indica que Si conoce y sabe que existe esta manual pero como Reglamento del museo y el mayor porcentaje es de 83,3% que equivale a 10 personas los cuales indican que No tienen conocimiento de un Manual de Funciones el cual se viene aplicando o se aplique en el día a día de las actividades

Interpretación

Se concluye que el 83% no conoce si existe un MOF (Manual de Organización y Funciones) el cual se esté aplicando o se tiene que aplicar, pero un 17% si indica saber que existe un Reglamento de Organización y Funciones que fue actualizado y modificado por aprobación del Consejo Universitario el 20 de Diciembre del 2017 pero lamentablemente no se llega a cumplir como debe de ser para mejora de las actividades o procesos que se desarrollan en el Museo, lo que demuestra por qué existen demoras en los procesos administrativos, gran parte de responsabilidad es que no existe una Secretaria fija para los trámites administrativos pues solo se cuenta con el asistente técnico como único Personal contratado que viene realizando todas las tareas encomendadas por la dirección

Tabla 23. Opinión del Personal y colaboradores sobre Su área de preferencia para Guiados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Paleontología	2	16,7	16,7	16,7
Ecología	3	25,0	25,0	41,7
Zoología	4	33,3	33,3	75,0
Válidos Botánica	1	8,3	8,3	83,3
Osteología	2	16,7	16,7	100,0
Microbiología	0	0	0	
Total	12	100,0	100,0	

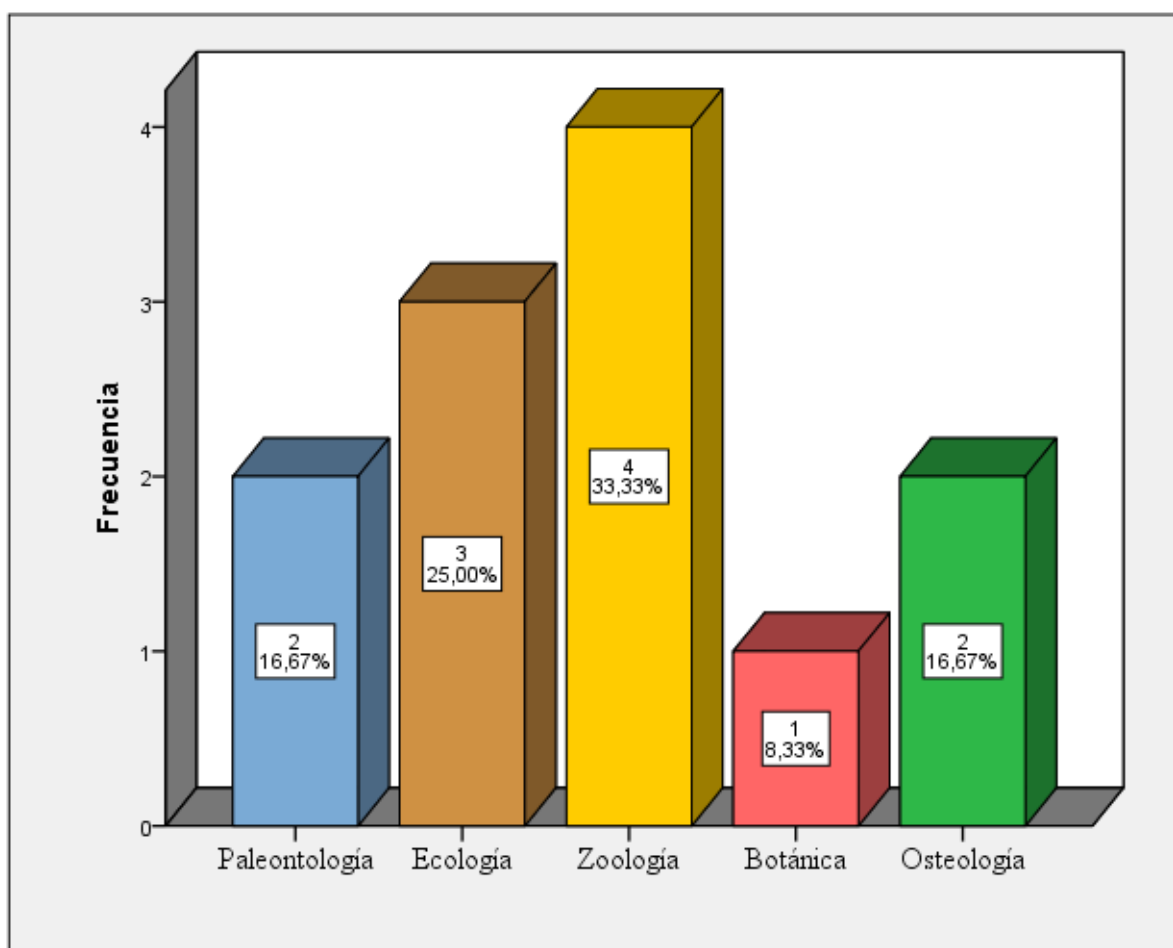


Gráfico 20. Opinión del Personal y colaboradores sobre Su área de preferencia para Guiados

Tabla 23 y Gráfico 20

Opinión del Personal y colaboradores sobre su área de preferencia para guiados

De la encuesta que se realizó al personal y colaboradores se tiene que 4 de ellos que equivale a un 33,3% prefieren el área de Zoología, 2 de ellos indican que prefieren el área de Paleontología, 3 encuestados que son el 25% indica que prefieren el área de Ecología y 2 de ellos prefieren el área de Osteología el cual se representa por un 16,7% del total de los encuestados

Interpretación

Se concluye que los colaboradores que se tienen en el Museo son alumnos y egresados de la Facultad de Biología que ingresaron como apoyo para las diversas áreas y que se encuentran dando guiado por ser áreas de su preferencia al cual les gustaría especializarse, muchos de ellos dominan hasta más de 1 área para que puedan realizar el guiado lo cual es muy bueno ya que para ellos también se símbolo de seguir aprendiendo unos de otros

Tabla 24. Opinión del Personal y colaboradores sobre el Clima laboral que se tiene en la Organización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	3	25,0	25,0	25,0
Bueno	4	33,3	33,3	58,3
Regular	4	33,3	33,3	91,7
Malo	1	8,3	8,3	100,0
Muy Malo	0	0	0	
Total	12	100,0	100,0	

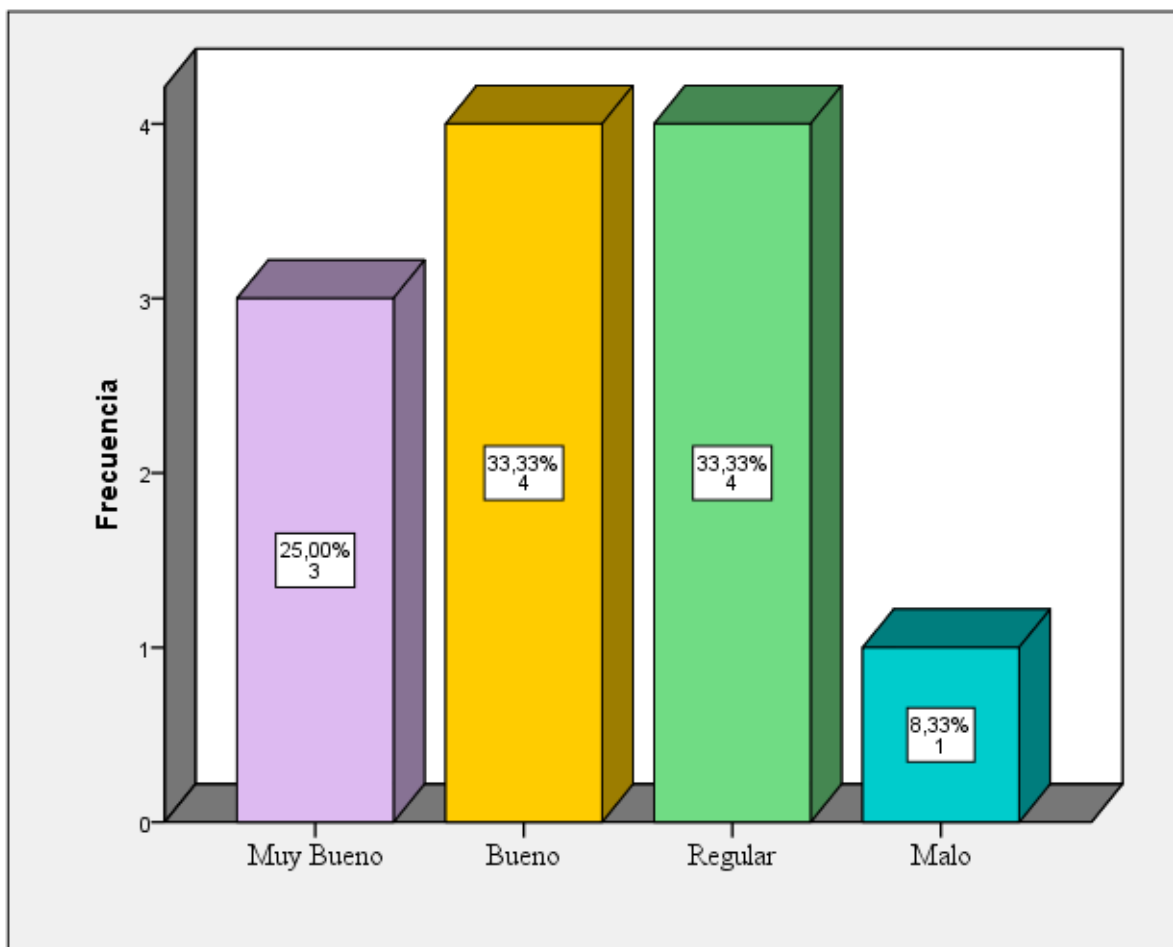


Gráfico 21. Opinión del Personal y colaboradores sobre el Clima laboral que se tiene en la Organización

Tabla 24 y Gráfico 21

Opinión del Personal y colaboradores sobre el clima Laboral que se tiene

De los 12 encuestados 7 opinan que el clima laboral es Muy Bueno y Bueno frente a 5 colaboradores que opina que es de Regular a mala, por lo que el 58,3% se siente satisfecha, frente a un 41,6% de insatisfacción por parte del personal.

Interpretación

Se puede concluir que existe un porcentaje de 58% que indica que es Muy Bueno y Bueno el clima laboral con el que se trabaja en el Museo pero un 41% señala que ahora el Clima laboral se convirtió En Regular a malo por temas que ya no se sienten a gusto con el

ambiente en que se viene trabajando, esto puede ser debido a que existieron desacuerdos que no se corrigieron en su momento que no tienen una retribución ni reconocimiento adecuado a todo el esfuerzo y apoyo que realizan al museo sin mucho a cambio .Lo que se puede corregir con una mayor comunicación, Compartir, reuniones de intercambio de ideas de tal manera hacer sentirlos escuchados, volver a crear el ambiente de confianza entre todos para así poder pasar del Regular a Muy bueno en el clima laboral de la organización

Tabla 25. Opinión del Personal y colaboradores sobre La infraestructura del Museo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	0	0	0	0
Bueno	5	41,7	41,7	41,7
Regular	7	58,3	58,3	100,0
Malo	0	0	0	
Muy Malo	0	0	0	
Total	12	100,0	100,0	

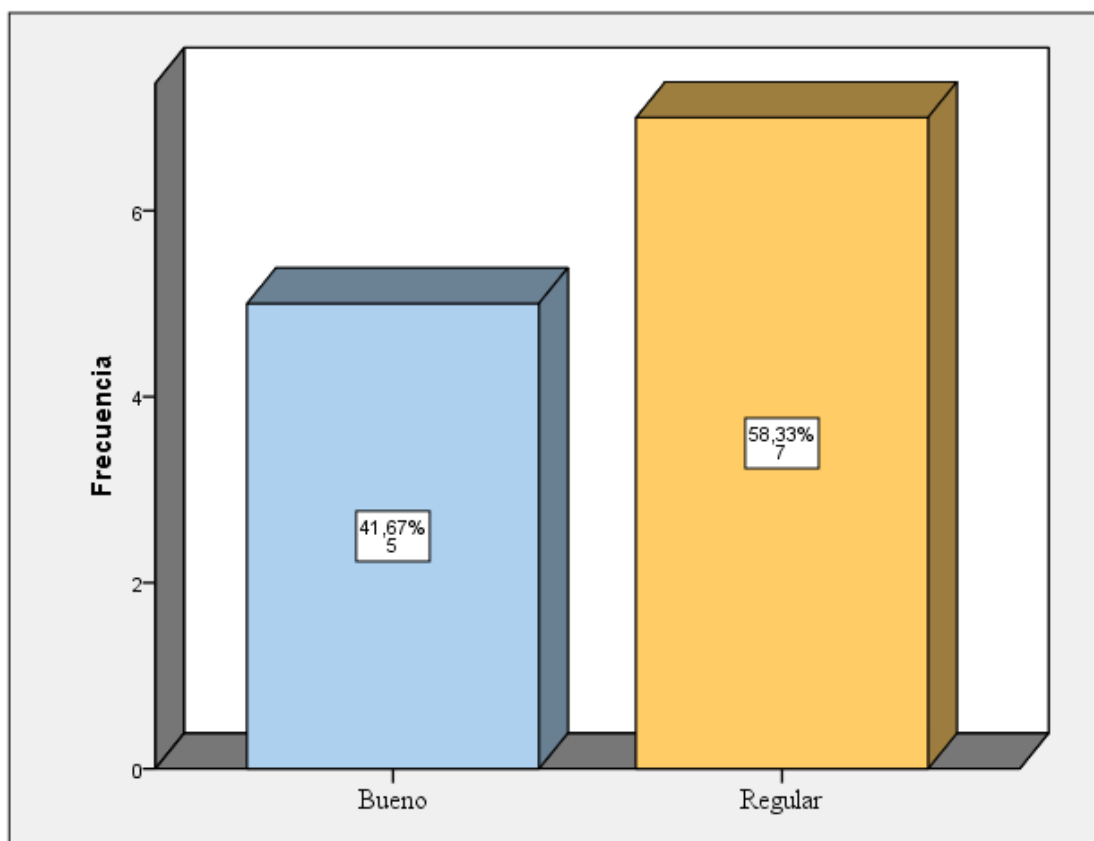


Gráfico 22. Opinión del Personal y colaboradores sobre La infraestructura del Museo

Tabla 25 y Gráfico 22**Opinión del Personal y colaboradores sobre la Infraestructura del Museo**

De los encuestados validos que son 12 personas se obtuvo que el 41,7% opina que es Bueno y un 58,3% que representa a 7 de ellos indican que les parece Regular por lo que se debe mejorar.

Interpretación

Se puede observar que un 58% indica que les parece Regular la infraestructura lo cual nos muestra que se debe corregir la parte de distribución de algunas muestras, mejorar con estas la iluminación de colecciones para una mejor visualización de las colecciones y pasar al Muy Bueno

Tabla 26. Considera que el Personal cumple con las tareas encomendadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	0	0	0	0
Casi Siempre	1	8,3	8,3	100,0
A veces	11	91,7	100,0	
Casi Nunca	0	0	0	
Nunca	0	0	0	
Total	12	100,0	100,0	

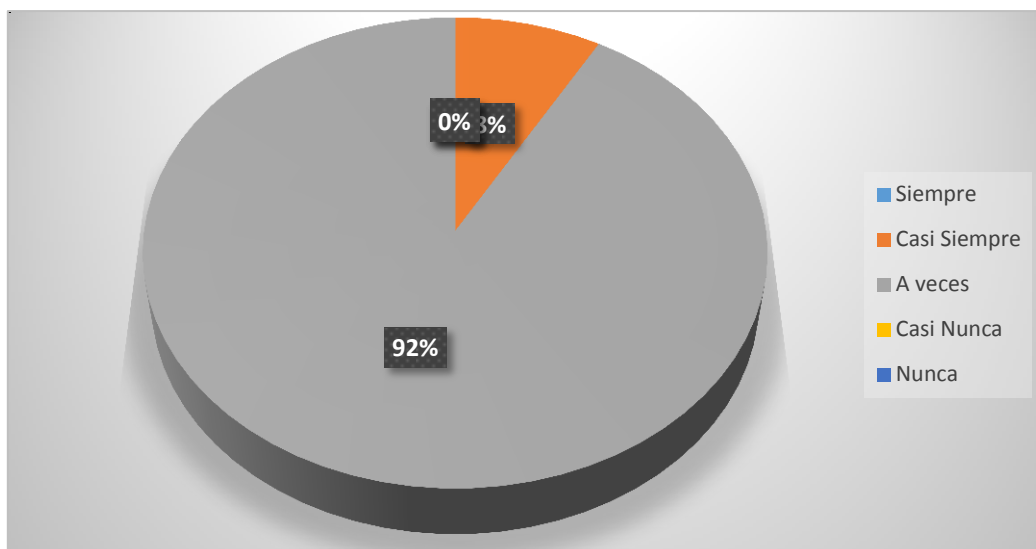


Gráfico 23. Considera que el Personal cumple con las tareas encomendadas

Tabla 26 y Gráfico 23

Opinión de la Personal y los colaboradores sobre si considera que el personal cumple con las tareas encomendadas

De los encuestados se puede observar que el 91,7% que es la mayoría indica que el Personal cumple A veces con las funciones que la Directora le encomienda y solo el 8,3% indica que Casi Siempre cumple con sus tareas

Interpretación:

Se puede concluir que con el 92% que A veces cumple con las funciones encomendadas, cabe señalar que dentro del Museo solo se considera a 1 persona como Personal contratado por el área de personal de la universidad quien está encargado de todas las tareas, siendo su labor sólo el de Asistente Técnico encargado de la conservación y mantenimiento de las investigaciones y colecciones que se tienen en el Museo como principal función es por eso que se señala la falta de personal como secretaria para que se encargue de la parte administrativa que pueda ver la parte de documentos, cartas, oficios entre otros

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

1.1.- Se puede concluir que la incidencia de aplicación de un Sistema de Gestión en la optimización de los Servicios tiene un cambio positivo en la gestión de procesos administrativos por que se realizaran mejoras en el tiempo, toma de decisiones, se debe mejorar el clima organizacional que se tiene ahora en la organización por que como vimos en los cuadros se encontró un porcentaje de insatisfacción por parte de los colaboradores

1.2.- Se concluye que la falta de personal en el área de administración de la organización es insuficiente porque no siempre llega a cumplir con las responsabilidades encomendadas por la Dirección y esto es una manera de demostrar del porque no existe una adecuada gestión para el caso de cumplimiento de tareas, puesto que una sola persona que es el Asistente técnico, no puede abarcar muchas responsabilidades que estén fuera de su alcance

1.3.- Se pudo observar que tanto el público visitante tanto de colegios como de la universidad se sintieron satisfechos con las condiciones de infraestructura, limpieza, precio de pago para el recorrido lo cual debe seguir en una mejora constante para mejorar los resultados

1.4.- Se demuestra que el guiado que reciben en los diversos servicios como talleres, recorrido para colegios, exposiciones y otras cumplen con las expectativas del público

indicando en un 42% que el guiado es Bueno, pero no nos debemos de conformar con este resultado sino se debe seguir mejorando para pasar a Muy bueno

1.5.- El proceso de guiado tuvo un resultado de satisfacción por parte de los visitantes, pero se muestra un porcentaje pequeño de casi 5% de insatisfacción con una Opinión de Regular lo que se debe de corregir optimizando el tiempo de recorrido con un tiempo estándar de 2 horas y media por todas las áreas cumpliendo con un mayor número de satisfacción.

1.6.-Se comprobó que el Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” no es reconocido por la mayoría, en este caso un 74% por parte del Mercado Interno de la Universidad y un 61% de Colegios indicaron que no Sabía que existía un Museo de Historia Natural dentro de la Universidad que por eso no realizaban su visita, lo que nos demuestra que al Museo le falta mayor Difusión para darse conocer ante el público en general.

2. RECOMENDACIONES

Los resultados de esta investigación se presentarán en la Oficina de Dirección del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert” para que sirva como un instrumento de gestión en el proceso de mejora de la calidad de la prestación de servicios ofrecidos para el beneficio de los visitantes, por dichas consideraciones se recomienda:

1.- Se recomienda mejorar la motivación que recibe el personal y los colaboradores del Museo por que como se pudo observar un 42% de encuestados se sienten insatisfechos con el Clima Laboral, ya sea con un incentivo emotivo o monetario, generando un buen ambiente de trabajo, para que el personal se sienta identificado con la empresa y dé lo mejor de sí para beneficio personal y de la Organización sintiéndose a gusto en su área de trabajo.

2.- Para el caso de Personal se recomienda tener un apoyo fijo en la parte de Administración como una Secretaria quien pueda gestionar la agenda, atender al público y manejar información confidencial. Es la persona que se encargara de realizar tareas de asistencia administrativa en una oficina correspondiente al Museo de esta manera corregir las demoras o deficiencias de orden manejando una base de datos o un software que ayude a todo el personal con las responsabilidades y tareas propias de cada uno para mejor desarrollo de sus funciones en la Organización

3.- Realizar una comunicación más directa de la dirección, con el personal y los colaboradores como reuniones frecuentes para tener una planificación clara de lo que se hará y como llevar a cabo estos objetivos de tal manera se puedan cumplir con una optimización en los servicios que se vienen ofreciendo en el Museo de Historia Natural. Mejorar el Manual de Organización y Funciones que tiene el museo como Reglamento aprobado en el 2017, que no llega a cumplirse como debe de ser, se presenta una Propuesta de cambio en el apéndice 2

4.- Se recomienda tener capacitaciones, charlas constantes al personal, y nuevo personal que ingresa mediante las evaluaciones correspondientes. Pero por otro lado

se debe tener motivado al personal con incentivos de remuneración o de reconocimiento para que se sientan identificados con la organización obteniendo mejores resultados

5.- Se recomienda tener un mayor control en el proceso de guiado mejorando los tiempos en que se desarrollan cada recorrido de un tiempo estándar de 3 horas debe reducirse a 2 horas y media que debe ser lo adecuado para caso de evitar cansancio en los alumnos de colegio, siendo solo el tiempo de transcurrir de un área a otra área la demora el cual causa retrasos para finalizar con las exposiciones de cada área.

6.- Se recomienda mejorar e incrementar la difusión de publicidades para un mayor conocimiento del público, se debe aumentar la publicidad por redes sociales por ser el medio donde se capta mayor cantidad de público, donde se pueda ofrecer información importante para la reserva de las actividades, realizar invitaciones directas a los colegios y docentes por Correos de página web, hacer muestras gratuitas como exposiciones, talleres solo para captar personas que se encuentran en la Universidad.

3. REFERENCIAS

- Pérez, M. (2010). *Diccionario de Administración*. Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L
- Luna, A. (2016) *Plan Estratégico de Negocios*. México. Patria
- Rios, R. (2013) “*Seguimiento, Medición, Análisis y mejora en los Sistemas de Gestión*”.
- Farfán Tevés, C. (2015) *La Gestión Del Servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: Museo San Francisco De Lima*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4485/Farfán_tc.pdf?sequence=1
- García, I (2015) “*The Role of Museums in Contemporary Society: Institutional Discourse or Participatory Museum*”. Recuperado de http://simuseo.net/assets/isabelmagarciafernandez_10-09-2014_elpapeldelosemuseosenlasociedadactual_discursoinstitucionalomuseoparticipativo_complutum_26-2_39-47.pdf
- Yllia, M. (2016) *Propuesta De Plan Museológico Para La Casa Museo Ricardo Palma*. (Licenciatura) Universidad Ricardo Palma. Lima. Recuperado de http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1094/1/MUSEOLOGIA%20Yllia%20Miranda%20Mar%20C3%ADa%20Eugenia%20Roc%20C3%ADo_2016.pdf
- Segura, F. (2005) *Sistema de Gestión: Una guía práctica* recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=o56PsqNYIDAC&printsec=frontcover&dq=gesti%20n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMpfKw0NTdAhWFpFkKHQV5C1gQ6AEILTAB#v=onepage&q=gesti%20n&f=false>
- Unesco e ICOM (2006) *Cómo administrar un museo: Manual práctico*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001478/147854s.pdf>
- Angel, M. J. (2011). *Gestión de procesos (o gestión por procesos)*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

APÉNDICE

Apéndice A: CUESTIONARIO 1

Gracias por realizar esta encuesta. No tardará más de cinco minutos en completarla y será de gran ayuda para mejorar los servicios del Museo “Vera Alleman Haeghebaert”. Los datos que se consignent serán de forma anónima.

1. Pertenece a Colegio o Universidad

.....

2. Edad:

- | | |
|---|---|
| a. Menos de 11 años <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | d. Entre 23 y 35 años <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |
| b. Entre 12 y 16 años <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | e. Entre 36 y 48 años <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |
| c. Entre 17 y 22 años <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | f. Más de 48 años <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |

3. Su Condición es de

- | | |
|---|--|
| Alumno de Colegio <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Docente <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |
| Universitario <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Trabajador - Universidad <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |

4. Visitó el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma

- Primera Vez Más de 1 vez Frecuentemente Nunca
 (1 vez)

5. ¿Cómo se enteró del Museo?

- | | |
|---|--|
| Prensa Tv <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Página web de la URP <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |
| Familiares y/o amigos <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Redes sociales del Museo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |
| NO sabía que existía <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Otros |

6. Qué área le gusto más del recorrido por el Museo

- | | | |
|---|---|--|
| Paleontología <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Zoología <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Botánica <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |
| Ecología <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Microbiología <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | Todos <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |

Porque.....

.....

7. Consideras el Museo Completo

SI

NO

Qué valoración del 1 al 5 le pondría a: Marca con una X

	1. Muy Bueno	2. Bueno	3. Regular	4. Malo	5. Muy malo
8. El servicio recibido al ingreso					
9. El tiempo que duró el recorrido					
10. La limpieza y mantenimiento de las instalaciones del Museo					
11. El precio que pago por el servicio recibido					
12. Que le pareció el Guiado en el Recorrido por el Museo					
13. Quedo satisfecho con el servicio que brinda el Museo					

14. ¿Desea realizar alguna observación o Recomendación de su visita para mejorar los Servicios

Apéndice B: ENCUESTAS AL PERSONAL INTERNO

Gracias por realizar esta encuesta. No tardará más de cinco minutos en completarla y nos será de gran ayuda para mejorar los servicios. Los datos que se consignent serán de forma anónima.

Fecha:/...../.....

Hora::

	SI	NO
1. Se siente conforme con el trabajo que realiza en el Museo de Historia Natural		
2. Crees que las personas que visitan el Museo quedan satisfechas con el Servicio que se les brinda		
3. Conoces la Visión y Misión que tiene esta Organización		
4. Conoces si el museo tiene un manual de Procesos y procedimientos el cual se utilice		

5. Área de tu preferencia

Paleontología

Zoología

Botánica

Ecología

Microbiología

Osteología

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
6. Crees que la infraestructura del Museo como baños, pasadizos, áreas es:					
7. En cuanto al Clima Laboral del Museo es					

	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
8. Crees que el personal cumple con las tareas encomendadas					

9. Según su experiencia ¿qué se debería hacer en el museo para mejorar nuestro servicio y tener mayor número de visitantes satisfechos?

Tabla 27 Listado Padrón Colegios Surco

	Código modular	Nombre de IE	Nivel / Modalidad	Gestión / Dependencia	DIRECCIÓN DE IE	Departamento / Provincia / Distrito	Alumnos (Censo educativo 2017)	Docentes (Censo educativo 2017)	Secciones (Censo educativo 2017)
1	0328187	6043 PEDRO VENTURO	Primaria	Pública - Sector Educación	AVENIDA HIGUERETA 479	Lima / Lima / Santiago de Surco	448	19	16
2	0325621	6044 JORGE CHAVEZ	Secundaria	Pública - Sector Educación	AVENIDA GRAU 500	Lima / Lima / Santiago de Surco	764	44	29
	0328195	6044 JORGE CHAVEZ	Primaria	Pública - Sector Educación	AVENIDA GRAU 500	Lima / Lima / Santiago de Surco	315	14	12
3	0328237	6047 JOSE MARIA ARGUEDAS	Primaria	Pública - Sector Educación	CALLE ESTEBAN CAMERE 500	Lima / Lima / Santiago de Surco	501	22	18
	0502047	6047 JOSE MARIA ARGUEDAS	Secundaria	Pública - Sector Educación	CALLE ESTEBAN CAMERE 500	Lima / Lima / Santiago de Surco	586	34	21
4	0328559	6082 LOS PROCERES	Primaria	Pública - Sector Educación	ALAMEDA MANUEL PEREZ DE TUDELA	Lima / Lima / Santiago de Surco	954	36	32
	0469205	6082 LOS PROCERES	Secundaria	Pública - Sector Educación	ALAMEDA MANUEL PEREZ DE TUDELA	Lima / Lima / Santiago de Surco	995	54	34
5	0328864	6087 PABLO MARIA GUZMAN	Primaria	Pública - Sector Educación	CALLE A MZ J LOTE 9	Lima / Lima / Santiago de Surco	252	12	10
	0704593	6087 PABLO MARIA GUZMAN	Secundaria	Pública - Sector Educación	CALLE A MZ J LOTE 9	Lima / Lima / Santiago de Surco	181	13	7
6	0494732	6097 MATEO PUMACAHUA	Primaria	Pública - Sector Educación	AVENIDA SANTA ROSA S/N	Lima / Lima / Santiago de Surco	843	34	29
	0693655	6097 MATEO PUMACAHUA	Secundaria	Pública - Sector Educación	AVENIDA SANTA ROSA S/N	Lima / Lima / Santiago de Surco	873	49	26
7	0322925	7058 MARIA DE FATIMA	Primaria	Pública - Sector Educación	JIRON SAENZ PEÑA 261	Lima / Lima / Santiago de Surco	633	33	24
8	0323337	7068 ABRAHAM ROLDAN POMA	Primaria	Pública - Sector Educación	JIRON GRAU 181	Lima / Lima / Santiago de Surco	493	25	20
9	0689836	7086 LOS PRECURSORES	Primaria	Pública - Sector Educación	ALAMEDA JOSE DE LA RIVA AGUERO S/N	Lima / Lima / Santiago de Surco	862	30	29
	0779041	7086 LOS PRECURSORES	Secundaria	Pública - Sector Educación	ALAMEDA JOSE DE LA RIVA AGUERO S/N	Lima / Lima / Santiago de Surco	842	42	26
10	1080068	7087	Primaria	Pública - Sector Educación	CALLE MONTE ABETO MZ E2 LOTE 15	Lima / Lima / Santiago de Surco	306	13	11
11	0525568	ALCIDES VIGO HURTADO	Primaria	Pública - Otro Sector Público	AVENIDA VILLA CARRILLO 287	Lima / Lima / Santiago de Surco	289	12	12
	0583203	ALCIDES VIGO HURTADO	Secundaria	Pública - Otro Sector Público	AVENIDA VILLA CARRILLO 287	Lima / Lima / Santiago de Surco	403	27	13

12	1492982	ALDEBARAN	Primaria	Privada - Particular	JIRON INTIHUATANA 459	Lima / Lima / Santiago de Surco	60	9	6
	1719038	ALDEBARAN	Secundaria	Privada - Particular	JIRON INTIHUATANA 459	Lima / Lima / Santiago de Surco			
13	1463751	AMADOS DE JESUS	Primaria	Privada - Particular	MZ L1 LOTE 03	Lima / Lima / Santiago de Surco	88	6	6
14	1308758	AMERICAN SCHOOL	Primaria	Privada - Particular	CALLE SANTA ROSA MZ 5 LOTE 26	Lima / Lima / Santiago de Surco	81	7	6
15	0779017	ANDRE MALRAUX	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA SAN FRANCISCO 245	Lima / Lima / Santiago de Surco	94	18	6
	0778951	ANDRE MALRAUX	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA SAN FRANCISCO 245	Lima / Lima / Santiago de Surco	189	17	10
16	1512920	ANGELI PACIS	Primaria	Privada - Particular	MZ E LOTE 2	Lima / Lima / Santiago de Surco	37	7	6
17	1068428	ANTARES	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ALONSO DE MOLINA 385	Lima / Lima / Santiago de Surco	142	23	11
	1068659	ANTARES	Secundaria	Privada - Particular	JIRON JERONIMO DE ALIAGA SUR 515	Lima / Lima / Santiago de Surco	151	27	10
18	0325563	APLICACION IPNM	Secundaria	Pública - Sector Educación	AUTOPISTA PANAMERICANA SUR KM 8.5	Lima / Lima / Santiago de Surco	165	25	5
	0323451	APLICACION IPNM	Primaria	Pública - Sector Educación	AUTOPISTA PANAMERICANA SUR KM 8.5	Lima / Lima / Santiago de Surco	150	15	6
19	1514389	ARTE ANGELUS	Primaria	Privada - Particular	CALLE GRECIA MZ B LOTE 4	Lima / Lima / Santiago de Surco	35	8	6
20	0643213	AUGUSTO WEBERBAUER	Secundaria	Privada - Particular	CALLE PIO XII 123	Lima / Lima / Santiago de Surco	213	31	10
	0502443	AUGUSTO WEBERBAUER	Primaria	Privada - Particular	CALLE PIO XII 123	Lima / Lima / Santiago de Surco	286	25	14
21	1081553	CAMINITO DEL SABER	Primaria	Privada - Particular	CALLE B2 273	Lima / Lima / Santiago de Surco	43	5	6
22	1511005	CASUARINAS INTERNATIONAL COLLEGE	Primaria	Privada - Particular	CALLE JACARANDA 391	Lima / Lima / Santiago de Surco	426	21	21
	1511906	CASUARINAS INTERNATIONAL COLLEGE	Secundaria	Privada - Particular	CALLE JACARANDA 391	Lima / Lima / Santiago de Surco	292	41	15
23	1511518	CEPEBAN	Secundaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA CATALINA 498	Lima / Lima / Santiago de Surco	108	14	6
	1513142	CEPEBAN	Primaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA CATALINA 498	Lima / Lima / Santiago de Surco	59	13	6

24	0323725	CHAMPAGNAT	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA PASEO DE LA REPUBLICA 7930-7931	Lima / Lima / Santiago de Surco	775	45	26
	0305607	CHAMPAGNAT	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA PASEO DE LA REPUBLICA 7930-7931	Lima / Lima / Santiago de Surco	654	42	22
25	0834333	CORAZON INMACULADO	Primaria	Privada - Particular	JIRON TALARA 154	Lima / Lima / Santiago de Surco	64	8	6
	1080183	CORAZON INMACULADO	Secundaria	Privada - Particular	JIRON TALARA 154	Lima / Lima / Santiago de Surco	54	4	5
26	0834879	CRISTIANO PIONERO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ANTUNEZ DE MAYOLO 505	Lima / Lima / Santiago de Surco	73	9	6
	1056845	CRISTIANO PIONERO	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA ANTUNEZ DE MAYOLO 505	Lima / Lima / Santiago de Surco	91	12	5
27	1513472	CRISTO MILAGROSO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA PROLONGACION ARICA 240	Lima / Lima / Santiago de Surco	91	8	6
28	1083146	CRISTO REDENTOR	Primaria	Privada - Particular	CALLE 7 167	Lima / Lima / Santiago de Surco	3	3	1
	1082049	CRISTO REDENTOR	Secundaria	Privada - Particular	CALLE 7 167	Lima / Lima / Santiago de Surco	3	5	1
29	0329300	CRISTO SALVADOR	Secundaria	Privada - Particular	CALLE ENRIQUE LEON GARCIA 394	Lima / Lima / Santiago de Surco	320	29	11
	0323642	CRISTO SALVADOR	Primaria	Privada - Particular	CALLE ENRIQUE LEON GARCIA 394	Lima / Lima / Santiago de Surco	377	25	15
30	1728898	DAS GOETHEHAUS	Primaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA MARIA 141	Lima / Lima / Santiago de Surco	31	9	6
	1728906	DAS GOETHEHAUS	Secundaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA MARIA 141	Lima / Lima / Santiago de Surco	27	9	5
31	0305615	DE LA INMACULADA	Secundaria	Privada - Particular	CALLE HERMANO SANTOS GARCIA 108	Lima / Lima / Santiago de Surco	453	55	16
	0324053	DE LA INMACULADA	Primaria	Privada - Particular	CALLE HERMANO SANTOS GARCIA 108	Lima / Lima / Santiago de Surco	714	60	24
32	1355239	DE MARIA	Primaria	Privada - Particular	CALLE A MZ B LOTE 13,14 Y 15	Lima / Lima / Santiago de Surco	23	5	5
	1663525	DE MARIA	Secundaria	Privada - Particular	CALLE A MZ B LOTE 13,14 Y 15	Lima / Lima / Santiago de Surco	17	7	5
33	0834366	DIOS ES AMOR	Primaria	Privada - Particular	CALLE LOS PRECIADOS 458	Lima / Lima / Santiago de Surco	19	8	6
	1057769	DIOS ES AMOR	Secundaria	Privada - Particular	CALLE LOS PRECIADOS 458	Lima / Lima / Santiago de Surco	17	8	5
34	1320746	DIVINO NIÑO JESUS	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA LOS TALLANES MZ I LOTE 5	Lima / Lima / Santiago de Surco	48	6	6
35	1056886	DOMINGO SAVIO	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA AYACUCHO	Lima / Lima / Santiago	66	9	5

					1417	de Surco			
	1056480	DOMINGO SAVIO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA AYACUCHO 1417	Lima / Lima / Santiago de Surco	38	9	6
36	1660729	EL MAESTRO REDENTOR	Primaria	Privada - Particular	CALLE VISTA BELLA MZ A LOTE 1	Lima / Lima / Santiago de Surco	50	5	6
37	1056449	FRANCES MARY BUSS	Primaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA JUANA 172	Lima / Lima / Santiago de Surco	83	12	6
38	0329367	FRANCO PERUANO	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA MORRO SOLAR 550	Lima / Lima / Santiago de Surco	370	15	15
	0323840	FRANCO PERUANO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA MORRO SOLAR 550	Lima / Lima / Santiago de Surco	365	18	15
39	1514397	GOTITA DE CIELO	Primaria	Privada - Particular	MZ A LOTE 8	Lima / Lima / Santiago de Surco	67	6	6
40	1056928	GOTITAS DE CRISTAL	Primaria	Privada - Particular	CALLE TAMBO DE MORA MZ D LOTE 16A	Lima / Lima / Santiago de Surco	8	2	3
41	0329383	HANS CHRISTIAN ANDERSEN	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA ALONSO DE MOLINA 136	Lima / Lima / Santiago de Surco	379	25	14
	0469197	HANS CHRISTIAN ANDERSEN	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ALONSO DE MOLINA 136	Lima / Lima / Santiago de Surco	454	17	18
42	1513894	HIGH SCHOOL VON HUMBOLDT DEL SUR	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA INDEPENDENCIA S/N MZ S LOTE 39	Lima / Lima / Santiago de Surco	93	6	6
43	0646869	HIJOS E HIJAS DE NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE	Primaria	Privada - Particular	MZ D LOTE 10	Lima / Lima / Santiago de Surco	27	8	5
	1056969	HIJOS E HIJAS DE NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE	Secundaria	Privada - Particular	MZ D LOTE 10	Lima / Lima / Santiago de Surco	24	8	5
44	0693549	HIRAM BINGHAM	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA PASEO CASTELLANA 919	Lima / Lima / Santiago de Surco	230	35	10
	0689885	HIRAM BINGHAM	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA PASEO CASTELLANA 919	Lima / Lima / Santiago de Surco	289	25	12
45	0588905	HORACIO PATIÑO CRUZATTI	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA LAS NAZARENAS 401	Lima / Lima / Santiago de Surco	370	29	11
	0586438	HORACIO PATIÑO CRUZATTI	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA LAS NAZARENAS 401	Lima / Lima / Santiago de Surco	329	26	11
46	0495036	INMACULADA CONCEPCION	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA LOS PROCERES MZ 16A LOTE 10	Lima / Lima / Santiago de Surco	41	5	5
47	1754423	INNOVA SCHOOLS SURCO - AMBROSIO	Secundaria	Privada - Particular	JIRON VENEGAS 896	Lima / Lima / Santiago de Surco	64	7	2
	1754431	INNOVA SCHOOLS SURCO	Primaria	Privada - Particular	JIRON VENEGAS 896	Lima / Lima / Santiago	273	13	10

		- AMBROSIO				de Surco			
48	1079102	INTERNACIONAL DE LIMA	Secundaria	Privada - Particular	CALLE CONDOROMA MZ U LOTE 1	Lima / Lima / Santiago de Surco	70	8	5
	1513043	INTERNACIONAL DE LIMA	Primaria	Privada - Particular	CALLE CONDOROMA MZ U LOTE 1	Lima / Lima / Santiago de Surco	57	9	6
49	1511054	JESUS AMADO	Primaria	Privada - Particular	CALLE LUIS DEXTRE ECHAIZ S/N MZ X LOTE 24	Lima / Lima / Santiago de Surco	38	7	6
	1514280	JESUS AMADO	Secundaria	Privada - Particular	CALLE LUIS DEXTRE ECHAIZ S/N MZ X LOTE 24	Lima / Lima / Santiago de Surco	18	8	4
50	1056647	JESUS SALVADOR	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ENRIQUE SALAZAR BARRETO 504	Lima / Lima / Santiago de Surco	118	12	6
	1068725	JESUS SALVADOR	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA ENRIQUE SALAZAR BARRETO 504	Lima / Lima / Santiago de Surco	104	14	5
51	1514041	JOHN ALEXANDER MACKAY	Primaria	Privada - Particular	JIRON MAXIMILIANO VELARDE S/N MZ A LOTE 21	Lima / Lima / Santiago de Surco	89	8	6
52	1083021	JUAN JACOBO ROUSSEAU	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA LOS TALLANES 165	Lima / Lima / Santiago de Surco	37	8	4
53	1513167	LA CASITA DE MEYLINN	Primaria	Privada - Particular	MZ K LOTE 6	Lima / Lima / Santiago de Surco	5	1	2
54	1761782	LA CASITA DEL SABER	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA CENTRAL 155	Lima / Lima / Santiago de Surco			
55	0323956	LA INMACULADA CONCEPCION	Primaria	Privada - Particular	CALLE BARLOVENTO 140	Lima / Lima / Santiago de Surco	676	63	24
	0305763	LA INMACULADA CONCEPCION	Secundaria	Privada - Particular	CALLE BARLOVENTO 140	Lima / Lima / Santiago de Surco	527	57	18
56	1514108	LA VILLA DE SAN JOSE	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA MARIA PARADO DE BELLIDO MZ C LOTE 22	Lima / Lima / Santiago de Surco	40	9	6
57	0586404	LAS NAZARENAS	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA LAS NAZARENAS 898	Lima / Lima / Santiago de Surco	16	1	6
	0693556	LAS NAZARENAS	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA LAS NAZARENAS 898	Lima / Lima / Santiago de Surco	40	1	5
58	1511070	LAS VILLAS DEL MAR	Primaria	Privada - Particular	MZ A LOTE 28	Lima / Lima / Santiago de Surco	14	2	4
59	0640151	LEONARDO DA VINCI	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA CIRCUNVALACION DEL GOLF LOS INCAS	Lima / Lima / Santiago de Surco	126	15	5

					472				
	0325514	LEONARDO DA VINCI	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA CIRCUNVALACION DEL GOLF LOS INCAS 472	Lima / Lima / Santiago de Surco	152	21	6
60	1057801	LOS ROSALES DE SANTA ROSA	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA PASEO DE LA REPUBLICA 7883	Lima / Lima / Santiago de Surco	167	13	9
	0640185	LOS ROSALES DE SANTA ROSA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA PASEO DE LA REPUBLICA 7883	Lima / Lima / Santiago de Surco	195	12	11
61	0604637	MAGISTER	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA FRANCISCO DE CUELLAR 686	Lima / Lima / Santiago de Surco	316	15	14
	1057165	MAGISTER	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA FRANCISCO DE CUELLAR 686	Lima / Lima / Santiago de Surco	245	13	12
62	1513019	MAHATMA GANDHI	Primaria	Privada - Parroquial	AVENIDA LOS PINOS MZ N LOTE 11	Lima / Lima / Santiago de Surco	178	4	7
63	1081884	MARIA DE CERVELLO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ALCIDES VIGO MZ G LOTE 52	Lima / Lima / Santiago de Surco	36	7	6
64	1082460	MARIA DE LOS ANGELES	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA EL DERBY 307	Lima / Lima / Santiago de Surco	116	8	5
	1511393	MARIA DE LOS ANGELES	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA EL DERBY 307	Lima / Lima / Santiago de Surco	260	15	10
65	0328658	MARIA NICOLE	Primaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA ROSA 210	Lima / Lima / Santiago de Surco	82	8	7
	0328666	MARIA NICOLE	Secundaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA ROSA 210	Lima / Lima / Santiago de Surco	51	10	5
66	1068543	MARIE POUSSEPIN	Primaria	Privada - Particular	MZ M LOTE 23	Lima / Lima / Santiago de Surco			
67	0604389	MARISCAL CACERES	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ROOSEVELT 198	Lima / Lima / Santiago de Surco	115	6	6
	0742239	MARISCAL CACERES	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA ROOSEVELT 198	Lima / Lima / Santiago de Surco	121	8	5
68	0693788	MARKHAM	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA EL DERBY 387	Lima / Lima / Santiago de Surco	879	61	38
69	1056605	MATER ANGELUS	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA BODEGONES 430	Lima / Lima / Santiago de Surco	14	2	6
70	0729061	MATER CHRISTI	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA SAN JUAN 468	Lima / Lima / Santiago de Surco	334	19	14
	0779108	MATER CHRISTI	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA SAN JUAN 468	Lima / Lima / Santiago de Surco	218	22	9
71	0834572	MI JESUS	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA CERRO RICO 174	Lima / Lima / Santiago de Surco	98	3	6
	1510882	MI JESUS	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA CERRO RICO	Lima / Lima / Santiago de Surco	74	3	5

					174	de Surco			
72	1510999	MI PEQUEÑO ANGELITO	Primaria	Privada - Particular	PASAJE SAN BASILIO MZ A LOTE 7	Lima / Lima / Santiago de Surco	100	6	6
73	0604744	MIGUEL GRAU SEMINARIO	Primaria	Privada - Particular	CALLE ROSA MERINO 474	Lima / Lima / Santiago de Surco	29	6	6
74	1513175	MONTERRICO CHRISTIAN SCHOOL	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA LOS INGENIEROS MZ A LOTE 03 - 04	Lima / Lima / Santiago de Surco	123	15	6
	1493030	MONTERRICO CHRISTIAN SCHOOL	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA LOS INGENIEROS MZ A LOTE 03 - 04	Lima / Lima / Santiago de Surco	78	13	5
75	1512813	NIDO DEL SABER	Primaria	Privada - Particular	CALLE SANTA CRUZ 282	Lima / Lima / Santiago de Surco	19	3	6
76	1754688	NIÑITO DIVINO	Primaria	Privada - Particular	PASAJE SANTA ROSA S/N	Lima / Lima / Santiago de Surco	33	4	5
77	1081710	NIÑO JESUS DIVINO	Primaria	Privada - Particular	MZ D LOTE 28	Lima / Lima / Santiago de Surco	86	6	6
	1512672	NIÑO JESUS DIVINO	Secundaria	Privada - Particular	MZ D LOTE 28	Lima / Lima / Santiago de Surco	51	5	5
78	0323964	NIVEL A	Primaria	Privada - Particular	CALLE CRUZ DEL SUR MZ Ñ LOTE 4 Y 5	Lima / Lima / Santiago de Surco	261	25	12
79	0693614	NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCION	Secundaria	Privada - Particular	JIRON TALARA MZ J4 LOTE 27	Lima / Lima / Santiago de Surco	131	13	5
	0698175	NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCION	Primaria	Privada - Particular	JIRON TALARA MZ J4 LOTE 27	Lima / Lima / Santiago de Surco	129	15	6
80	1082247	NUESTRA SEÑORA DE LA RECONCILIACION	Primaria	Privada - Parroquial	AVENIDA MANUEL OLGUIN S/N	Lima / Lima / Santiago de Surco	412	23	13
	1082288	NUESTRA SEÑORA DE LA RECONCILIACION	Secundaria	Privada - Parroquial	AVENIDA MANUEL OLGUIN S/N	Lima / Lima / Santiago de Surco	343	22	10
81	1082825	NUESTRA SEÑORA DEL CONSUELO	Primaria	Privada - Particular	TAMBO REAL	Lima / Lima / Santiago de Surco	561	36	19
	1080589	NUESTRA SEÑORA DEL CONSUELO	Secundaria	Privada - Particular	TAMBO REAL	Lima / Lima / Santiago de Surco	571	45	20
82	1361641	NUESTRO SEÑOR DE LA MISERICORDIA	Primaria	Privada - Particular	JIRON SAN AGUSTIN	Lima / Lima / Santiago de Surco	14	3	6
83	1057207	NUEVO MUNDO	Secundaria	Privada - Particular	CALLE MARIA REICHE 185	Lima / Lima / Santiago de Surco	142	5	4
	0834606	NUEVO MUNDO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA VILLA CARRILLO 316-320	Lima / Lima / Santiago de Surco	144	11	9
84	0586370	PALESTRA	Primaria	Privada - Particular	CALLE CERRO RICO 120	Lima / Lima / Santiago de Surco	46	11	6
	0643205	PALESTRA	Secundaria	Privada - Particular	CALLE CERRO RICO	Lima / Lima / Santiago	64	12	6

					120	de Surco			
85	0693572	PERUANO BRITANICO	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA VIA LACTEA 445	Lima / Lima / Santiago de Surco	357	43	15
	0689943	PERUANO BRITANICO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA VIA LACTEA 445	Lima / Lima / Santiago de Surco	521	36	18
86	1511104	PETALOS DE VIDA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA JORGE CHAVEZ 361	Lima / Lima / Santiago de Surco	22	3	6
87	0324327	PIO XII	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA PIO XII 358	Lima / Lima / Santiago de Surco	293	32	12
	0329169	PIO XII	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA PIO XII 358	Lima / Lima / Santiago de Surco	229	29	10
88	1068733	REGINA PACIS	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA ALONSO DE MOLINA 866	Lima / Lima / Santiago de Surco	172	22	9
	0324368	REGINA PACIS	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ALONSO DE MOLINA 866	Lima / Lima / Santiago de Surco	318	24	12
89	1068717	RICHARD BACH	Primaria	Privada - Particular	CALLE JUAN PABLO VIZCARDO Y GUZMAN 475	Lima / Lima / Santiago de Surco	115	7	6
	1514017	RICHARD BACH	Secundaria	Privada - Particular	CALLE JUAN PABLO VIZCARDO Y GUZMAN 475	Lima / Lima / Santiago de Surco	79	5	5
90	1378660	ROSA DE SANTA MARIA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ROOSEVELT 430	Lima / Lima / Santiago de Surco	107	9	6
91	1671502	SACO OLIVEROS DE MONTERRICO	Primaria	Privada - Particular	JIRON PERALTA CRISTOBAL DEL NORTE MZ A1 LOTE 1 Y 2	Lima / Lima / Santiago de Surco	87	10	6
	1671510	SACO OLIVEROS DE MONTERRICO	Secundaria	Privada - Particular	JIRON PERALTA CRISTOBAL DEL NORTE MZ A1 LOTE 1 Y 2	Lima / Lima / Santiago de Surco	56	5	5
92	1082486	SAGITARIO	Primaria	Privada - Particular	MZ A18 LOTE 29	Lima / Lima / Santiago de Surco	43	3	6
93	1083088	SAGRADA FAMILIA	Primaria	Privada - Particular	CALLE ISMAEL BIELICH 791 793	Lima / Lima / Santiago de Surco	9	1	3
	1512169	SAGRADA FAMILIA	Secundaria	Privada - Particular	CALLE ISMAEL BIELICH 791 793	Lima / Lima / Santiago de Surco	13	3	4
94	1086123	SALCANTAY	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA PIO XII 261	Lima / Lima / Santiago de Surco	339	38	14
	1086164	SALCANTAY	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA PIO XII 261	Lima / Lima / Santiago de Surco	270	44	10
95	1087469	SAN AGUSTIN DE	Secundaria	Privada - Particular	MZ C-2 LOTE 1	Lima / Lima / Santiago	1	5	1

		MONTEERRICO				de Surco			
	1088103	SAN AGUSTIN DE MONTEERRICO	Primaria	Privada - Particular	MZ C-2 LOTE 1	Lima / Lima / Santiago de Surco	3	1	2
96	1082833	SAN ANDRES DE SURCO	Secundaria	Privada - Particular	CALLE TUPAC AMARU 225	Lima / Lima / Santiago de Surco	1	2	1
	1082791	SAN ANDRES DE SURCO	Primaria	Privada - Particular	CALLE TUPAC AMARU 225	Lima / Lima / Santiago de Surco	2	3	2
97	1512094	SAN ANTONIO DE ABAD	Secundaria	Privada - Particular	JIRON OSCAR CHOCANO 479-487	Lima / Lima / Santiago de Surco	23	5	4
98	1056092	SAN BENITO DE PALERMO	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA EL CARMEN 681	Lima / Lima / Santiago de Surco	209	14	10
	0834903	SAN BENITO DE PALERMO	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA EL CARMEN 681	Lima / Lima / Santiago de Surco	161	11	9
99	0324632	SAN JOSE DE MONTEERRICO	Primaria	Privada - Particular	JIRON TOMASAL 355	Lima / Lima / Santiago de Surco	503	38	18
	0329532	SAN JOSE DE MONTEERRICO	Secundaria	Privada - Particular	JIRON TOMASAL 355	Lima / Lima / Santiago de Surco	438	35	15
100	1083187	SAN JUAN DE DIOS	Primaria	Privada - Particular	JIRON MARTE 153	Lima / Lima / Santiago de Surco	57	6	6
101	0324640	SAN MARCOS DE MONTEERRICO	Primaria	Privada - Particular	CALLE LAS AZUCENAS 108	Lima / Lima / Santiago de Surco	70	11	6
	0324954	SAN MARCOS DE MONTEERRICO	Secundaria	Privada - Particular	CALLE LAS AZUCENAS 108	Lima / Lima / Santiago de Surco	87	11	5
102	0324657	SAN ROQUE	Primaria	Privada - Particular	CALLE ESTEBAN CAMERE 320	Lima / Lima / Santiago de Surco	231	15	11
	0329557	SAN ROQUE	Secundaria	Privada - Particular	CALLE ESTEBAN CAMERE 320	Lima / Lima / Santiago de Surco	193	15	8
103	1081454	SANTA ISABEL	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA E SALAZAR BARRETO 465	Lima / Lima / Santiago de Surco	139	13	5
	1068584	SANTA ISABEL	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA E SALAZAR BARRETO 465	Lima / Lima / Santiago de Surco	77	11	6
104	1068600	SANTA ISABEL DE HUNGRIA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA GUARDIA CIVIL NORTE MZ I LOTE 14	Lima / Lima / Santiago de Surco	87	6	6
	1512144	SANTA ISABEL DE HUNGRIA	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA GUARDIA CIVIL NORTE MZ I LOTE 14	Lima / Lima / Santiago de Surco	51	14	5
105	1068618	SANTA LUISA DE LA TORRE	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA ROOSEVELT 1069	Lima / Lima / Santiago de Surco			
	1510957	SANTA LUISA DE LA TORRE	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA ROOSEVELT 1069	Lima / Lima / Santiago de Surco			
106	0324624	SANTA MARGARITA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA MANUEL	Lima / Lima / Santiago	351	16	12

					OLGUIN 961	de Surco			
	0481945	SANTA MARGARITA	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA MANUEL OLGUIN 961	Lima / Lima / Santiago de Surco	304	15	10
107	1082395	SANTA MARIA DE SURCO	Primaria	Privada - Particular	JOSE GALVEZ 371	Lima / Lima / Santiago de Surco	82	6	6
	1087360	SANTA MARIA DE SURCO	Secundaria	Privada - Particular	JOSE GALVEZ 371	Lima / Lima / Santiago de Surco	101	7	5
108	1511138	SANTA MARIA DE VILLA	Primaria	Privada - Particular	CALLE 7 MZ A LOTE 18	Lima / Lima / Santiago de Surco	79	8	6
109	0305730	SANTA MARIA MARIANISTA	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA LA FLORESTA 250	Lima / Lima / Santiago de Surco	780	54	25
	0324533	SANTA MARIA MARIANISTA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA LA FLORESTA 250	Lima / Lima / Santiago de Surco	303	26	10
110	0643197	SANTA TERESITA	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA SURCO 255	Lima / Lima / Santiago de Surco	365	20	14
	0519330	SANTA TERESITA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA SURCO 255	Lima / Lima / Santiago de Surco	532	44	20
111	1083484	SANTA TERESITA DEL NIÑO JESUS	Primaria	Privada - Particular	PAZOS MZ B LOTE 4	Lima / Lima / Santiago de Surco	96	5	6
	1512680	SANTA TERESITA DEL NIÑO JESUS	Secundaria	Privada - Particular	PAZOS MZ B LOTE 4	Lima / Lima / Santiago de Surco	49	9	5
112	0468892	SANTIAGO APOSTOL	Primaria	Privada - Particular	JOSE GALVEZ	Lima / Lima / Santiago de Surco	449	24	16
	0742254	SANTIAGO APOSTOL	Secundaria	Privada - Particular	JOSE GALVEZ	Lima / Lima / Santiago de Surco	325	15	10
113	1057124	SANTIAGO DE COMPOSTELA	Secundaria	Privada - Particular	PASAJE SANTA ROSA 118	Lima / Lima / Santiago de Surco	19	6	5
	0604413	SANTIAGO DE COMPOSTELA	Primaria	Privada - Particular	PASAJE SANTA ROSA 118	Lima / Lima / Santiago de Surco	7	3	5
114	1754126	SANTISIMA VIRGEN DE CHAPI	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA SANTIAGO DE SURCO 4955	Lima / Lima / Santiago de Surco	9	3	6
	1754134	SANTISIMA VIRGEN DE CHAPI	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA SANTIAGO DE SURCO 4955	Lima / Lima / Santiago de Surco	9	4	2
115	1532365	SANTO CRISTO I	Primaria	Privada - Particular	JIRON SANTO CRISTO S/N MZ A LOTE 13	Lima / Lima / Santiago de Surco	42	3	6
116	1083104	SANTO DOMINGO SAVIO	Primaria	Privada - Particular	CALLE DOÑA ESPERANZA 152	Lima / Lima / Santiago de Surco	63	8	6
117	1514199	SISE	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA SANTIAGO DE SURCO 4845	Lima / Lima / Santiago de Surco	147	13	6
	1340439	SISE	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA SANTIAGO DE SURCO 4845	Lima / Lima / Santiago de Surco	149	9	6
118	0325662	TECNICO FAP MANUEL	Secundaria	Pública - Otro Sector	CALLE COHETE 102	Lima / Lima / Santiago	1271	91	41

		POLO JIMENEZ		Público		de Surco			
	0469189	TECNICO FAP MANUEL POLO JIMENEZ	Primaria	Pública - Otro Sector Público	CALLE COHETE 102	Lima / Lima / Santiago de Surco	1071	93	46
119	1056407	TRENER DE MONTERRICO	Primaria	Privada - Particular	CALLE F 130	Lima / Lima / Santiago de Surco	517	54	19
	1056803	TRENER DE MONTERRICO	Secundaria	Privada - Particular	CALLE F 130	Lima / Lima / Santiago de Surco	398	56	15
120	1087113	VILLA ALEGRE	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA VISTA ALEGRE	Lima / Lima / Santiago de Surco	126	8	6
	1535186	VILLA ALEGRE	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA VISTA ALEGRE	Lima / Lima / Santiago de Surco	75	8	5
121	1086842	VIRGEN DE FATIMA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA HIGUERETA 414	Lima / Lima / Santiago de Surco	21	3	6
	1086883	VIRGEN DE FATIMA	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA HIGUERETA 414	Lima / Lima / Santiago de Surco	28	3	5
122	0640219	VIRGEN DE LA ASUNCION	Primaria	Privada - Particular	CALLE MONTE ALGARROBO MZ J LOTE 1	Lima / Lima / Santiago de Surco	121	16	6
	0698191	VIRGEN DE LA ASUNCION	Secundaria	Privada - Particular	CALLE MONTE ALGARROBO MZ J LOTE 1	Lima / Lima / Santiago de Surco	174	16	7
123	1056761	VIRGEN DEL ROSARIO	Secundaria	Privada - Parroquial	VENEGAS 257	Lima / Lima / Santiago de Surco	314	14	10
	0640169	VIRGEN DEL ROSARIO	Primaria	Privada - Parroquial	VENEGAS 257	Lima / Lima / Santiago de Surco	392	13	12
124	0819599	VIRGEN DOLORES	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA MIRAMAR MZ 6 LOTE 12	Lima / Lima / Santiago de Surco	117	6	6
	0534321	VIRGEN DOLORES	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA MIRAMAR MZ 6 LOTE 12	Lima / Lima / Santiago de Surco	88	7	5
125	0519439	VIRGEN INMACULADA	Primaria	Privada - Particular	AVENIDA MORRO SOLAR 110	Lima / Lima / Santiago de Surco	84	10	6
	0583112	VIRGEN INMACULADA	Secundaria	Privada - Particular	AVENIDA MORRO SOLAR 110	Lima / Lima / Santiago de Surco	76	11	5
	TOTAL						9134		

Apéndice 3

Se presenta la Visión y la Misión que esta implementado a la fecha en el Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”, pero se quiere hacer una propuesta de cambio e implementación de los valores con que debe de trabajarse. También se mostrará el Reglamento de Organización y Funciones que fue aprobado por el consejo Universitario el 20 de diciembre del 2017 y no se está cumpliendo como debe de ser en las funciones y los cargos.

VISIÓN ACTUAL DEL MUSEO

El Museo de Historia Natural de la URP, es una institución científica que busca proveer a los visitantes con conocimiento sobre la biodiversidad pasada y presente a través de exposiciones temporales, permanentes y actividades educativas.

Reintroduciendo al ser humano en su ecosistema, sensibilizamos evolución de las especies promovemos la comunidad sobre la conservación de ellas y el cuidado del medio ambiente. Fomentando en los visitantes el interés por la investigación.

PROPUESTA DE CAMBIO PARA LA VISIÓN

Ser reconocidos como uno de los mejores Museos de Historia Natural de Lima por sus aportes sobre biodiversidad colaborando con el conocimiento, la sociedad y la persona humana.

MISIÓN ACTUAL DEL MUSEO

El Museo de Historia Natural de la URP, es una institución científica que busca facilitar a los visitantes el conocimiento de la biodiversidad pasada y presente a través de las exposiciones temporales, permanentes y actividades educativas, fomentando en los visitantes

el interés por la investigación. Sensibilizando a la comunidad a través de la evolución de las especies sobre la conservación de ellas y el cuidado del medio ambiente.

PROPUESTA DE CAMBIO DE LA MISIÓN

Facilitar a los visitantes el conocimiento de la biodiversidad y el medio ambiente mediante la realización de exposiciones y actividades educativas.

IMPLEMENTACION DE VALORES

- ✓ Excelencia
- ✓ Compromiso Social
- ✓ Trabajo en equipo

PROYECTO

Reglamento de Organización y Funciones del Museo de Historia Natural “Vera Alleman Haeghebaert”

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

- Art. 1.** El Reglamento tiene por finalidad normar la naturaleza, fines, objetivos, organización y funciones del Museo de Historia natural de la Universidad Ricardo Palma.
- Art. 2.** El reglamento tiene como marco normativo el artículo 35.2.4 del Estatuto, el artículo 191 del Reglamento General y los artículos 75 y 76 del Reglamento de Organización y funciones de la Universidad Ricardo Palma.
- Art. 3.** El Reglamento establece una estructura orgánica funcional que sirve de instrumento normativo que orienta las actividades de gestión, de investigación y proyección que realiza el Museo de Historia Natural.
- Art. 4.** El Reglamento define y establece un sistema único que norma y orienta responsabilidades del personal que participa en el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma.

CAPÍTULO II

DE SU NATURALEZA

Art. 5. El Museo de Historia Natural es un órgano académico dependiente del Rectorado de la Universidad Ricardo Palma encargado de las colecciones, la investigación, conservación, exhibición y difusión del conocimiento sobre los recursos naturales y la biodiversidad a los estudiantes y público en general. Basa su existencia legal en las disposiciones normativas que se precisan en el artículo 2 del presente reglamento

CAPÍTULO III

FINES

Art. 6. El Museo de Historia Natural, en concordancia con el artículo 35.2.4 del Estatuto, está destinado a mantener e incrementar una Colección de Referencia, una Colección de Investigación y una Colección de Exhibición de representantes de especies y/o muestras de los recursos naturales con énfasis en la biodiversidad tanto actuales como fosilizados.

CAPÍTULO IV

OBJETIVOS

Art. 7. Son objetivos del Museo de Historia Natural:

- a. Desarrollar actividades respecto al manejo de las colecciones, investigaciones y exhibición de los diferentes elementos de la naturaleza, en concordancia con la política de la universidad. Se entiende por manejo de colecciones la colecta o adquisición, el mantenimiento, conservación y/o el estudio de ejemplares o parte de ellos en estado natural, preservado o fosilizado.
- b. Planificar y ejecutar programas de manejo de colecciones e investigaciones a corto, mediano y largo plazo.
- c. Planificar y ejecutar actividades de investigación, exhibición y proyección social.
- d. Coordinar con otros órganos y dependencias de la universidad, de acuerdo y en concordancia a los procedimientos administrativos, para el desarrollo de sus actividades y el manejo de las colecciones.
- e. Velar por el adecuado mantenimiento, conservación y presentación de las colecciones del museo.

- f. Determinar las necesidades de los recursos humanos, materiales y financieros con el fin de lograr su óptimo funcionamiento.
- g. Brindar las facilidades necesarias para el uso de las colecciones por docentes, investigadores, egresados de la Facultad de Ciencias Biológicas, de otras Facultades de la Universidad y de otras instituciones fuera de ella.
- h. Brindar facilidades para el entrenamiento del personal del Museo, de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Biológicas y otras facultades de la universidad, así como de estudiantes de diferentes instituciones que contribuyan de una u otra manera al desarrollo del Museo.

CAPÍTULO V

FUNCIONES

Art. 8. Complementaría lo dispuesto en el artículo 76 del Reglamento de Organización y Funciones de la Universidad, el Museo de Historia Natural tiene las siguientes funciones:

8.1. Realizar actividades de investigación mediante:

- a. El estudio científico de los recursos naturales y la biodiversidad (Patrimonio Natural).
- b. El incentivo del conocimiento de la biodiversidad.
- c. Servicios de base para estudios taxonómicos.
- d. El estudio de la sistemática como complemento.
- e. La difusión del conocimiento y de los resultados de las investigaciones realizadas.

8.2. Realizar actividades de Conservación, mediante: la planificación, programación y conducción de planes y programas de conservación de las colecciones e infraestructura, que constituyen el patrimonio del Museo de Historia Natural.

8.3. Realizar actividades de Proyección Social que establezcan un vínculo entre el Museo y la comunidad a la que sirve, las que se proyectarán a través de actividades académicas, exposiciones, asesoría y servicios complementarios.

CAPÍTULO VI

DE LA COLECCIÓN

Art. 9. Las colecciones formarán parte importante del Patrimonio del Museo de Historia Natural “Vera Alleman” y serán consideradas como tales aquellas colecciones de representantes de especies de la biodiversidad y muestras de los recursos naturales, que se obtengan mediante las siguientes modalidades:

- a. Por colecta o captura obtenidas a través de programas y proyectos de investigación o por trabajos académicos desarrollados por el Museo.
- b. Por adquisición mediante financiamiento total de la universidad.
- c. Por adquisición con financiamiento parcial de una entidad privada, donde la universidad respalda al colector y/o investigador.
- d. Por donación efectuada por entidad estatal relacionada con la biodiversidad.
- e. Por entrega bajo custodia, efectuada por entidad estatal relacionada con la biodiversidad y los recursos naturales, previa suscripción de un convenio.
- f. Por colecta o captura obtenidas como resultado de proyectos de tesis realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Biológicas entregados en depósito al Museo.
- g. Por intercambio y/o canje interinstitucional símil.

Art. 10. El Museo de Historia Natural “Vera Alleman” recibirá en custodia permanente ejemplares representantes de especies de la biodiversidad que provengan de colectas científicas efectuadas por instituciones, en concordancia con los dispositivos legales vigentes, y que los depositantes de las colecciones aseguren su conservación dejando los materiales y/o reactivos para dichos fines.

Art. 11. El material de la colección servirá para efectuar fundamentalmente trabajos de investigación, de referencia y exhibición, si fuera necesario.

Art. 12. Cada jefe de Unidad del Museo de Historia Natural es responsable del mantenimiento de la colección a su cargo, así como del incremento y su conservación.

Art. 13. Para la determinación de especies y muestras de la colección del Museo de Historia Natural, se ceñirán a las normas pertinentes establecidas. Si resultara alguna especie

nueva para la ciencia, esta debe quedar en custodia permanente, al igual que parte del material Tipo, incluyendo el Holotipo.

Art. 14. El Museo de Historia Natural debe ser mencionado en los proyectos y artículos científicos, que se publiquen, en los siguientes casos:

- a. Cuando el autor pertenezca o esté ligado al Museo de Historia Natural.
- b. Cuando el espécimen y/o muestra de la colección del Museo ha servido de base para la elaboración del proyecto y/o artículo científico.
- c. Cuando un investigador desea dejar en depósito parte de los especímenes y/o muestras que ha utilizado para la elaboración de su proyecto científico.

Art. 15. Los Investigadores Eméritos e Investigadores Asociados, que desarrollen labores de investigación respaldados por el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma, deberán dejar en depósito permanente la colección obtenida o parte representativa de ella, incluyendo material Tipo, de haberlo.

Art. 16. Los especímenes y/o muestras de la Colección del Museo no podrán ser desplazados fuera del ámbito del Museo ni de las instalaciones de la Universidad, salvo autorización expresa y previa del director y/o del Comité Directivo, si lo amerita.

Art. 17. Los especímenes y/o muestras autorizadas para su desplazamiento deberán estar registrados e inventariados. Así mismo, la institución que solicite el préstamo de especímenes y/o muestras abonará un monto por los mismos más el 30% del total como garantía de su integridad, previa conformidad y responsabilidad del solicitante.

CAPÍTULO VII

DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

Art. 18. El Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma, tiene la siguiente estructura interna:

1. Órgano de Dirección
 - El Comité Directivo
 - La Dirección

2. Órganos de Línea

- Las Unidades
- El Conservador

3. Órganos de Apoyo

- La Secretaría
- El practicante pre-profesional

CAPÍTULO VIII

DEL ÓRGANO DIRECCIÓN

COMITÉ DIRECTIVO

Art. 19. El Museo de Historia Natural tiene como Órgano de Dirección al Comité Directivo cuya finalidad es dirigir la planificación, gestión académica y económica del Museo.

Art. 20. El Comité Directivo está presidido por el director del Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma e integrado por los Jefes de las Unidades de Botánica, Zoología, Paleontología, Edafología y Mineralogía.

Art. 21. Son atribuciones del Comité Directivo:

- a. Formular y aprobar el Reglamento de Organización y funciones y/o modificaciones del Museo de Historia Natural, el que se elevará al Rectorado para su revisión y ratificación por el Consejo Universitario.
- b. Aprobar el plan estratégico, el plan operativo, el presupuesto y cuadro de necesidades del Museo y autorizar al director del Museo para su gestión correspondiente.
- c. Evaluar y aprobar los proyectos de desarrollo del Museo propuestos por la dirección y autorizar su gestión ante las dependencias e instancias correspondientes de la Universidad.
- d. Aprobar los planes de trabajo de las dependencias del Museo, así como la implementación con materiales de conservación requeridas por las diferentes unidades.

- e. Aprobar y proponer ante el Rectorado y el Consejo Universitario la creación, modificación o fusión de las unidades y demás órganos.

Art. 22. El director del Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma, preside el Comité Directivo y tiene las siguientes funciones:

- a. Convocar a reuniones del Comité Directivo, por lo menos, una vez al mes.
- b. Fomentar y estimular la discusión de sus miembros sobre los temas propuestos en la agenda, permitiendo que todos expresen sus opiniones y planteen los problemas de sus respectivas unidades.
- c. Dar trámite a los pedidos y acuerdos formulados por los Jefes de las unidades y aprobados por el Comité Directivo en sus reuniones.
- d. Informar periódicamente a los miembros del Comité Directivo sobre la política y gestión administrativa y cultural que fomenta la dirección del Museo de Historia Natural “Vera Alleman” de la Universidad Ricardo Palma.
- e. Presentar informes al Rectorado para su evaluación y aprobación.

Art. 23. Son funciones de los miembros del Comité Directivo:

- a. Exponer en cada reunión del Comité Directivo los diferentes problemas, necesidades, iniciativas sobre mejoras en los diferentes campos de investigación, conservación, programas culturales y otros afines a la temática y gestión del Museo.
- b. Participar activamente en las reuniones emitiendo libremente sus opiniones.
- c. Sugerir o solicitar la convocatoria a reuniones extraordinarias cuando haya asuntos urgentes que exponer.
- d. Sugerir las modificaciones que crean pertinentes para el mejor funcionamiento de la unidad a su cargo, así como la política laboral a seguir por el Museo.
- e. Cumplir con los acuerdos del Comité Directivo.

Art. 24. El Comité Directivo elegirá a uno de sus miembros como secretario, a propuesta del director del Museo.

Art. 25. El secretario tendrá las siguientes funciones:

- a. Citar a las sesiones ordinarias y extraordinarias del Comité Directivo.

- b. Verificar el quórum pertinente para iniciar la sesión.
- c. Llevar y mantener actualizado el libro de actas.
- d. Presentar el despacho correspondiente.
- e. Procesar los acuerdos y disposiciones del Comité Directivo.
- f. Mantener en reserva los temas tratados y acuerdos del Consejo Directivo, salvo autorización del director.

Art. 26. Los jefes de unidades serán propuestos por la dirección al Rectorado para su evaluación y aprobación en sesión del Consejo Universitario.

Art. 27. El cargo de director es designado por el Consejo Universitario a propuesta del Rector y los miembros del Comité Directivo por el director del Museo de Historia Natural por un periodo de dos años, pudiendo a su terminación ser reelegidos hasta por otro período de igual de duración.

Art. 28. En ausencia del secretario en una sesión, asumirá el cargo otro miembro del Comité Directivo por encargo y a propuesta del director.

Art. 29. Asistirán a las sesiones del Comité Directivo en calidad de invitados, solo con voz, los representantes de la Facultad de Ciencias Biológicas y otra Facultades de la Universidad, investigadores eméritos y asociados, así como representantes de entidades culturales y financieras.

CAPÍTULO IX

LA DIRECCIÓN

Art. 30. La dirección es la responsable de conducir y evaluar las actividades técnicas, científicas y administrativas del Museo, de acuerdo a las normas y disposiciones emanadas por la universidad y el Consejo Directivo.

Art. 31. La dirección es la responsable de planificar la política cultural del Museo y de cumplir y hacer cumplir los fines y objetivos del Museo. Está a cargo del director

Art. 32. El cargo de director del Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma es propuesto por el Rectorado y ratificado en sesión de Consejo Universitario.

Representa al Museo de Historia Natural. Depende jerárquicamente del Rectorado de la Universidad Ricardo Palma.

Art. 33. Para acceder al cargo de director, el propuesto deberá tener el Título Profesional relacionado con las Ciencias Biológicas y acreditar conocimientos y/o capacitación respecto a gestión y manejo de museos.

Art. 34. El cargo de director puede ser asumido por un docente de la Facultad de Ciencias Biológicas de la Universidad Ricardo Palma, o fuera de ella, debiendo reunir los requisitos que se mencionan en el artículo 36 del presente reglamento.

Art. 35. Al asumir el cargo de Director del Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma, un docente de la Facultad de Ciencias Biológicas de la Universidad Ricardo Palma, se le asignará una carga horaria no lectiva, de 10 horas semanales, para los efectos de su remuneración por cargo de responsabilidad.

Art. 36. Son funciones del director del Museo:

Complementariamente a lo dispuesto en el artículo 77° del ROF de la universidad, el director del museo tiene las siguientes funciones:

- a. Planificar, dirigir, controlar y evaluar las actividades del Museo en los campos de la investigación, conservación y proyección social de los recursos naturales y la biodiversidad.
- b. Proponer a las dependencias de la universidad, los programas y presupuestos requeridos por el Museo para el cumplimiento de sus funciones.
- c. Evaluar y supervisar las actividades administrativas del Museo.
- d. Proponer al Rectorado u dependencias de la universidad el nombramiento, contratación, remuneración y promoción del personal a su cargo.
- e. Presidir el Comité Directivo.
- f. Presentar el informe anual sobre el cumplimiento del plan estratégico, operativo y otras actividades desarrolladas.
- g. Proponer al Comité Directivo y al Rectorado la designación de Títulos Honoríficos pertinentes.
- h. Proponer al Comité Directivo el cargo de Secretario.

- i. Participar en las reuniones convocadas por el Rector e intervenir directamente en la elaboración del Presupuesto en lo que compete al Museo.

Art. 37. En ausencia temporal del director, asumirá la función el jefe de una de las unidades con mayor categoría docente, integrante del Comité Directivo.

Art. 38. El cargo de director queda vacante por:

- a. Renuncia expresa por escrito y aceptada por el Rectorado y ratificado en sesión de Consejo Universitario.
- b. Por causa grave, debidamente comprobada.

Art. 39. Declarada la vacancia asume el cargo de director el jefe de unidad de mayor categoría docente, y con mayor antigüedad en la misma.

CAPÍTULO X

DEL ÓRGANO DE LÍNEA

Art. 40. El Órgano de Línea es el encargado de planificar, programar y conducir la política de tratamiento, manejo y conservación de las colecciones e infraestructura, patrimonio del museo.

Art. 41. El Órgano de Línea, lo conforman:

- Las Unidades
- El Conservador

DE LAS UNIDADES

Art. 42. Las Unidades son las encargadas de la investigación, incremento, manejo y tratamiento de los especímenes y/o muestras en función de áreas o grupos de trabajo establecidos, para un mejor ordenamiento de las colecciones.

Art. 43. Las Unidades son establecidas en base a grandes grupos o áreas:

- Unidad de Botánica
- Unidad o de Zoología
- Unidad de Paleontología
- Unidad de Edafología

- Unidad de Microorganismos

Art. 44. Las Unidades estarán bajo la responsabilidad de un jefe, el que será propuesto por el director del Museo al Rectorado y ratificado en sesión de Consejo Universitario.

Art. 45. Podrán ocupar el cargo de jefe de Unidad los docentes de la Facultad de Ciencias Biológicas y/o investigadores asociados de la línea y especialidad académica correspondiente.

Art. 46. Los jefes de Unidad, en caso de ser docente en actividad, acreditarán un máximo de diez horas semanales de dedicación al Museo en su carga no lectiva y en caso de investigadores asociados se le asignará como mínimo cinco horas semanales.

Art. 47. Son funciones de los jefes de Unidad:

- a. Planificar y presentar las actividades de la unidad al inicio de cada semestre.
- b. Planificar, programar y proponer los trabajos de investigación de la sección.
- c. Evaluar el avance de la ejecución del plan y cronograma de investigación.
- d. Dirigir, supervisar y coordinar las actividades que desarrollen el personal a su cargo (practicantes pre-profesionales).
- e. Ejecutar las disposiciones técnico - administrativas emanadas del Órgano de Dirección.
- f. Evaluar al personal a su cargo.
- g. Preparar para su publicación trabajos de investigación y de divulgación de la especialidad de la unidad.
- h. Colaborar con la edición de publicaciones científicas del Museo.
- i. Proponer eventos (académicos y de exhibición) relacionados con las actividades de la unidad
- j. Atender los requerimientos y necesidades sobre la especialidad de los grupos o áreas de la unidad.
- k. Proponer programas de capacitación para el personal profesional, técnico y de apoyo.
- l. Realizar evaluaciones periódicas para mantener actualizado el inventario y catálogo de las colecciones.

- m. Velar por la conservación y seguridad de los bienes a su cargo.
- n. Planificar con el Conservador las actividades correspondientes al tratamiento, manejo y disposición de los especímenes y/o muestras de la colección.
- o. Efectuar otras actividades inherentes a su especialidad que le asigne la dirección.

DEL CONSERVADOR

Art. 48. El conservador es un personal no docente técnico de la plana administrativa de la Universidad y depende jerárquicamente de la dirección.

Art. 49. El cargo de Conservador será propuesto por el director del Museo al Rectorado y ratificado por el Consejo Universitario.

Art. 50. Son funciones del Conservador:

- a. Coordinar, programar y planificar las actividades de tratamiento, manejo y disposición de los especímenes y/o muestras de la colección.
- b. Planificar las actividades de conservación preventiva del Museo.
- c. Velar por la seguridad, preservación e integridad de los especímenes y/o muestras de las colecciones del museo.
- d. Brindar asesoría técnica en el área de su competencia dentro y fuera del Museo.
- e. Mantener y llevar el registro actualizado de todo espécimen y/o muestra que ingrese al Museo.
- f. Proponer eventos relacionados con las actividades del Museo.
- g. Evaluar las actividades establecidas a los practicantes pre-profesionales, en tareas específicas propuestas por los Jefes de unidad y a su cargo.
- h. Presentar proyectos de tesis a sus diferentes jefes de unidad para su aprobación
- i. Realizar evaluaciones periódicas para mantener actualizado el inventario de la colección del Museo.
- j. Colaborar y participar en las actividades museográficas para exhibición.
- k. Participar en las sesiones del Comité Directivo, previa invitación, si así se amerita.
- l. Efectuar otras actividades inherentes a su especialidad que le asigne la Dirección del Museo.

Art. 51. Para acceder al cargo de Conservador del Museo de Historia Natural, deberá tener Título Profesional en Ciencias Biológicas con conocimiento y experiencia en aspectos de la Museología, Museografía y en particular sobre Conservación.

CAPÍTULO XI

DEL ÓRGANO DE APOYO

Art. 52. El Órgano de Apoyo es el encargado de brindar asistencia en las actividades a desarrollar en el Museo, previstas y programadas por los estamentos que la preceden.

Art. 53. El Órgano de Apoyo, lo conforman:

- La Secretaría
- El Practicante-pre profesionales

DE LA SECRETARÍA

Art. 54. Es la encargada de efectuar el ingreso, selección, clasificación, catalogación y canalización de la documentación del Museo.

Art. 55. Son funciones de la Secretaría:

- a. Tomar el dictado y redactar la documentación que le asigne el director.
- b. Recibir, registrar, derivar y archivar la correspondencia recibida por la Dirección del Museo.
- c. Codificar la documentación de acuerdo al sistema de archivo establecido.
- d. Preparar la agenda diaria del director.
- e. Mantener actualizado el archivo de la documentación.
- f. Atender los servicios de comunicación y a las personas que soliciten la atención del director.
- g. Velar por la conservación y seguridad de los bienes a su cargo.
- h. Mantener en reserva y confidencialidad la información y documentación a su cargo, salvo disposición del director.

- i. Realizar las demás funciones inherentes al cargo, que le sean encomendados por el director.

DEL PRACTICANTE PRE-PROFESIONAL

Art. 56. El practicante pre-profesional ingresará por concurso como Práctica Pre profesional (Convenio de Prácticas) en la fecha establecida por la Oficina de Bienestar universitario y la de Personal en base al requerimiento del Museo.

Art. 57. El practicante pre-profesional, como parte de los requisitos requeridos para acceder al cargo, acreditará haber participado en el Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma como asistente del mismo con un mínimo de 500 horas.

Art. 58. El candidato a practicante pre-profesional deberá estar cursando entre el 7mo. 10mo ciclo académico de Biología en la Facultad de Ciencias Biológicas de la Universidad Ricardo Palma. Depende jerárquicamente de la dirección.

Art. 59. Son funciones del practicante pre-profesional:

- a. Velar por la integridad de los diferentes especímenes y / o muestras del Museo: Herbario y Sala de Exhibición en particular.
- b. Velar por el mantenimiento y limpieza del Herbario y la Sala de Exhibición.
- c. Canalizar las sugerencias del público visitante y del personal del Museo en cuanto a la funcionalidad de los servicios que esta presenta.
- d. Absolver consultas del público visitante.
- e. Preparar diariamente el análisis de información relacionada al Museo.
- f. Preparar la edición del Boletín del Museo en coordinación con la Dirección y el Editor.
- g. Mantener actualizado la página Web del Museo y revisar y despachar el correo electrónico, previa coordinación.
- h. Encargarse del Protocolo del Museo, coordinando las visitas oficiales y canalizando las solicitudes.
- i. Realizar un cuadro de actividades mensuales que permitan que el Museo se encuentre permanentemente en buen estado de presentación.

- j. Elaborar una lista de turnos para el personal de apoyo: Asistente en condición de rotatorio que participará brindando apoyo y asistencia en la Sala de Exposición.
- k. Controlar el material de mantenimiento; así como su resguardo.
- l. Planificar en forma general el mantenimiento en el Museo de tal manera que sea continuo y eficaz, teniendo en cuenta las necesidades en los horarios de atención al público.
- m. Brindar apoyo a otras áreas del museo

DE LOS SERVICIOS

Art. 60. Guiados, El público que lo requiera, tendrá la opción de solicitar el servicio de guiado, realizado por personal capacitado.

Art. 61. Depósito de muestras, Los especímenes colectados como resultado de trabajos de investigación, podrán ser depositados en el museo previo pago por derecho de depósito, el cual será estimado de acuerdo al número y tipo de las muestras.

Art. 62. Determinación de especímenes, estudiantes e investigadores pueden solicitar el servicio para determinar los taxa biológicos al que pertenecen sus muestras con certificación del Museo, dejando el 50% del lote en cuestión.

Art. 63. Consultorías para estudios o evaluaciones de impacto ambiental; en las cuales participe el equipo de investigadores de la universidad

Art. 64. Cursos, como parte de convenios con instituciones afines de la educación científica o dirigidos directamente por el equipo de investigadores del Museo, se podrán realizar cursos con fines de recaudar fondos y/o capacitación del personal del museo.

CAPÍTULO XII

DE LOS TÍTULOS HONORÍFICOS

Art. 65. El director del Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma propondrá al Comité Directivo el otorgamiento de títulos honoríficos, en base a los méritos del prestigio, destacada labor y contribución en una especialidad determinada de los recursos naturales y la biodiversidad.

Art. 66. Los títulos honoríficos considerados y aceptados en las acciones del Museo de Historia Natural de la Universidad Ricardo Palma son:

- Investigador Emérito
- Investigador Asociado

Art. 67. Las personas que se hagan acreedores a uno de estos títulos honoríficos deben contribuir al enriquecimiento de las colecciones, brindar servicios especializados y contribuir a la buena imagen del Museo con sus investigaciones. En ningún caso es remunerado u otorgará retribución alguna.

Art. 68. Cualquiera de los Títulos Honoríficos, teniendo en cuenta lo dispuesto en el presente reglamento, será tramitado ante el Rectorado y aprobado en Sesión de Consejo Universitario.

Art. 69. Son requisitos para la designación de Investigador Emérito:

- a. Contar con el grado académico de doctor o el más alto grado, cuando en el país no se otorgue dicho grado en una especialidad determinada.
- b. Haber destacado en el ámbito científico nacional y/o internacional con publicaciones sobre los recursos naturales y biodiversidad como resultado de su relación con el Museo de Historia Natural.
- c. Facilitar su currículum vitae con copia simple de la documentación pertinente solicitada.

Art. 70. La vigencia del título honorífico de Investigador Emérito es de carácter indefinido.

Art. 71. Son requisitos para la designación de Investigador Asociado:

- a. Tener como mínimo el título y/o maestría en Ciencias Biológicas o en especialidades afines.
- b. Haber realizado al menos un trabajo de investigación como resultado de su relación con el Museo de Historia Natural.
- c. Presentar un proyecto de investigación sobre los recursos naturales y la biodiversidad, en donde se señale claramente que el material colectado queda depositado en el Museo de Historia Natural.
- d. Presentar su currículum vitae con copia simple de la documentación pertinente.

e. Presentar un proyecto de investigación para desarrollarse en el Museo.

Art. 72. La vigencia del título honorífico de Investigador Asociado es por el término de un año, pudiendo ser renovado a solicitud del interesado o a propuesta de uno de los miembros del Comité Directivo.

Art. 73. Los títulos honoríficos otorgados podrán ser cancelados en casos de falta grave contra la institución.

CAPÍTULO XIII

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Art. 74. Los aspectos no considerados en el presente Reglamento serán resueltos por el Comité Directivo.

Art. 75. El presente Reglamento podrá ser modificado a propuesta del Comité Directivo, con el voto aprobatorio de la mayoría de sus miembros, en Sesión extraordinaria y elevado al Rectorado para su evaluación y posterior aprobación por el Consejo Universitario de la Universidad.

Art. 76. El presente Reglamento deberá ser revisado en el mes de enero de cada año y excepcionalmente cuando lo disponga el Comité Directivo, debiendo, si es preciso, ser actualizado.

Fuente: Museo de Historia Natural Vera Alleman Haeghebaert