

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO



“PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL
NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE
BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI
EN LA CIUDAD DE LA PAZ”

Tesis de Grado para obtener el título de Licenciatura

POR: Cristhian Aarón Arauz Ramírez

Tutor: MSc. Leidy Vásquez Foronda

La Paz- Bolivia

Fecha: Mayo, 2022

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO

**“PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA
CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE
SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ”**

Presentado por: CRISTHIAN AARÓN ARAUZ RAMIREZ

Para optar el grado académico de Licenciado de Turismo

Nota numeral:

Nota literal:

Ha sido

Director de la Carrera de Turismo: Lic. Néstor Tovar Pérez

Tutor: MSc. Leidy Vásquez Foronda.

Tribunal:

Tribunal:

Fecha:

DEDICATORIA

Dedicado a mi madre Norma Ramírez quien siempre me apoyo incondicionalmente en la parte moral y económica, por haberme forjado como la persona que soy, muchos de mis logros se los debo a ella por motivarme siempre a alcanzar mis metas.

A mi padre Edgar Arauz y toda mi familia en general, por el apoyo que me brindaron día a día en el transcurso de mi vida universitaria.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por regalarme salud y fuerza para enfrentar la vida.

A mi tutora MSc. Leidy Vásquez Foronda, quien con su experiencia, conocimiento y motivación me oriento y acompaño en cada etapa de la realización de esta investigación.

A todos los docentes de la Carrera de Turismo por transmitir toda su sabiduría y conocimientos en las aulas, ayudando a la formación académica de muchos profesionales.

A los propietarios de hostels de la zona de Sopocachi que junto a su personal nos facilitaron la información necesaria para el desarrollo de este documento.

A todos ellos, muchas gracias.

Índice.

1. Aspectos generales.	4
1.1. Delimitación de la investigación.	5
1.1.1. Delimitación semántica.	5
1.1.2. Delimitación geográfica.	5
1.1.2.1. Referencias de la zona de Sopocachi.	6
1.1.3. Delimitación demográfica.	7
1.1.4. Delimitación del tiempo.	7
2. Planteamiento del problema.	9
2.1. Problemática de la investigación.	9
2.2. Pregunta de investigación.	12
2.3. Objetivos de la investigación.	12
2.3.1. Objetivo principal.	12
2.3.2. Objetivos Específicos.	12
2.4. Justificación de la investigación.	12
2.4.1. Justificación Teórica.	13
2.4.2. Justificación Metodológica.	14
2.4.3. Justificación Social.	15
3. Marco Teórico.	17
3.1. Turismo.	17
3.2. Servicio.	18
3.2.1. Características del Servicio.	18
3.2.2. Servicios turísticos.	19
3.2.2.1. Hospedaje turístico.	20
3.2.2.2. Características del sector de hospedaje turístico.	21
3.2.2.3. Modalidades y clasificación de alojamientos turísticos.	22
3.2.2.3.1. Hostels o albergues juveniles.	24
3.2.2.3.2. Características de un hostel.	25
3.2.3. Turista.	26
3.2.3.1. Perfil turístico.	27
3.2.3.3. La relación entre los turistas mochileros (backpacker) y los hostels.	32
3.3. Calidad y conceptos relacionados.	33
3.3.1. Calidad.	33
3.3.1.2. Expectativas y percepciones del cliente.	35

3.3.1.3.	Apreciación de la calidad de los clientes.	36
3.3.1.3.1.	Relación del precio y la calidad.	37
3.3.1.4.	Estándar internacional de la Calidad.	38
3.3.1.4.1.	Estándares de Calidad ISO.	39
3.3.1.5.	Satisfacción del cliente.	41
3.3.1.6.	Dimensiones de satisfacción.	42
3.3.1.7.	Atención al cliente.	43
3.3.1.8.	Principios de la atención al cliente.	45
3.3.1.9.	Gestión de la calidad.	47
3.3.1.10.	Principios de la gestión de la calidad.	48
3.3.1.11.	Manual de la calidad.	49
3.4.	Percepción.	50
3.4.1.	La relación entre calidad y satisfacción.	51
3.4.2.	Método SERVQUAL.	53
3.4.2.1.	Dimensiones de SERVQUAL.	53
3.4.2.2.	Instrumentos para evaluar el modelo SERVQUAL.	56
3.4.3.	Escala Brady y Cronin.	56
3.4.4.	Herramientas para mejorar el servicio.	58
3.4.5.	Marco referencial.	60
3.4.6.	Nuevas tendencias del turismo y los reviews.	60
3.4.7.	Motivaciones de viajeros que se hospedan en hostels.	61
3.4.8.	Los nuevos segmentos de turistas.	62
3.4.8.1.	Turista flackpacker.	63
3.4.8.2.	Reservas on line.	64
3.4.9.	Estudio de los hostels en otros países.	64
3.4.9.1.	Los hostels en Argentina.	65
3.4.9.2.	Los hostels en Chile.	65
3.4.9.3.	Premiación de los mejores hostels en el mundo.	66
3.4.9.4.	Membrecía internacional para usuarios de hostel y albergues juveniles.	68
3.4.10.	Los hostels o albergues juveniles en la legislación de Bolivia.	69
3.4.10.1.	Reglamento de hospedaje turístico en Bolivia.	69
3.4.10.2.	Concepto de hostels con relación a la legislación boliviana.	72
3.4.10.3.	Precios de los (hostels) en la ciudad de La Paz.	74
3.4.10.4.	Hostels de la zona de Sopocachi.	75
3.4.10.4.1.	Descripción de los hostels de Sopocachi.	76

4.	Marco metodológico.....	87
4.1.	Tipo de investigación.....	87
4.1.1.	Investigación exploratoria.....	87
4.1.2.	Investigación descriptiva.....	88
4.1.3.	Investigación documental.....	89
4.1.4.	Investigación de campo.....	89
4.2.	Enfoque de la investigación.....	91
4.3.	Diseño de la investigación.....	92
4.4.	Instrumentos de recolección de datos.....	93
4.4.1.	Escala de medición.....	94
4.5.	Población y muestra.....	95
4.5.1.	Cálculo del tamaño de muestra.....	95
4.5.2.	Muestreo por conveniencia.....	96
4.5.3.	Prueba piloto.....	97
4.6.	Hipótesis.....	98
4.6.1.	Identificación de variables.....	99
5.	Resultados e Interpretación.....	106
5.1.	Análisis e interpretación de la información.....	106
5.2.	Análisis de los resultados de la investigación.....	129
5.2.1.	Análisis del Perfil del turista.....	129
5.2.2.	Análisis de la evaluación del personal.....	131
5.2.3.	Análisis de la evaluación de las instalaciones.....	132
5.2.4.	Análisis de la evaluación de la Organización.....	133
5.2.5.	Análisis de la evaluación de la Satisfacción.....	135
6.	Conclusiones y Recomendaciones.....	140
6.1.	Conclusiones.....	140
6.2.	Comprobación o rechazo de la hipótesis.....	141
6.3.	Recomendaciones.....	148
7.	Bibliografía.....	150

Índice de ilustraciones.

Ilustración 1. Ubicación de la zona de Sopocachi.....	5
Ilustración 2. Matriz Relación, Precio.....	38
Ilustración 3. Satisfacción del cliente.....	42
Ilustración 4. Proceso de la percepción	51
Ilustración 5. Modelo de Calidad del Servicio.....	55
Ilustración 6. Modelo Brady y Cronnin.....	58
Ilustración 7. Proceso Kaizen y su Enfoque	59
Ilustración 8. Proceso Gemba	59
Ilustración 13. Precios de los hostels de la ciudad de La Paz	75
Ilustración 10. Imagen Hostel Smarawi	82
Ilustración 11. Imagen Hostal Bivouac	82
Ilustración 12. Imagen Hostel Belmont.....	82
Ilustración 13. Imagen Green House.....	83
Ilustración 14. Imagen hostel Rendezvous	83
Ilustración 15. Guest home B&B.....	84
Ilustración 16. Imagen Hostel Landscape.....	84
Ilustración 17. Imagen Skyways B&B	84
Ilustración 18. Imagen Like at Home B&B.....	85

Índice de Gráficos.

Gráfico 1. “Edad los huéspedes”	106
Gráfico 2. “Sexo/Género de los huéspedes”.....	107
Gráfico 3. “Nacionalidad de los encuestados”.....	108
Gráfico 4. “Ocupación de los huéspedes”	108
Gráfico 5. “Nivel Académico de los huéspedes”	109
Gráfico 6. “Ingresos familiares de los huéspedes”.....	109
Gráfico 7. ¿Cómo califica la atención, amabilidad y respeto del personal del hostel?	110
Gráfico 8. ¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel para ayudar?	110
Gráfico 9. ¿Cómo califica la confianza que inspira el personal del hostel?	111
Gráfico 10. ¿Cómo califica la muestra de interés del personal del hostel por escuchar y solucionar los problemas del huésped?	111
Gráfico 11. ¿Cómo califica la limpieza y aseo en el aspecto del personal del hostel?.....	112

Gráfico 12. ¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel a la hora de proporcionar información cuando lo necesite?.....	112
Gráfico 13. ¿Cómo califica el esfuerzo del personal del hostel para conocer las necesidades de cada huésped?	113
Gráfico 14. ¿Cómo califica el nivel de conservación de las dependencias y equipamiento del hostel (habitaciones, pasillos, etc.)?.....	114
Gráfico 15. ¿Cómo califica el nivel de agrado que sintió en las diferentes dependencias e instalaciones del hostel?	114
Gráfico 16. ¿Cómo califica la limpieza de las instalaciones del hostel?.....	115
Gráfico 17. ¿Cómo califica el nivel de confortabilidad del hostel, las instalaciones son acogedoras (se debe sentir a gusto en ellas)?.....	116
Gráfico 18. ¿Cómo califica el nivel de seguridad de las instalaciones del hostel son seguras (cumplen con las normas de seguridad)?.....	116
Gráfico 19. ¿El hostel presta servicio según las condiciones contratadas?	117
Gráfico 20. ¿Se resuelve de forma eficiente cualquier problema que pueda tener el huésped?	118
Gráfico 21. ¿Cree Ud. que los datos y la información sobre su estancia son correctos?.....	118
Gráfico 22. ¿Los diferentes servicios del hostel funcionan con rapidez?.....	119
Gráfico 23. ¿Siempre hay alguna persona de la dirección del hostel a disposición del huésped para cualquier problema que pueda surgir?	120
Gráfico 24. ¿Se actúa con discreción y respetan la intimidad del huésped?.....	120
Gráfico 25. ¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el huésped?	121
Gráfico 26. ¿Se siente que el cliente (huésped) es lo más importante para el hostel?	122
Gráfico 27. ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra usted con el servicio prestado por el hostel?	122
Gráfico 28. ¿Cómo valora usted el servicio brindado por el hostel?.....	123
Gráfico 29. ¿Cómo valora usted la calidad de los servicios brindados por el hostel?.....	124
Gráfico 30. ¿Qué percepción tiene usted sobre la atención brindada por el personal del hostel?	124
Gráfico 31. ¿Qué apreciación tiene usted de las instalaciones del hostel?	125
Gráfico 32. ¿Qué percepción tiene usted de la organización del hostel?	126
Gráfico 33. ¿Cómo percibe su estadía en el hostel?.....	126
Gráfico 34. ¿Cómo valora usted el tiempo de respuesta a sus pedidos o reclamos por parte del hostel?.....	127

Gráfico 35. ¿Piensa usted que el hostel cumplió con sus expectativas que tenía sobre el servicio?	128
Gráfico 36. ¿Cómo valora usted el nivel y fluidez de idiomas extranjeros del personal?	128

Índice de Tablas.

Tabla 1. Tipología de turistas	32
Tabla 2. Relación entre calidad y satisfacción	53
Tabla 3. Características del turismo joven	62
Tabla 5. Matriz de Operacionalización de variables	100
Tabla 6. Estadísticos del perfil del huésped.....	129
Tabla 7. Estadísticos de la Evaluación del Personal.....	131
Tabla 8. Estadísticos de la Evaluación de las Instalaciones.....	132
Tabla 9. Estadísticos de la Evaluación de las Organización.....	133
Tabla 10. Estadísticos de la Evaluación de la Satisfacción.....	135
Tabla 11. Diferencia de medias (Dimensión Personal).....	129
Tabla 12. Diferencia de medias (Dimensión Instalaciones).....	132
Tabla 13. Diferencia de medias (Dimensión Organización).....	133
Tabla 14. Diferencia de medias (Dimensión Satisfacción).....	133
Tabla 15. Docimasia de la Hipótesis	135

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Introducción.

Los servicios turísticos han ido modificándose según las tendencias de la demanda y el surgimiento de nuevos mercados, por supuesto, también el sector de hospedaje ha tenido muchos cambios significativos desde su surgimiento, llegando a incluir en la actualidad a diferentes modalidades de hospedaje que se adecuan a los gustos y tendencias de los viajeros, es así que surgen inicialmente dirigidas para un demanda joven; los albergues juveniles también conocidos como hostels, principalmente populares en las grandes ciudades del mundo.

El bajo costo de los albergues juveniles en comparación al de los hoteles tradicionales ha creado la percepción de que los huéspedes que optan por hospedarse en este tipo de sitios pertenecen a un sector de individuos con bajos ingresos económicos y de un rango de edad específico. Sin embargo, ya muchos estudios han demostrado que esta nueva tendencia de los hostels no es una opción elegida únicamente por motivos económicos, sino que pertenece a las nuevas tendencias de consumo de la generación denominada los millennials. Una investigación de mercado global, aplicada a hostales y realizada por una investigadora del sector turístico, afirma que, *“el 70% de quienes reservan hostales en el mundo son millennials; jóvenes de 20 a 36 años (nacidos entre 1981 y 1997)”* (Phocuswright, 2018).

Lo que podría ser un indicio que demostraría que además de personas que buscan reducir gastos de hospedaje mediante los albergues juveniles, muchos deciden tomar esta elección para adquirir nuevas experiencias, conocer nuevas personas mediante la convivencia y otros motivos, y si así fuese los huéspedes de hostels podrían formar parte de diferentes clases sociales que pertenecen a la misma generación.

En la ciudad de La Paz los hostels o albergues juveniles son en la actualidad frecuentemente visitados por extranjeros que visitan la ciudad, Aunque la identificación y dirección de algunos de estos sea únicamente posible conseguir mediante el uso de un sitio web, el desarrollo de las tecnologías y el uso constante de las mismas por las nuevas generaciones ha hecho que estos albergues juveniles

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

puedan multiplicarse en la ciudad. No obstante, hay pocos estudios e investigaciones que se dirijan a conocer la opinión de los turistas que se hospedan específicamente en los hostels de La Paz.

Tomando en cuenta todo lo antes mencionado es de mucha importancia conocer la percepción que tienen estos turistas respecto a la calidad de servicios turísticos que ofrecen los albergues juveniles donde se hospedan mismos que se encuentran en la zona de Sopocachi uno de los barrios residenciales de la ciudad de La Paz, puesto que estos visitantes pertenecen a un segmento muy importante que va en crecimiento en el mundo.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

1. Aspectos generales.

El presente documento se desarrolla con el objetivo principal de determinar la percepción que tienen los turistas respecto al nivel de calidad de los servicios que brindan los hostels ubicados en la zona de Sopocachi de la ciudad de La Paz. Por lo tanto, se orienta en la apreciación y expectativas de la calidad de los servicios como uno de los desafíos más inmediatos para los establecimientos de este sector. Es decir, la calidad de servicio no es solo un diferenciador frente a la competencia, sino un elemento imprescindible para sobresalir. Así, los hostels que sean capaces de conocer y alcanzar la calidad esperada por sus usuarios podrán obtener y mantener una ventaja competitiva frente a su competencia, lo que trascendería en una mejora de resultados y ganancias para estos hospedajes.

La percepción es medida mediante encuestas y un análisis descriptivo de los resultados de las mismas. Por otra parte, también es importante conocer las características del segmento de turistas que se hospedan en los hostels, por lo que la investigación también incluye el estudio del perfil de los mismos, información que también se obtuvo por medio de las encuestas aplicadas a los huéspedes que se hospedaron en el transcurso del año 2021. Siendo la edad y por lo tanto la generación a la que pertenece este segmento turístico una de las características principales que relaciona a los denominados milenials con el turismo joven y su elección por hospedarse en albergues juveniles o hostels.

La investigación es de carácter principalmente cuantitativo con un muestreo no probabilístico ya que no existe una lista con el número específico de huéspedes. No obstante, se calcula la muestra usando la fórmula para poblaciones infinitas. Los resultados arrojados por las encuestas superan positivamente a las conjeturas propuestas, puesto que esta información demuestra que una mayoría de los huéspedes considera que el nivel de los servicios en los hostels de Sopocachi, está por encima de lo aceptable o regular.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

1.1. Delimitación de la investigación.

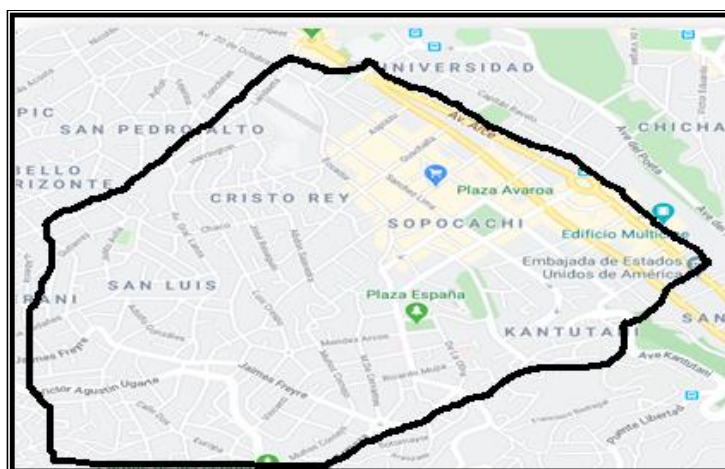
1.1.1. Delimitación semántica.

La presente investigación recolecta y a su vez analiza la opinión de los turistas que optan por hospedarse en esta modalidad de hospedajes turísticos de la ciudad de La Paz ubicados en la zona de Sopocachi, conocidos como hostels o albergues juveniles esta opinión está relacionada a la calidad de los servicios que estos ofrecen. Por lo tanto, es de mucha importancia para la investigación conocer las experiencias de los huéspedes, grado de satisfacción en las diferentes dimensiones que determinan la percepción del huésped.

1.1.2. Delimitación geográfica.

La delimitación geográfica de la investigación se sitúa en el departamento de La Paz, en la provincia Murillo, la localidad de Nuestra Señora de La Paz, definida específicamente en la zona de Sopocachi que comprende las divisiones de Alto y Bajo Sopocachi.

Ilustración 1. Ubicación de la zona de Sopocachi



Fuente: Google Map

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

1.1.2.1. Referencias de la zona de Sopocachi.

“La historia del barrio se inició con la apertura de la avenida 6 de Agosto y la avenida Arce; la primera llamada así en homenaje a la creación de la República y la segunda en homenaje al expresidente Aniceto Arce. Entre ambas, la avenida Villazón, así llamada en honor del expresidente Eliodoro Villazón, prolongaba el paseo de la Alameda o El Prado. En esta avenida se construyó el Colegio Militar que, años más tarde, se convertirá en la ahora Universidad Mayor de San Andrés” (Machicado, 2017).

“La zona de Sopocachi pertenecía a Fernando Mamani parte del ayllu de Suquenchapi, conocido también como Luquichapi, según documentos de Derechos Reales, como reseñó la periodista e historiadora” (Cajias, 2017).

El año 2017 se realizó una exposición en las instalaciones de la fundación Simón Patiño, donde se expusieron fotografías de antaño, de muchos sitios públicos y casas de personajes célebres de Sopocachi. De esta manera, se pudo rescatar y difundir la historia de una de las zonas más tradicionales de la ciudad de La Paz.

“Hasta fines del siglo XIX eran tierras de pastoreo y lecherías, algunas de ellas sobrevivieron hasta la década de 1960.

Ya por el año 1847 el presidente José Ballivián fijó el radio urbano incluyendo a Sopocachi y Llojeta como parte de los límites de la creciente ciudad de La Paz. Un mapa de 1912, que integra la muestra, plasma al incipiente barrio dentro del nuevo radio urbano y al Montículo como uno de los límites de la urbe.

La plaza Abaroa, la calle 6 de agosto, la avenida Arce, el tranvía y el emblemático Montículo con sus arcos cubiertos de azulejos, un trabajo del arquitecto Mario del Carpio son parte de la esencia de la exposición.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

El Montículo, ese refugio cómplice de amores y reunión de poetas como los que formaron parte de Gesta Bárbara muestra su existencia por el paso de las décadas en fotografías en las que parece inmutable, ya sea retratado en blanco y negro como a colores”. (Pau, 2017).

“Marina Núñez del Prado, Enrique Arnal, Guillermo Bedregal, Juan Carlos Orihuela, entre otros artistas que vivieron y viven aún en Sopocachi también Wálter Solón y Flavio Machicado y la Casa de las Flaviadas.

En 2011, Sopocachi tenía alrededor de 40 construcciones patrimoniales, según la Sociedad Patrimonial de La Paz. Hoy, parte de su esencia se guarda de seguro en menos de ellas”. (Machicado, 2017).

1.1.3. Delimitación demográfica.

En el estudio se emplea como unidad de análisis a los huéspedes de los hostels ubicados en la zona de Sopocachi de la ciudad de La Paz, obteniendo la información de su percepción, satisfacción o desagrado con relación a la calidad de servicio.

1.1.4. Delimitación del tiempo.

El tiempo de investigación es el año 2021, tomando en cuenta que los datos que se recolectan son de los turistas que se hospedaron en los hostels en el transcurso del año.

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

2. Planteamiento del problema.

2.1. Problemática de la investigación.

La presente investigación surge a través del poco conocimiento que se tiene de la opinión y percepción que este segmento de la demanda turística tiene respecto a la calidad del servicio que ofrecen los hostels de La Paz ubicados en la zona de Sopocachi, siendo este un mercado importante en el mundo y por supuesto también en Bolivia, hay muchos países que han analizado las particularidades del mismo como el promedio de gasto que tienen, el tiempo de estadía, las preferencias en cuantos a los servicios que consumen (Hospedaje, actividades, alimentación y transporte). Sin embargo, son muy limitados los estudios dedicados a la valoración que este segmento de turistas le da a la calidad de servicios turísticos proporcionados por los hostels y más escasas aún son las investigaciones realizadas en la ciudad de La Paz, lo que crea varias incógnitas en relación a las expectativas y grado de satisfacción de los visitantes que optan por hospedarse en albergues juveniles de La Paz.

Por otro lado, las autoridades municipales encargadas de la promoción turística (Agencia La Paz Maravillosa), apuestan también por este tipo de turistas, impulsando la visita de todo tipo de turistas a la ciudad, capacitando en la calidad de servicios a todos los prestadores de servicios turísticos para brindar un buen trato a los turistas incluyendo a los turistas mochileros, quienes por lo general se hospedan en los hostels. Argumentando que los turistas que escogen a los hostels como alojamiento son un grupo numeroso que llega al destino y que, si bien reducen económicamente su consumo en algunos servicios, en otros (servicios) su gasto es alto compensando el promedio de gasto que tienen.

Así mismo, siendo el sector de hospedaje uno de los servicios principales pertenecientes al turismo, es de mucha importancia conocer las nuevas tendencias que exige la demanda de este fragmento. Por lo tanto, es de mucho valor un estudio

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

investigativo que recolecte la información acerca de la percepción de turistas que optan por hospedarse en los hostels o albergues juveniles ubicados específicamente en la zona de Sopocachi (zona tradicional de la ciudad).

El problema identificado es “El desconocimiento de la percepción de los turistas respecto al nivel de calidad de servicios que brindan los hostels ubicados en la zona de Sopocachi de la ciudad de La Paz”.

Además, mediante una observación de la situación cotidiana en algunos hostels de la Sopocachi, se ha podido identificar diferentes causas posibles que formularían una conjetura negativa con relación a la percepción que tienen los turistas respecto a los servicios que ofrecen los hostels localizados en esta zona de la ciudad.

Entre las causas probables identificadas están: una ineficiente atención al huésped por parte del personal que se demuestra en las limitaciones que tiene el mismo al brindar información turística al huésped, reflejando así también una baja calidad en comparación a los estándares de otros países, otra causa detectada es la deficiencia en los procesos operativos de las diferentes organizaciones (hostels), demostrada en la escasa aplicación de manuales de funciones y una prestación de servicios inadecuados.

Además, muchos hostels tienen infraestructuras inadecuadas con espacios limitados que en muchos casos eran casas particulares que fueron adaptadas improvisadamente para servir como hostels, lo que reduce el número de áreas comunes para realizar diferentes actividades. Y, por último; las áreas administrativas son ineficientes generando que el compromiso de los trabajadores hacia la institución sea limitado, acondicionado principalmente al beneficio económico, lo que también se manifiesta en la poca atención en las necesidades de los huéspedes.

Los efectos negativos ocasionados por las causantes anteriormente mencionadas serían: una opinión negativa de los turistas con relación a la calidad de los servicios que ofrecen los hostels de la ciudad, además de huéspedes insatisfechos por no haber

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

cumplido con sus expectativas. También generaría desconfianza de los huéspedes hacia un personal con poca empatía, pérdida de estadía de los huéspedes, y, por último, la desmotivación del personal al momento de prestar los servicios al huésped.

Tomando en cuenta todas las causas y efectos citados una investigación científica busca confirmar o rechazar las posibles hipótesis planteadas, dando a conocer la situación real que existe con relación a la percepción que tienen los turistas que eligen alojarse en los albergues juveniles de Sopocachi en cuanto a la calidad de los servicios.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

2.2. Pregunta de investigación.

¿Cuál es la percepción de los turistas respecto al nivel de la calidad de servicios que brindan los hostels ubicados en la zona de Sopocachi en la ciudad de La Paz?

2.3. Objetivos de la investigación.

2.3.1. Objetivo principal.

Determinar la percepción de los turistas respecto al nivel de calidad de los servicios que brindan los hostels ubicados en la zona de Sopocachi de la ciudad de La Paz.

2.3.2. Objetivos Específicos.

- Establecer el perfil del turista que se hospeda en los hostels.
- Analizar las características de los hostels de Sopocachi.
- Conocer la apreciación de los turistas con relación a la calidad de servicios que recibieron en los hostels.

2.4. Justificación de la investigación.

La presente investigación se fundamenta en la importancia de la indagación respecto al nivel Calidad de los Servicios en los hostels de Sopocachi, porque a través de esta búsqueda, se pretende llegar a la sociedad, de modo que beneficie en conocimiento, acerca de la calidad de servicio turístico que ofrecen estos prestadores de servicios, y así, los administradores de hostels resuelvan las falencias detectadas, y a su vez, junto a los entes reguladores logren trabajar de manera coordinada, diseñando e implementando planes de calidad de tal manera que consigan satisfacer las necesidades del visitante ofreciéndole servicios altamente competitivos. Por otra parte, el documento pretende contribuir en los conocimientos académicos del sector

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Turístico, apoyando en asignaturas como Gestión de la Calidad Turística, y Gestión Hotelera.

Además, la investigación tiene como uno de sus fines el colaborar a instituciones relacionadas al turismo, estudiantes, y otros investigadores, con herramientas de recolección de información y a su vez con el uso de los datos obtenidos en el documento para formular planes, programas y proyectos concernientes a la calidad de los servicios turísticos y a su mejora continua. Así mismo, mediante los resultados obtenidos de la investigación se podrán identificar nuevos temas y problemas que conlleven a realizar otras investigaciones.

2.4.1. Justificación Teórica.

El sector hotelero es una rama del turismo que brinda el servicio del hospedaje al turista. Esta puede tener diferentes clasificaciones, que varían desde la comodidad hasta la ubicación, de ahí su relevancia con relación a una localidad que brinda diferentes atractivos naturales o tradicionales.

“Actualmente muchos hoteles sólo buscan obtener ingresos o tener utilidades, olvidando que su función principal es satisfacer las necesidades del huésped (visitante o turista), lo que ocasiona que muchos clientes no vuelvan a utilizar sus servicios, se observa también que otros hoteles administran de manera empírica e improvisada, sin una dirección empresarial. Entonces es muy importante analizar las condiciones y características del servicio que ofertan las empresas hoteleras, descritas como un aporte del estudio que se propone en esta Tesis para la mejora continua del sector. Además, los investigadores del sector servicios han identificado la importancia de trabajar e investigar sobre la calidad en

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

el turismo y hotelería, lo cual se demuestra durante los últimos años mediante los numerosos estudios que han desarrollado el concepto de calidad de servicio en la industria hotelera” (Sierra Diez, 1999).

La investigación pretende aportar a la generación de conocimientos con relación a la aceptación o reprobación por parte de los turistas hacia el nivel de calidad de servicios turísticos brindados en los hostels de la zona de Sopocachi, a su vez también conocer más acerca de las características de los mismos, lo que ayudaría a una mejor percepción de las expectativas de este segmento de la demanda turística.

2.4.2. Justificación Metodológica.

La investigación es fundamental para crear bases metodológicas que ayuden a desarrollar posteriores trabajos investigativos relacionados con el tema, dado que las tendencias de consumo son un cambio constante lo que produce nuevas problemáticas. Entonces, la relevancia de este aspecto, reside en la aplicación de instrumentos de indagación, para determinar la percepción que tienen los huéspedes con relación a los servicios que reciben en los hostels de la zona de Sopocachi por medio de los niveles de satisfacción en el servicio y los criterios de calidad que presenta el sector turístico, mismas herramientas que pueden ser usadas en posteriores investigaciones dirigidas a diferentes modalidades de hospedaje en diferentes delimitaciones geográficas.

Con el objetivo de establecer la percepción del huésped respecto al nivel de la calidad de los servicios, se propone una metodología que permita abordar indicadores evaluadores que están basados en la combinación de dimensiones empleadas en modelos reconocidos que evalúan la calidad tales como el Servqual y la Escala de Brady y Cronin, haciendo énfasis en la evaluación posterior al servicio, entonces, la metodología y herramientas utilizadas generan una base para asentar guías que evalúen la percepción de la calidad de servicios en la modalidad de hospedaje de albergues juveniles o hostels,

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Se establece que la manera de identificar la percepción es a partir de un instrumento de medición de información que es la encuesta. La cual dará un acercamiento directo con la población objetivo y permitirá realizar su respectivo análisis, además, la encuesta quedaría como una herramienta útil para los administradores de estos establecimientos, de esta manera evaluarían constantemente su nivel de calidad en servicios y detectarían sus falencias para poder corregirlas en el tiempo adecuado.

2.4.3. Justificación Social.

La justificación social de la investigación se basa en el aporte para el conocimiento de este tipo de turistas que llegan a la ciudad de La Paz y se hospedan en este tipo de alojamientos, conociendo sus características y sobre todo conocer su conformidad o discrepancia con el tipo de servicio que reciben en los albergues juveniles de la ciudad de La Paz, de esta forma conocer también sus sugerencias para mejorar la calidad de los servicios,

Además, apoya al sector turístico, identificando y describiendo los aciertos o las deficiencias en la calidad del servicio que exigen los huéspedes, este aspecto presenta gran relevancia social directa e indirecta, entre otros aspectos por lo que representa, complementa, diversifica y aporta a la economía, siendo el turismo un sector significativamente empleador de recursos humanos. Sin duda los principales beneficiados son los administradores y dueños de los hostels quienes tendrán un mayor conocimiento de la percepción de sus huéspedes con relación a los servicios brindados, lo que les ayudaría en la formulación de estrategias y en la toma de decisiones.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

3. Marco Teórico.

3.1. Turismo.

Para comprender mejor el tema se debe partir desde las bases teóricas y así llegar a resultados más específicos. Por ello es necesario generar una visión que parta de lo general enfocándose cada vez más a lo particular. Conocer las definiciones de los términos desarrollados en la investigación nos proporciona información necesaria para entender con más claridad el tema.

A lo largo del tiempo se han propuesto muchas definiciones del término turismo, por lo general éstas suelen incidir en una serie de aspectos tales como la idea de desplazamiento o el motivo de la estancia.

“El Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos, o grupos de personas fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (De la Torre Padilla, 1980).

El turismo comprende *“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”* (Naciones Unidas, 1998).

Las empresas relacionadas al turismo, pertenecen al sector de los servicios puesto que el producto que ofrecen suele tener esta consideración. Estas empresas, de carácter diverso ofrecen al cliente un servicio o producto que difícilmente es tangible y, por tanto, poco almacenable. Además, se trata de un sector en el que comúnmente

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

el cliente está alejado del producto que pretende consumir lo cual le obliga a efectuar un desplazamiento hasta el lugar en el que consumirá el servicio.

3.2. Servicio.

Según (Kotler, 2016) un servicio es *“cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no se puede poseer”*. Entonces, es todo lo que es perceptible para el cliente y que produce un valor agregado, en el preciso momento en que se produce un aumento en la satisfacción.

"Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" (Sanhusen, 2012).

Para la presente investigación se considera el concepto de Servicio como la actividad suministrada por el ofertante que busca satisfacer las necesidades de los demandantes con calidad.

3.2.1. Características del Servicio.

Según (Robles, 2017) *“Existen aspectos fundamentales que definen la presencia del servicio, el cual es difícil de comprender cuando un cliente está expuesto a recibir un servicio de cierta organización”* y son los siguientes:

- a) Intangibilidad: *“Por su naturaleza el servicio es de cierta manera incomprensible, ya que no se puede percibir a través del tacto, olfato, u otro sentido. Y la única dependencia que tiene es de la experiencia personal de los clientes, que es donde la compañía tiene la oportunidad de brindar valor agregado”* (Robles, 2017).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- b) Inseparabilidad: *“El servicio siempre está presente en la relación cliente organización, y a través del trato personal o factor humano como medio idóneo se logra brindar un servicio.* c) *Heterogeneidad: Ya que el factor humano es el medio idóneo, la variabilidad que hay en el trato personal que reciben los clientes, de empleado a empleado debe ser controlada y estandarizada continuamente por la organización”* (Robles, 2017).
- c) Perecedero: *“No hay producción masiva de servicio, no existe una producción en serie, el servicio depende de ese contacto personal organización-cliente, en donde el resultado es el valor agregado y nunca va a ser igual”.* (Robles, 2017).

Para el autor estas características facilitan la identificación de elementos indispensables, que deben ser considerados para lograr ofrecer servicios que cumplan de la mejor manera las expectativas del cliente (Huésped). Tomando en cuenta que es importante conocer con antelación las necesidades y expectativas que identifican el tipo de mercado de la organización, ya que esto facilita el brindar un servicio de calidad.

3.2.2. Servicios turísticos.

“Los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos”.

“Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas” (Universidad Técnica de Babahoyo, 2016).

Estos son los conceptos que se relacionan más con la temática que se abordara en el presente documento comprendiendo a los servicios turísticos como los bienes y servicios que ofrece la oferta turística para satisfacer las necesidades de la demanda turística, abarcando los principales beneficios que estos ofrecen, los que básicamente son de hospedaje, alimentación y transporte.

3.2.2.1. Hospedaje turístico.

“Es todo aquel establecimiento que presta al público, un servicio para hospedarse en forma temporal, que funcione en una edificación construida o acondicionada para tal fin, ocupando la totalidad del inmueble o parte del mismo, conformando sus dependencias un todo unitario, sin mezcla de otros usos no cónsonos con su naturaleza.” (Arquitectosrp, 2014).

Siendo el alojamiento turístico uno de los principales servicios relacionados directamente con la actividad turística, es importante entender las diferentes modalidades y tendencias de la misma.

Dentro del conjunto de medios de alojamiento turísticos pueden distinguirse un grupo de alojamientos de tipo hotelero y otro grupo de tipo extra hotelero (que incluyen viviendas turísticas, campings, apartamentos, ciudades de vacaciones, albergues, residencias, etc.), que son los que resultan de mayor interés para la investigación.

A pesar de existir dos agrupaciones diferentes, son los establecimientos hoteleros el elemento básico de la oferta total del alojamiento. Una posible definición del sector hotelero podría ser la siguiente *"el sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario" (Mestres Soler, 1999).

3.2.2.2. Características del sector de hospedaje turístico.

Como ya se mencionó anteriormente, las actividades realizadas en los establecimientos de hospedaje son de naturaleza diversa. La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y reposo.

Así mismo, según (Musa Alhasan, 1999) estas actividades *“se diferencian de las actividades de otras organizaciones industriales y comerciales por la distinta naturaleza de los servicios y negocios que ejercen, puesto que existe una actividad principal, "la venta del alojamiento" o de las habitaciones, distinta a las otras actividades, las cuales varían según el tamaño físico del hotel, los clientes del mismo, los servicios ofrecidos, la temporada, etc”*.

De esta manera el autor distingue un conjunto de características específicas que considera un paso necesario para el éxito de una organización y comprender mejor su proceso productivo. En base a estas características ha señalado los diferentes puntos:

“En primer lugar, se debe concretar que el producto que ofrece consiste en la prestación de un servicio no inventariable una vez ha sido finalizado, aunque sí lo pueda ser en algún momento de su proceso de fabricación. El servicio no puede ser trasladado al cliente. Debe ser éste quien se desplace al lugar de la prestación del servicio para que pueda venderse.

Además, existe una imposibilidad de aumentar la producción (las habitaciones) es decir, si se produce un incremento en la demanda de alojamiento, el hotel no podrá satisfacerla a corto plazo. Es decir, existe una cierta rigidez en este sentido que imposibilita una adaptación rápida a posibles necesidades del hotel.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

No obstante, los hoteles deben ofrecer una diversidad de servicios importante para captar a los clientes a la vez que deben ser lo suficientemente flexibles como para adaptarse o ajustarse a una variedad amplia de situaciones más o menos previsibles o las diferentes necesidades de cada cliente como, por ejemplo, lavandería, plancha, gimnasio, teléfono, cambio de divisas, etc.

Además, cabe apuntar otra característica relacionada con el servicio hotelero como es la heterogeneidad de los productos o servicios que ofrece. En algunos hoteles puede perfectamente pedirse un café, jugarse un partido de tenis, alojarse una noche, utilizar el servicio de mueble-bar, disfrutar de una sesión de masajes, etc.

El carácter del producto es intangible o inmaterial en la mayoría de los servicios hoteleros, es decir, no se pueden coger o tocar.

En cuanto a la estructura y comportamiento de los costes de los establecimientos hoteleros puede remarcarse que "los costes fijos (salarios, gastos de publicidad, amortización de edificios, instalaciones y muebles entre otros) son muy altos en comparación con los costes variables.

El servicio que se presta en el hotel consigue que entre los diferentes individuos que forman la organización, así como sus distintos estamentos jerárquicos se produzcan contactos continuos.

Algunos servicios no principales que se prestan en el hotel generan una venta indirecta y, por tanto, unos ingresos adicionales. La permanencia en las operaciones durante las 24 horas sin interrupción afecta directamente al volumen de la plantilla. La atención continuada al público comporta una planificación del personal que trabaja en la empresa con el objeto de que sea suficiente en todo momento para cubrir todas las necesidades" (Musa Alhasan, 1999).

3.2.2.3. Modalidades y clasificación de alojamientos turísticos.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Resulta difícil hablar de una única clasificación de los hospedajes turísticos puesto que no todos los países disponen de una clasificación oficial y si la tienen no se aplican los mismos criterios. Por esto, puede apreciarse que una misma categoría presente características diferentes en función del país en el que nos hallemos. Sin embargo, la clasificación determinada por la OMT es la más generalizada.

“A pesar de los esfuerzos realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y otras instituciones de carácter internacional, hasta hoy no se cuenta, a nivel mundial, con un criterio de clasificación uniforme que permita identificar el tipo de servicios y modalidades de establecimientos de hospedaje. Las nuevas y variadas formas de practicar el turismo han originado la creación de diversas instalaciones y servicios para alojar a los viajeros, mucho de los cuales ofrecen ventajas para determinados segmentos de turistas, como son las de ser más informales y económicos.

Una primera clasificación que debe realizarse respecto de los establecimientos de hospedaje es por la forma en la que opera y las instalaciones con las que cuenta” (Organización Mundial del Turismo, 2016).

De acuerdo con ello, los establecimientos se clasifican en:

“Tipo hotel: establecimiento con un mínimo de 10 habitaciones en el que se proporciona básicamente alojamiento y en algunos casos alimentación y servicios complementarios que, en contra pago, demanda el viajero (hotel, motel, hotel residencia y otros)” (Organización Mundial del Turismo, 2016).

“Tipo extra hotel: establecimiento con facilidades de alojamiento limitadas, que opera con técnica poco especializada, personal reducido y organización sencillos, a precios económicos (casa de huéspedes, apartamentos amueblados, cabañas y albergues). (Organización Mundial del Turismo, 2016).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Según los conceptos de diferentes autores los albergues juveniles o hostels encajarían a la segunda modalidad mencionada, puesto que los hostels en su mayoría cuentan con un personal reducido comparado con hoteles tradicionales, lo que permite reducir el precio de alojamiento.

3.2.2.3.1. Hostels o albergues juveniles.

“El Albergue o (Hostel), en inglés, es el establecimiento que ofrece a los jóvenes alojamiento adecuado a su presupuesto y también a sus expectativas de socialización durante el viaje. Hace 15 años se asociaba a los albergues con zonas rurales en donde paraban caminantes y turistas con mochila. En la actualidad encontramos albergues en los centros de las principales ciudades. Albergues que han abierto sus puertas a otros tipos de turistas como los (flashpackers) o familias. Todos ellos comparten valores comunes como son el espíritu comunitario y, por supuesto, el uso de literas en las habitaciones” (Sanchez, 2010).

Conforme a la clasificación mencionada en el anterior subtítulo los albergues juveniles son establecimientos de hospedaje de tipo extra hotelero. Esta sería una primera y amplia concepción de los albergues juveniles.

“Los hostels constituyen un tipo de alojamiento complementario, una posibilidad de alojamiento destinada a ciertos viajeros que requieren una modalidad alternativa.

Los albergues son un tipo de alojamiento extra hotelero accesible, por lo general en habitaciones y servicios sanitarios compartidos por sexo, pueden poseer cocina-comedor para la propia preparación e ingestión de los alimentos. En algunos casos pueden ofrecer un servicio económico de comidas. Destinados a personas que buscan una experiencia de viaje diferente y de una mayor integración cultural.

Un albergue juvenil es un establecimiento mercantil de alojamiento público o privado destinado a la prestación de servicios para el turismo juvenil, y caracterizado por sus precios económicos.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

El hostel es conocido como un lugar que provee alojamiento a los viajeros alentando el intercambio intercultural entre jóvenes. Dentro de este tipo de establecimientos, todo está preparado para que los huéspedes, se encuentren en las áreas comunes como el living, salas de estar, cocina, etc” (Universidad Técnica de Babahoyo, 2016).

Como lo menciona el texto los albergues juveniles cuentan con muchas áreas comunes que facilitan la interacción entre huéspedes, creando un ambiente que ayuda al intercambio cultural, todo esto se convierte en una motivación para que muchos viajeros opten por alojarse en un hostel.

3.2.2.3.2. Características de un hostel.

Este tipo de establecimiento tiene algunas particularidades que los diferencian de los hospedajes tradicionales, algunas de sus características en cuanto a tamaño y ubicación son las siguientes:

“No todos los hostels son de un mismo tamaño se pueden encontrar pequeños de 10 plazas hasta enormes de 100 camas. En cuanto a la ubicación los hay rurales y urbanos (en el centro y periferias siendo más común el primero), y están conformadas en:

Privadas: las cuales pueden ser dobles triples cuádruples con camas individuales o matrimoniales.

Compartidas: en las cuales se pueden encontrar camas tipos litera capacidad para 10 personas o más dentro la misma habitación, este tipo de habitación se comparte con otros huéspedes, usualmente se dividen por sexos, pero se pueden encontrar algunas habitaciones mistas" (Costanzo, 2012).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

En la ciudad de La Paz existen hostels de diferentes tamaños desde los más grandes como Wild Rover o Loki con alrededor de 100 camas para recibir a los turistas además de servicios como discoteca y bar dentro del hostel, hasta los más pequeños como “Landscape” con 30 plazas solamente, lo que sí es una característica común es que todos los hostels de la ciudad se encuentran en zonas céntrica o residenciales que facilitan la movilidad de los turistas a los diferentes atractivos turísticos de forma segura.

3.2.3. Turista.

Tomando en cuenta que son los turistas los que llegan a convertirse en los huéspedes de los hostels, es necesario aclarar esta similitud entre ambos conceptos, considerando su alta relación conceptual específicamente en la presente investigación.

Estos son algunos de los conceptos más utilizados respecto al turista:

“Se considera turista a cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual” (Organización Mundial del Turismo, 2016).

“Un turista es todo pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del sitio visitado” (Secretaría de Comercio y Turismo de España, 1999).

A continuación, algunos conceptos que corresponden específicamente a los rasgos o peculiaridades de los turistas que se alojan en hostels o albergues juveniles:

De acuerdo a (Peña, 2010), citado en (Sanchez, 2010) *“El público mayoritario de los albergues juveniles es gente joven, grupos de amigos que deciden pasar un fin de semana en algún albergue. Pero también asociaciones juveniles que enmarcan sus actividades y proyectos dentro de nuestros albergues. Por otro lado, cada vez un*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

mayor número de familias deciden que ésta sea su manera de viajar porque gracias al alberguismo se inculcan unos determinados valores de convivencia, respeto”.

De acuerdo a (Perales, 2010), citado en (Sanchez, 2010) *“Los definiría más que como turistas, como viajeros. Son personas de todas las edades con un perfil más participativo y activo que el del turista meramente contemplador, personas a las que les gusta integrarse con el lugar que visitan, relacionarse con otros viajeros y la población local”.*

Conociendo ya la definición de “turista” y su relación conceptual con “huésped” y las particularidades de estos huéspedes, es necesario profundizar las características de los turistas y como estas lo llevan a elegir el tipo de organización de viaje, y por lo tanto también su preferencia al momento de optar por un tipo de hospedaje.

3.2.3.1. Perfil turístico.

“Los mercados turísticos se componen de consumidores, los mismos que presentan unas diferencias entre sí. Como, por ejemplo: sus deseos, los recursos que utilizan en su viaje, actitudes, necesidades y deseos únicos, debido a esto se puede determinar que cada uno presenta perfiles distintos. De este modo un perfil constituye un aspecto peculiar que se construye sobre la base de una característica dominante, en términos de actitudes distintivas, conductas o comportamientos y variables demográficas” (Gonzales, 2011).

“El perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico. Dicha caracterización se basa principalmente en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas” (Rodríguez M., 2014). Estos autores afirman que mediante el previo estudio de ciertas variables se pueden conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas, de esta forma se podría mejorar la oferta de productos y servicios especializados para turistas cada vez más exigentes.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Existen numerosos efectos que pueden incentivar a un turista a realizar ciertos tipos de turismo, tales como: motivación, factores sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo, ocio, nivel de cultura, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas y factores demográficos y poblacionales. Para determinar y estudiar dichos efectos se han clasificado en cinco bloques.

- *Composición del grupo.*
- *Comportamiento del turista.*
- *Motivación del viaje.*
- *Nivel de satisfacción.*
- *Percepción y valoración”.* (Gonzales, 2011)

“Las variables demográficas son:

- *Edad: La edad de la demanda turística está estrechamente relacionada con el tipo de gustos y actividades que realizaran los turistas dentro del viaje.*
- *Sexo: Son dos variables, masculino y femenino.*
- *Procedencia: Conocer cuál es el lugar de origen del turista.*
- *Estadía: Duración de la permanencia del turista dentro del destino”.* (Organización Mundial del Turismo, 2016)

“En lo referente al comportamiento del turista se analiza su conducta frente a un producto o servicio.

- *Tipo de alojamiento: El turista tiene diferentes opciones a la hora de escoger el tipo de alojamiento entre alojamiento hotelero y extra hotelero*
- *Tipo de transporte: Es el principal medio que utiliza el turista para desplazarse dentro del destino.*
- *Medio de información: conocer por qué medio conoció de la existencia del destino.*
- *Recurrencia: Determinar el número de visitas que realiza el turista al mismo destino”* (Organización Mundial del Turismo, 2016).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“El tercer bloque hace referencia a la motivación de viaje, es decir cuál es la razón por la cual el turista decide realizar el viaje a un destino determinado.

Carácter de visita.

- *Vacaciones y ocio.*
- *Negocio.*
- *Estudios.*
- *Visita a familiares.*

Motivaciones personales.

- *Necesidades de contactos con la naturaleza.*
- *Necesidades de conocimiento.*

Motivaciones familiares.

- *Necesidades de experimentar un estilo de vida familiar diferente*

Motivaciones sociales

- *Necesidad de distinguirse.*
- *Necesidad de imitación”.* (Organización Mundial del Turismo, 2016).

El cuarto bloque estudia en nivel de satisfacción de los turistas dentro del destino, esto dependerá en gran medida a las expectativas que presenta el turista. Y como estas fueron o no satisfechas con los productos y servicios dentro de la realización del viaje.

- *“Calificación de la atención recibida.*
- *Problemas dentro del viaje.*
- *Seguridad.*

Finalmente, el último bloque hace referencia a la percepción y valoración, la percepción dependerá de cada turista y cómo fue su experiencia dentro del destino en cuanto a productos y servicios recibidos. La valoración consiste en la evaluación

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

final que realizara el turista en cuanto a todos los productos y servicios que ha recibido, esto será tanto a nivel económico como de calidad.

- *Actitud de la población frente a los turistas.*
- *Aspectos que debería mejorar en cuanto a servicios turísticos.*
- *Consideraciones finales acerca el lugar que visita” (Gonzales, 2011).*

Estos factores son de gran relevancia para la investigación puesto que el segundo bloque hace referencia al tipo de alojamiento que elige el turista extra hotelero en el caso de los hostels, el cuarto y quinto bloque están directamente relacionados con el objetivo principal de la presente tesis y los otros dos bloques están relacionados con uno de los objetivos secundarios el cual es determinar las características de los turistas que se hospedan en los hostels de la zona de Sopocachi.

3.2.3.2. Tipología de turista.

El sociólogo (Cohen, 1980), citado en (Andrade Delgado, 2016) clasifico a los turistas basándose en la teoría de que el turismo combina la curiosidad de buscar nuevas experiencias, con la necesidad de seguridad y buscar lugares que le recuerden ambientes familiares.

La tipología de Cohen identifica cuatro tipos de turistas:

- *“Turista organizado de masa: Este tipo de turista prefiere adquirir paquetes previamente preparados, son menos aventureros y prefieren pasar el tiempo en un ambiente confortable, son turistas que prefieren viajar con un guía, un bus con aire acondicionado y se rigen por un itinerario previamente establecido.*
- *Turista individual de masa: Este tipo de turista es similar al organizado de masa, excepto, que el turista tiene el control en algunos puntos de su*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

itinerario y son flexibles con los horarios, pero de igual manera adquieren paquetes turísticos preparados por agencias de viajes.

- *Turista explorador: Este tipo de turistas prefiere realizar viajes por si solos, tratan de encontrar lugares inusuales, pero con productos y servicios de calidad. Tratan de interactuara en lo posible con las poblaciones locales.*
- *Turistas drifter o mochilero: Este tipo de turista viaja sin planificación alguna, no sigue itinerarios o tiene algún tipo de horario, busca convivir con la población local y a menudo busca conseguir trabajo para continuar con su viaje” (Andrade Delgado, 2016).*

Este autor da una reseña algo estereotipada respecto a los turistas mochileros que para varios expertos son considerados los viajeros que optan por hospedarse en hostels o albergues juveniles. Sin embargo, para muchos investigadores este tipo de turistas representan un segmento que dan un aporte económico considerable a la actividad turística y que son viajeros que organizan sus viajes tanto o más que otro tipo de turistas.

Algunos autores diferencian a los turistas preponderantemente por el tipo de organización de su viaje, siendo los turistas tradicionales y los turistas alternativos los principales grupos que tienen diferentes características.

“La demanda turística está teniendo en las últimas décadas importantes transformaciones y cambios, tanto en los destinos ofertados y demandados, como en las formas, modelos, maneras y estilos de viajar. La experiencia de la población en materia de viajes, el conocimiento de muchas zonas y destinos, la imposición de los nuevos estilos y valores de calidad de vida y del bienestar social, entre otros aspectos, han hecho que el actual viajero tenga cierta madurez, mayor formación e información, que sea más exigente y que precise de una mayor calidad y variedad en los servicios, demandando una participación más activa e integradora en los programas vacacionales” (Peric, 2010).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 1. Tipología de turista

	Turista Tradicional	Turista Alternativo
Tipo de Turista	Pasivo, estático, indiferencia hacia la cultura local, nivel educativo medio a bajo.	Activo, dinámico, participativo, imaginativo, nivel educativo medio a alto
Motivación	Sol, playa, nieve. Vacaciones monotemáticas, precios bajos. Familiaridad con el destino.	Contacto íntimo con el territorio (naturaleza, cultura, gastronomía). Diferentes motivaciones a lo largo del viaje
Tipo de demanda	Organizada por operadoras turísticas o por los mismos usuarios	Individual dirigida a grupos específicos
Frecuentación	Masificada y estacional	Exclusividad y privacidad. Repartida a lo largo del año
Tipo de Alojamiento	Estandarizado, Hoteles grandes y sofisticados. Departamentos y residencias secundarias	Sencillos pero confortables e higiénicos. Hoteles pequeños y singulares. Alojamientos alternativos (Hostels, casas rurales, eco campings)
Actividades elegidas en el destino	Frecuentación de bares y locales nocturnos, Parques temáticos, etc. Excursiones en grupo, descanso en la playa. Esquí entre otras.	Senderismo, vela, ciclo turismo, esquí de fondo, rafting, Visitas a museos y parques naturales.
Comportamiento en el destino e impacto sobre el medio	Ofensivo y agresivo. Explotación incontrolada de los recursos. Crecimiento expansivo. Beneficios a corto plazo	Defensivo y respetuoso. Valoración controlada y preservación de los recursos. Beneficios a medio y largo plazo.

Fuente: Laguerre Andrade, Luis (2016)

3.2.3.3. La relación entre los turistas mochileros (backpacker) y los hostels.

Aunque el concepto de turista mochilero se ha relacionado incorrectamente con turistas que tienen un bajo promedio de gasto, las investigaciones de muchos autores demuestran que este segmento de turistas se relaciona más con la edad y a la generación a la que pertenece, de ahí que nace el concepto de turismo joven.

“Los viajes independientes (sin estar acompañados por un padre o tutor personal) durante períodos de menos de un año realizados por personas de entre 16 y 29 años de edad que están motivadas, en parte o totalmente, por el deseo de experimentar otras culturas, construir una experiencia vital y/o beneficiarse de oportunidades de aprendizaje formales o informales en un entorno que no es el habitual, además menciona que este sector representa un gran crecimiento que en un futuro no muy

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

lejano puede ser la nueva potencia, esta definición incluye estudiantes que viajan para trabajar parcialmente ya sea en hostels o cualquier otro tipo de trabajo que no requiera un serio compromiso profesional y que a la vez les permita disfrutar y conocer, viajeros independientes que salen de vacaciones (Mochileros), estudiantes universitarios que realizan pasantías en el extranjero, quienes viajen para conocer idiomas (turismo idiomático) y a los voluntarios (tipo de viaje enfocado a tareas comunitarias y humanitarias)” (WYSE Travel Confederation, 2015).

Este tipo de turistas buscan alojarse en los denominados hostels o albergues juveniles los cuales no tienen una definición exacta a pesar de los esfuerzos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y otras instituciones relacionadas, de incluir una clasificación uniforme que permita identificar la modalidad de establecimiento y el tipo de servicios que los albergues ofrecen.

Investigaciones en países vecinos demuestran que existe una estrecha relación entre el turismo joven y la preferencia de este sector para hospedarse en los llamados albergues juveniles, para facilitar el contacto con otras culturas y adquirir nuevas experiencias.

3.3. Calidad y conceptos relacionados.

3.3.1. Calidad.

Los conceptos de calidad fueron desarrollados por la preocupación de la fabricación en masa de los productos, estos se han visto modificados desde sus inicios hasta hoy en diferentes aspectos como: significados y métodos de evaluación. Siendo así que uno de los últimos aspectos incorporados a la calidad ha sido la orientación al cliente.

“La calidad es la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de sus especies” (RAE, 2006).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”. (Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, 2012).

“La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar. Por lo general el cliente evalúa el desempeño de su organización de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas”. (Druker, 2002).

“La calidad es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo y adecuado a las necesidades del cliente” (Deming, 2004).

“La calidad es diseñar, producir y ofrecer un producto servicio que sea útil, al mejor precio posible y que siempre satisfaga a las necesidades del cliente” (Ikishawa, 2004).

El concepto que más se apega a la investigación es el desarrollado por el autor Peter Druker, que relaciona directamente la calidad con el precio que el cliente está dispuesto a pagar. Por lo tanto, las expectativas del cliente son más grandes si el precio que pago por el servicio fue más alto.

3.3.1.1. Calidad de los servicios.

“La calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía” (Berry, 1993). Esta definición hace necesarios un conjunto de factores para poderlos medir, ya que los clientes, generalmente, no conocen cuáles son las especificaciones, pero si tienen expectativas y pueden hacer una valoración de la calidad que perciben.

Según (Parasuraman, 1996) *“el enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobretodos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

él; empleados, gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad”.

Se puede definir a la calidad en el servicio como una estrategia que se implementa para garantizar la satisfacción de los clientes, tanto internos como externos, ésta satisfacción es importante para que los clientes continúen consumiendo el servicio ofrecido y no solo eso, que recomienden a otros clientes.

De este modo, autores como (Quintanilla, 2014) afirman que *“calidad de servicio y satisfacción del usuario son dos conceptos difíciles de separar. Además, hay ciertas discrepancias al considerar el proceso por el cual se llega a experimentar la satisfacción”*. Por su parte, (Berry, 1993) considera que *“la calidad de servicio percibida es una actitud duradera a lo largo del tiempo, mientras que la satisfacción es un juicio transitorio ante un servicio específico”*.

“La experiencia de un servicio es una reacción personal y un sentimiento subjetivo que ocurre en el consumidor y se produce tras experimentar el servicio”. (Luque, 2019). Es por ello que la gran mayoría de estudios que manejan la calidad de servicio y la satisfacción de los consumidores y usuarios, tienen en común el hecho de que el punto de vista de los clientes se considera primordial a la hora de valorar los servicios que las organizaciones son capaces de proporcionar. Por tal motivo, es común que el rendimiento de las instalaciones sea valorado por aquellas personas que utilizan o adquieren los bienes de consumo y los servicios mediante el análisis de la calidad percibida de los usuarios.

3.3.1.2. Expectativas y percepciones del cliente.

El cliente tiene necesidades y deseos de los cuales a veces no está consiente completamente, estas necesidades deben ser recogidas por las organizaciones (hospedajes turísticos) para diseñar y prestar los servicios que logren su satisfacción.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Algunos sistemas tienen la capacidad de identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros solo perciben las necesidades de las cuales el cliente está consciente, ambas capacidades son útiles para mejorar la calidad del servicio y obtener una mayor satisfacción de quien recibe el servicio.

a) Percepción del cliente:

“La percepción del cliente o usuario se refiere a como esta estima que la organización está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como el valor lo que recibe” (Castillo, 2016).

b) Expectativa del cliente:

“Las expectativas del cliente definen lo que espera que sea el servicio que entrega la organización. Esta expectativa se forma básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, comunicación de boca a boca e información externa. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio” (Castillo, 2016).

3.3.1.3. Apreciación de la calidad de los clientes.

Tomando en cuenta todos los conceptos de la calidad mencionados antes, se puede deducir que la palabra calidad infiere un conjunto de atributos o propiedades de un producto o servicio que nos permite emitir un juicio de valor acerca del mismo; en este sentido se habla de la nula, poca, buena o excelente calidad de un objeto.

“Los consumidores utilizan, como indicios o claves para evaluar la calidad:

- *Atributos específicos (o formales) del producto: sabor, color, textura, tamaño y otros, estos se direccionan específicamente a los productos tangibles.*
- *Atributos añadidos (o extrínsecos): precio, marca, nivel de esfuerzo publicitario, que se pueden aplicar a la calidad en servicios.*

Los atributos extrínsecos

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Estos atributos extrínsecos son:

- *El precio (que es el indicador más utilizado en ausencia de otros)*
- *La marca del producto*
- *El distribuidor*
- *El esfuerzo publicitario*

En el caso de los servicios, la apreciación de la calidad por parte del usuario se rige generalmente por el comportamiento del Grado de acercamiento de a las características o especificaciones estándar del producto genérico no obstante además del precio, se utilizan también indicadores más ajustados a lo que es un servicio” (Robledo Marquez, 2012).

3.3.1.3.1. Relación del precio y la calidad.

El precio es uno de los indicadores usado por muchos individuos con el fin de medir o crear una expectativa con relación a la calidad de un producto o servicio, principalmente porque relacionan un alto precio con una mayor calidad.

“El precio puede ser interpretado por el consumidor como un indicador de la calidad del producto. Este uso depende de la disponibilidad de otros indicadores de la calidad, de la diversidad de precios, del grado de conocimiento del precio por el consumidor, etc.

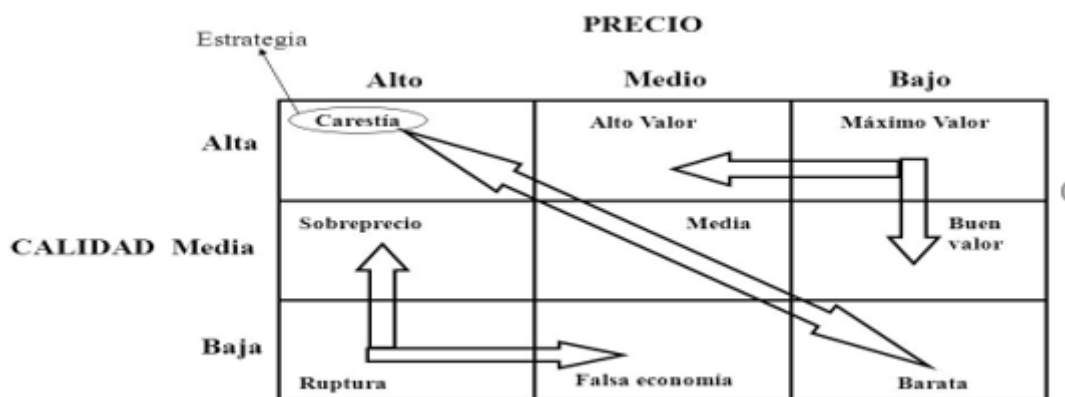
Suele decirse que existe una relación calidad-precio. Esta relación es de doble sentido, es decir, la calidad del producto influye en la formación de expectativas acerca del precio del mismo, pero a la vez, el precio utilizado como un indicador en la formación de la percepción de la calidad del producto una mejora en la calidad puede modificar la elasticidad de la demanda, y el consumidor estará dispuesto a pagar un precio mayor o de modo inverso” (Robledo Marquez, 2012).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

En muchos casos los clientes están dispuestos a pagar un precio más alto para recibir lo que ellos esperan sea un servicio de mayor calidad, que asocian a una marca cuyo atributo principal es la calidad en sus servicios.

“Si un producto es percibido como un producto de calidad por el mercado, y en consecuencia admite un cierto diferencial en el precio, el producto es un producto de calidad en términos comerciales la calidad tiene que ver con el nivel o eficacia de las prestaciones que el producto es capaz de ofrecer, es decir, en qué medida es capaz de realizar satisfactoriamente la función básica con respecto a los otros productos o marcas. Se suele de hecho relacionar la calidad con otros aspectos que configuran los atributos”. (Robledo Marquez, 2012).

Ilustración 2. Matriz Relación, Precio-Calidad



Fuente: (Robledo Marquez, 2012)

3.3.1.4. Estándar internacional de la Calidad.

Con la globalización y la competencia que existe tanto en los mercados locales como en los mercados internacionales, la postura de las empresas hacia la calidad y la eficiencia es fundamental para la conquista del mercado. Por lo tanto, han ido estableciéndose estándares comunes en el mundo para brindar productos y servicios de calidad.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Los estándares de calidad son criterios o reglas establecidas por organizaciones que ayudan a determinar la conformidad de un proceso entre las diferentes naciones. Estas reglas o criterios de gestión de calidad facilitan la ejecución de negocios de un determinado sector a nivel global” (Díaz, 2019).

“Los estándares internacionales son producto de diferentes organizaciones, algunas para uso interno solo, otras para uso por grupos de gente, grupos de compañías, o una subsección de una industria.

Un estándar internacional (o norma internacional) puede ser usado tanto por aplicación directa o a través de la adopción del mismo, modificando el estándar internacional para adaptarlo a las condiciones locales. La adopción de estándares internacionales resulta en la creación de estándares nacionales equivalentes que son substancialmente los mismos en contenido técnico pero que pueden tener diferencias” (Robledo Marquez, 2012).

En síntesis, los estándares internacionales de calidad son una forma de superar las barreras para el comercio internacional causadas por los diferentes estándares y reglamentos desarrollados separadamente por cada nación, organizaciones de estándares nacionales o compañías.

3.3.1.4.1. Estándares de Calidad ISO.

Con el fin de establecer estándares generales para la calidad se crearon instituciones que generan y regulan normas en favor de la misma, la organización principal y con más antigüedad es ISO.

“ISO es la organización internacional para la estandarización, (ISO International Organization for Standardization). Esta organización con sede en Ginebra y fundada en 1947 es la mayor organización de normas internacionales del mundo, actualmente está estructurada como una federación de organismos, entre los que encontramos AENOR de España, AFNOR de Francia y DIN de Alemania entre

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

otros. Desde su fundación ha publicado más de 20.000 normas internacionales de distintos sectores, enfocándose principalmente en la fabricación y comercio” (Lopez Lemos, 2017).

Estas son algunas de las normas más conocidas por las empresas que aplican los estándares internacionales de calidad:

“ISO 9001: esta norma está enfocada en la gestión de calidad, con la finalidad de demostrar que la empresa es capaz de fabricar productos que cumplan las exigencias de los clientes. ISO 9002 es un sistema de normas que certifica el aseguramiento de la calidad en la producción, la instalación y el servicio.

ISO 14001: esta norma de estandarización es la segunda más conocida de las ISO, corresponde al sistema de gestión del medio ambiente, por lo que sus controles están enfocados en la protección de la naturaleza. También se encarga de evaluar las leyes que la empresa debe seguir en materia de ambiente.

ISO 18001: esta norma se puede implantar conjuntamente con la ISO 9001 y persigue detectar los posibles factores de riesgo laborales dentro de la empresa, con la finalidad de que se resguarde la integridad de los trabajadores.

ISO 27001: esta certificación de gestión de calidad está enfocada en la seguridad de la información, por tanto, persigue la estandarización de las buenas prácticas que minimicen o eviten los riesgos asociados a la información, mejorando los procesos de comunicación y resguardando los datos” (Kosutic, 2015).

La implementación de normas ISO requiere un compromiso por parte de toda la organización, partiendo de la alta dirección que debe mostrar su liderazgo con la intención de que toda la empresa tenga como propósito común la implantación de los estándares de calidad.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Todos los factores que puedan afectar la implantación de la norma deben ser tomados en cuenta, no solo los que están relacionados con la parte interna de la empresa, los factores externos como el entorno competitivo de la empresa y el marco legal deben tenerse en consideración.

3.3.1.5. Satisfacción del cliente.

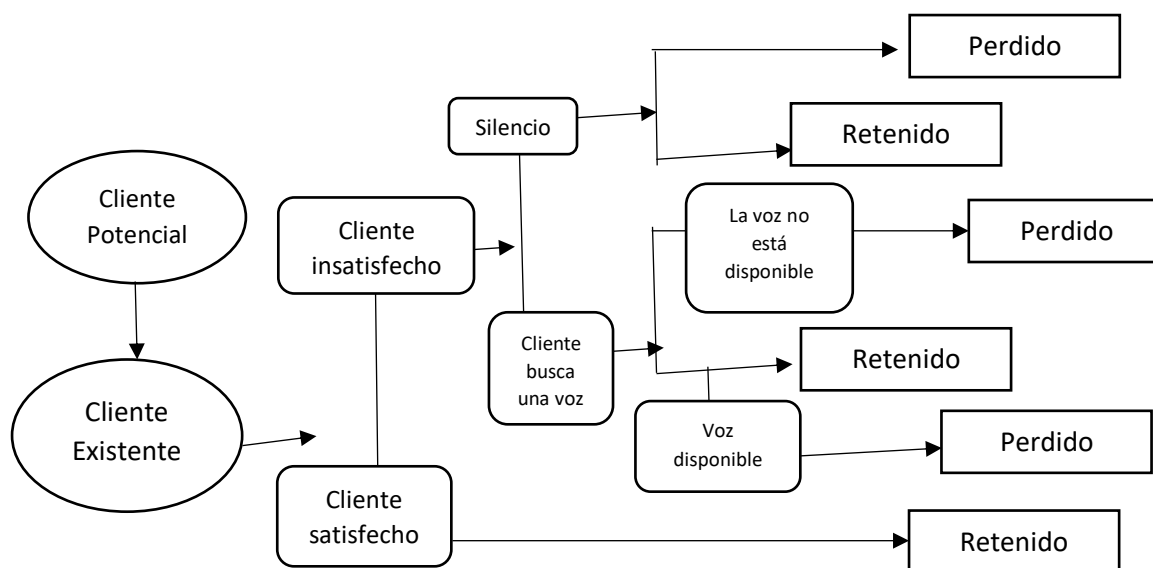
“La satisfacción del cliente dependerá de la diferencia entre las expectativas y la percepción del mismo respecto al bien o servicio ofrecido. Por esta razón, será crucial que la información que comunique la empresa al cliente, a través por ejemplo de la publicidad, no prometa más de lo que pueda ofrecer en realidad, pues en este caso la calidad percibida por el cliente será baja con respecto a sus expectativas, mientras si lo ofrecido es igual o superior, seguro que sentirá satisfechas estas necesidades” (Anderson, 1997).

También podría definirse a la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación que se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar el consumo del mismo.

Al considerar estas definiciones, surge notoriamente la importancia fundamental que tiene para una organización conocer la opinión de sus clientes, lo que le permitirá posteriormente establecer acciones de mejora en la organización.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Ilustración 3. Satisfacción del cliente



Fuente: Elaboración propia en base a (Slideplayer, 2019)

3.3.1.6. Dimensiones de satisfacción.

La mayoría de las fuentes secundarias relacionadas al proceso de formación de satisfacción, han analizado este tema desde el punto de vista de los atributos del producto o servicio. Sin embargo, el proceso de comparación de las percepciones del desempeño y calidad de un servicio con sus expectativas y deseos genera además de sentimiento de satisfacción con las cualidades observadas, también sentimientos de satisfacción con la información obtenida por medio de la publicidad.

“La satisfacción se fundamenta en diferentes dimensiones:

- a) *Satisfacción del atributo: Es el juicio de satisfacción subjetiva de los consumidores como resultado de la observación del desempeño del atributo. La satisfacción del atributo estaría positivamente relacionada a la satisfacción total. No se debe confundir a la satisfacción total, con la satisfacción de atributos individuales. La satisfacción total está basada en el conjunto de experiencias que experimenta el consumidor y no solo en atributos individuales.*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- b) *Satisfacción de la información: Esta dimensión es definida como un juicio de satisfacción subjetiva y que varía de la información usada en la elección de un producto. La satisfacción de la información va a estar influenciada por los juicios que el consumidor se forme por la información que obtenga del medio, específicamente aquella entregada por la empresa por ejemplo la publicidad o el personal.*
- c) *Satisfacción total: En consecuencia, la satisfacción total será definida como un estado afectivo o reacción emocional a la experiencia de un producto o servicio, que estará influenciada por la satisfacción de los consumidores con el producto mismo y con la información utilizada en la elección del producto; elementos que serán producidos por la evaluación subjetiva de los consumidores” (Larrea, 1999).*

3.3.1.7. Atención al cliente.

Siendo la percepción del cliente (huésped) la variable a indagar en esta investigación, es importante conocer los conceptos y definiciones del mismo, así también las diferentes características relacionadas con la atención que se le brinda.

a) Cliente

“Persona que compra un bien o consume un servicio en un establecimiento, sobre todo si lo hace habitualmente”. (Santillana, 2004).

Diferentes autores resaltan la importancia del cliente para mantener una organización viva, por lo que la atención del mismo es un factor muy significativo.

- *“La persona más importante para cualquier negocio.*
- *Son personas que llegan a nosotros con sus necesidades y deseos y nuestro trabajo consiste en satisfacerlos.*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- *Representan el fluido vital para este negocio o cualquier otro, sin ellos nos veríamos forzados a cerrar.*
- *Los clientes de las empresas de servicio se sienten defraudados y desalentados, no por sus precios, sino por la apatía, la indiferencia y la falta de atención de sus empleados”(Castillo, 2016).*

b) Características de la atención al cliente.

Según algunos autores las características más importantes que deben tener la atención al cliente son las siguientes:

- *“La labor de ser empresarial con el espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía.*
- *El público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene en frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas.*
- *Se debe procurar adecuar el tiempo de servir, no a su propio tiempo, sino al tiempo que dispone el cliente, es decir, tener rapidez.*
- *Es muy recomendable concentrarse en lo que pide el cliente, si hay algo imperfecto, pedir rectificación sin reserva. El cliente agradecerá al que quiera ser amable con él.*
- *La empresa debe formular estrategias que le permitan alcanzar sus objetivos, ganar dinero y distinguirse de los competidores” (Desatrick, 1992).*

c) Capacidad de atención

“La Capacidad de Atención, se define como la disposición que tiene una empresa para ayudar a los Clientes y proporcionarles un servicio excelente, para lograrlo la empresa tiene que ser ágil y precisa:

1. *Ágil: porque que los Clientes están esperando una respuesta y es importante valorar su tiempo.*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

2. *Precisa: porque los Clientes quieren lo que necesitan, lo han transmitido con anterioridad y hay que darles justo eso*". (Meehan, 2012).

Por otra parte, el (Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, 2012) la define como *"Aptitud de una organización, sistema o proceso para realizar un producto que cumple los requisitos para ese producto"*.

Es de mucha importancia que el personal y administradores de los hostels procuren cumplir con las características mencionadas, de esta manera se logra una óptima atención de los huéspedes, lo que coadyuvaría a lograr la satisfacción del mismo y consumir todas sus expectativas.

3.3.1.8. Principios de la atención al cliente.

"La calidad en la atención al cliente representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realizan los competidores y lograr la percepción de diferencia en la oferta global de la empresa" (Perez, 2007).

Estas teorías establecen que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe y toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr su satisfacción. Esta satisfacción debe garantizarse principalmente en calidad, tiempo y precio. El servicio debería satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de tal forma que pueda permanecer en el mercado.

Los autores varían en seleccionar un número específico de principios que deben ser ejercidos para dar una óptima atención a los clientes. Sin embargo, son 8 los más mencionados y son los siguientes:

1. El cliente siempre tiene la razón

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Este primer principio apunta a que siempre debemos procurar conseguir la solución para los problemas del cliente. De acuerdo, sabemos que no en todos los casos el cliente tiene la razón. Sin embargo, mientras sea ética y económicamente posible, debemos procurar nunca olvidar este principio” (Cacciavallani, 2018).

2. No prometas lo que no puedes cumplir

“Puede que tus clientes esperen una atención de lujo, o puede que no. Sin embargo, nuestro deber siempre es apuntar a lo más alto y ser lo más diligentes posibles. En este sentido, debemos conocer sus expectativas y ofrecerles siempre la mejor calidad en cuanto a atención.

Por otro lado, acepta lo que verdaderamente no puedes conseguir y evita hacer promesas en vano a tus clientes”. (Cacciavallani, 2018).

3. Anticípate e identifica las necesidades

“Perfecciona tu servicio identificando las posibles necesidades que pueden tener tus clientes. A su vez, asegúrate de monitorear su nivel de satisfacción, ofreciéndoles apoyo de manera constante mediante la comunicación periódica” (Cacciavallani, 2018).

4. Asegúrate de que el cliente entienda el servicio

“Algo tan importante como la calidad del servicio es que el cliente entienda el sistema con el que trabajas. Así como las formas en las que pueden acceder al servicio al cliente” (Cacciavallani, 2018).

5. Dales a tus empleados el valor que merecen

“Los empleados, son el primer punto de contacto con los clientes. Por consiguiente, otorga a tus empleados el valor que merecen. De esta forma ellos transmitirán su satisfacción en su trabajo y en el servicio que dan a tus clientes” (Cacciavallani, 2018).

6. Siempre escucha, tanto a tus empleados como a tus clientes

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Tenemos dos orejas y una boca. Estamos hechos así para escuchar el doble de lo que hablamos. Escucha lo que tienen que decirte tus empleados y clientes. Te aseguro que de esta forma podrás conocer sus expectativas y oportunidades de mejora, dos factores claves para que el servicio al cliente sea mucho más efectivo” (Cacciavallani, 2018).

7. Usa el servicio al cliente como arma estratégica

“Muchas empresas no poseen un servicio de ayuda al cliente, por lo que puedes diferenciarte y convertir el servicio en tu mejor arma” (Cacciavallani, 2018).

8. Entiende que hay diferentes perfiles de cliente

Además, para (Cacciavallani, 2018) *“La segmentación de clientes es imprescindible para que puedas tratarlos como si fuesen los únicos. Verás que recibirás una mejor recepción de cada uno de ellos una vez que les des este nivel de importancia. En otras palabras, la segmentación de clientes tiene como consecuencia el desarrollo de acciones específicas para cada perfil”*.

3.3.1.9. Gestión de la calidad.

“La gestión de la calidad es el compromiso de toda una organización para hacer bien las cosas, es decir, afecta a cada persona en una organización y por lo tanto, para que la gestión de la calidad sea próspera y exitosa, debe ser aceptada por todos los integrantes de la organización” (James, 1997). Además, autores aseveran que la gestión de la calidad *“es una filosofía de dirección generada por una orientación práctica, que concibe un proceso que visiblemente ilustra su compromiso de crecimiento y de supervivencia organizativa, es decir, acción enfocada hacia la mejora de la calidad en el trabajo y a la organización como un todo”* (Atkinson, 1992).

Por consiguiente, la gestión de la calidad podría considerarse como una serie de actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características del producto o del servicio cumplan con los requisitos esperados por el cliente.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad. Para conducir y operar una organización en forma exitosa requiere que esta se dirija y controle en forma sistemática y transparente. se puede lograr el éxito implementando y manteniendo un sistema de gestión que este diseñado para mejorar continuamente su desempeño mediante la consideración de las necesidades de todas las partes interesadas” (Instituto Boliviano de Normalizacion y Calidad, 2012).

Sin embargo, la calidad en el servicio no se obtiene de un día al otro; es un proceso constante de interacción e innovación que permitirá la expansión de la empresa por medio del desarrollo de ideas novedosas que disminuyan los costos sin sacrificar la calidad.

3.3.1.10. Principios de la gestión de la calidad.

Según (Instituto Boliviano de Normalizacion y Calidad, 2012) *“existen 8 principios de gestión de calidad que pueden ser utilizados con la finalidad de mejorar el desempeño de una organización.*

Enfoque al cliente: las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes.

Liderazgo: Los líderes establecen unidad de propósito y la orientación de la organización

Participación del personal: El personal en todos los niveles, es la esencia de la organización.

Enfoque basado en procesos: Un resultado más eficiente se alcanza cuando las actividades y recursos se gestionan con un proceso

Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización.

Mejora continua: La mejora continua del desempeño de la organización debería ser un objetivo permanente

Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de la información

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: La organización y sus proveedores son interdependientes una buena relación aumenta la capacidad de ambos para crear valor” (Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, 2012).

Los conceptos de Gestión de Calidad y sus principios fueron considerados en el documento, puesto que son útiles para tener un horizonte respecto a la calidad de servicio esperado por el cliente, y así, determinar el servicio que sería considerado óptimo por los huéspedes y usarlo en la evaluación del nivel de calidad.

3.3.1.11. Manual de la calidad.

Actualmente existen estándares y normas que permiten establecer niveles de calidad en los procesos que se desarrollan en una empresa. Este es el caso de la ISO 9001 la que permite a la pequeña y mediana empresa situarse al nivel de las más grandes, equiparándose en eficiencia y compitiendo en igualdad de posibilidades.

“Documento que especifica el sistema de gestión de la calidad”. (Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, 2012).

Para el (Ministerio de Fomento, 2000) *“El Manual de la calidad es el documento principal del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC). Muestra un resumen del SGC de la organización y debe ser utilizado conjuntamente con el resto de documentos del sistema como, por ejemplo, los procedimientos e instrucciones que derivan del propio Manual. Debe contener la política de la calidad, la estructura organizativa de la organización y una breve explicación de cada uno de los requisitos aplicables de la norma de referencia utilizada (ISO 9001). Por ello, constituye un excelente documento para la formación del personal y para entregar a cualquier parte interesada (clientes, proveedores, socios, etc.) que desee conocer la actividad y el funcionamiento general de la organización”*.

Son diversos los beneficios que un manual de calidad le da a una empresa ante el mercado, como mejorar la imagen de los productos o servicios ofrecidos, favorecer

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

su desarrollo y afianzar su posición, ganar cuota de mercado y acceder a mercados exteriores gracias a la confianza que genera entre los clientes y consumidores.

Además de otros beneficios, que parten desde el aumento de la satisfacción de los clientes, crear las bases de la gestión de la calidad y estimular a la empresa para entrar en un proceso de mejora continua, hasta aumentar la motivación y participación de personal, así como mejorar la gestión de los recursos.

3.4. Percepción.

Los conceptos de percepción están muy ligados a los aspectos psicológicos y subjetivos que son provocados por factores como necesidades y predisposiciones. A continuación, algunos conceptos que más se aproximan y relacionan con el tema de la investigación.

“La percepción es el acto o proceso por el que una persona, mediante la ordenación de los datos que le proporcionan las experiencias por medio de los sentidos, se da cuenta de ciertas características de una realidad” (Santillana, 2004).

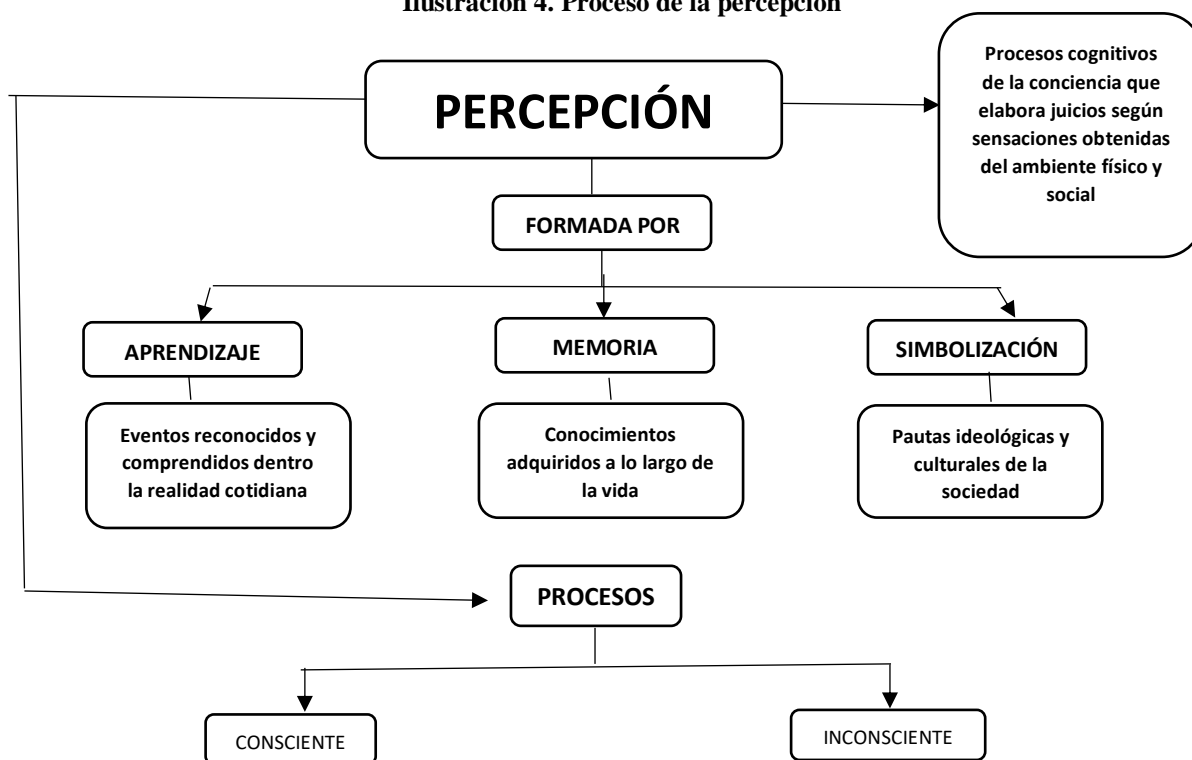
“La percepción es un proceso que consiste en registrar estímulos sensoriales y transfórmalos en experiencia significativa. Usualmente la percepción y la sensación han sido concebidas como procesos distintos. Las diferencias que se establecen entre una y otra han variado según el modo en que se definen los términos” (Berry, 1999). Por lo tanto, la percepción del turista se basará en la experiencia buena o mala que haya obtenido durante su permanencia dentro de un hostel en su condición de huésped.

“Los clientes perciben los servicios en términos de su calidad y del grado en que se sienten satisfechos con sus experiencias en general. estos terminados orientados hacia al cliente, calidad y satisfacción han sido el centro de atención de ejecutivos e investigadores durante la última década o un poco más. Actualmente las compañías reconocen que pueden competir con mayor eficiencia cuando se distinguen así

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

mismos por la calidad del servicio que prestan y por el mejoramiento de la satisfacción del cliente” (Zeithaml, 2008).

Ilustración 4. Proceso de la percepción



Fuente: Elaboración propia en base a (grafmental, 2019)

3.4.1. La relación entre calidad y satisfacción.

Para establecer una conexión entre estos dos conceptos se debe establecer que factores influyen y son considerados por los clientes al momento de evaluar un producto o servicio.

“La satisfacción es la respuesta de satedad del cliente, es un juicio de que un rasgo del producto o servicio por sí mismo, proporcionan un nivel placentero de recompensa que se relación con el consumo. Satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto a un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Se presume que al fracasar en

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

el cumplimiento de sus necesidades y las expectativas el resultado que se obtiene es la insatisfacción con dicho producto o servicio” (Zeithaml, 2008).

“La satisfacción es la percepción del cliente sobre el grado en el que se han cumplido sus requisitos” (Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, 2012).

Entonces, la satisfacción del cliente es influida por las características del producto o servicio y las percepciones de la calidad. Además, actúan también las respuestas emocionales y percepciones de equidad de los huéspedes (en el caso del sector hotelero).

“Actualmente, todavía se puede constatar la existencia de un debate, relativo a la dirección de la relación entre ambos conceptos, es decir, no está claro si la calidad de servicio es un antecedente o un consecuente de la satisfacción. Sin embargo, la dirección de la relación es importante si los objetivos de la investigación persiguen comprender el proceso evaluativo del consumidor; por otra parte, los proveedores de servicio necesitan saber si su objetivo debe ser tener consumidores satisfechos con su prestación de servicio, o prestar el nivel máximo de calidad de servicio percibida” (Taylor, 2008).

Muchos autores coinciden en que ambos términos se relacionan profundamente sobre todo cuando en ambos es explícita la variable expectativa. No obstante, aún está en debate determinar cuál de los dos términos es consecuente al otro.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 2. Relación entre calidad y satisfacción

Dimensión de comparación	Calidad de servicio	Satisfacción con el servicio
Atributos y dimensiones	Específicos de los juicios de calidad.	Potencialmente todas las dimensiones son relevantes.
Tipos de expectativas	Ideales, “excelencia”.	Expectativas predictivas, normativas, necesidades.
Naturaleza experimental	No es necesaria, influida por factores externos.	Necesaria.
Elemento central de la Investigación	Dimensiones y medida.	Procesos mediante los que se realizan las evaluaciones.
Cognitivo/afectivo	Predominantemente cognitivo.	Cognitivo y afectivo.
Otros antecedentes	Comunicaciones.	Equidad, atribución, emoción.

Fuente: Elaboración en base a (Oliver, 1993)

3.4.2. Método SERVQUAL.

“El modelo SERVQUAL, también es conocido como modelo PZB, pues es propuesto en el año 1985 por los profesores Parasuraman, Zeithalm y Berry con la finalidad de medir la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente. Miranda. Es importante mencionar que los autores del modelo definen a la calidad del servicio como la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (Muñoz, 2002).

Este modelo es un instrumento que propone una medida cuantitativa de la calidad del servicio percibida por los clientes a través de la medición del gap o brecha entre las percepciones sobre la prestación de un determinado servicio y las expectativas de los clientes respecto a un servicio de calidad.

Cabe mencionar que en el presente trabajo de investigación no se pretende evaluar la brecha entre las expectativas y la percepción del huésped, no obstante, se consideran las dimensiones del modelo para la evaluación de la calidad.

3.4.2.1. Dimensiones de SERVQUAL.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Cuando los autores iniciaron a desarrollar el modelo SERVQUAL, inicialmente determinaron diez dimensiones, las que luego fueron reducidas a la mitad incluyendo algunas dentro de otras.

“Luego de las críticas recibidas, manifestaron los autores que diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras y realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco” (Muñoz, 2002).

- a) Elementos tangibles: *“Son los aspectos físicos que el cliente percibe y evalúa en la organización, desde la limpieza, el orden, la apariencia externa de las instalaciones físicas, hasta el personal y los equipos utilizados. Aquí el SERVQUAL compara las expectativas de los clientes con el desempeño de la empresa, con relación a la capacidad que esta tiene para administrar sus tangibles. El SERVQUAL tiene dos dimensiones de ejemplos tangibles, una se concentra específicamente en el equipo y las instalaciones, y la otra en el personal y los materiales de comunicación” (Muñoz, 2002).*

- b) Fiabilidad: *“Es la dimensión más importante para el SERVQUAL. Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el ser vivió para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentra incluido la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente captar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa, es decir. La fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento y que la empresa cumpla con todas sus promesas captadas de manera precisa y fiable” (Muñoz, 2002).*

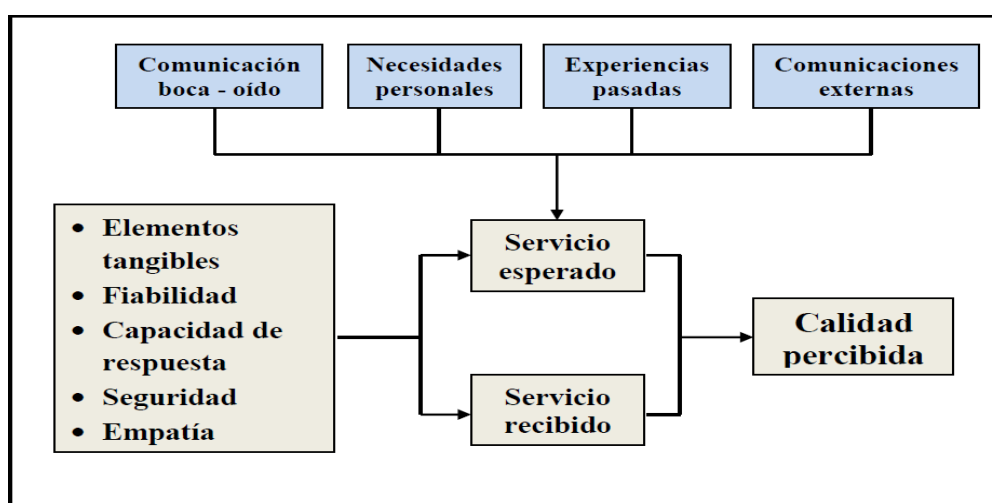
- c) Capacidad de respuesta. *“Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente,*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo” (Muñoz, 2002).

- d) Seguridad: “Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confiar que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también la organización debe demostrar su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción” (Muñoz, 2002).
- e) Empatía: “La capacidad de sentir y comprender las emociones de otros, mediante un proceso de identificación, atención individualizada al cliente y el conocimiento personal de los clientes habituales. El respeto y la buena predisposición son los pilares fundamentales. Requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos” (Muñoz, 2002).

Ilustración 5. Modelo de Calidad del Servicio



Fuente: (Parasuraman, 1998)

3.4.2.2. Instrumentos para evaluar el modelo SERVQUAL.

En base a las cinco dimensiones mencionadas se estructuran tres instrumentos de medición, que en conjunto entregan una medida de la calidad de servicio para el cliente, que son los siguientes:

“Evaluación de expectativas de calidad de servicios.

El instrumento utilizado es un cuestionario que debería contener preguntas respecto al servicio que se espera brinde una empresa de servicio excelente. Las preguntas deben redactadas de manera general para aplicarse a cualquier institución; por tal motivo, para cada situación específica es necesario adaptar los enunciados a las características específicas de la organización en la que se va a aplicar. Las preguntas deben se agrupadas en las cinco dimensiones descritas.

Evaluación de la preponderancia de las dimensiones de calidad.

Debe consistir en un cuestionario en el cual los clientes expresan la importancia relativa que tiene para ellos cada una de las cinco dimensiones de servicio.

Evaluación de la percepción de calidad de servicios.

El investigador debe solicitar a los usuarios responder un cuestionario que indica sus percepciones específicas respecto al servicio brindado por la organización en estudio. Básicamente, los enunciados son los mismos que en la evaluación de expectativas de calidad de servicios, pero aplicados a la organización en estudio” (Castillo, 2016).

3.4.3. Escala Brady y Cronin.

En la misma línea de análisis, es decir, en el estudio de las percepciones de los usuarios de servicios, los autores desarrollan una solución analizando tres dimensiones para estudiar la calidad de servicio. *“El modelo no es excluyente de otros modelos pero que resulta más completo y definen la calidad de los servicios*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

través de tres dimensiones: la calidad de interacción, la calidad del entorno y la calidad de resultado” (Brady & Cronin, 2001).

“Calidad de Interacción, consiste en las actitudes de los empleados, el comportamiento entre empleado y cliente, y la formación de los profesionales que ofrecen el servicio. Ésta se refiere a la experiencia del cliente como resultado de la interacción con el elemento humano de la organización, pues la importancia de este rol de los empleados en primera línea es bien evidente en la industria de servicios.” (Gremler & Gwinner, 2000).

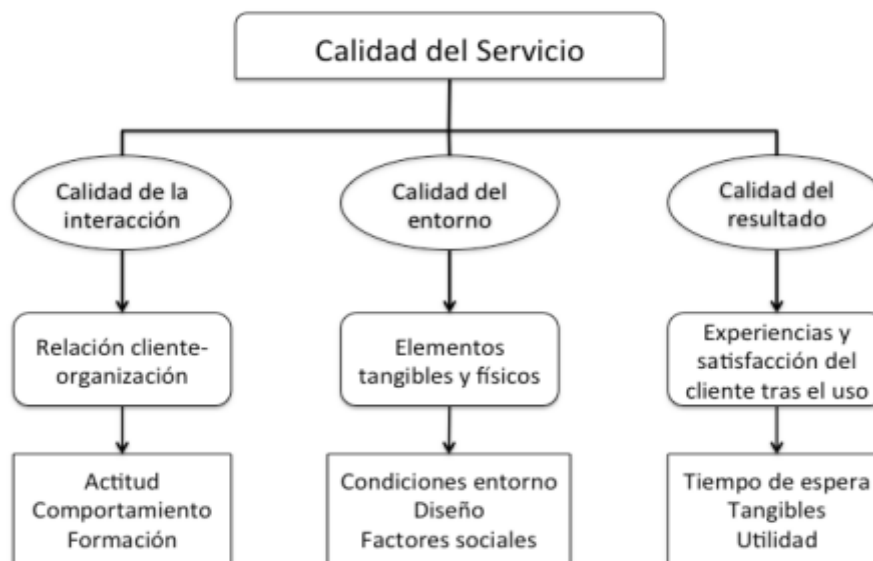
“Calidad de Entorno, se centra en el diseño de las instalaciones, las condiciones ambientales, y los factores sociales. Se refiere a los elementos físicos o tangibles de la organización y a si otros usuarios influyen en el buen desarrollo del servicio”. (Gremler & Gwinner, 2000).

“Calidad de Resultado, se desarrolla en los subdimensiones de tiempo de espera, elementos tangibles y utilidad. Esta dimensión se refiere a los beneficios para el cliente o el resultado del servicio recibido, también es entendido como el producto final del servicio”. (Gremler & Gwinner, 2000).

Al igual que el método SERVQUAL, la escala de Brady y Cronin propone dimensiones tangibles e intangibles para evaluar la percepción del Cliente respecto a la calidad de los servicios que ha recibido.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Ilustración 6. Modelo Brady y Cronnin



Fuente: (Gremler & Gwinner, 2000)

3.4.4. Herramientas para mejorar el servicio.

Los permanentes y rápidos cambios en materia técnica, así como la reducción en el ciclo de vida de los productos, además de la evolución en las prácticas de los consumidores y la competencia a nivel global hace que cada día se exija a las empresas mayor calidad y variedad a menor costo y tiempo de respuesta, esto requiere la aplicación de métodos que permitan hacer frente a todos estos desafíos.

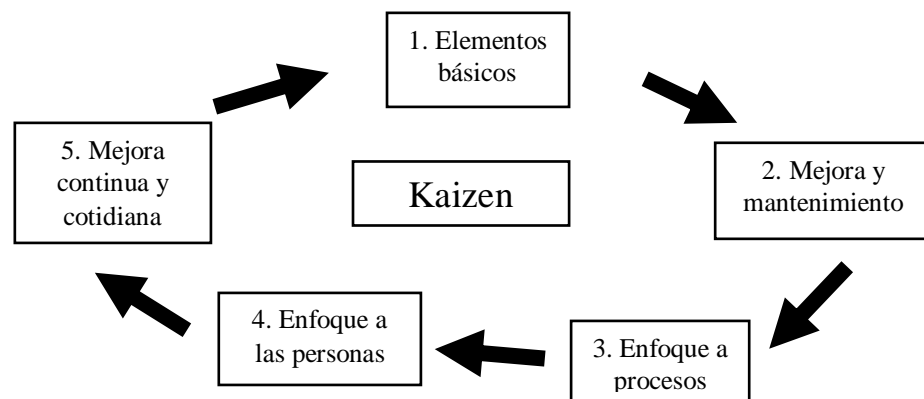
Se han ido desarrollando diferentes herramientas teóricas que coadyuvan a incrementar la calidad de servicio, estas técnicas han sido aplicadas por muchas empresas obteniendo óptimos resultados.

- a) Kaizen: *“El kaizen se traduce como el mejoramiento (kai que significa cambio y Zen que significa nuevo). Se usa para describir un proceso gerencial y una cultura empresarial que ha llegado a significar mejoramiento continuo o gradual, implementando mediante la participación activa y compromiso de todos los empleados de una compañía en lo que*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

ducha compañía hace y, más precisamente en la forma en que realizan sus actividades” (Wellington, 2009).

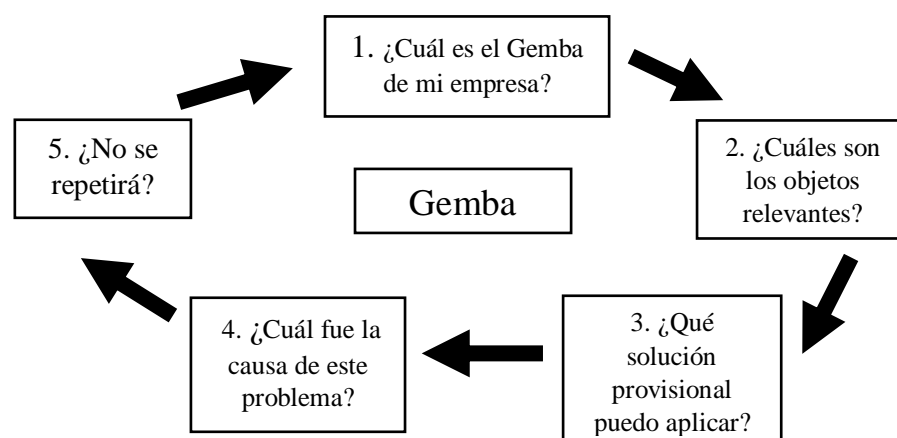
Ilustración 7. Proceso Kaizen y su Enfoque



Fuente: Elaboración propia basada en (Suarez Barraza, 2015)

- b) *Gemba:” Una palabra japonesa que significa lugar real. Ahora adaptada a la terminología gerencial para referirse al lugar de trabajo. El gemba debe ser el lugar de todos los mejoramientos y la fuente de toda información. Por lo tanto, la gerencia debe mantener un estrecho contacto con las realidades del gemba, con el fin de solucionar cualquier problema dentro del mismo” (Imai, 1999).*

Ilustración 8. Proceso Gemba



Fuente: Elaboración propia basada en (USON, 2019)

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- c) Posición en el mercado Benchmarking *“El termino Benchmarking se define como el proceso a través del cual una organización compara su desempeño con el de otra, de dentro o fuera de su industria, para aprender cómo esta alcanza sus resultados, con la finalidad de producir cambios y obtener mejoras en la empresa”* (Imai, 1999).

3.4.5. Marco referencial.

3.4.6. Nuevas tendencias del turismo y los reviews.

El turismo ha evolucionado desde sus inicios hasta la actualidad. Hay principalmente tres factores que han generado cambios en el sistema turístico. Primero, un cambio en la visión social del mundo y del comportamiento del ser humano en su entorno, factor que está más que todo relacionado con lo sociológico y lo natural, segundo, la evolución de los medios de transporte y gracias también a las nuevas tecnologías y tercero, y el más resaltante para la investigación es el surgimiento de nuevos medios de comunicación y de la tecnología como motor de cambio.

Una de las tendencias que más está impactando a la industria turística en los últimos años sin duda es el cambio de perfil del cliente con la aparición de los Millenials y la estrecha relación de éstos con las redes sociales.

“Cada vez es más evidente que para que tu negocio prospere tiene que estar presente en Internet y eso no es una excepción para el turismo en general y el sector hotelero en particular. Los datos lo confirman, un 84% de los turistas americanos prefiere poder hacer la reserva del hotel online y un 35% de esas reservas en 2018 se harán a través de los dispositivos móviles” (Nunky, 2018).

Las calificaciones, opiniones y sugerencias mediante sitios virtuales se han convertido en herramientas esenciales para que los viajeros puedan describir su experiencia en los sitios donde se hospedaron y darles un puntaje que refleja el nivel de satisfacción de los huéspedes respecto a la calidad del establecimiento de

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

hospedaje que visitaron. En el caso de los hostel por tratarse de una modalidad usada mayormente por las nuevas generaciones como los millenials su relación con las nuevas tecnologías es más estrecha. Por lo tanto, estas calificaciones y comentarios realizados en sitios web se convierten en un factor demasiado importante para los turistas a la hora de elegir en que hostel se hospedarán.

3.4.7. Motivaciones de viajeros que se hospedan en hostels.

“Los viajes turísticos según el tipo de motivación o propósito se pueden clasificar de la siguiente manera: ocio, recreo y vacaciones, visitas a parientes y amigos, educación y capacitación, salud y cuidado médico, Religión/peregrinaciones, compras, transito” (Organización Mundial del Turismo, 2016).

La importancia del turismo, considera que la motivación es una de las principales variables al momento de escoger o decidir viajar, tal es el caso que la OMT (2008), la define como *“La razón sin la cual el viaje no se hubiera producido o el destino no se habría visitado”*.

Es importante entender que los motivadores de viaje se entienden por una gran cantidad de necesidades que influyen en el turista al momento de escoger sus viajes. *“La motivación es una noción de perspectiva donde el individuo asume un proceso de aprendizaje a través de la experiencia turística, es decir que la motivación se encuentra en constantes cambios dependiendo de la edad, circunstancias o experiencias pasadas”* (Pearce J. , 1999).

Las motivaciones de los turistas van cambiando según las tendencias, por lo que los turistas actuales buscan nuevas experiencias incluyendo un nuevo modo de hospedaje, todo ello, hace que los hostels sean muy atractivos para los nuevos mercados.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 3. Características del turismo joven

Características	Turismo joven
Rango de Edad	Jóvenes de entre 15 a 29 años y adultos jóvenes de 30 a 45 años
Tipo de turista	Estudiantes, profesionales jóvenes y aventureros. Se caracterizan por una mayor duración media de las estancias, su poder adquisitivo limitado, menor gasto diario, una mayor disponibilidad de tiempo vacacional de larga duración, combinan el binomio ocio-aprendizaje, recurre a ofertas y actividades asequibles.
Motivación	Nuevas experiencias, relacionarse con el entorno que visita.
Tipo de organización de viaje	Individual en pareja o en grupo de amigos Viajeros “Independientes”, que realizan su viaje por cuenta propia.
Frecuentación	Viaje frecuente a distancias lejanas, mayor duración media de las distancias.
Tipo de alojamiento elegido	Alojamiento económico, como los hostels
Actividades elegidas en el destino	Actividades formativas, actividades de ocio (prácticas deportivas culturales, principalmente)

Fuente: Elaboración propia basada en (Conte, 2011)

3.4.8. Los nuevos segmentos de turistas.

“Ha sido ampliamente demostrado que el comportamiento del visitante se desarrolla en función de la experiencia y motivaciones personales” (Serra, 2011). “La motivación es definida por muchos investigadores como las necesidades psicológicas y deseos, que provocan, dirigen e integran el comportamiento y actividad” (Pearce P. , 2013) citado en (Mejia, 2016). Las diferentes motivaciones del turista son las que hacen que se formen nuevos segmentos, los cuales tienen diferentes particularidades tanto en la forma de organización de su viaje o el tipo de alojamiento de su preferencia.

“La segmentación de mercados ha sido ampliamente utilizada para identificar los nichos de mercado de los diferentes productos y servicios turístico” (Park & Yoon,

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

2009), citado en (Mejia, 2016). La segmentación de mercados tiene como objetivo identificar subgrupos homogéneos de individuos de acuerdo con diferentes criterios, basados en la suposición que cada visitante comparte intereses comunes con otros.

3.4.8.1. Turista flackpacker.

En la actualidad toda tendencia inicialmente minoritaria puede transformarse en una tendencia masiva. Desde hace décadas viajar de mochilero ha sido una alternativa al turismo convencional. Presupuestos ajustados en hospedajes no convencionales, pero con la posibilidad de entablar más contacto con otros viajeros. Sin embargo, este tipo de turistas ha ido incrementando el nivel de sus exigencias buscando una mayor comodidad y calidad, además de hacerse cada vez más dependiente de la tecnología.

Existen autores que hacen mención de un nuevo tipo de mochileros *“Los flashpackers este nuevo segmento hace alusión a un mochilero que se niega a abandonar su rústica mochila al hombro, pero que la llenan de tecnología como GPS, teléfonos o computadoras, utilizando espacios virtuales al momento de realizar sus viajes para facilitar mejor la comunicación con personas y lugares”*, así mismo la (OMT o WYSE 2012) en su publicación de New horizons III los menciona como: *“los flashpackers (backpackers mayores y con mayor presupuesto) lo cual es importante ya que amplía el mercado del turismo joven pasados los 30 años siendo un nuevo segmento muy importante que va en crecimiento”*.

“Los flashpackers son mochileros del siglo 21 los cuales no suelen viajar con un poco de ropa, pidiendo ayuda para transportarse gratis en las carreteras, o viajar con la esperanza de que el dinero que tienen será suficiente para sus viajes. El flashpacker si bien es cierto mantiene el espíritu de los mochileros, pero realiza sus viajes con mayor gasto de dinero y el uso de mayor tecnología, ya que consideran que el hecho de viajar como mochilero no justifica que no puedan tener muchas comodidades” (Laguerre Andrade, 2016).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Este segmento de la demanda turística es de mucha importancia para los hostels, tomando en cuenta que son sus más asiduos huéspedes, los cuales realizan sus reservas mediante plataformas virtuales a las que los hostels están asociados.

3.4.8.2. Reservas on line.

Las reservas de servicios on-line se han hecho muy frecuentes en los viajeros particularmente de la generación “y”, esto por la facilidad y seguridad que ofrecen las plataformas virtuales para conseguir hospedaje a buen precio y por la garantía o referencia de la calidad del lugar que dejan en sus comentarios los huéspedes (usuarios de las plataformas) que pasaron por el hospedaje.

“La reserva online en los hoteles ha aumentado hasta casi el 70% de su reserva total en Europa en apenas tres años. En 2015, ese porcentaje era del 63%, hoy, de siete puntos más. En Estados Unidos, los datos son aún más impactantes: Hace tres años, el 59% de la reserva de los hoteles llegaba vía online. Hoy, ese porcentaje ya alcanza el 79%” (Laguerre Andrade, 2016).

“Estos datos, ofrecidos en un informe conjunto entre Phocuswright y trivago sobre la situación de los alojamientos independientes en el mercado online actual, revelan también que los metabuscadores se han convertido en un importante canal digital que permite a los hoteles independientes recibir reservas directas, generando una parte importante (13% en Estados Unidos y 12% en Europa) del total de sus ingresos por reserva de habitación online” (aerolatinnews, 2017).

3.4.9. Estudio de los hostels en otros países.

En otros países la modalidad de los hostel es muy conocida y ha sido constantemente objeto de diferentes investigaciones, en muchas ciudades esta modalidad ha sido reglamentada para estandarizar y mejorar el nivel de servicios que ofrecen a sus huéspedes.

3.4.9.1. Los hostels en Argentina.

“En Argentina los hostels pueden ser independientes o formar partes de cadenas, en este último caso las cadenas pueden ser nacionales o internacionales.

Los hostels independientes generalmente son atendidos por sus propios dueños, esto les da una impronta personal inevitable y muchas veces la impersonal relación huésped- anfitrión se desvanece y surge otra conexión. Esto debe, fundamentalmente, a que la mayor parte de estos emprendimientos son establecimientos familiares, es por eso que muchos viajeros los prefieren por sobre los hostels de grandes cadenas, además que suelen ser más económicos.

A la hora de hacer un análisis respecto de la legislación vigente en materia de alojamiento turístico en Argentina encontramos un inconveniente fundamental. Como se ha mencionado previamente corresponde a cada provincia dictar la reglamentación. De los alojamientos turísticos” (Conte, 2011).

Como hace mención el autor al igual que otras investigaciones, la relación entre el huésped y anfitrión en un hostel es más intensa que en un hospedaje tradicional, siendo este un factor que influye en la decisión del viajero para alojarse en este tipo de hospedajes, en cuanto a la reglamentación de hospedaje turístico depende de cada provincia.

3.4.9.2. Los hostels en Chile.

“Una investigación del sector turístico, afirma que el 70% de quienes reservan hostales en el mundo son millennials; jóvenes de 20 a 36 años (nacidos entre 1981 y 1997). En Chile, el interés hacia el turismo por parte de los millennials es muy fuerte: un estudio de GfK Adimark indica que el 41% de los chilenos retrasaría la posibilidad de cambiarse a la casa de sus sueños para viajar, y el 64% preferiría retrasar la compra o renovación del auto con tal de poder realizar un viaje.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Chile es uno de los destinos con más oferta en cuanto a hostels en Latinoamérica compartir espacios comunes en alojamientos como estos no es una molestia para los millennials, sino que es una oportunidad para entablar relaciones y conectarse con otras culturas. El ahorro no es entonces la única variable determinante en la elección de este tipo de hospedaje” (bbcl, 2017).

La investigación demuestra que en Chile la tendencia de hospedarse en hostels es muy popular principalmente en la generación “Y” o millennials, es por eso que la oferta en las diferentes ciudades de Chile es muy amplia a nivel regional y Latinoamérica.

3.4.9.3. Premiación de los mejores hostels en el mundo.

Esta premiación es muy conocida en el mundo de los viajeros que reservan su hospedaje en hostels o albergues, por medio de plataformas virtuales, se denominan los premios Hoscars en alusión a la palabra hostel y los premios Oscar del cine premio anual concedido por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas. Esta premiación es realizada por la plataforma virtual Hostelword la más popular mundialmente en reservas de alojamiento en albergues y hostels.

Estos fueron los hostels premiados el año 2019 según categorías por tamaño:

Tabla 4. Lista de hostels premiados

Los diez mejores albergues pequeños de todo el mundo de 1 a 75 camas.		
Puesto	Nombre del Hostel	Ciudad/Pais
1	Sungate One	Madrid, España
2	Hostel Majdas	Mostar, Bosnia y Herzegovina
3	Cozy Nook Hostel Da	Lat, Vietnam
4	Terre Backpackers Cinque	Terre, Italia
5	The Madhouse Prague	Praga, República Checa
6	Jazz Hostel & Apartmentsm	Bled, Eslovenia
7	Option Be Hostel	Córdoba, España
8	Adventure Q2 Hostel	Queenstown, Nueva Zelanda
9	Hostel One Ramblas	Barcelona, España
10	Travellers House	Lisboa, Portugal

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Los diez mejores albergues pequeños de todo el mundo de 76 a 150 camas.		
Puesto	Nombre del Hostel	Ciudad/Pais
1	Soul Kitchen	San Petersburgo, Rusia
2	Home Lisbon Hostel	Lisboa, Portugal
3	Goodmorning Lisbon Hostel	Lisboa, Portugal
4	Lost Inn Lisbon	Lisboa, Portugal
5	The Naughty Squirrel Backpackers	Riga, Letonia
6	Hostel One Budapest	Budapest, Hungría
7	Lisboa Central Hostel	Lisboa, Portugal
8	Highroad Hostel Dc	Washington, EEUU
9	Lisbon Destination Hostel	Lisboa, Portugal
10	Song Of Travel Hostel Nyaung	Lago Inle, Myanmar
Los diez mejores albergues pequeños de todo el mundo de 151 a 350 camas.		
Puesto	Nombre del Hostel	Ciudad/Pais
1	Star Hostel Taipei Main Station	Taipei, Taiwán
2	Piece Hostel Sanjo	Kioto, Japón
3	Ostello Bello Grande	Milán, Italia
4	Yeah Hostel Barcelona	Barcelona, España
5	Ok Hostel Madrid	Madrid, España
6	Meander Taipei	Taipei, Taiwán
7	Castle Rock Hostel	Edimburgo, Escocia
8	Usa Hostels Ocean Beach	San Diego, EEUU
9	Backpackers Villa Sonnenhof	Interlaken, Suiza
10	Pal's Hostel	Budapest, Hungría

Fuente: Elaboración propia en base a (WYSE Travel Confederation, 2015)

Como se puede ver en la lista extraída de la página oficial de Hostelworld la división por tamaño que se hace generalmente con los hostels es según la cantidad de camas, siendo así se consideran hostels pequeños a los que tiene de 0 a 75 camas, medianos a los de 76 a 150 camas y grandes a los que tiene más de 350 camas. Los hostels de Sopocachi entrarían en la categoría de hostels pequeños ya que ninguno pasa la cantidad de 75 camas.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

3.4.9.4. Membrecía internacional para usuarios de hostel y albergues juveniles.

El fenómeno de turistas que optan por hospedarse en hostels y albergues juveniles antes que en un hotel convencional o tradicional, crece constantemente en el mundo, la repercusión es tal que la plataforma virtual Hostelling Internacional creó una membresía con la cual el asociado puede acceder a una red mundial de hostel y albergues con un descuento del 10%, beneficios que pueden incluir; entradas a precios reducidos para las atracciones y museos, descuentos en comidas, transporte dichos hostels deben tener estándares mínimos de limpieza, seguridad y calidad de trato, que son evaluados por la plataforma virtual, garantizando al afiliado una cómoda estadía. Esta plataforma cuenta con más de 4000 albergues asociados y garantizados por la misma.

“Los albergues han sufrido una importante transformación en la última década en toda Europa. Fenómeno reconocido por la propia organización (Hostelling International), un consorcio de asociaciones de albergues para la juventud con presencia en más de 80 países y que opera más de cuatro mil albergues” (Sanchez, 2010).

Para recibir la membresía los interesados deben registrarse en la plataforma, dando sus datos básicos como el nombre completo y el correo electrónico, además tiene que realizar un pago de 15.79 euros para usuarios de Bolivia, este monto es descontando de la cuenta del afiliado por medio de su tarjeta de crédito.

Para poder hospedarse en hostels asociados a la plataforma, en algunos países portar la membresía es obligatorio puesto que solo se admiten a los turistas afiliados a esta. Existe una lista en el sitio web donde se puede consultar cuales son los países en los que presentar la membresía es forzoso.

Estos son algunos beneficios con la adquisición de la membresía:

1. *“Acceso a una red mundial de hostels seguros y limpios.*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

2. *Los precios con descuentos para los miembros.*
3. *Ser parte de una comunidad mundial de viajeros con ideas afines.*
4. *Viajes en actividades reducidos en muchos países.*
5. *Concesiones de entrenamiento durante los viajes.*
6. *Reducción de entradas a museos y centros culturales” (Hostelling International, 2017).*

3.4.10. Los hostels o albergues juveniles en la legislación de Bolivia.

En esta parte del documento se expone la definición, caracterización y categorización que le dan las entidades reglamentarias de la actividad turística en Bolivia a este tipo de hospedaje nombrado como albergues en documentos anteriores y como hostería en el reglamento más actualizado del país. Para la identificación y comparación de las características de los hostels se considera los conceptos definidos por diversos autores en libros e investigaciones realizados en otros países.

3.4.10.1. Reglamento de hospedaje turístico en Bolivia.

Estos son algunos artículos que definen los siguientes conceptos relacionados al hospedaje turístico en Bolivia, además de mencionar a los entes que son responsables de su control.

“Artículo 1º.- (Del ámbito de aplicación). - Establecimientos de Hospedaje Turístico, entendiéndose por tales los que prestan comercialmente a los turistas el servicio de hospedaje, por un período no inferior a una pernoctación, y reúnan, además, los requisitos mínimos que se establecen en los módulos de clasificación.

Artículo 2º.- (Del ente rector). - De acuerdo a la Ley de Descentralización Administrativa las Unidades Departamentales de Turismo son las responsables de ejecutar las acciones y las políticas de turismo. Las Unidades Departamentales de Turismo, supervisarán el funcionamiento de los Establecimientos de Hospedaje Turístico en función al presente reglamento” (GADLP, 2001).

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Los siguientes artículos mencionan las funciones de los gobiernos departamentales más relacionadas con la temática de la investigación, ya que estas son las que probablemente no sean controladas a cabalidad por las autoridades en los hostels de la ciudad de La Paz.

“Artículo 3º.- (De las funciones de las Unidades Departamentales de Turismo con relación a los Establecimientos de Hospedaje Turístico). - Corresponde a las Unidades Departamentales de Turismo el ejercicio de las siguientes funciones:

- a) Autorizar la inscripción en el Registro Departamental de Turismo, su funcionamiento, suspensión y cese de actividades de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, conforme a las disposiciones legales vigentes y siempre que hayan cumplido lo estipulado por el presente reglamento.*
- b) Verificar que los Establecimientos de Hospedaje Turístico cumplan con sus propios servicios y no realicen actividades que correspondan a otras categorías de servicios turísticos” (GADLP, 2001).*

Esta es la clasificación que le da el reglamento de hotelería de Bolivia a los diferentes tipos de hospedajes turísticos.

“Artículo 4º.- (De la clasificación). - Los Establecimientos de Hospedaje Turístico se clasifican en: Hoteles, Apart hoteles, Hoteles suites, Hostales o residenciales, Casa de huéspedes, Alojamientos, Complejos turísticos, Flóteles y Establecimientos de hospedaje complementario, en la última clasificación se encuentran aquellos hospedajes considerados para algunos extrahoteleros o complementarios.

“Son aquellos establecimientos de características sencillas confortables, que brindan servicio de alojamiento en especial a deportistas o grupos unidos por un interés o actividad común, están destinados a apoyar la realización de actividades

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

turísticas especializadas regionales rurales y Áreas Protegidas del país” (GADLP, 2001).

Dentro de la misma hay varias modalidades, entre ellas, se contemplan los siguientes: Lodges, Casas de Campo, Áreas de Camping y Albergues, este último es el objeto de la investigación por su similitud conceptual con los hostels, siendo considerados como sinónimos en otros países. Sin embargo, según las definiciones del Reglamento Específico de Establecimientos de Hospedaje Turístico la categoría que más se aproxima al concepto y características de los hostels o albergues es la de hosteria que se define como *“Establecimientos que prestan servicios de alojamiento preferiblemente en habitaciones semi-privadas o comunes, al igual que sus baños y que pueden disponer además, de un recinto común equipado adecuadamente para que los huéspedes se preparen sus propios alimentos”* (Dirección General de Control a la Actividad Turística , 2019).

Albergues: *“Son establecimientos que brindan el servicio de hospedaje de manera permanente generalmente en unidades habitacionales de uso común y servicios sanitarios compartidos; pueden o no brindar servicios de alimentos y bebidas. Incluyen a las habitaciones habilitadas para recibir turistas en casas particulares del país y los refugios habilitados para la práctica de actividades como la pesca deportiva”* (GADLP, 2001).

Por lo revisado en la clasificación de hospedajes turísticos la modalidad de hostel está incluida como un tipo de establecimientos de hospedaje complementario con el nombre de albergue, y en un documento más actual del Reglamento de establecimiento de hospedaje turístico aparece el concepto de hosteria muy similar al de albergue. Cabe resaltar que existe una gran diferencia entre un hostel y un hotel. Ya que la palabra “hostel” se forma de los vocablos “host” traducido al español como anfitrión y “hotel”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

3.4.10.2. Concepto de hostels con relación a la legislación boliviana.

En el reglamento específico de establecimientos de hospedaje turístico el tipo de hospedaje “hosteria” es la modalidad que más se aproxima a la funcionalidad de los albergues o hostels, puesto que ambos conceptos hacen referencia a la prestación del servicio de alojamiento en habitaciones comunes o semi privadas y que por lo general cuentan con un ambiente común equipado para que los huéspedes se preparen sus propios alimentos.

“Los albergues o hostels suelen ser establecimientos económicos donde alquilan camas en dormitorios compartidos, a diferencia de los hostales y hoteles, que siempre son privadas. Existen habitaciones mixtas y también solo de mujeres o de hombres” (Trabber, 2016).

Además, que otra diferencia de esta modalidad con los tradicionales hoteles y hostales, es que por lo general en estos últimos el huésped solo hace uso de la habitación los baños y la recepción del lugar a diferencia de un albergue o hostel en el cual el huésped puede usar otros espacios comunes como la cocina y el comedor.

En cuanto a la categoría según el reglamento de hospedajes turísticos de Bolivia para los albergues y hostels existe una categoría única, esta categorización en otros países es diferenciada por el tamaño de las instalaciones clasificándolos en grandes, medianos y pequeños determinando así su capacidad de huéspedes.

Según el (GADLP, 2001) *“Solo son reconocidos como “Establecimientos de Hospedaje Turístico” y podrán usar dicha denominación aquellos que cumplan con todos los requisitos establecidos por ley, todos los Establecimientos de Hospedaje Turístico deberán estar inscritos en sus respectivas Cámaras Hoteleras. Esta inscripción no constituye de manera alguna en obligatoriedad de afiliación”*.

Tal y como dice en el artículo los hospedajes no están obligados a afiliarse en la cámara hotelera lo que lleva al desconocimiento del número de hostels en la ciudad

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

de La Paz, puesto que muchos de ellos no están afiliados, dificultando llevar el registro de un número exacto de albergues la única fuente para obtener el número de hostels es por medio de consultas y verificaciones en las plataformas virtuales donde ofrecen sus servicios de hospedaje.

“Artículo 22°.- (De los partes de movimiento de pasajeros). - Los Establecimientos de Hospedaje Turístico están obligados a proporcionar a las siguientes reparticiones públicas, partes diarios de movimiento de pasajeros.

- *INTERPOL*
- *POLICIA TECNICA JUDICIAL*
- *MINISTERIO DE GOBIERNO – INTELIGENCIA*
- *MIGRACION*
- *POLICIA TURISTICA*
- *FUERZA ESPECIAL DE LUCHA CONTRA EL NARCOTRAFICO*
- *UNIDAD DEPARTAMENTAL DE TURISMO*

Artículo 23°.- (De los datos estadísticos). - Todos los Establecimientos de Hospedaje Turístico están obligados a proporcionar al viceministro de Turismo y a las Unidades Departamentales de Turismo, los datos estadísticos que les sean solicitados. El formato del o los formularios serán diseñados por el Viceministerio de turismo” (GADLP, 2001).

Muchos hostels al no estar afiliados a la cámara hotelera no realizan las partes de movimientos de pasajeros lo que causa una variación en las estadísticas y perjudican a los controles de la policía y otras autoridades.

“Artículo 43°.- (De la prohibición del ejercicio de las funciones reservadas a los Establecimientos de Hospedaje Turístico). - Está terminantemente prohibido el ejercicio de las funciones reservadas por Ley a los Establecimientos de Hospedaje Turístico, por parte de personas naturales o jurídicas de cualquier naturaleza o

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

finés, que no cuenten con la respectiva autorización de funcionamiento, de acuerdo a lo estipulado en el presente reglamento.

Las Unidades Departamentales de Turismo correspondientes, procederán a su inmediata clausura, a la imposición de la correspondiente multa y levantar el acta en la que conste la calidad simulada de la empresa prestadora de servicio turístico, con que el infractor venía sorprendiendo la buena fe de los usuarios.

Artículo 44°.- (De las inspecciones). - Las Unidades Departamentales de Turismo correspondientes, podrán discrecionalmente realizar las inspecciones que estimen necesarias a los Establecimientos de Hospedaje Turístico, con el fin de velar por la calidad y control de los servicios y los derechos de los huéspedes, debiendo labrar un acta en cada inspección realizada, consignando la firma del responsable del Establecimiento” (GADLP, 2001).

Las autoridades que controlan el funcionamiento adecuado de los establecimientos de hospedaje tienen el derecho de clausurar establecimientos que realicen las funciones de hospedaje turístico sin tener la autorización, pero, en cuestión de los hostels que en muchos casos son casas grandes habilitadas para la actividad. Es muy difícil detectar todas sus ubicaciones lo más fiable es revisar los sitios web donde publican su oferta.

3.4.10.3. Precios de los (hostels) en la ciudad de La Paz.

Esta es una lista de los hostels ubicados en la ciudad de La Paz ordenada aleatoriamente, obtenida de las páginas principales donde estos ofrecen sus servicios (Hostelworld, Expedia, Booking, Airbnb), tomando en cuenta que muchos de los hostels no están registrados en los sistemas de control de servicios de hospedaje de la ciudad, no existe una lista del número de hostels en la cámara hotelera, por lo tanto, la recopilación del número de los mismos solo puede ser obtenida visitando estas plataformas virtuales.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Ilustración 13. Precios de los hostels de la ciudad de La Paz

Nombre del Hostel	Tarifas por persona
York B&B	Bs 67 y 167
Wild Rover Backpackers	Bs 78.20 y 264.50
Loki La Paz	Bs. 71.26 y 235.62
Greenhouse Bolivia	Bs. 85 y 230
The Adventure Brew Hostel	Bs 57 y 220
Arthy's Guesthouse	Bs. 65 y 85
The Adventure Brew Down Town	Bs 55
3600 Hostel	Bs. 105.60 y 281.50
House Wonderful	Bs. 49.30 y 154.90
Hostel Journey	Bs. 70
The Cathedral	Bs. 85 y 90
Paititi Hostel	Bs. 50
Bash and Crash Hostel	Bs. 50
Bunkie Hostel	Bs 48 y 180
Landscape Internacional Hostel	Bs 56.20 y 121.20
Hostal Sol Andino	Bs. 253.60
Estrella Andina Hostel	Bs. 253.40
B&B Piacere	Bs. 100
Colibrí Camping and Eco Lodge	BS. 75
Hostel Porvenir	Bs. 174
Hostal Isidoros	Bs. 60
Rendezvous Guest House	Bs. 246.40

Fuente: Elaboración propia basada en los datos de las plataformas Booking y Hostelword

Además de las diferentes plataformas que se dedican a la reserva de hospedaje por medios virtuales, la información fue constatada por medio de un recorrido por la zona de Sopocachi con ayuda de otra herramienta digital como el Google Map, de esta manera se puede verificar la cantidad de establecimientos vigentes, ubicaciones exactas, y las tarifas de todos los hostels ubicados en la zona.

3.4.10.4. Hostels de la zona de Sopocachi.

La proximidad y conectividad de la zona con el centro y otras zonas concurridas de la ciudad por medio de diferentes tipos de transporte que vienen desde los tradicionales colectivos que aun transitan por la zona hasta la línea amarilla del teleférico que conecta a Sopocachi con la zona sur y con la ciudad de El Alto, esto ha hecho que muchos emprendedores opten por establecer hospedajes turísticos en la zona, ya sean hoteles, guests houses, aparth hotel y en el caso del estudio hostels.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Además, que el barrio de Sopocachi es considerado uno de los más tradicionales artísticos de la ciudad de La Paz “*Sopocachi es uno de los barrios residenciales de La Paz más antiguos. Con el pasar de los años, se convirtió en el punto de encuentro de artistas y escritores. Esto fue dándole la fama que mantiene hasta el día de hoy como el barrio bohemio de La Paz por excelencia*” (Uber, 2020).

3.4.10.4.1. Descripción de los hostels de Sopocachi.

La Zona de Sopocachi alberga diferentes tipos de hospedajes, en este barrio típico de la ciudad de La Paz se pueden encontrar desde hoteles lujosos hasta modestos albergues con precios económicos. Para el caso del presente estudio se hace énfasis en la observación y descripción específica de la modalidad de hostels que se ubican en la zona de Sopocachi, describiendo sus características, mismas que se obtuvieron mediante los siguientes métodos.

- Observaciones directas en visitas a los hostels de Sopocachi
- Diálogos con empleados y/o propietarios.
- Análisis documental: exploración de páginas web de cada uno de los hostels en funcionamiento dentro de la Zona de Sopocachi.

a) Administración y gerencia de los hostels

Gracias a la información brindada por el personal de los diferentes hostels, se pudo estipular que los hostels de Sopocachi que están registrados en el Servicio Nacional de Impuestos figuran como empresas unipersonales.

Al tratarse de establecimientos pequeños en comparación con un hotel, estos hostels en su mayoría cuentan con gerentes-propietarios que también se encargan de la administración del hotel. En muchos casos el gerente únicamente cuenta con experiencia empírica en el sector de hospedaje turístico.

En el caso de los hostels más grandes los gerentes delegan el control del establecimiento a uno de sus trabajadores con el cargo de supervisor, este puesto se

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

encarga de verificar la parte operativa, que todas las tareas y funciones se realicen de forma óptima. Por tal razón, el supervisor en muchos casos reside en el establecimiento.

Respecto a las comunicaciones dentro de los hostels se dan de forma horizontal, ya que son establecimientos pequeños y el personal puede hablar de forma directa con el gerente. De igual forma, los hechos más resaltantes del día son comunicados a administración.

Por lo general, la administración del hostel es quien responde de forma directa cada uno de los mensajes que se reciben en las plataformas digitales de reserva, de tal manera que se detectan posibles fallas en el servicio o con la finalidad de felicitar al personal por su trabajo.

b) Marketing y comercialización de los servicios

Por lo general los hostels de Sopocachi no cuentan con personal encargado específicamente de ventas y reservas que realice actividades de ventas y negociaciones con empresas, agencias de viajes y operadores.

En cuanto a las actividades de marketing, varios de ellos realizan diversas tareas durante el año para generar un mejor posicionamiento y recordación en los clientes y usuarios.

c) Canales tradicionales

Una forma de participación muy practicada por los administradores de hostels se da por medio de las empresas de transporte (radiotaxis y taxis). A través de alianzas estratégicas para que los choferes recomienden los establecimientos de hospedaje a sus pasajeros a cambio de una comisión por huésped que se quede en el establecimiento.

Otra forma de participación se da en el intercambio de propaganda que hacen con agencias turísticas y otras empresas relacionadas con el ámbito turístico,

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

recomendando a los huéspedes tomar los servicios de estas empresas, a su vez las empresas recomiendan los hostels con los que tienen esa alianza.

Además, en el caso de algunos hostels que con algunas agencias negocian el monto de dinero por la impresión de publicidad, para que los gastos sean compartidos. Esta inversión genera presencia y ventas no solo a corto plazo sino a mediano y largo plazo.

d) Canales electrónicos

Los mecanismos de distribución electrónica generales son aquellos que permiten multiplicidad de usos, que son familiares al consumidor, a los que normalmente se tiene fácil acceso y los que reparten sus costos entre todos sus usuarios.

En el caso de los hostels de Sopocachi, como a nivel mundial, los canales electrónicos con mayor desarrollo y utilidad son los motores de búsqueda entre los que se pueden mencionar:

- www.hostelworld.com
- www.hostelbookers.com
- www.booking.com
- www.hostels.com
- www.hostelmania.com

A través de estas páginas web, los clientes potenciales, pueden consultar alojamientos en diferentes países y ciudades; con información que el establecimiento aporta y las opiniones de los huéspedes que ya han utilizado los servicios, teniendo la posibilidad de reservar habitaciones por un bajo costo, con un depósito mínimo por medio de tarjeta de crédito o débito.

Estos motores de búsqueda se han convertido en una herramienta primordial para los hostels de la zona, ya que es una fuente de información gratuita y de fácil acceso, que

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

permite obtener a las distintas empresas información de su competencia como niveles de precios, las opiniones de sus usuarios, sus falencias y sus fortalezas.

De acuerdo a lo investigado y observado en los hostels visitados, la ocupación de los establecimientos proviene en casi su totalidad de los motores de búsqueda previamente mencionados.

Además, en estos sitios los huéspedes potenciales pueden conocer de forma rápida y sencilla la información básica de los hostels de una ciudad, estos datos incluyen la ubicación, la disponibilidad, el precio por noche, las comodidades y servicios que se ofrecen y además tienen acceso a los rankings de valoración, a los que le han otorgado a cada establecimiento sus respectivos pasajeros. Dentro de las evaluaciones del servicio se da puntuación a las siguientes características del hostel: ambiente, instalaciones, limpieza, staff, seguridad, ubicación y valor.

e) Fijación de precios

Generalmente las estrategias de fijación de precios utilizadas en servicios son similares a las que se aplican en los bienes. Las técnicas más populares en este sentido son tres y si bien las empresas realizan una combinación de dichas estrategias, siempre hay un método que tiene mayor preponderancia, los mismos son:

- *“Basado en costos: se fijan los precios sumando los costos variables, una cuota de costos fijos y por último el beneficio deseado.*
- *Basado en la competencia: se fija el precio en función de los precios del mercado, que considera precio de referencia; por lo que la empresa elige un precio similar a la oferta alternativa y compite en otros aspectos.*
- *Basado en la demanda: los precios de los servicios se fijan en función de lo que los clientes están dispuestos a pagar por ellos, es decir, basándose en la percepción del valor del servicio” (Moschetta, 2013).*

La indagación aplicada en los hostels de Sopocachi, muestra que los hostels analizados, realizan una mezcla de las estrategias anteriormente mencionadas, no

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

obstante, predomina la estrategia basada en la competencia. Esto podría darse porque en la actualidad, los clientes tienen acceso inmediato a través de internet a información que pueden consultar de forma gratuita por medio de las plataformas virtuales, donde pueden comparar las especificaciones de cada establecimiento, su nivel de aceptación por parte de los usuarios y sobre todo sus tarifas respecto de los servicios incluidos.

f) Infraestructura

A diferencia de los hoteles de la zona que resaltan por ser edificaciones grandes, diseñadas y construidas con el propósito de ser establecimientos hoteleros que alberguen una amplia cantidad de huéspedes, los hostels de la zona están adaptados de casas residenciales particulares, la arquitectura de la zona ha ayudado a la adecuación de estas casonas para convertirlas en un hospedaje alternativo para los visitantes.

Por el tamaño y número de camas los hostels de Sopocachi se encuentran dentro de la categoría de hostels pequeños, puesto que ninguno supera las 75 camas, las camas están distribuidas en habitaciones mixtas y en algunos casos en habitaciones separadas según el sexo/genero de los huéspedes, los espacios comunes como salas, comedores, cocinas y patios son suficientemente amplios, considerando que son adaptados de edificaciones particulares que no fueron diseñadas con el fin que son empleadas.

Al tratarse de una zona residencial que históricamente fue ocupada por la clase mestiza señorial de La Paz la arquitectura de sus casas que funcionan como hostels es atractiva y cómoda.

g) Operaciones

Los hostels de Sopocachi al igual que muchos hoteles ofrecen sus servicios los 365 días del año, 7 días a la semana y las 24 horas del día. Respecto al funcionamiento de estos, cabe resaltar que hasta la fecha no se pudo evidenciar el manejo de “Manuales de operaciones y funciones” en ninguno de los hostels.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Los servicios ofrecidos al público en los diferentes hostels son:

- Servicio de hospedaje
- Servicio de alimentación
- Servicio de laundry (solo en algunos de ellos).

h) Recursos humanos

El personal de los hostels por lo general no viste uniforme como sucede en la mayoría de los hoteles, esto sucede porque desde el trato hacia los huéspedes es menos formal que en un hotel tradicional, lo que genera un mayor vínculo e interacción entre el personal y los huéspedes. En la mayoría de los casos es el recepcionista el que más contacto tiene con el huésped, pues es él quien permanentemente está presente para atender cualquier duda o necesidad de los hospedados. Al existir espacios comunes como la cocina, comedor y otros es muy común que haya mayor comunicación entre huéspedes y el personal.

i) Ubicación.

La ubicación de la zona es estratégica pues se encuentra colindante al centro de la ciudad y al ser una zona residencial es más segura y vigilada que otras zonas populares de La Paz, además, de que en la misma zona existen muchos centros de recreación cultural y una variada oferta nocturna de bares, discotecas y teatros.

Estos son los principales hostels ubicados en Sopocachi:

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Samärawi

Calle Vincenti # 921 casi esquina
Muñoz Cornejo

Ilustración 10. Imagen Hostel Smarawi



Fuente: (hotel.com, 2020)

“El Samärawi está situado en La Paz, a 200 metros de la estación de teleférico de Sopocachi, y ofrece alojamiento con salón compartido, aparcamiento privado gratuito y jardín. El establecimiento ofrece cocina

compartida y servicio de cambio de divisa.

Las habitaciones tienen patio con vistas al jardín. Todas las habitaciones disponen de baño compartido con ducha.” (hotel.com, 2020)

Hostal Bivouac

Calle Romecin Campos, esquina
Avenida Kantutani #35 edificio, 2591

Ilustración 11. Imagen Hostal Bivouac



Fuente: (Booking, 2020)

“El Hostal Bivouac está situado en La Paz, a 800 metros de la estación de teleférico Sopocachi, y cuenta con bar, y salón compartido. Se ofrece aparcamiento privado por un suplemento. Todas las habitaciones del albergue tienen armario”. (Booking, 2020)

Belmont

Calle Luis Uria de la oliva N° 2894 esq.
Gaston Suarez, 2894

Ilustración 12. Imagen Hostel Belmont



Fuente: (Booking, 2020)

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“El Belmont B&B se encuentra en La Paz, a 500 metros de la estación de teleférico Sopocachi y a 2,2 km de la estación de teleférico Buenos Aires, y ofrece alojamiento bar y salón compartido. Hay aparcamiento privado.

Este bed and breakfast ofrece patio, vistas a la ciudad, zona de estar, cocina totalmente equipada con lavavajillas y nevera, y baño compartido con ducha”.
(Booking, 2020)

Green house Bolivia

Calle Victor Sanjinez No. 2866, Entre
Vincenti y Ricardo Mujia

Ilustración 13. Imagen Green House



Fuente: (Booking, 2020)

“El Greenhouse Bolivia se encuentra en La Paz y cuenta con restaurante, bar, salón compartido y jardín. Todas las habitaciones cuentan con cocina y baño compartido. El alojamiento dispone de cocina compartida y servicio de cambio de divisa”. (Booking, 2020)

Rendezvous

Calle Subteniente M. Carranza (final
Sanchez Lima), 461

Ilustración 14. Imagen hostel Rendezvous



Fuente: (Booking, 2020)

“El Rendezvous Hostel ofrece alojamiento en La Paz, a 100 metros de la plaza Abaroa. El hostel alberga un jardín y una cocina compartida. Se ofrece un ordenador de uso compartido”. (Booking, 2020)

Guest home B&B

Avenida Arce, entre Callejón Hermanos
Manchegos #2576

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Ilustración 15. Guest home B&B



Fuente: (Booking, 2020)

“El Guest Home B&B se encuentra en el centro de La Paz, cerca de la estación del teleférico de Sopocachi, de la estación de teleférico Libertador y del centro comercial Multicine, y ofrece salón compartido, cocina con zona de comedor y baño compartido con bañera o ducha”. (Booking, 2020)

Landscape

Calle Reseguín 1981, esquina Aspiazú

Ilustración 16. Imagen Hostel Landscape



Fuente: (Rumbo, 2020)

“El Landscape B&B está situado en La Paz, a 300 metros de la avenida principal y a 10 minutos en coche de la terminal de autobuses, y ofrece conexión WiFi gratuita y cocina compartida totalmente equipada. Las habitaciones del Landscape B&B gozan de un ambiente tranquilo y disponen de

baño compartido y vistas a la ciudad. El Landscape B&B sirve un desayuno buffet diario por un pequeño suplemento. Se ofrece información turística para explorar la zona. El personal habla inglés, francés y portugués” (Rumbo, 2020)

Casa Skyways B&B

Calle Pinilla y Ascarrunz Nro. 558 2do piso, Zona Sopocachi

Ilustración 17. Imagen Skyways B&B



Fuente: (Rumbo, 2020)

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“El Casa Skyways B&B ofrece alojamiento en La Paz. También se facilita aparcamiento privado gratuito. Algunos alojamientos tienen zona de estar y baño privado o compartido con secador de pelo y artículos de aseo gratuitos. Además, el establecimiento cuenta con recepción abierta las 24 horas. Este establecimiento se encuentra a 3 calles de la embajada de España y de la embajada de los Estados Unidos”. (Rumbo, 2020)

Like at Home B&B

Calle Abdon Saavedra N° 116 Edificio Orellana, Departamento frente al parque Rotary.

Ilustración 18. Imagen Like at Home B&B



Fuente: (Despegar, 2020)

“Ubicación del establecimiento Si eliges Like at Home B&B en La Paz, estarás a pocos minutos de Solon House Museum y Parque del Monticulo. Este bed and breakfast se encuentra cerca de Plaza Abaroa y de Plaza del Estudiante. Habitaciones Te sentirás como en tu propia casa en una de las 6 habitaciones. Prepare sus comidas en la cocina compartida / comunitaria. El

baño está provisto de ducha y artículos de higiene personal gratuitos, incluye microondas en un área común y refrigerador en un área común”. (Despegar, 2020)

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4. Marco metodológico.

Para la presente tesis se establece desarrollar los siguientes tipos de investigación:

4.1. Tipo de investigación.

Para el presente documento se establece trabajar con dos tipos de investigaciones correspondientes a: investigación exploratoria e investigación descriptiva, que de acuerdo a los autores significa lo siguiente:

4.1.1. Investigación exploratoria.

Según (Hernandez Sampieri, Metodología de la investigación, 2013) las investigaciones con alcance exploratorio son; *“cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas”*.

“Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando es necesario examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la bibliografía revelo que tan solo hay desarrollos teóricos vagamente relacionados, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas que, si han sido investigadas, pero decidimos darle una nueva perspectiva” (Gómez, 2009).

La presente tesis considera y cita los conceptos de investigaciones exploratorias porque el análisis de los hostel y la calidad en sus servicios son fenómenos escasamente estudiados en el país.

4.1.2. Investigación descriptiva.

Para (Tamayo, 2004) *“Una investigación es descriptiva, cuando comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. Así mismo, el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes”*.

Otros autores como (Hernandez Sampieri, Metodología de la investigación, 2013) consideran que la investigación con alcance descriptivo *“buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren”*.

Además, la investigación también tiene un carácter descriptivo, describiendo la variable sin modificarla y detallando factores que influyen en la percepción que los huéspedes tienen con relación a los servicios, paralelamente también la descripción (perfil) de estos huéspedes.

Entonces, el tipo de investigación es exploratoria-descriptiva; exploratoria porque no hay investigaciones relacionadas directamente con la temática que se hayan realizado en la ciudad de La Paz, si bien existen investigaciones relativamente relacionadas con el tema, estas fueron realizadas en otros países, con una situación diferente. Además de que la mayoría de estas investigaciones se enfocan en diferentes variables investigativas. Por lo tanto, la investigación coadyuva a la indagación, y recolección de información acerca de esta modalidad de hospedaje y sus huéspedes.

Para la presente investigación y de acuerdo a las sugerencias del tribunal revisor se determina puntualizar la investigación de campo y la investigación documental, cuyos propósitos aportan en la investigación científica. Así mismo, a objeto de dar a conocer su significado y su importancia para el presente documento se describe los siguientes:

4.1.3. Investigación documental.

Según (Alfonzo, 1995) *“la investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema”*.

En síntesis, la investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.).

Para este documento las investigaciones anteriores relacionadas con la temática de evaluación de los servicios de hostels y hoteles de otros países son las fuentes secundarias más recurrentes para el desarrollo del presente documento, tanto para la conceptualización de los términos usados como para el establecimiento de la base metodológica empleada.

Además, se recurre a otras fuentes secundarias como artículos de periódico, libros de autores expertos en los temas de calidad de servicios, satisfacción y percepción de los clientes y en la parte de conceptualización de los hostels en Bolivia la fuente primordial es El Reglamento Específico de Establecimiento de Hospedaje Turístico en sus diferentes ediciones las cuales varían en los nombres que le dan a los hostels.

4.1.4. Investigación de campo.

Según el autor (Arias, 2012) *“La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental”*.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Entonces, se puede concluir que la investigación de campo es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico de comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural.

a) Composición del equipo de recolección de información.

Tomando en cuenta el número de encuestas que se realizan y la cantidad de información que se recolecta el equipo está compuesto por dos encuestadores entendidos en el área (Estudiantes de la Carrera de Turismo-UMSA) y un supervisor del trabajo de campo, encargado de la coordinación con los dueños y personal de los hostels, el mismo que también realiza las encuestas y procesa la información recopilada.

b) Delimitación del tiempo de recolección de la información.

Por motivo de la pandemia del COVID-19 que está afectando a la actividad turística mundialmente, el tiempo de recolección de información cuantitativa está delimitada en base a los pronósticos epidemiológicos, puesto que a un mayor índice de contagios la actividad turística se reduce y a la inversa si el índice es menor la actividad turística tiende a incrementarse, lo que se ve reflejado en la afluencia de huéspedes en los hostels.

“Varios expertos epidemiólogos coinciden que el pico de la segunda ola se presentó a finales del mes de enero del 2021 y que fue en descenso todo el mes de febrero” (Arteaga, 2021). Por lo tanto, el mes de abril es el más apropiado para realizar las encuestas, puesto que el pico de una tercera ola esta pronosticada para la primera semana de junio.

Las encuestas se realizan durante la estadía del huésped descartando la aplicación al ingreso puesto que los turistas no podrían dar información de un servicio que aún no han consumido y además también se descarte el uso de encuestas para conocer las expectativas (como en el modelo SERVQUAL), a su vez no se pueden aplican las encuestas a la salida del huésped (check out) por cuestión de tiempo estos podrían dar información errónea o en muchos casos negarse a llenar la encuesta. Por la

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

modalidad de hospedaje que tienen los hostels donde gran parte del tiempo los huéspedes se encuentran en las áreas comunes, esto facilita encontrar con más tiempo y paciencia a los posibles encuestados.

El tiempo determinado para ejecutar el trabajo de campo es de dos a tres semanas, considerando el número de encuestas que se realizan.

c) Especificación del lugar donde se aplicarán las encuestas.

Las encuestas se aplican en tres diferentes hostels de Sopocachi, siendo seleccionados por afinidad, puesto que existe una mayor predisposición de los dueños y el personal en colaborar con la aplicación de las encuestas en sus establecimientos.

- Landscape B&B
- Casa Skyway
- Hostel Bivouac

4.2. Enfoque de la investigación.

El presente documento analiza los conceptos de los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo), en base a los conceptos de los autores expertos en la metodología de la investigación.

“Considerando las características de ambos enfoques por una parte el enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y al confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población, y por otra parte, el enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría". (Ruiz Medina M., 2013).

Por lo mismo, la investigación tiene un enfoque cuantitativo a pesar de que la percepción y calidad son variables con características cualitativas que son estudiados usando parámetros relacionados con la cualidad. Sin embargo, se convierte en cuantitativa por el método de definición de la muestra y los instrumentos que se usaran para recolectar la información del grupo que representara de forma significativa a la población.

"Para el enfoque cuantitativo la muestra es un subgrupo de la población, que se define matemáticamente, de antemano, con precisión y que debe ser representativa en probabilidades. El investigador se interesa en que los resultados encontrados en la muestra logren generalizarse a la población completa" (Gómez, 2009).

4.3. Diseño de la investigación.

El trabajo de campo se diseña con el objetivo de corroborar o contrastar la hipótesis planteada, siguiendo como punto de partida la formulación de la misma. A continuación, se describe paso a paso la recolección de información del grupo de muestreo mediante técnicas de recogida de datos.

"Muchas veces el investigador no logra conseguir un listado completo de su población, con lo cual queda descartada la posibilidad de hacer un muestreo probabilístico, el muestreo no probabilístico puede utilizarse en ambos enfoques. Las pruebas no probabilísticas, suponen un procedimiento de selección informal, donde la elección de una unidad de análisis no depende de la probabilidad de ser elegido, si no de la decisión del investigador, al diseñar el trabajo de campo.

Si nuestra investigación es cuantitativa y no conseguimos el listado completo de la población. ¿Cómo determinamos el tamaño de la muestra? Muchas veces se toma el

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

criterio de saturación, es decir, no se determina de antemano el tamaño de la muestra, si no que se observa la cantidad de casos suficientes” (Gómez, 2009).

Por lo tanto, el diseño de la investigación es no probabilística, considerando que no existe una lista de cotejo de todos los turistas que se hospedan en los hostels de Sopocachi, puesto que estos huéspedes son transitorios. Además, se analizó la procedencia de los turistas extranjeros y nacionales elegidos de manera voluntaria que deben ser homogéneos y una cantidad representativa.

Por otro lado, con relación al tiempo en el que se ejecuta el instrumento, se podría decir que es limitado y en un lapso establecido, corto y previamente definido. Llegando a ser una investigación transversal o transeccional, la cual según (Tamayo, 2004) es cuando *“se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”*.

4.4. Instrumentos de recolección de datos.

“Es necesario aclarar que en una investigación hay dos opciones respecto al instrumento de recolección: Podemos elegir un instrumento ya desarrollado y disponible, el cual deberá adaptarse a los requerimientos de nuestro estudio en particular o podemos construir un nuevo instrumento de acuerdo con la técnica apropiada para ello” (Gómez, 2009).

“Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Para elaborar un cuestionario, básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

Las preguntas cerradas son especialmente aptas, para investigaciones de enfoque cuantitativo, ya que contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas. Se presentan a los sujetos las posibilidades de respuesta y aquellos

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

deben circunscribirse a estas. Pueden incluir solo dos posibilidades (dicotómicas, o incluir varias alternativas de respuesta” (Gómez, 2009).

Para la recolección de información se utiliza como instrumento principal uno (instrumento) ya desarrollado el cual es la encuesta, misma que es aplicada a los turistas que se hospedan en los diferentes hostels de Sopocachi en la ciudad de La Paz, usando preguntas cerradas ya que se trata de una investigación cuantitativa. El número de las encuestas a realizar es definido mediante el cálculo de la muestra.

“El representante más destacado del método cuantitativo es la encuesta, además, la encuesta es un método de investigación compatible con el empleo de varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, como son: la entrevista, el cuestionario, la observación, el test, etc”. (CREFAL, 2019)

Este cuestionario consiste en 36 preguntas tanto abiertas (en la primera parte) como cerradas y de respuesta múltiple para poder medir las variables y unidades de análisis de la presente investigación. Las preguntas cerradas pueden ser codificadas estadísticamente y analizadas para brindar datos numéricos. Asimismo, las preguntas abiertas pueden ser codificadas y analizadas para generar resultados con mayor precisión. (Véase anexos).

4.4.1. Escala de medición.

El método de medición utilizado en la investigación con el objetivo de evaluar la opinión y actitudes de las personas, en este caso es la escala de Likert considerando las siguientes categorías dentro de las respuestas.

- Totalmente en Desacuerdo, En Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.
- Totalmente Insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente Satisfecho.
- Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Las llamadas escalas Likert son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional. Estos instrumentos suelen ser reconocidos entre los más utilizados para la medición en Ciencias Sociales”. (Bertram, 2008).

4.5. Población y muestra.

En el marco de lo que establecen algunos autores respecto a las definiciones de población y muestra en una investigación científica.

“Recordemos que una muestra es una parte de la población a estudiar, entonces, para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la población o universo, es decir, definir el conjunto total de los objetos de estudio”. (Gómez, 2009).

La población objeto del estudio principalmente son los huéspedes (extranjeros y nacionales) que se alojan en los hostels de Sopocachi durante el primer cuatrimestre del año 2021. Se emplearán fórmulas para obtener el número de personas en las que se aplicarán las encuestas (muestreo).

“La muestra es un subgrupo de la población, que se define matemáticamente, de antemano, con precisión, y que debe ser probabilísticamente representativa. Para lograr el menor error posible en la representatividad de la muestra se utilizan procedimientos de selección de los elementos muestrales “al azar” o “aleatorios” (Gómez, 2009).

4.5.1. Cálculo del tamaño de muestra.

No existe un dato exacto del número de turistas que se hospedan en los hostels de la zona de Sopocachi y mucho menos una lista de cotejo, puesto que muchos de ellos (los hoteles) no están registrados en las instancias de control y supervisión del sector,

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

por esta razón no llenan partes informativos. Por lo tanto, se aplica la fórmula del muestreo no probabilístico.

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

n= Número de muestreo (Entrevistas a realizar)

Z= Nivel de confianza = (1.65 nivel de confianza del 90%)

p= Probabilidad de éxito o proporción esperada = (0.5)

q= Probabilidad de fracaso= (1-p) = (1-0.5) = 0.5

d= Precisión error máximo en términos de proporción= (10%=0.1)

$$n = \frac{(1.65)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = \frac{0.6806}{0.01} = 68.06$$

Margen de error

A mayor margen de error existe un menor grado de confianza y a menor margen de error existirá un mayor grado de confianza, definiendo que nuestro margen de error es del 10% para nuestro cálculo de la muestra.

Nivel de confianza

Son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. Para esta investigación se utiliza un intervalo de confianza de 90% que significa que los resultados de una acción probablemente cubren las expectativas el 90% de las veces.

Por lo tanto, la muestra para realizar el presente estudio con un nivel de confianza del 90% es de 68,06 personas.

4.5.2. Muestreo por conveniencia.

Para la investigación se utiliza una técnica no probabilística la cual es el muestreo por conveniencia que es un tipo de muestreo que “*consiste en contactarse con*

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

aquellos sujetos que sean más asequibles para ser encuestados en un momento dado. En muchas ocasiones, se eligen lugares públicos de gran afluencia para realizarlo con una mayor eficacia” (Lopez Bonilla, 2013).

En este sentido, se decide este muestreo para aplicar a los encuestados que se localizaban en los diferentes hostels de la zona de Sopocachi, donde se empleó la encuesta.

4.5.3. Prueba piloto.

“Las pruebas piloto son los ensayos de aplicación de un cuestionario que se realiza por primera vez, con el objetivo de probar, identificar y eliminar posibles problemas en el mismo. Una vez que el instrumento ha sido diseñado se elige una pequeña muestra para probar su funcionamiento en el campo.

En las pruebas piloto se deben probar todos los aspectos del cuestionario, incluyendo el contenido de la pregunta, redacción, secuencia y forma, además de la pregunta e instrucciones.

Una información importante facilitada por las pruebas piloto es, la estimación de tiempo necesario para realizar el cuestionario” (Departamento de asuntos económicos y sociales, 2007).

En conclusión, una prueba piloto se espera (Malhotra, 2004)

- Eliminar ambigüedades
- Eliminar preguntas superfluas
- Añadir al cuestionario preguntas relevantes
- Simplificar preguntas difíciles
- Cambiar el orden de las preguntas para agilizar el flujo de respuestas
- Corregir la redacción y eliminar faltas de ortografía

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- Comprobar que los códigos para grabar los datos más adelante son los correctos.

La prueba piloto se realiza una semana antes de aplicar las encuestas reales, este tiempo es el adecuado para corregir cualquier falla detectada.

4.6. Hipótesis.

“Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación. Cabe señalar que en nuestra vida cotidiana constantemente elaboramos hipótesis acerca de muchas cosas y luego indagamos su veracidad” (Williams, 2003).

Entonces, la hipótesis es una suposición hecha que surge a partir de cierta información no comprobada, esta sirve de base para iniciar una investigación o una argumentación.

“Las hipótesis no necesariamente son verdaderas, pueden o no serlo, y pueden o no comprobarse con datos. Son explicaciones tentativas, no los hechos en sí. Al formularlas, el investigador no está totalmente seguro de que vayan a comprobarse” como mencionan y ejemplifica (Black, 1976).

Para la presente investigación se plantea una hipótesis descriptiva *“Estas hipótesis se utilizan a veces en estudios descriptivos, para intentar predecir un dato o valor en una o más variables que se van a medir u observar”*. (Hernandez Sampieri, 2013).

Hi: Por una mala calidad del servicio en los hostels ubicados en la zona de Sopocachi de la ciudad de La Paz, la percepción de los turistas es insatisfactoria.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

4.6.1. Identificación de variables.

a) Variable independiente

Para (Pino, 2010) la variable independiente “*es aquella que el experimentador modifica a voluntad para averiguar si sus modificaciones provocan o no cambios en las otras variables*”. En ese marco para el presente documento se identifica a la siguiente variable independiente: “mala calidad del servicio en los hostels” ubicados en la zona de Sopocachi de la ciudad de La Paz.

b) Variable dependiente

Según el autor (Pino, 2010) se entiende por variable dependiente a: “*la variable que toma valores diferentes en función de las modificaciones que sufre la variable independiente*”. En ese marco el presente trabajo de investigación identifica a la variable dependiente correspondiente a: “percepción de los turistas es insatisfactoria.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 5. Matriz de Operacionalización de variables.

Variable	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas	Instrumentos
Percepción de Turistas	Perfil de los turistas nacionales y extranjeros de los hostels	Edad	Rango de edad de los turistas nacionales y extranjeros.	¿Edad?	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Sexo	Porcentaje de géneros de los turistas nacionales y extranjeros.	¿Sexo/ Genero? Respuestas: Varón, Mujer	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Nacionalidad	Porcentaje de nacionalidades de los turistas.	¿Nacionalidad?	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Ocupación	Porcentaje de los oficios de los turistas.	¿Ocupación? Respuestas: Estudiante, Trabajador Público o privado, Trabajador independiente.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Nivel académico	Porcentaje de nivel de estudios de turistas nacionales y extranjeros.	¿Nivel académico? Bachiller, Universitario. Postgrado.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Nivel de ingresos	Rango de gasto ingresos de los huéspedes.	¿Ingreso Familiar? Respuestas: Menos de Sus 1000, De Sus. 1001- Sus. 3000, Mas de Sus. 3000.	Encuestas	Hoja de cuestionario
	Personal	Comportamiento del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al comportamiento del personal.	¿Cómo califica la atención, amabilidad y respeto del personal del hostel? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Higiene del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al higiene y limpieza del personal.	¿Cómo califica la limpieza y aseo en el aspecto del personal del hostel? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Predisposición para ayudar del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la predisposición del personal para ayudar.	¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel para ayudar? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Disponibilidad del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la disponibilidad del personal para brindar información.	¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel a la hora de proporcionar información cuando lo necesite? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno	Encuestas	Hoja de cuestionario

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

		Confiabilidad al personal	Porcentaje de aprobación, respecto al nivel de confianza que inspira el personal	¿Cómo califica la confianza que inspira el personal del hostel? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Empatía por parte del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la empatía del personal para conocer las necesidades del huésped	¿Cómo califica el esfuerzo del personal del hostel para conocer las necesidades de cada huésped? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Capacidad de respuesta del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la capacidad de respuesta del personal ante un problema	¿Cómo califica la muestra de interés del personal del hostel por escuchar y solucionar los problemas del huésped? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
	Instalaciones	Estado de las instalaciones	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al estado físico de la infraestructura	¿Cómo califica la conservación de las dependencias y equipamiento del hostel (habitaciones, pasillos, etc.)? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Comodidad de las áreas comunes	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la comodidad de las áreas comunes (baño, cocina, sala, comedor)	¿Cómo califica el nivel de agrado que sintió en las diferentes dependencias e instalaciones del hostel? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Limpieza de las instalaciones	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la limpieza de las instalaciones	¿Cómo califica el nivel de limpieza de las instalaciones del hostel? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Comodidad de los dormitorios	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la comodidad de las instalaciones(dormitorios)	¿Cómo califica el nivel de confortabilidad de las instalaciones (dormitorios)? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Seguridad de las instalaciones	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la seguridad de las instalaciones	¿Cómo califica el nivel de seguridad de las instalaciones del hostel? Respuestas: Muy malo, Malo, Regular, Bueno, Muy bueno.	Encuestas	Hoja de cuestionario

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

	Organización	Cumplimiento de los servicios	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al cumplimiento de los servicios	¿El hostel presta servicio según las condiciones contratadas? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Eficacia para resolver problemas	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la eficacia para resolver problemas	¿Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el huésped? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Fiabilidad de la información	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la fiabilidad de la información.	¿Cree Ud. que los datos y la información sobre su estancia son correctos? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Rapidez en el servicio	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la rapidez y eficiencia en el servicio	¿Los diferentes servicios del hostel funcionan con rapidez? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Permanente y contante asistencia a los huéspedes	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la permanente asistencia de los huéspedes por parte del personal	¿Siempre hay alguna persona de la dirección del hostel a disposición del huésped para cualquier problema que pueda surgir? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Discreción en la privacidad del huésped	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la discreción y respeto a la intimidad del huésped.	¿Se actúa con discreción y respetan la intimidad del huésped? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Facilidad para obtener información	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la facilidad para obtener información.	¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el huésped? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.	Encuestas	Hoja de cuestionario

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Calidad de los servicios		Priorización del cliente	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al priorización de las necesidades del cliente.	¿Se siente que el cliente (huésped) es lo más importante para el hostel? Respuestas: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, ¿Totalmente de acuerdo?	Encuestas	Hoja de cuestionario	
	Satisfacción		Satisfacción con los servicios	Porcentaje del nivel de satisfacción con los servicios.	¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra usted con el servicio prestado por el hostel? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
			Satisfacción con el servicio principal (confortabilidad en dormitorios)	Porcentaje del nivel de satisfacción con el servicio principal (dormitorios para descansar).	¿Cómo valora usted el principal servicio brindado por el hostel? (Confortabilidad en los dormitorios) Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
			Satisfacción con la calidad de las áreas comunes (comodidad)	Porcentaje del nivel de satisfacción con la calidad del hostel (comodidad, espacio y equipamiento)	¿Cómo valora la calidad del hostel en cuanto a (comodidad, espacio y equipamiento)? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
			Percepción de la atención brindada por el personal	Porcentaje del nivel de satisfacción con la atención brindada por el personal.	¿Qué percepción tiene usted sobre la atención brindada por el personal del hostel? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
			Apreciación de las instalaciones	Porcentaje del nivel de apreciación respecto a las instalaciones.	¿Qué apreciación tiene usted de las instalaciones del hostel? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
			Percepción de la organización del hostel	Porcentaje del nivel de percepción respecto a la organización.	¿Qué percepción tiene usted de la organización del hostel?. Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
			Percepción respecto a la estadía	Porcentaje del nivel de satisfacción del huésped respecto a su estadía.	¿Cómo percibe su estadía en el hostel? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

		Valoración a la respuesta de pedidos y reclamos	Porcentaje del nivel de satisfacción respecto a la capacidad de respuesta	¿Cómo valora usted el tiempo de respuesta a sus pedidos o reclamos por parte del hostel? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Cumplimiento de las expectativas	Porcentaje del nivel de satisfacción respecto al cumplimiento de expectativas	¿Piensa usted que el hostel cumplió con sus expectativas que tenía sobre el servicio? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario
		Valoración al nivel de fluidez de idiomas del personal	Porcentaje del nivel de valoración respecto al manejo y fluidez de idiomas del personal	¿Cómo valora usted el nivel y fluidez de idiomas extranjeros del personal? Respuestas: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Ni satisfecho ni insatisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho.	Encuestas	Hoja de cuestionario

CAPÍTULO V

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

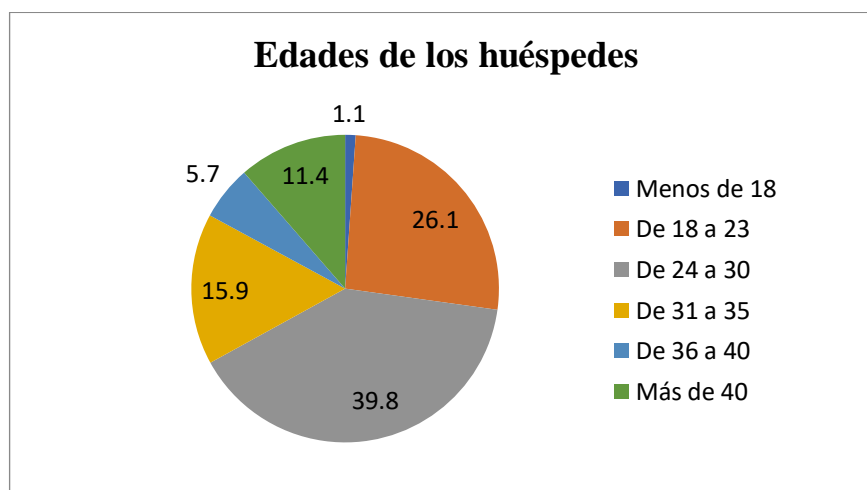
5. Resultados e Interpretación.

En lo que respecta a los cuestionarios se aplica procesamiento estadístico elemental, calculando frecuencias de respuesta y los porcentajes que estas representan. La intención de estos cuestionarios tiene carácter exploratorio de los fenómenos resaltantes de esta investigación, se presentan los datos agrupados en las categorías de análisis fundamentales de cada instrumento y se presenta un análisis breve de las ideas más relevantes que sugieren las mismas. Más que emitir juicios de valor sobre el resultado de estos cuestionarios, lo que se busca es presentar la realidad que se manifiesta entre los huéspedes.

5.1. Análisis e interpretación de la información.

En esta parte de la investigación, se analiza los datos obtenidos de la encuesta empleada a los turistas que se hospedaron en los hostels de la zona de Sopocachi.

Gráfico 1. “Edad los huéspedes”



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

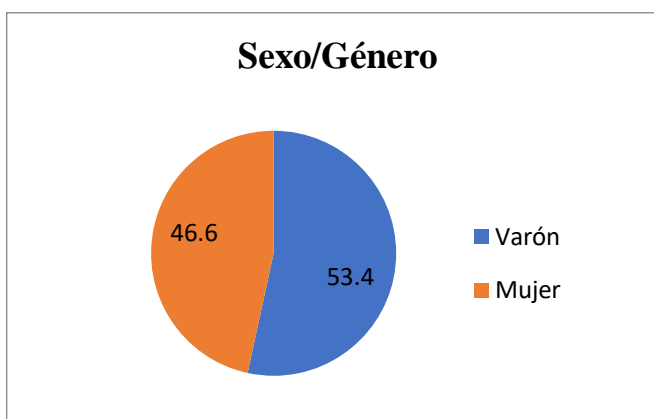
La edad es un variable que para la presente investigación representa uno de los factores personales que delimitan las características de este segmento de turistas que tiene una mayor preferencia a esta modalidad de hospedaje.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

La información obtenida demuestra que tan solo el (1,1%) de los huéspedes que fueron encuestados son menores de 18 años, el (26,1%) tiene de 18 a 23 años, la mayoría de los encuestados tienen de 24 a 30 años representando el (39,8%) del total, el (15,9%) tienen de 31 a 35 años, un bajo porcentaje de (5,7%) tienen de 36 a 40 años y por último el (11,4%) respondió tener más de 40 años.

Otros datos interesantes que se pueden interpretar del resultado de las encuestas es que el rango de edad que más se repite entre los huéspedes de los hostels es de 21 a 28 años, ya que cada uno de los valores entre estas dos edades superan el 4% del total de encuestados, llegando a sumar en conjunto el 44% del total de encuestados.

Gráfico 2. “Sexo/Género de los huéspedes”

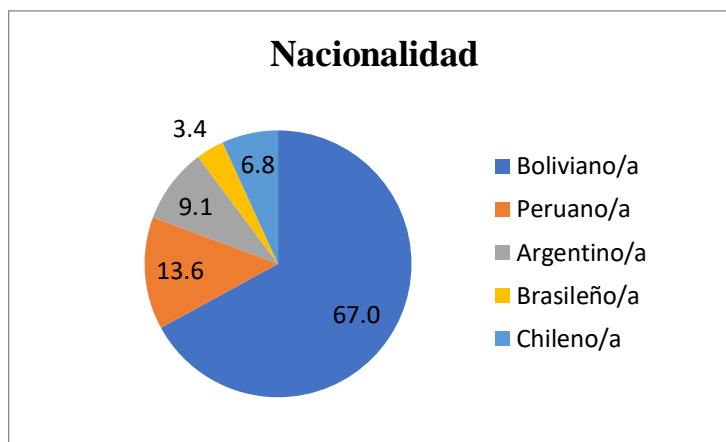


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

El género predominante entre los huéspedes es el masculino con 53,4%, mientras que las mujeres representan el 46,6%, cabe notar que la diferencia entre ambos géneros es solo del 6,8%, lo que demuestra un equilibrio relativo en la variable del género de turistas que se alojan en los hostels.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

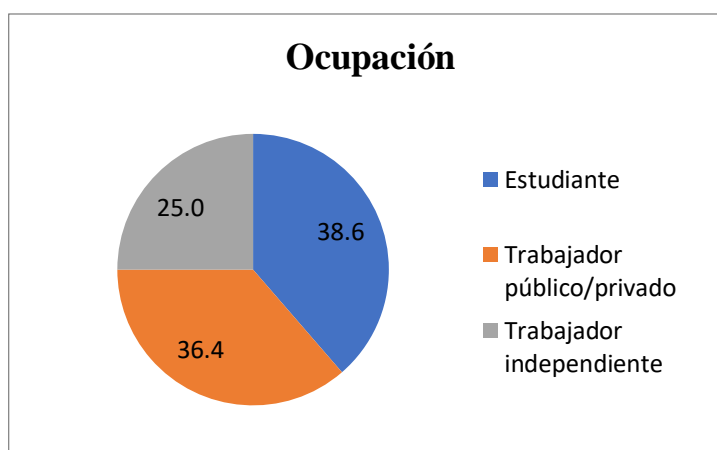
Gráfico 3. “Nacionalidad de los encuestados”



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada.

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta la mayoría de los huéspedes son nacionales representando el 67%, seguido de ciudadanos peruanos con el 13.6%, argentinos 9,3%, chilenos 6,8% y finalmente brasileños 3,4%. Probablemente las restricciones para los viajes a raíz de la pandemia reflejan el bajo porcentaje de huéspedes extranjeros en los hostels, apenas el 30% del total.

Gráfico 4. “Ocupación de los huéspedes”

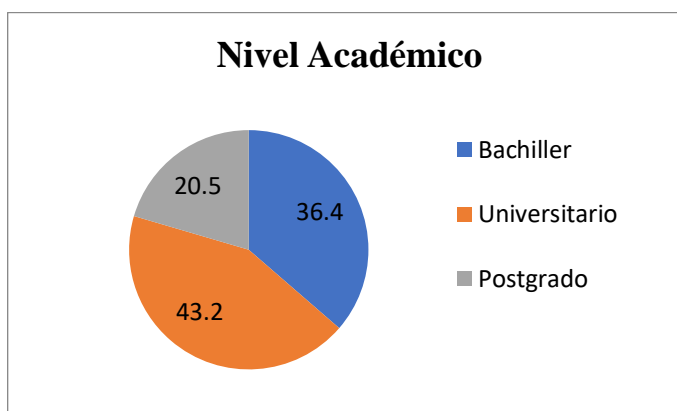


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada.

Con relación a la ocupación de los huéspedes las encuestas demuestran que la mayoría son estudiantes llegando a representar el 38,6%, con una corta diferencia de la primera opción el 36,4% son trabajadores del área pública o privada y tan solo el 25% son trabajadores independientes.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

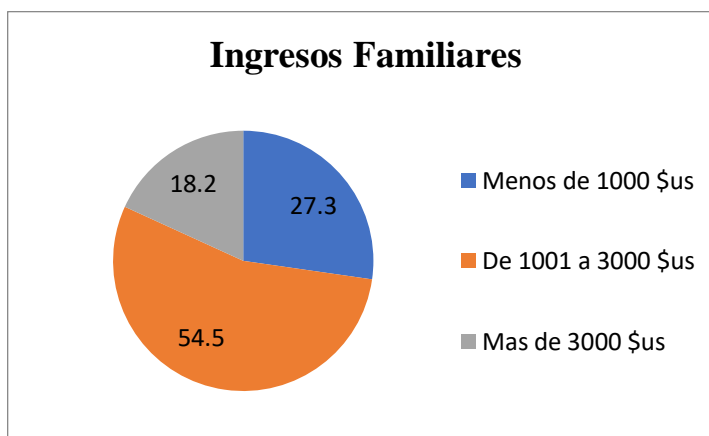
Gráfico 5. “Nivel Académico de los huéspedes”



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Los datos obtenidos determinan que la mayoría de los encuestados tienen estudios universitarios 43,2%, un poco más de la tercera parte de los huéspedes solo tienen estudios de Bachiller 36,4%, y únicamente el 20,5% tienen estudios de Postgrado.

Gráfico 6. “Ingresos familiares de los huéspedes”

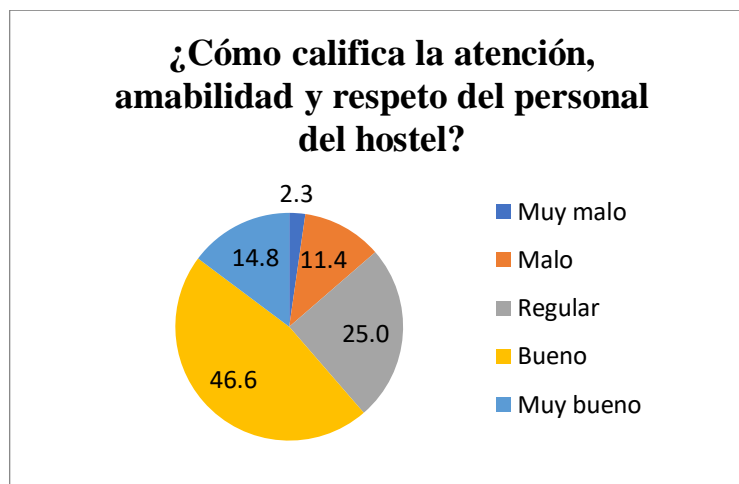


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Respecto a los ingresos familiares se puede notar que más de la mitad de los encuestados cuentan con ingresos entre los 1000 a 3000 dólares 54,5%, un 27,3% de ellos tiene ingresos menores a 1000 dólares y un reducido porcentaje 18,2% percibe ingresos familiares mayores a 3000 dólares.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

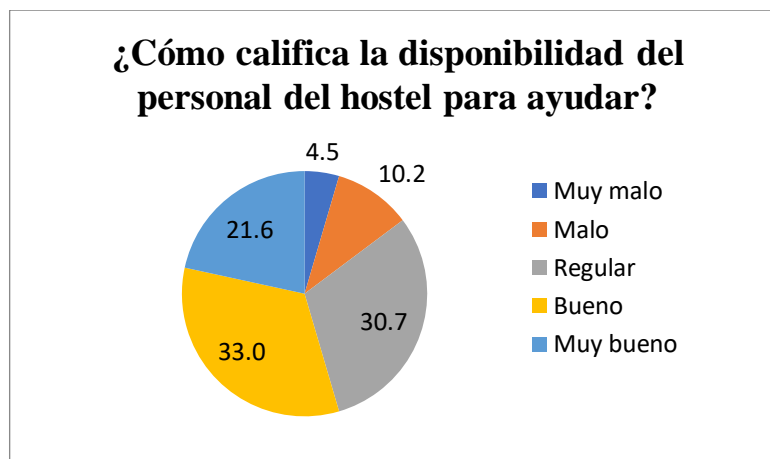
Gráfico 7. ¿Cómo califica la atención, amabilidad y respeto del personal del hostel?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

El gráfico demuestra que la mayoría de los huéspedes califica la amabilidad del personal por encima de regular llegando a sumar 61,4% las calificaciones de “Bueno” y “Muy Bueno”, por otro lado, una cuarta parte de los encuestados 25% evalúa el servicio como “Regular”, el 11,4% como “Malo” y un reducido porcentaje lo califica como “Muy malo” 2,3%.

Gráfico 8. ¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel para ayudar?



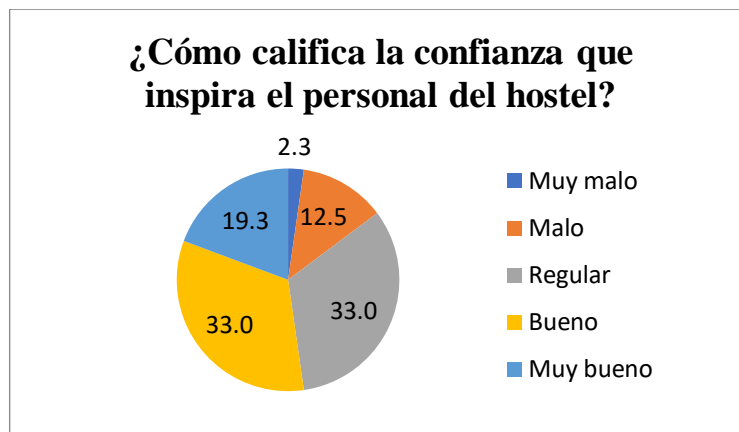
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

En cuanto al gráfico de la disponibilidad de ayuda por parte del personal demuestra que más de la mitad de los encuestados 54,6% califican la disponibilidad como “Buena y Muy buena”, mientras que un 30,7% como “Regular” y un poco más de la

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

cuarta parte de los encuestados 26,1% consideran que la disponibilidad del personal es “Mala o Muy mala”

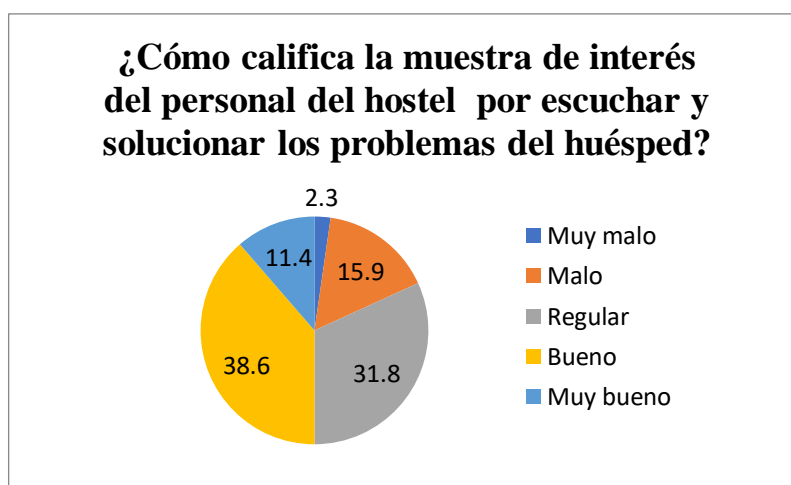
Gráfico 9. ¿Cómo califica la confianza que inspira el personal del hostel?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Los datos demuestran que la mayoría de los encuestados califican a la confianza que refleja el personal como “Regular o Bueno” llegando al 33% cada opción, seguido de un 19,3% que la califica como “Muy bueno” y por debajo de regular solo el 12,5% respondió “Malo”, el 2,3% “Muy malo”, ambos porcentajes llegan a solo 14,8% del total.

Gráfico 10. ¿Cómo califica la muestra de interés del personal del hostel por escuchar y solucionar los problemas del huésped?

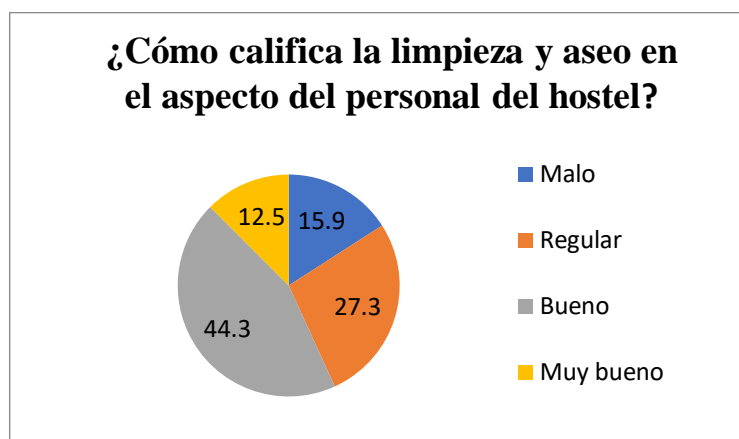


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Respecto al interés del personal para solucionar problemas exactamente la mitad de las encuestados lo califican por encima de regular optando por “Bueno” 38,6% y “Muy bueno” 11,4%, mientras la otra mitad lo califica entre “Regular” 31,8%, “Malo” 15,9% y “Muy malo” 2,3%.

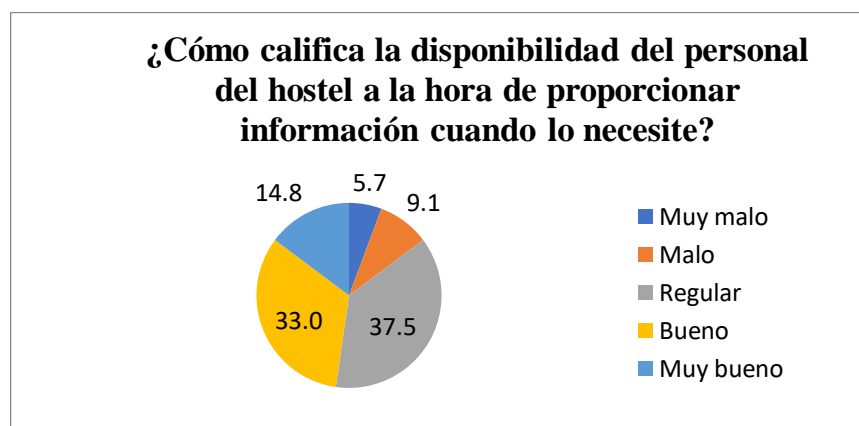
Gráfico 11. ¿Cómo califica la limpieza y aseo en el aspecto del personal del hostel?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

La información obtenida de la encuesta muestra que una mayoría de los encuestados califica el aseo personal de los trabajadores como “Bueno” 44,3%, el 27,3% como “Regular”, un significativo 15,9% lo califica como “Malo”, tan solo el 12,5% respondió que “Muy bueno” y absolutamente nadie califica como “Muy malo” al aseo e imagen de los trabajadores de los hostels.

Gráfico 12. ¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel a la hora de proporcionar información cuando lo necesite?

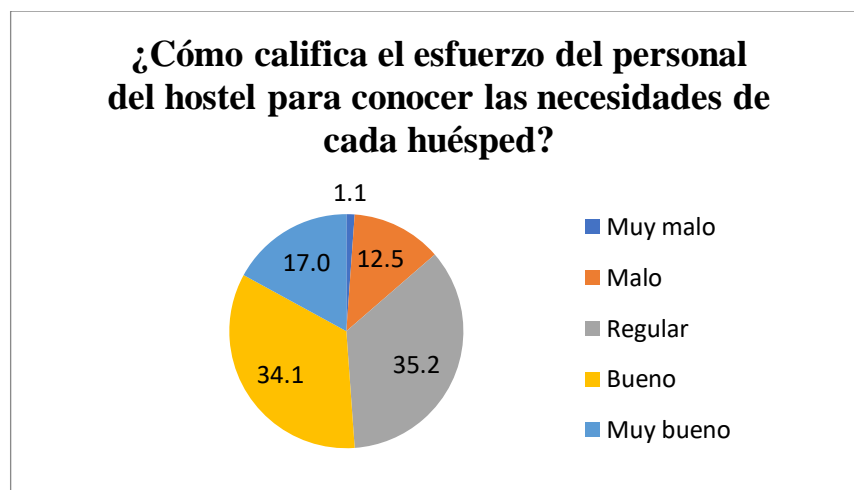


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Con relación a la disponibilidad del personal para brindar información el gráfico demuestra que la mayoría de los encuestados lo califican como “Regular” 37,5%, casi una tercera parte del total le dan una calificación de “Bueno” 33%, seguido de un 14,8% que lo considera “Muy bueno”, 9,1% lo califica como “Malo” y un 5,7% lo evaluó como “Muy malo”, siendo este el porcentaje más alto que marca el valor deficiente en la dimensión que evalúa al personal.

Gráfico 13. ¿Cómo califica el esfuerzo del personal del hostel para conocer las necesidades de cada huésped?

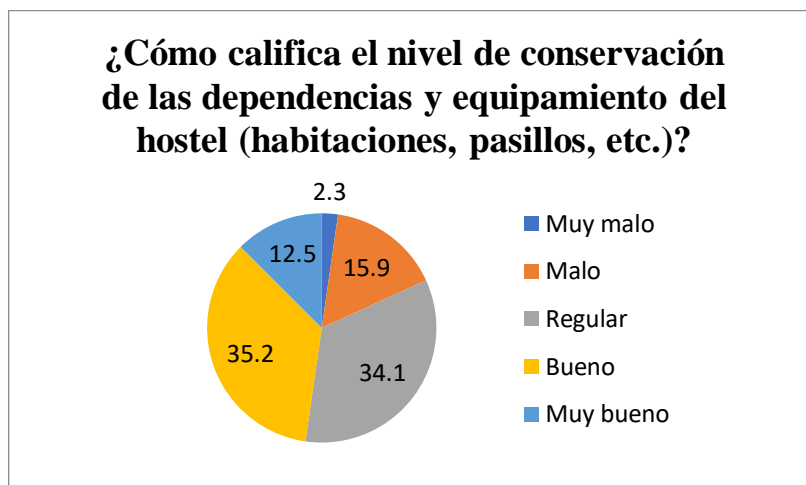


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Los datos obtenidos demuestran que los huéspedes que califican entre “Regular y Bueno” al esfuerzo del personal para conocer sus necesidades son la mayoría llegando a sumar el 69,3% entre ambos porcentajes (35,2% “Regular”, 34,1% “Bueno”), el 17% lo califica como “Muy bueno”, el 12,5% como “Malo” y únicamente el 1,1% como “Muy malo”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

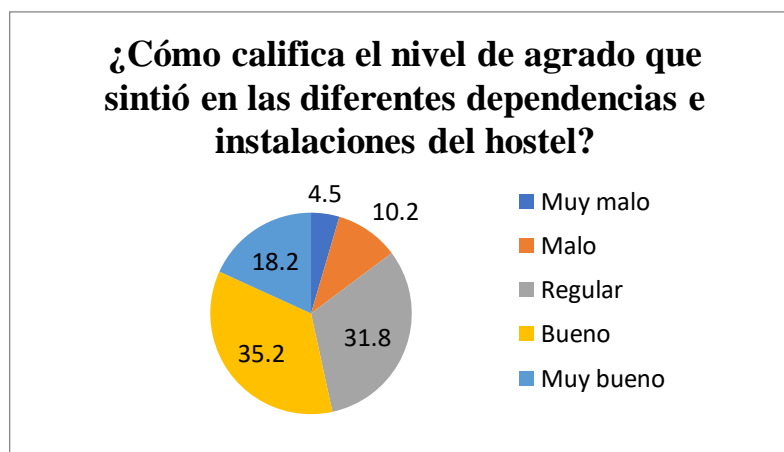
Gráfico 14. ¿Cómo califica el nivel de conservación de las dependencias y equipamiento del hostel (habitaciones, pasillos, etc.)?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

El gráfico en base a los datos obtenidos demuestra que la mayoría de los huéspedes 35,2% califican como “Bueno” el nivel de conservación de las dependencias y equipamientos de los hostels, muy próximo es el porcentaje que respondió de forma neutral con la opción “Regular” 34,1%, por otra parte, hay un mayor porcentaje respondió con la opción “Malo” 15,9% en comparación a los que respondieron “Muy bueno” 12,5% y finalmente el 2,3% evaluó la conservación de la instalaciones como “Muy malo”.

Gráfico 15. ¿Cómo califica el nivel de agrado que sintió en las diferentes dependencias e instalaciones del hostel?

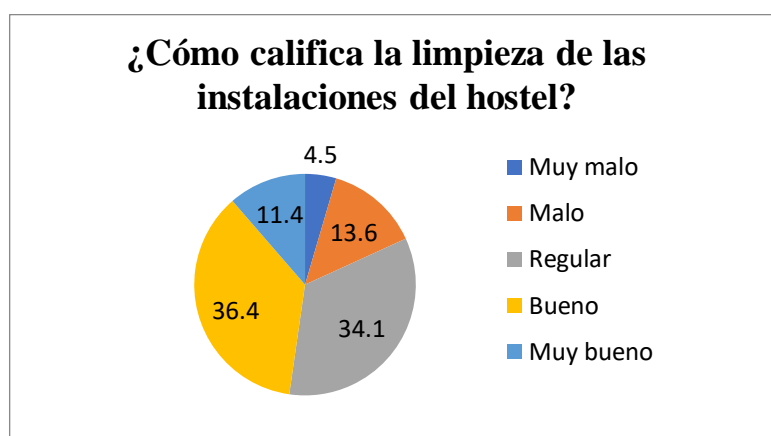


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

En cuanto al nivel de agrado que sintieron en las áreas comunes del hostel más de la mitad de los encuestados 53,4% dio una respuesta favorable por encima de lo regular “Muy bueno” 18,2% y “Bueno” 35,2%, casi una tercera parte 31,8% respondió “Regular”, 10,2% “Malo” y un significativo porcentaje 4,5% marcó la opción “Muy malo”.

Gráfico 16. ¿Cómo califica la limpieza de las instalaciones del hostel?

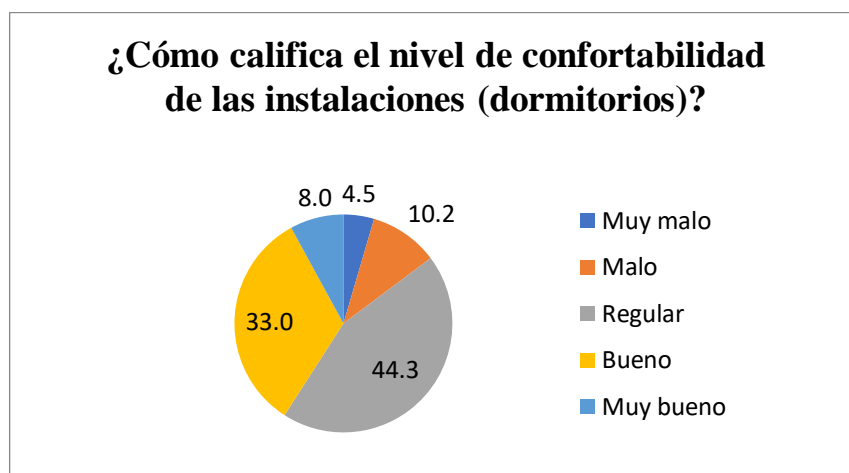


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Respecto a la pregunta referente al nivel de limpieza de las instalaciones el gráfico muestra que, si bien la mayoría de los huéspedes lo califica como “Bueno” 36,4%, más de la tercera parte 34,1% respondió “Regular” y el porcentaje de personas que respondieron con una negativa alcanza el 18,1% (“Malo” 13,6% y “Muy malo” 4,5%), el porcentaje que respondió con la opción “Muy bueno” se redujo en comparación a las otras interrogantes a un 11,4%.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

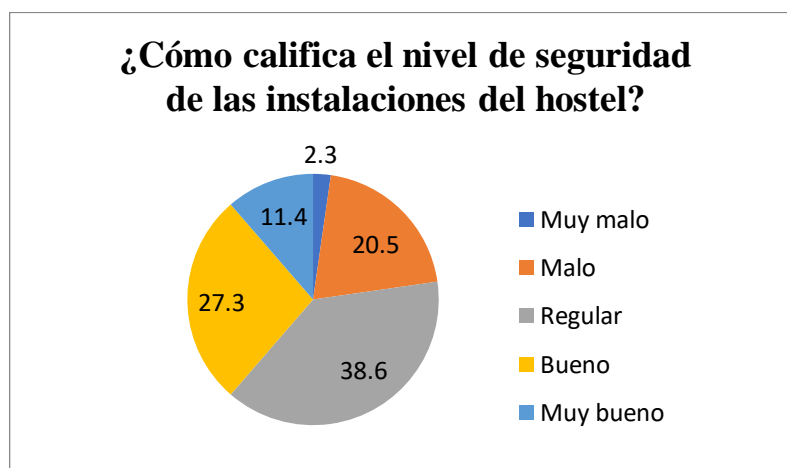
Gráfico 17. ¿Cómo califica el nivel de confortabilidad de las instalaciones (dormitorios)?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

En la pregunta dirigida al nivel de confort que sienten los huéspedes en los dormitorios del hotel la mayoría respondió “Regular” 44,3%, cerca de una tercera parte respondió “Bueno” 33,0%, el porcentaje que lo evaluó como “Muy bueno” 8,0% es menor al que respondió con la opción “Malo” 10,2% y un 4,5% de los huéspedes lo califica como “Muy malo”.

Gráfico 18. ¿Cómo califica el nivel de seguridad de las instalaciones del hostel (cumplen con las normas de seguridad)?



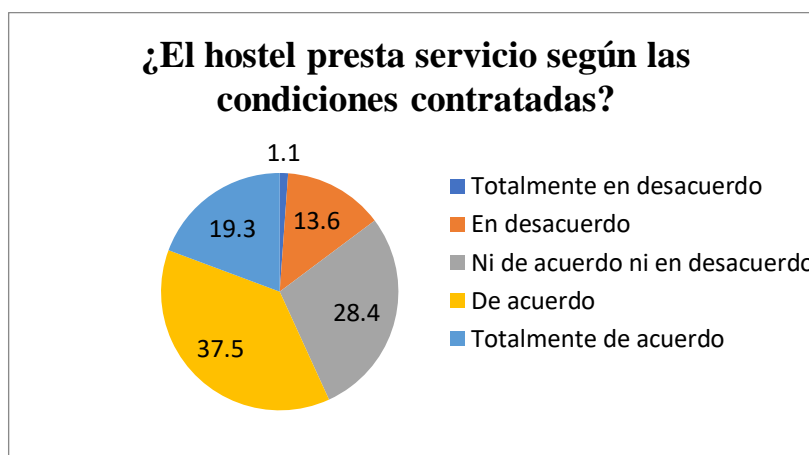
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Los datos obtenidos demuestran que un amplio porcentaje de los huéspedes respondió de forma regular o negativa a la interrogante que menciona la seguridad de

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

las instalaciones sumando el 61,4%. Los que respondieron “Regular” 38,6%, “Malo” 20,5% y “Muy malo” 2,3%, mientras que un poco más de la cuarta parte de los encuestados 27,3% respondió con la opción “Bueno” y solo un 11,4% evaluó el nivel de seguridad como “Muy bueno”.

Gráfico 19. ¿El hostel presta servicio según las condiciones contratadas?

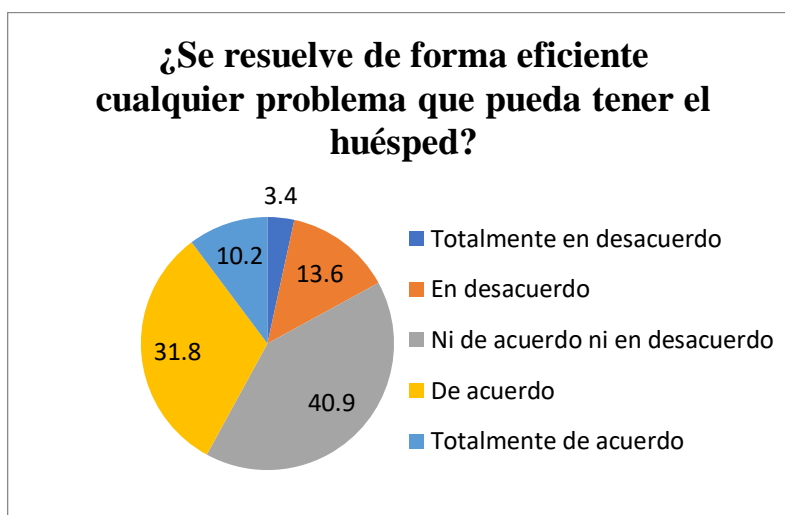


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

El gráfico indica que más de un tercio de los encuestados 37,5% está “De acuerdo” con que el hostel presta sus servicios según las condiciones acordadas, seguido de 28,4% que respondió “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, 19,3% que está “Totalmente de acuerdo”, 13,6% que está “En desacuerdo” y un mínimo de encuestados 1,1% respondió que está “Totalmente en desacuerdo”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

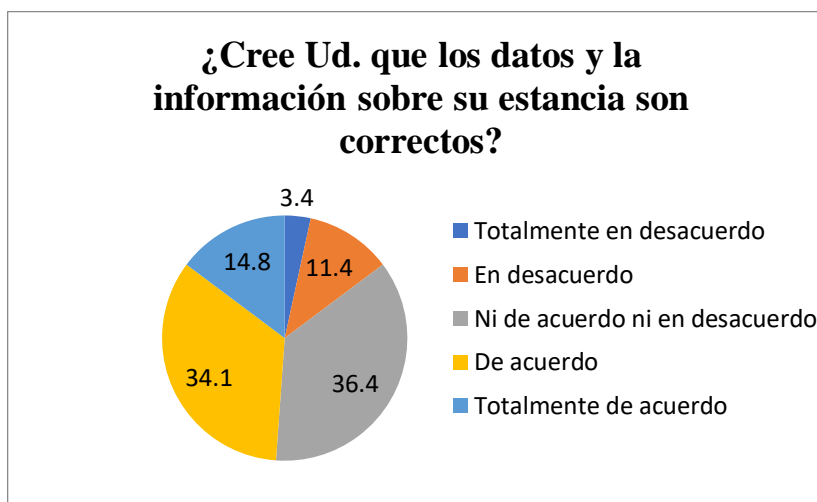
Gráfico 20. ¿Se resuelve de forma eficiente cualquier problema que pueda tener el huésped?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

La información obtenida expone que la mayoría de los encuestados respondió indiferentemente a la interrogante referida a la solución eficiente de los problemas 40,9% "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", le sigue con menos 9 puntos de porcentaje la opción "De acuerdo" con 31,8%, cabe notar que los valores que representan la discordancia suman el 17% de los encuestados ("En desacuerdo" 13,6% y "Totalmente en desacuerdo" 3,4%), finalmente el porcentaje de las personas que están "Totalmente de acuerdo" es de 10,2%.

Gráfico 21. ¿Cree Ud. que los datos y la información sobre su estancia son correctos?

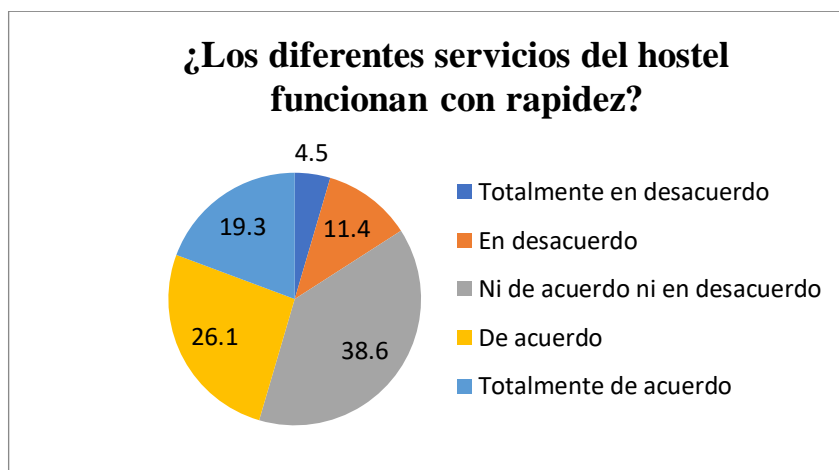


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

En cuanto a la pregunta que hace referencia a la correcta información de los datos de estancia otra vez la opción que más se repitió entre los encuestados fue “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con 36,4%, seguido muy cerca por los huéspedes que respondieron que estaban “De acuerdo” 34,1%, “Totalmente de acuerdo” 14,8%. Por otra parte, los huéspedes en discordancia con la cuestión suman el 14,8% del total (“En desacuerdo” 11,4% y “Totalmente en desacuerdo” 3,4%) igualando al porcentaje de los encuestados que están totalmente de acuerdo.

Gráfico 22. ¿Los diferentes servicios del hostel funcionan con rapidez?

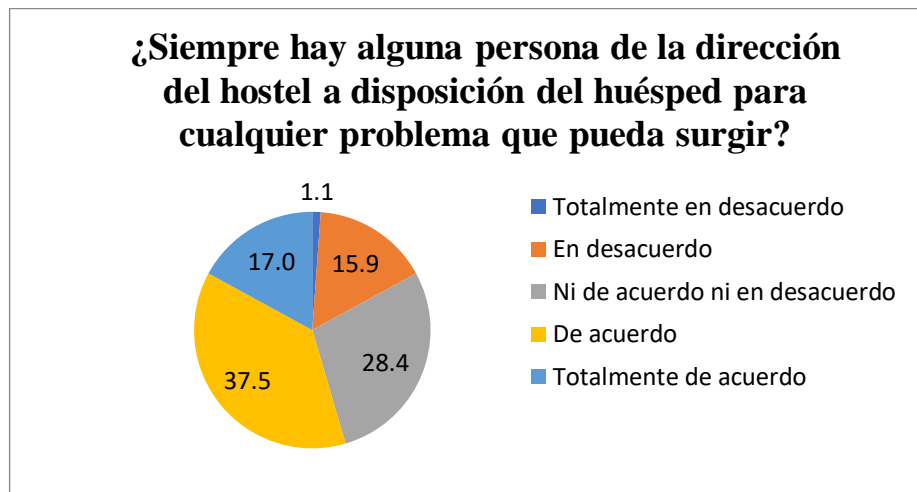


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

En relación a la interrogante que hace rúbrica a la rapidez de los diferentes servicios una amplia mayoría de los encuestados respondió “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” 38,6% porcentaje que supera por más de 12 puntos a la segunda opción que más marcaron los encuestados “De acuerdo” con 26,1%, respondieron “Totalmente de acuerdo” un 19,3%, “En desacuerdo” 11,4% y 4,5% marcó la opción “Totalmente en desacuerdo”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

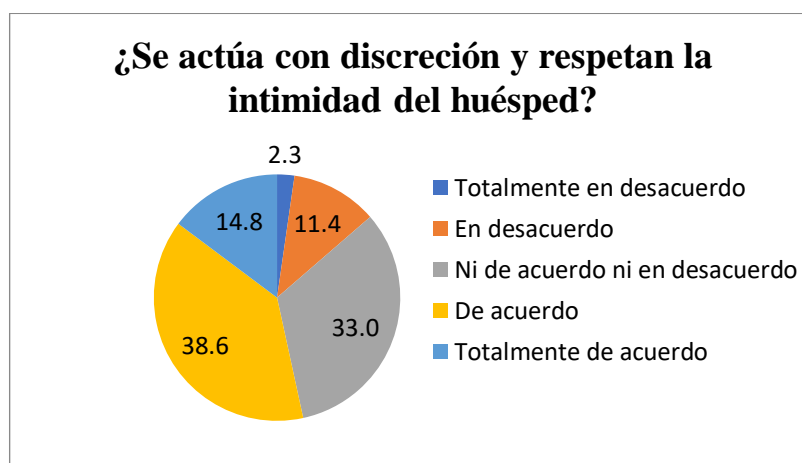
Gráfico 23. ¿Siempre hay alguna persona de la dirección del hostel a disposición del huésped para cualquier problema que pueda surgir?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

El gráfico indica que la mayoría de los encuestados están “De acuerdo” 37,8% con que constantemente hay alguien del personal para atender las necesidades de los huéspedes, seguido de un 28,5% que respondió “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 17,0% “Totalmente de acuerdo”, muy cercano a este valor se encuentra el porcentaje de las personas que están “En desacuerdo” 15,9%, un mínimo porcentaje 1,1% marcó “Totalmente en desacuerdo”.

Gráfico 24. ¿Se actúa con discreción y respetan la intimidad del huésped?

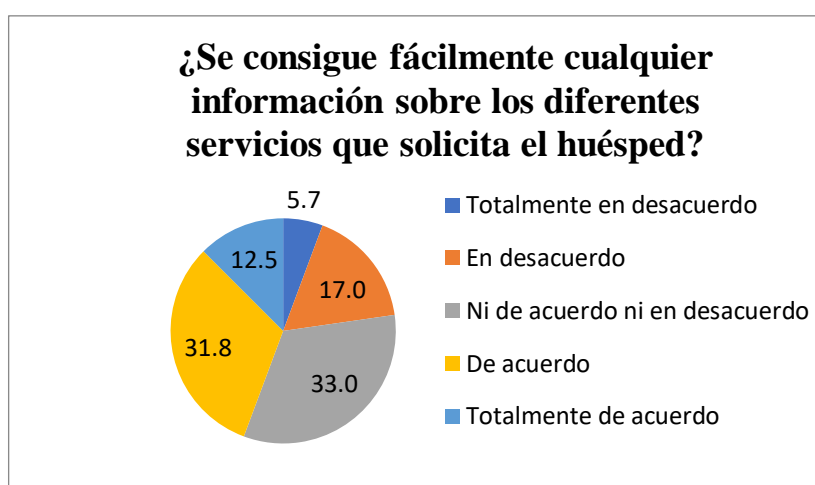


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

En cuanto a la discreción e intimidad del cliente el 38,4% de los encuestados marcó “De acuerdo”, casi un tercio de huéspedes 33,0% respondió tibiamente con la opción “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, los siguientes porcentajes de respuestas no llegan ni a la quinta parte (20%) del total de encuestados, “Totalmente de acuerdo” 14,8%, “En desacuerdo” 11,4% y “Totalmente desacuerdo” 2,3%.

Gráfico 25. ¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el huésped?

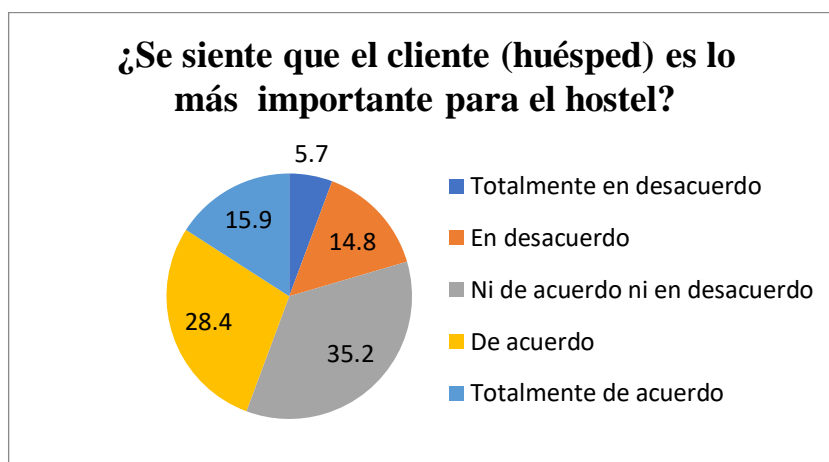


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Respecto a la interrogante que hace referencia a la facilidad para obtener información de los servicios 1 de cada 3 encuestados respondió neutralmente con la opción “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” 33,0%, seguido de un 31,8% que marcó “De acuerdo”, en esta pregunta el número de personas que marcó “En desacuerdo” 17,0% es mayor a los que están “Totalmente de acuerdo” 12,5%, finalmente el 5,7 % respondió estar “Totalmente en desacuerdo”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

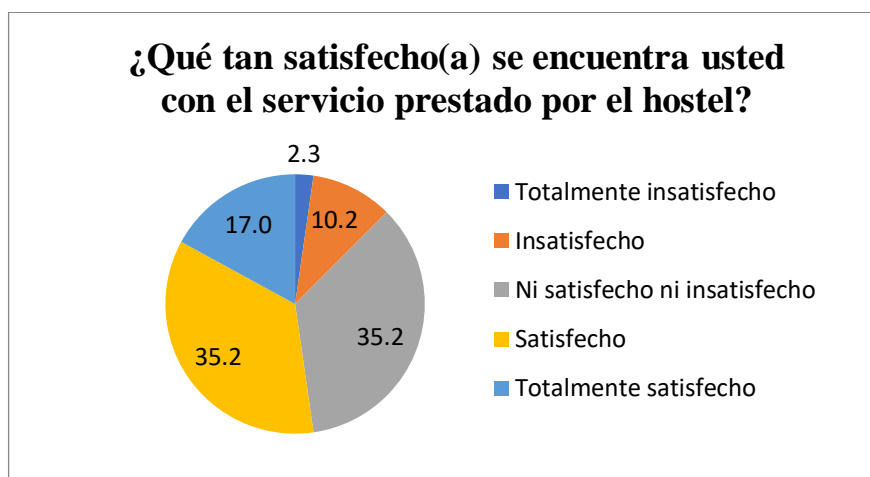
Gráfico 26. ¿Se siente que el cliente (huésped) es lo más importante para el hostel?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

En cuanto a la importancia que hacen sentir al huésped los datos de las encuestas indican que la mayoría de los encuestados respondió “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” 35,2%, seguido del 28,4% que respondió “De acuerdo”, las opciones “Totalmente de acuerdo” y “En desacuerdo” tuvieron resultados relativamente parejos con 15,9% y 14,8% respectivamente, y el 5,7% respondió con la opción “Totalmente en desacuerdo”.

Gráfico 27. ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra usted con el servicio prestado por el hostel?



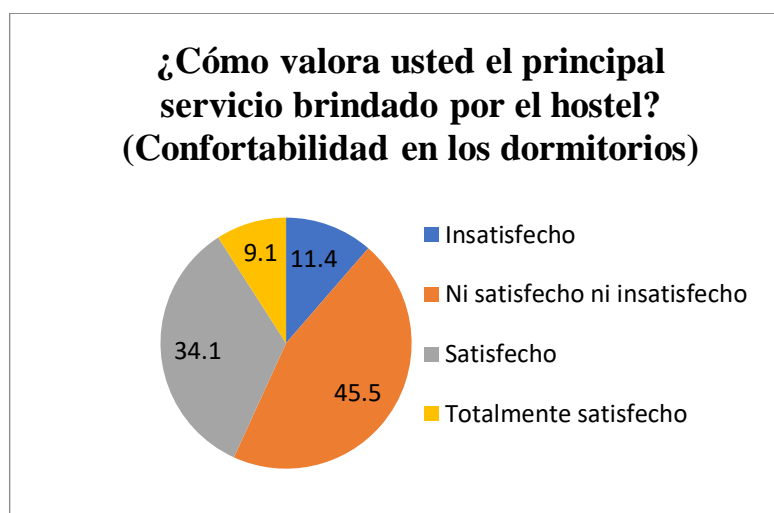
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

La información obtenida en la encuesta demuestra que hay una igualdad de porcentaje entre los encuestados que respondieron “Ni satisfecho ni insatisfecho” y

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

“Satisfecho” en la pregunta que hace referencia a las satisfacción con los servicios prestados ambos con 35,2%, los encuestados que marcaron “Totalmente satisfecho” representan el 17,0%, seguidos por el 10,2% que marcaron “Insatisfecho” y el 2,3% “Totalmente insatisfecho”, siendo que los porcentajes de los valores que califican la interrogante por encima de regular suman más del 77,4% del total de las encuestas, esto se traduce en que aproximadamente cada 8 de 10 huéspedes califican como regular o por encima de regular su satisfacción con los servicios.

**Gráfico 28. ¿Cómo valora usted el principal servicio brindado por el hostel?
(Confortabilidad en los dormitorios)**

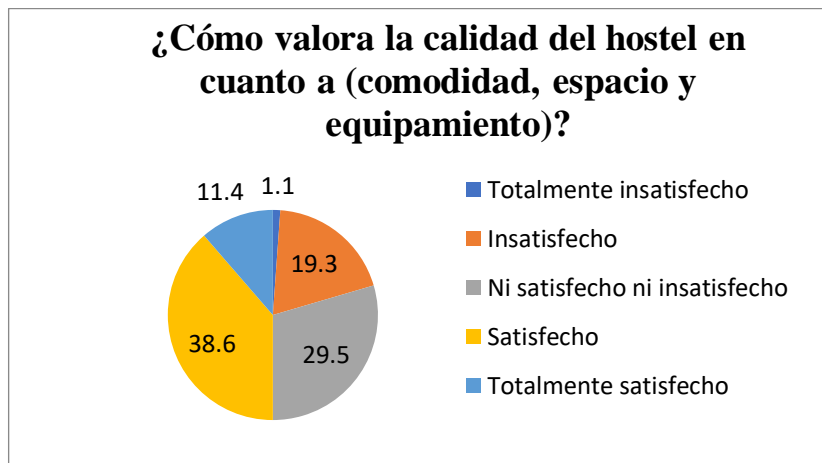


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

El gráfico demuestra que la mayoría de los encuestados 45,5% evalúan como “Ni satisfecho ni insatisfecho” su descanso durante la estadía, porcentaje que supera a la suma de porcentajes de los huéspedes que respondieron a la interrogante por encima de regular “Satisfecho” 34,1% y “Totalmente satisfecho” 9,1%, por otra parte, el 11,4% respondió “Insatisfecho” y ninguno respondió “Totalmente insatisfecho”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

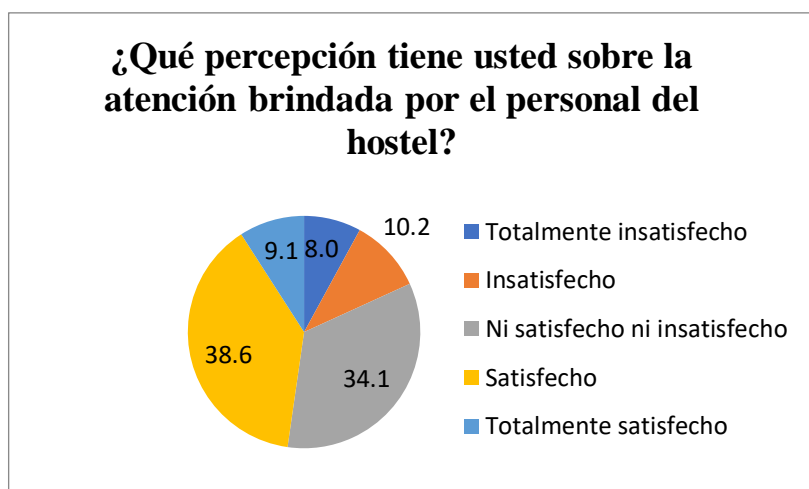
Gráfico 29. ¿Cómo valora la calidad del hostel en cuanto a (comodidad, espacio y equipamiento)?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Respecto a la interrogante que valora la satisfacción respecto a la calidad y confortabilidad de las áreas comunes la mayoría de los encuestados respondió “Satisfecho” 38,6%, con una diferencia de 9 puntos el 29,5% respondió “Ni satisfecho ni insatisfecho”, con más de 10 puntos de diferencia entre resultados los huéspedes que valoran con “Insatisfecho” a la calidad de los servicios son el 19,3%, mientras que un 11,4% respondió “Totalmente satisfecho” y solo el 1,1% marcó la opción “Totalmente insatisfecho”.

Gráfico 30. ¿Qué percepción tiene usted sobre la atención brindada por el personal del hostel?

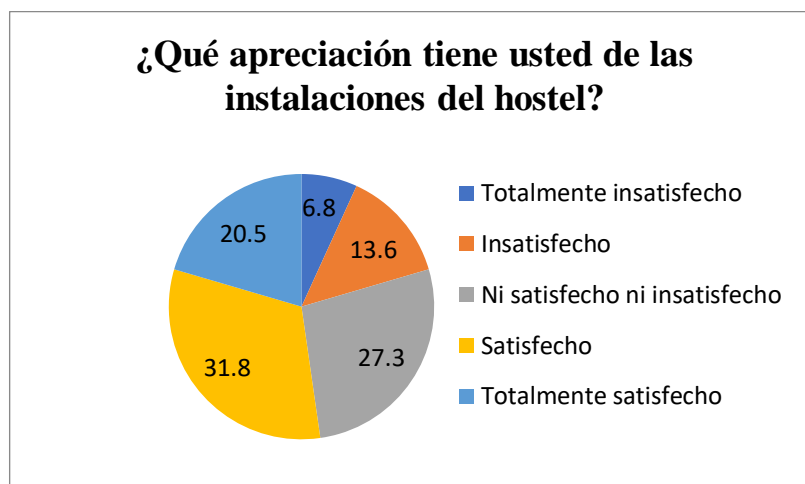


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

En cuanto a la percepción sobre la atención brindada por el personal el gráfico señala que el 38,6% de los huéspedes quedó “Satisfecho”, muy cercano es el porcentaje que respondió “Ni satisfecho ni insatisfecho” 34,1%, los encuestados que respondieron usando las demás opciones “Insatisfecho” 10,2%, “Totalmente satisfecho” 9,1% y “Totalmente insatisfecho” 8,0% fueron pocos, puesto que no llegan ni a la tercera parte del total de encuestados, sin embargo, el porcentaje que quedó totalmente insatisfecho es representativo en comparación con las otras dimensiones evaluadas.

Gráfico 31. ¿Qué apreciación tiene usted de las instalaciones del hostel?

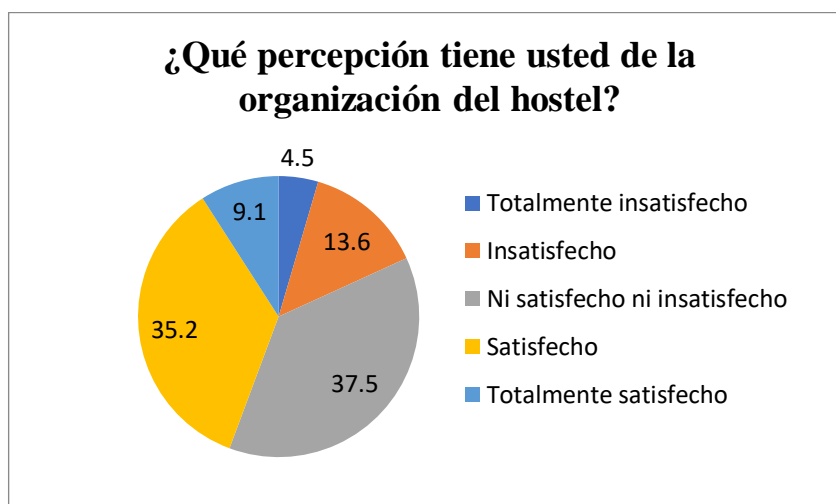


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Los datos obtenidos en referencia a la apreciación de las instalaciones por parte del huésped muestran una favorable valoración, puesto que la mayoría de los encuestados (más del 52%), respondió “Satisfecho” 31,8% ó “Totalmente satisfecho” 20,5%, un porcentaje significativo respondió con la opción “Ni satisfecho ni insatisfecho” 27,3%, el porcentaje de huéspedes que marcó “Insatisfecho” fue de 13,6% y un 6,8% quedó “Totalmente insatisfecho”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

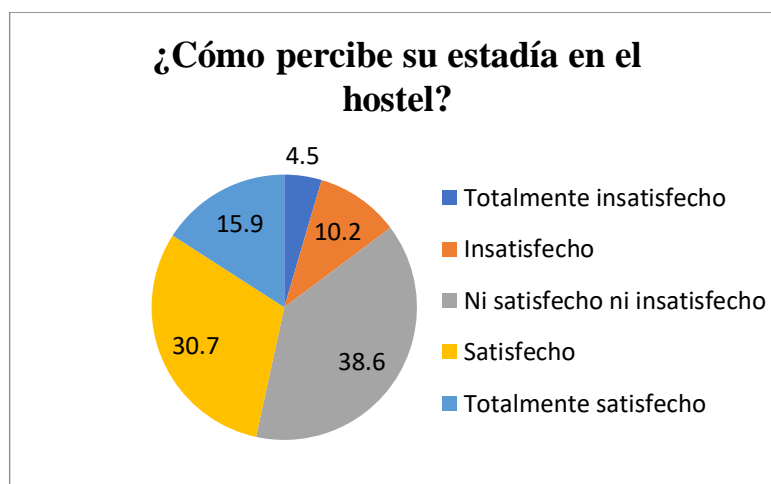
Gráfico 32. ¿Qué percepción tiene usted de la organización del hostel?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Respecto a la percepción de la organización de los hostels, los datos demuestran que la mayoría de los huéspedes 37,5% la evalúa con un valor regular “Ni satisfecho ni insatisfecho”, más de una tercera parte respondió con la opción “Satisfecho” 35,2%, mucho menos son los porcentajes de encuestados que marcaron las opciones: “Insatisfecho” 13,6%, “Totalmente satisfecho” 9,1% y “Totalmente insatisfecho” 4,5%, puesto que la suma de los mismos no alcanza ni a la tercera parte de los encuestados.

Gráfico 33. ¿Cómo percibe su estadía en el hostel?

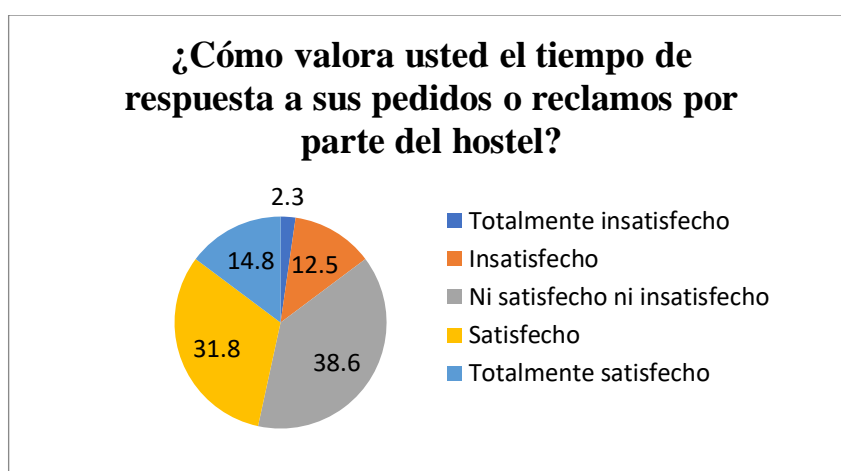


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

A la pregunta ¿Cómo percibe su estadía en el hostel? La mayoría de los huéspedes respondieron “Ni satisfecho ni insatisfecho” 38,6%, el 30,7% marcó la opción “Satisfecho”, la suma de porcentajes de encuestados que respondieron usando las otras opciones (“Totalmente Satisfecho”15,9%, “Insatisfecho”10,2% y “Totalmente insatisfecho” 4,5) no llegan a representar ni la tercera parte de los encuestados.

Gráfico 34. ¿Cómo valora usted el tiempo de respuesta a sus pedidos o reclamos por parte del hostel?

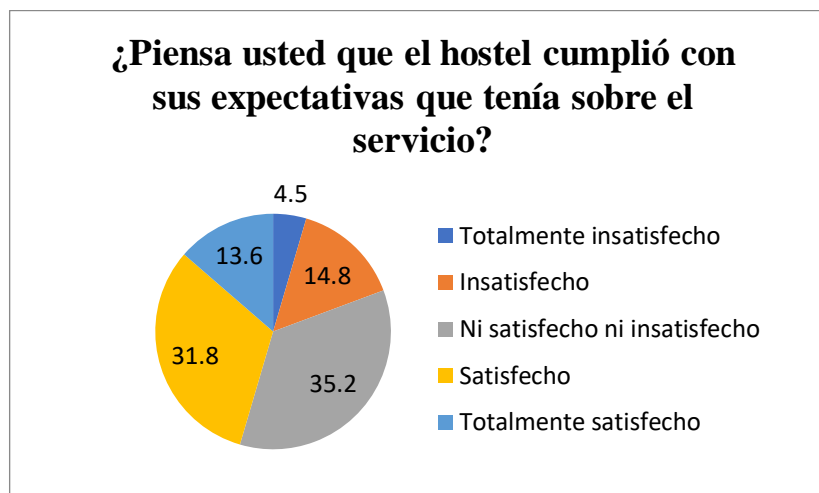


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

En cuanto a la valoración del tiempo de respuesta a pedidos y reclamos nuevamente la mayoría de los huéspedes respondió con “Ni satisfecho ni insatisfecho” 38,6%, con “Satisfecho” respondió el 31,8% cantidad de encuestados que llegan a ser más del doble de los que respondieron con “Totalmente insatisfecho” 14,8%, por otra parte, el 12,5% respondió con la opción “Insatisfecho” y solo el 2,3% “Totalmente insatisfecho”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

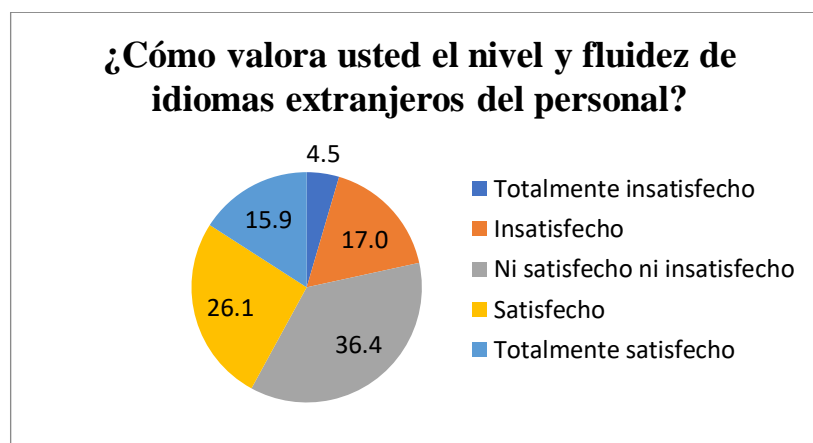
Gráfico 35. ¿Piensa usted que el hostel cumplió con sus expectativas que tenía sobre el servicio?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

En cuanto al cumplimiento de expectativas sobre los servicios, el 35,2% de los huéspedes respondió “Ni satisfecho ni insatisfecho”, el 31,8% marcó la opción “Satisfecho”, el porcentaje de encuestados que se percibe como “Insatisfecho” 14,8% supera a los que respondieron con la opción “Totalmente satisfecho” 13,6% y el 4,5% respondió “Totalmente insatisfecho”

Gráfico 36. ¿Cómo valora usted el nivel y fluidez de idiomas extranjeros del personal?



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Respecto a la valoración del nivel de fluidez de idiomas extranjeros el 36,4% respondió con la opción “Ni satisfecho ni insatisfecho”, la diferencia con la segunda opción más repetida “Satisfecho” con 26,1% es notable (Más de 10 puntos),

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

nuevamente los huéspedes que se perciben como “Insatisfecho” 17,0% supera a los que marcaron “Totalmente Satisfecho” 15,8%, finalmente el 4,5% respondió con la opción “Totalmente insatisfecho”.

5.2. Análisis de los resultados de la investigación.

5.2.1. Análisis del Perfil del turista.

Tabla 6. Estadísticos del perfil del huésped

Estadísticos						
	Edad	Sexo/Genero	Nacionalidad	Ocupación	Nivel Académico	Ingresos familiares
Media	28,66	1,47	1,69	1,86	1,84	1,91
Mediana	27,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00
Moda	25^a	1	1	1	2	2

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Los datos estadísticos de la investigación exponen que la media estadística en la edad de los turistas que se hospedan en los hostels de la zona de Sopocachi es de 28,66 (casi 29 años), sin embargo, la edad que más se repite(modas estadística) entre los encuestados es de 25 años, lo que demuestra que entre los huéspedes de los hostels de Sopocachi predominan los pertenecientes a la generación millennial (nacidos entre 1981 y 1999), probablemente por la búsqueda de nuevas experiencias que es una característica de esta generación.

En cuanto al sexo de los encuestados la media da un valor de 1,47 que se aproxima más al valor 1 “Varón” lo que significa que la mayoría de los huéspedes son hombres, no obstante, la diferencia entre el número de huéspedes mujeres y varones de los hostels no es mucha, este resultado podría darse a consecuencia de que hay más turistas mochileros varones que mujeres y aunque esta modalidad de hospedaje no es usada únicamente por este segmento, aun es el segmento mayoritario.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

La nacionalidad que más se repite es la opción 1 “boliviano/a”, la situación generada por la pandemia ocasionó que para la fecha que las encuestas fueron realizadas no hubiera la misma cantidad habitual de turistas extranjeros, no solo en los hostels, sino en todo el país.

Respecto a la Ocupación el valor promedio de las respuestas es de (1,86) que se aproxima a la opción 2 “Empleado del sector público y/o privado”, sin embargo, la opción que más se repitió en la encuesta fue la 1”Estudiante”, y aunque los porcentajes entre las tres opciones fueron muy parejos, este dato demuestra que la mayoría de los huéspedes de los hostels de Sopocachi, aún estudian este dato está muy relacionado a la edades más frecuentes entre los huéspedes encuestados, pues mucho de ellos están dentro de la edad promedio de un universitario.

En relación al perfil del nivel académico de los huéspedes el valor promedio de las respuestas es de (1,84) valor que también se aproxima a la opción 2 estudios “Universitarios”, lo que determina que, entre los huéspedes de los hostels de Sopocachi, predominan las personas con estudios superiores ya sea porque tiene una licenciatura o probablemente están cursando alguna, esto último tomando en cuenta que un alto porcentaje tiene como ocupación ser estudiante.

Por último, en cuanto al perfil económico de los huéspedes los datos estadísticos demostraron que en la interrogante de sus Ingresos familiares el promedio es de (1.91) valor contiguo a la opción (2), lo que significa que la mayoría tiene como ingresos familiares de 1000 a 3000 dólares, que en Bolivia significa tener un alto poder adquisitivo.

Entonces, en base a la deducción de los datos se establece que el perfil preponderante de los turistas de hostels de Sopocachi es el siguiente: Jóvenes varones que aún son estudiantes y con un nivel académico superior al Bachillerato, con ingresos familiares mayores a los 1000 dólares lo que los posiciona por encima de la clase media en Bolivia, al ser mayoritariamente estudiantes muchos de ellos podrían ser dependientes de los ingresos económicos de sus padres u otros familiares.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

5.2.2. Análisis de la evaluación del personal.

Tabla 7. Estadísticos de la Evaluación del Personal

Estadísticos							
	¿Cómo califica la atención, amabilidad y respeto del personal del hostel?	¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel para ayudar?	¿Cómo califica la confianza que inspira el personal del hostel?	¿Cómo califica la muestra de interés del personal del hostel por escuchar y solucionar los problemas del huésped?	¿Cómo califica la limpieza y aseo en el aspecto del personal del hostel?	¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel a la hora de proporcionar información cuando lo necesite?	¿Cómo califica el esfuerzo del personal del hostel para conocer las necesidades de cada huésped?
Media	3,60	3,57	3,55	3,41	3,53	3,42	3,53
Mediana	4,00	4,00	4,00	3,50	4,00	3,00	4,00
Moda	4	4	3^a	4	4	3	3

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

Abordando la Evaluación del Personal de los hostels la tabla de estadísticos expone valores del 1 al 5, donde 1 representa “Muy malo” y en oposición 5 “Muy bueno”, esta tabla demuestra que el promedio de respuestas en las 7 interrogantes que evalúan al personal es de 3,52, lo que ligeramente se aproxima al valor 4 “Bueno”, siendo que el puntaje más alto es de 3,62 referido a la amabilidad de los trabajadores y el más bajo de 3,41 que hace referencia al interés del personal para solucionar los problemas del huésped, esta calificación también se ve reflejada en el valor de moda, puesto que el valor que más se repite es 4 “Bueno”.

La amabilidad y respeto del personal obtuvieron una evaluación promedio 3,60 la opción que la mayoría de los encuestados responde 4 “Bueno”, al igual que en las sub dimensiones de disponibilidad para atender al cliente que es calificada con un promedio de 3,5. El interés del personal para solucionar problemas con 3,41 y el aseo en el aspecto del personal con 3,53, todos evaluados por encima de regular.

Por otro lado, el promedio de la confianza que inspira el personal es de 3,55 (próximo a 4). No obstante, la opción que más se repite entre las respuestas de los encuestados fue 3 “Regular”, esta tendencia se repite en las sub dimensiones que

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

miden la disponibilidad para brindar información con un promedio de 3,42 y el esfuerzo del personal para conocer las necesidades de los huéspedes con 3,53.

Por lo tanto, la mayoría de los huéspedes opinan que los trabajadores de los hostels son amables y respetuosos, están dispuestos a ayudar, interesados en escuchar y solucionar problemas y además tienen un aspecto limpio, por encima de lo regular. Y consideran que la confianza que inspira el personal, la disponibilidad para brindar información y el esfuerzo para conocer sus necesidades es regular.

5.2.3. Análisis de la evaluación de las instalaciones.

Tabla 8. Estadísticos de la Evaluación de las Instalaciones

Estadísticos					
	¿Cómo califica la conservación de las dependencias y equipamiento del hostel (habitaciones, pasillos, etc.)?	¿Cómo califica el nivel de agrado que sintió en las áreas comunes y diferentes dependencias del hostel?	¿Cómo califica el nivel de limpieza de las instalaciones del hostel?	¿Cómo califica el nivel de confortabilidad de los dormitorios, son acogedores (se debe sentir a gusto para descansar tranquilo en ellos)?	¿Cómo califica el nivel de seguridad de las instalaciones del hostel (cumplen con las normas de seguridad)?
Media	3,40	3,52	3,36	3,30	3,25
Mediana	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00
Moda	4	4	4	3	3

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

En cuanto a la evaluación de Instalaciones de los hostels con valores del 1 al 5, la presente tabla contiene datos estadísticos, donde 1 representa “Muy malo” e inversamente 5 “Muy bueno”, el promedio para el caso de estas 5 interrogantes es de 3,37 este puntaje se aproxima más al valor 3 “Regular”, el puntaje más alto se registra en la pregunta que hace referencia a que tan agradables son las áreas comunes del hostel con una media de 3,52 y el promedio más bajo de 3,25 se presenta en la evaluación de que tan seguras son las instalaciones. Por otra parte, contrastando al promedio mencionado el valor que más se repitió entre las respuestas fue el 4 “Bueno”.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

La conservación de las dependencias y equipamiento de los hostels obtiene de media una evaluación de 3,40 siendo 4 “Bueno” la opción que la mayoría de los encuestados responde, la agradabilidad de las dependencias y áreas comunes es calificada con un promedio de 3,52 y la limpieza de las instalaciones con 3,36 (más próximo a 3) todas estas sub dimensiones son valoradas por encima de Regular, ya que también en estas dos últimas es “Bueno” la calificación que le dan la mayoría de los encuestados.

Por otra parte, la media que obtiene la confortabilidad de los dormitorios para descansar fue de 3,30 por lo que la opción que más se repite entre las respuestas de los encuestados fue 3 “Regular”, esta preferencia se repite en las sub dimensión que califica la seguridad de las instalaciones con un promedio de 3,25.

Por consiguiente, la colectividad de los huéspedes está de acuerdo con que las instalaciones y dependencias de los hostels, se encuentran conservadas, son agradables y se mantienen limpias por encima de lo regular. Sin embargo, consideran que el nivel de confort y la seguridad de las instalaciones es regular, resultado que se refleja en las respuestas.

5.2.4. Análisis de la evaluación de la Organización.

Tabla 9. Estadísticos de la Evaluación de la organización.

Estadísticos								
	¿El hostel presta servicio según las condiciones contratadas?	¿Se resuelve de forma eficiente cualquier problema que pueda tener el huésped?	¿Cree Ud. que los datos y la información sobre su estancia son correctos?	¿Los diferentes servicios del hostel funcionan con rapidez?	¿Siempre hay alguna persona de la dirección del hostel a disposición del huésped para cualquier problema que pueda surgir?	¿Se actúa con discreción y respetan la intimidad del huésped?	¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el huésped?	¿Se siente que el cliente (huésped) es lo más importante para el hostel?
Media	3,60	3,32	3,45	3,44	3,53	3,52	3,28	3,34
Mediana	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00
Moda	4	3	3	3	4	4	3	3

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

En relación a la Evaluación de la Organización de los hostels los valores utilizados son del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” y opuestamente 5 “Totalmente de acuerdo”, la encuesta señala que el valor promedio en las respuestas de 8 interrogantes respecto a la organización es de 3,44, este promedio es más próximo al valor 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), siendo que el promedio más alto es de 3,60 referido al cumplimiento de las prestaciones contratadas y el más bajo de 3,28 que hace referencia a la facilidad para obtener información de los servicios, este promedio también se ve reflejado en el valor de moda, puesto que el valor que más se repite en las respuestas es 3 “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

Sub dimensiones como el cumplimiento de las condiciones acordadas, la atención permanente para solucionar problemas que se presenten y el respeto a la intimidad del huésped obtuvieron como respuesta más frecuente entre los huéspedes la opción 4 “De acuerdo”, cada una con promedios de (3,60), (3,53 y (3,52) respectivamente, en todas estas interrogantes la mayoría de los huéspedes manifiesta estar en concordancia con el desempeño de estos puntos por parte de la organización de los hostels.

Por otro parte, el promedio en la evaluación de la eficiencia para resolver problemas es de 3,32 dado que la opción que más se repite entre las respuestas de los encuestados es 3 “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, esta tendencia se repite en las sub dimensiones que evalúan el correcto registro de datos con un promedio de 3,45, la rapidez de los servicios con 3,44, la facilidad para obtener información de los servicios con 3,28 y la importancia que se le da al huésped con 3,34.

Por lo tanto, la mayoría de los huéspedes están de acuerdo con que los hostel cumplen con las condiciones acordadas, con que siempre hay alguien para atender sus necesidades y que se respeta su intimidad, pero, evalúan displicentemente con (Ni de acuerdo ni en desacuerdo) la eficiencia para resolver problemas, la información correcta sobre su estancia, la rapidez en los servicios y la importancia que le dieron como huésped en el hostel.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

5.2.5. Análisis de la evaluación de la Satisfacción.

Tabla 10. Estadísticos de la Evaluación de la Satisfacción.

Estadísticos										
	¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra usted con el servicio prestado por el hostel?	¿Tuvo un confortable descanso durante su estadía en el hostel?	¿Qué tan satisfecho se encuentra con el espacio y equipamiento de las áreas comunes de hostel?	¿Qué percepción tiene usted sobre la atención brindada por el personal del hostel?	¿Qué apreciación tiene usted de las instalaciones del hostel?	¿Qué percepción tiene usted de la organización del hostel?	¿Cómo percibe su estadía en el hostel?	¿Cómo valora usted el tiempo de respuesta a sus pedidos o reclamos por parte del hostel?	¿Piensa usted que el hostel cumplió con sus expectativas que tenía sobre el servicio?	¿Cómo valora usted el nivel y fluidez de idiomas extranjeros del personal?
Media	3,55	3,41	3,40	3,31	3,45	3,31	3,43	3,44	3,35	3,32
Mediana	4,00	3,00	3,50	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Moda	3ª	3	4	4	4	3	3	3	3	3

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

La evaluación de la satisfacción del cliente contiene valores del 1 al 5, donde 1 representa “Totalmente insatisfecho” y opuestamente 5 “Totalmente satisfecho”, indica que el promedio de respuestas en el caso de estas 10 interrogantes es de 3,40 este puntaje se aproxima más al valor 3 “Ni satisfecho ni insatisfecho”, la media más alta se registra en la pregunta que hace referencia a la satisfacción del huésped con los servicios prestados en el hostel con una promedio de 3,55 y los promedios más bajos son de 3,31 que se presentan en la percepción del huésped respecto a la atención brindada por el personal y la percepción de la organización del hostel. Además, corroborando al promedio mencionado el valor que más se repite entre las respuestas (en 7 de 10 preguntas) es el 3 “Ni satisfecho ni insatisfecho”.

Con relación a la satisfacción en la prestación de servicios, la satisfacción con el confort y la comodidad tanto de los dormitorios como las demás áreas comunes del hostel y la percepción de la estadía obtienen promedios de (3,55), (3,41), (3,31) y (3,43) respectivamente, la opción que la mayoría de los encuestados responde en estas interrogantes es 3 “Ni satisfecho ni insatisfecho”, al igual que en las sub dimensiones que evalúan la valoración del tiempo de respuesta ante reclamos que

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

consigue un promedio de 3,44, el cumplimiento de las expectativas con un promedio de 3,35 y el nivel en el manejo de idiomas extranjeros con 3,32, todos evaluados como regular en el nivel de satisfacción.

Por otro lado, el promedio de la confianza que inspira el personal es de 3,55 (próximo a 4). No obstante, la opción que más se repite entre las respuestas de los encuestados es 3 “Regular”, esta tendencia se repite en las sub dimensiones que miden la disponibilidad para brindar información con un promedio de 3,42 y el esfuerzo del personal para conocer las necesidades de los huéspedes con 3,53.

El análisis de los resultados demuestra que la mayor parte de huéspedes de los hostel de Sopocachi son jóvenes que se encuentran dentro del rango de edades que comprende la generación “Y o millennials” al igual que en la mayoría de países donde se encuentran establecimientos con la misma modalidad de alojamiento, no obstante, también son representativos los porcentajes de otras generaciones que eligen hospedarse en estos hostels tales como la generación “X” y la generación “Z”, estos últimos irán incrementando su participación dentro del mercado en los próximos años. Algo similar ocurre con el género de los huéspedes ya que, aunque los hombres son la mayoría, por una pequeña diferencia, la intervención de las mujeres en las diferentes modalidades del turismo también incrementa.

Los porcentajes en la nacionalidad de los encuestados es el resultado de los efectos de la pandemia, puesto que las restricciones impiden que el turismo receptivo se desenvuelva con normalidad, y ello se ve reflejado en que la mayoría de los huéspedes son nacionales habiendo porcentajes reducidos de extranjeros que provienen de países limítrofes. Otro dato muy interesante que la encuesta arroja es que la mayoría de los huéspedes aún son estudiantes lo que va acorde a la edad de gran parte de ellos, además, por generalidad tienen o están cursando estudios, lo que da a entender que muchos de ellos todavía son estudiantes de universidades y por sus ingresos económicos familiares que van de 1000 a 2000 dólares, mismos que se consideran altos en comparación al salario mínimo nacional del país, se puede

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

concluir que gran parte de ellos al ser todavía estudiantes son dependientes de sus familias con altos ingresos.

Por lo general, la evaluación que los huéspedes le dan al personal es positiva yendo de regular a buena, siendo la amabilidad y el respeto los puntos más favorecidos, así como su disponibilidad para ayudar. Sin embargo, hay aspectos como el esfuerzo del personal para conocer las necesidades o la confianza que inspiran al huésped que fueron valoradas como regulares por la mayoría de los encuestados, por lo que deberían considerarse para su mejora.

La evaluación de las instalaciones de los hostels, es una de las dimensiones que menor puntaje recibe por parte de los huéspedes, aspectos como la seguridad de las instalaciones, relacionadas con el cumplimiento de las normas de seguridad, obtuvieron porcentajes significativos de huéspedes que las evalúan como malas apenas regulares, lo mismo sucede con la limpieza y el confort que fueron calificadas de similar manera. Por otra parte, la mayoría de los encuestados consideran que las dependencias y equipamientos de los hostels son agradables y bien conservados, por lo que las evaluaron por encima de lo pasable o aceptable.

La dimensión que evalúa la organización es la que con más frecuencia valoran con la opción “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” en aspectos como la eficiencia para resolver problemas, la facilidad para conseguir información o la rapidez en la prestación de los servicios, esto podría interpretarse como que los hostels cumplen con los servicios moderadamente o que los huéspedes están modestamente de acuerdo con el aspecto evaluado. En cuanto al cumplimiento de las condiciones acordadas, el manejo de la discreción e intimidad de los huéspedes y la constante permanencia en áreas de atención por parte del personal son evaluados favorablemente.

Al igual que con la organización, se podría conjeturar que la satisfacción de los huéspedes no es alta, tomando en cuenta la valuación regular que dan los encuestados en muchas preguntas relacionadas con la valoración de los servicios, la

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

percepción de la organización o aspectos más específicos como el nivel de fluidez de idiomas extranjeros y el tiempo para resolver pedidos o reclamos, probablemente las expectativas que se tiene de los servicios que dan los hostels es muy alta ya que está basada en los estándares de otros países. Un dato curioso que las encuestas demuestran es que a pesar de que muchos indicadores de la satisfacción obtuvieron evaluaciones regulares, en las interrogantes que mencionan directamente la satisfacción que siente el huésped una gran cantidad los encuestados responde sentirse satisfecho.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

6. Conclusiones y Recomendaciones.

6.1. Conclusiones.

Como resultado de la investigación, se llega a las siguientes conclusiones:

Se puede establecer por los datos obtenidos, que el perfil de los huéspedes de los hostels de Sopocachi está conformado por jóvenes nacionales varones, que en su mayoría aún son estudiantes con ingresos familiares superiores a la media del país.

Cuantificar los hostels de la zona de Sopocachi es algo complejo, ya que muchos no cuentan con todas las formalidades y legalidades que les permitan estar registrados en la base de datos de las entidades oficiales que se encargan del registro y fiscalización de este tipo de establecimientos, a pesar de ello, las plataformas virtuales donde promocionan sus servicios son la fuente más exacta para fijar como 9 el número de hostels en la zona. Además, se identifica que la mayoría de los propietarios de hostels adaptaron casas particulares para iniciar en la actividad del hospedaje turístico, lo que demuestra que pocas infraestructuras fueron construidas con la vocación de albergar turistas.

La opinión de los turistas se ve reflejada en la evaluación que le dan a cada una de las dimensiones, en general los indicadores relacionadas a la percepción de la calidad de los servicios que prestan los hostels de Sopocachi son calificados como ligeramente superiores a aceptable, no obstante, el que la mayoría de los indicadores hayan sido evaluados de forma tan moderada o poco involucrada demuestra que la calidad de los servicios, no está percibida como óptima y debe mejorar en muchos puntos como su organización y la satisfacción del huésped.

Por lo tanto, hospedarse en los hostels de Sopocachi es recomendable basándose en percepción de los huéspedes con relación a la calidad de sus servicios, ya que estas prestaciones brindadas son apreciadas por encima de admisible, no obstante, para

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

algunos segmentos de turistas exigentes el nivel de servicio ofrecido podría ser percibido de forma negativa.

6.2. Comprobación o rechazo de la hipótesis.

De acuerdo a la hipótesis planteada en la investigación, Por una mala calidad del servicio en los hostels ubicados en la zona de Sopocachi de la ciudad de La Paz, la percepción de los turistas es insatisfactoria, esta conjetura es rechazada a través de la investigación, cuya evidencia se adquiere mediante el instrumento válido de recolección de información que es el cuestionario en el que se aplica el muestreo en la población (huéspedes) e interpretación de datos con la aplicación de estadística cuantitativa.

Además, se logra comprobar estadísticamente por medio de la “Prueba de T” que la hipótesis planteada es claramente rechazada, puesto que el nivel de significancia en todos los indicadores analizados obtiene cifras menores a 0,05. Las medias estadísticas en las respuestas de los encuestados tienen variaciones significativas en relación a los valores planteados en la hipótesis como posibles resultados (Malo, Insatisfecho, En desacuerdo), tal y como lo demuestran las siguientes tablas.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 11. Diferencia de medias (Dimensión Personal)

Dimensión Personal	Valor de prueba = 2(Malo)					
	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Cómo califica la atención, amabilidad y respeto del personal del hostel?	15,765	67	0,000	1,602	1,40	1,80
¿Cómo califica la limpieza y aseo en el aspecto del personal del hostel?	15,830	67	0,000	1,534	1,34	1,73
¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel para ayudar?	13,614	67	0,000	1,568	1,34	1,80
¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel a la hora de proporcionar información cuando lo necesite?	12,857	67	0,000	1,420	1,20	1,64
¿Cómo califica la confianza que inspira el personal del hostel?	14,268	67	0,000	1,545	1,33	1,76
¿Cómo califica el esfuerzo del personal del hostel para conocer las necesidades de cada huésped?	15,017	67	0,000	1,534	1,33	1,74
¿Cómo califica la muestra de interés del personal del hostel por escuchar y solucionar los problemas del huésped?	13,676	67	0,000	1,409	1,20	1,61
			Promedio de la diferencia de medias	1,516		

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

La prueba demuestra que en la dimensión que evalúa al Personal de los hostels, existe una “diferencia de medias” de (1,516) superior al valor promedio propuesto en la hipótesis 2 “Malo” y el valor promedio de las respuestas que dieron los encuestados.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 12. Diferencia de medias (Dimensión Instalaciones)

Dimensión Instalaciones	Valor de prueba = 2 (Malo)					
	T	GI	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Cómo califica la conservación de las dependencias y equipamiento del hostel (habitaciones, pasillos, etc.)?	13,418	67	0,000	1,398	1,19	1,60
¿Cómo califica el nivel de agrado que sintió en las áreas comunes y diferentes dependencias del hostel?	13,602	67	0,000	1,523	1,30	1,75
¿Cómo califica el nivel de limpieza de las instalaciones del hostel?	12,693	67	0,000	1,364	1,15	1,58
¿Cómo califica el nivel de confortabilidad de los dormitorios, son acogedores (se debe sentir a gusto para descansar tranquilo en ellos)?	13,148	67	0,000	1,295	1,10	1,49
¿Cómo califica el nivel de seguridad de las instalaciones del hostel (cumplen con las normas de seguridad)?	11,898	67	0,000	1,250	1,04	1,46
			Promedio de la diferencia de medias	1,366		

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

La prueba demuestra que en la dimensión que evalúa las Instalaciones de los hostels, existe una “diferencia de medias” de (1,366) superior al valor promedio propuesto en la hipótesis 2 “Malo” y el valor promedio de las respuestas que dieron los encuestados.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 13. Diferencia de medias (Dimensión Organización)

Dimensión Organización	Valor de prueba = 2 (En desacuerdo)					
	T	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿El hostel presta servicio según las condiciones contratadas?	15,199	67	0,000	1,602	1,39	1,81
¿Se resuelve de forma eficiente cualquier problema que pueda tener el huésped?	12,969	67	0,000	1,318	1,12	1,52
¿Cree Ud. que los datos y la información sobre su estancia son correctos?	13,738	67	0,000	1,455	1,24	1,66
¿Los diferentes servicios del hostel funcionan con rapidez?	12,646	67	0,000	1,443	1,22	1,67
¿Siempre hay alguna persona de la dirección del hostel a disposición del huésped para cualquier problema que pueda surgir?	14,483	67	0,000	1,534	1,32	1,74
¿Se actúa con discreción y respetan la intimidad del huésped?	14,901	67	0,000	1,523	1,32	1,73
¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el huésped?	11,241	67	0,000	1,284	1,06	1,51
¿Se siente que el cliente (huésped) es lo más importante para el hostel?	11,518	67	0,000	1,341	1,11	1,57
			Promedio de la diferencia de medias	1.4375		

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada

La prueba demuestra que en la dimensión que evalúa la Organización de los hostels, existe una “diferencia de medias” de (1,4375) superior al valor promedio propuesto en la hipótesis y el valor promedio de las respuestas que dieron los encuestados.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 14. Diferencia de medias (Dimensión Satisfacción)

Dimensión Satisfacción	Valor de prueba = 2 (Insatisfecho)					
	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra usted con el servicio prestado por el hostel?	14,950	67	0,000	1,545	1,34	1,75
¿Tuvo un confortable descanso durante su estadía en el hostel?	16,292	67	0,000	1,409	1,24	1,58
¿Qué tan satisfecho se encuentra con el espacio y equipamiento de las áreas comunes de hostel?	13,582	67	0,000	1,398	1,19	1,60
¿Qué percepción tiene usted sobre la atención brindada por el personal del hostel?	11,749	67	0,000	1,307	1,09	1,53
¿Qué apreciación tiene usted de las instalaciones del hostel?	11,725	67	0,000	1,455	1,21	1,70
¿Qué percepción tiene usted de la organización del hostel?	12,572	67	0,000	1,307	1,10	1,51
¿Cómo percibe su estadía en el hostel?	13,091	67	0,000	1,432	1,21	1,65
¿Cómo valora usted el tiempo de respuesta a sus pedidos o reclamos por parte del hostel?	13,969	67	0,000	1,443	1,24	1,65
¿Piensa usted que el hostel cumplió con sus expectativas que tenía sobre el servicio?	12,199	67	0,000	1,352	1,13	1,57
¿Cómo valora usted el nivel y fluidez de idiomas extranjeros del personal?	11,472	67	0,000	1,318	1,09	1,55
			Promedio de la diferencia de medias	1,3966		

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta empleada.

La prueba demuestra que en la dimensión que evalúa la satisfacción de los huéspedes en los hostels, existe una “diferencia de medias” de (1,3966) superior al valor promedio propuesto en la hipótesis 2 “Insatisfactorio” y el valor promedio de las respuestas que dieron los encuestados.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Tabla 15. Docimasia de la Hipótesis

Dimensión	Sub dimensión	Indicador	Acepta	Rechaza
Personal	Comportamiento del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al comportamiento del personal.		X
	Higiene del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la higiene y limpieza del personal.		X
	Predisposición para ayudar del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la predisposición del personal para ayudar.		X
	Disponibilidad del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la disponibilidad del personal para brindar información.		X
	Confiabilidad al personal	Porcentaje de aprobación, respecto al nivel de confianza que inspira el personal		X
	Empatía por parte del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la empatía del personal para conocer las necesidades del huésped		X
	Capacidad de respuesta del personal	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la capacidad de respuesta del personal ante un problema		X
Instalaciones	Estado de las instalaciones	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al estado físico de la infraestructura		X
	Comodidad de las áreas comunes	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la comodidad de las áreas comunes (baño, cocina, sala, comedor)		X
	Limpieza de las instalaciones	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la limpieza de las instalaciones		X
	Comodidad de los dormitorios	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la comodidad de las instalaciones		X
	Seguridad de las instalaciones	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la seguridad de las instalaciones		X
Organización	Cumplimiento de los servicios	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al cumplimiento de los servicios		X
	Eficacia para resolver problemas	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la eficacia para resolver problemas		X
	Fiabilidad de la información	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la fiabilidad de la información.		X
	Rapidez en el servicio	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la rapidez y eficiencia en el servicio		X
	Permanente y contante asistencia a los huéspedes	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la permanente asistencia de los huéspedes por parte del personal		X
	Discreción en la privacidad del huésped	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la discreción y respeto a la intimidad del huésped.		X
	Facilidad para obtener información	Porcentaje del nivel de aprobación respecto a la facilidad para obtener información.		X
	Priorización del cliente	Porcentaje del nivel de aprobación respecto al priorización de las necesidades del cliente.		X
Satisfacción	Satisfacción con los servicios	Porcentaje del nivel de satisfacción con los servicios.		X
	Satisfacción con el confort de los dormitorios	Porcentaje del nivel de satisfacción del confort de los dormitorios para descansar.		X
	Satisfacción con la comodidad de las áreas comunes	Porcentaje del nivel de satisfacción con la comodidad de las áreas comunes.		X
	Percepción de la atención brindada por el personal	Porcentaje del nivel de satisfacción con la atención brindada por el personal.		X
	Apreciación de las instalaciones	Porcentaje del nivel de apreciación respecto a las instalaciones.		X
	Percepción de la organización del hostel	Porcentaje del nivel de percepción respecto a la organización.		X
	Percepción respecto a la estadía	Porcentaje del nivel de satisfacción del huésped respecto a su estadía.		X
	Valoración a la respuesta de pedidos y reclamos	Porcentaje del nivel de satisfacción respecto a la capacidad de respuesta		X
	Cumplimiento de las expectativas	Porcentaje del nivel de satisfacción respecto al cumplimiento de expectativas		X
	Valoración al nivel de fluidez de idiomas del personal	Porcentaje del nivel de valoración respecto al manejo y fluidez de idiomas del personal		X

Fuente: Elaboración propia.

$$\frac{\text{Casos favorables}}{\text{Casos posibles}} = \frac{0}{30} = 0\%$$

Según el resultado obtenido de las encuestas realizadas, de las 30 preguntas 0 aprueban la hipótesis planteada en la investigación lo cual representa el 0% de aprobación, puesto que ninguno de los niveles de significancia llega a un valor

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

mayor o igual a 0,05 que demuestre que el indicador de la hipótesis es aceptado; por lo tanto, la hipótesis es rechazada.

La información obtenida indica que la calidad de los servicios dados por los hostels de Sopocachi es percibida por encima de regular aproximándose a los valores que lo evalúan como bueno y satisfactorio, puesto que los promedios en las respuestas de los huéspedes encuestados muestran que el personal, las instalaciones, la organización y el grado de satisfacción en su mayoría son calificados con una media superior a 3(Regular), indicadores como la amabilidad y respeto por parte del personal son los más apreciados por los encuestados con un promedio de 3,60 lo que significa que la mayoría de los huéspedes tiene una buena percepción de estos aspectos.

Por otra parte, la seguridad de las instalaciones es la que obtiene un promedio menor entre todas las respuestas con 3,25, lo que demuestra que incluso el indicador menos apreciado en la evaluación de los huéspedes, es percibido por encima de regular, por lo tanto, superior a malo e insatisfactorio.

Por lo tanto, con base a las pruebas de significancia y variación de medias anteriormente explicadas la hipótesis planteada es rechazada, ya que ninguna de las variables consideradas en la hipótesis refleja la percepción que tienen la mayoría de los huéspedes encuestados, existiendo una variación considerable en sus respuestas, las que demuestran que estos tienen una percepción de un servicio satisfactorio, que esta evaluado por encima de regular en todas las dimensiones evaluadas.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

6.3. Recomendaciones.

Con los datos obtenidos de la investigación se puede tener una perspectiva general de algunas características de estos, tomando en cuenta siempre para cualquier proyección, que con los años se va incrementando la participación de los mercados más jóvenes (la generación centennial) y de las mujeres. Asimismo, el nivel académico, pero sobre todo los ingresos económicos de los huéspedes, podrían dar la pauta del nivel de calidad al que están acostumbrados y también el nivel de información que manejan, en el caso de los extranjeros la percepción de la calidad es comparada con los hostels de otros países.

El personal de los hostels podría ser percibido de mejor forma si mejorara puntos como la disponibilidad para brindar información y la muestra de interés para solucionar los problemas de los huéspedes, esto se lograría por medio de capacitaciones dirigidas a optimizar la hospitalidad.

Aunque agrupadamente las instalaciones hayan sido evaluadas por encima de regulares es imperativo mejorar la percepción que se tiene respecto a la seguridad de las mismas, indagando los riesgos que más le preocupan a los huéspedes pues estos podrían ir desde riesgos generales como la ausencia de sistemas antiincendios o no contar con planos de evacuación ante alguna emergencia a riesgos técnicos que derivan de un incorrecto mantenimiento de los equipos e instalaciones, con esa información se realizarían las acciones preventivas y correctivas más apropiadas.

En cuanto a la organización de los hostels, siendo que, la facilidad para conseguir información y la eficiencia para resolver problemas son los puntos más endebles en la evaluación, una posible solución es optimizar los tiempos en el proceso de brindar información, así también en la toma de decisiones ante cualquier problema que se presente. Finalmente, todo lo antes mencionado aportaría a incrementar la satisfacción de los huéspedes ya que facilita al anfitrión el comprender las necesidades de estos y así poder cumplir con sus expectativas.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Por lo tanto, un cliente satisfecho seguramente incrementaría de forma positiva su percepción respecto a todas las dimensiones que valúan la calidad de los servicios que se brindan en los hostels de la zona de Sopocachi.

Además, los administradores de los hostels deberían considerar realizar un estudio de mercado más profundo respecto al perfil de los turistas que se alojan en sus establecimientos, de esta manera podrían determinar otros indicadores (sociales, psicológicos y económicos) relevantes de los huéspedes.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

7. Bibliografía.

- Naciones Unidas. (1998). Recomendaciones sobre estadísticas del turismo. En N. Unidas, Recomendaciones sobre estadísticas del turismo (pág. 5). Nueva York: Naciones Unidas.
- Aerolatinnews. (30 de junio de 2017). aerolatinnews.com. Recuperado el 22 de Agosto de 2019, de aerolatinnews.com
- Alfonzo, I. (1995). Técnicas de Investigación bibliográfica.
- Anderson, A. (1997). Factores humanos de la calidad . Sevilla: Cinco días .
- Andrade Delgado, T. (2016). Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca. En T. Andrade Delgado, Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca (pág. 24). Cuenca.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación.
- Arquitectosrp. (2014). Clasificación de empresas de alojamiento turístico. Norma Venezolana Covenin, 91.
- Arteaga, W. (03 de Febrero de 2021). En junio será la tercera ola. Pagina 7.
- Atkinson, P. (1992). Creando la cultura del cambio. The Key to Successful Total Quality, 7-12.
- bbcl. (04 de Julio de 2017). biobiochile.cl. Recuperado el 12 de Agosto de 2019, de <http://www.biobiochile.cl>
- Berry, L. (1993). Service quality.
- Berry, L. (1999). Balancing customer Perceptions and Expectations. USA.
- Bertram, D. (2008). Scales are the meaning of life.
- Black, J. &. (1976). Methods and issues in social. New York.
- Booking. (11 de 12 de 2020). booking.com. Obtenido de booking.com: <https://www.booking.com/hotel/bo/belmont-b-amp-b.es.html>
- Brady, & Cronin. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived services quality: a hierarchical approach.
- Britannica Concise Encyclopedia. (2010). Enciclopedia Universal Ilustrada . Santiago: Santiago Ltda.
- Cacciavallani, M. (9 de Octubre de 2018). Comparasoftware. com. Obtenido de Comparasoftware. com: <https://comparasoftware.com/principios-del-servicio-al-cliente/>

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- Cajas, L. (12 de abril de 2017). Memorias de Sopocahi, barrio singular de La Paz. El Diario, pág. 7.
- Castillo, G. (2016). Diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario. Cajamarca: UNC.
- Conte, V. (2011). Hostels en Argentina. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Costanzo, M. N. (2012). Situación actual de los hostels de la ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana.
- De la Torre Padilla, O. (1980). El turismo fenómeno social . Mexico.
- Deming, E. (2004). Calidad, Productividad y Competitividad . Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Desatruck, R. (1992). El secreto del servicio. Caracas : Legis IESA.
- Despegar. (11 de 12 de 2020). despegar.com. Obtenido de despegar.com:
<https://www.despegar.com.pe>
- Diaz, J. (30 de Abril de 2019). Asesoriasfenixdetre.com. Obtenido de Asesoriasfenixdetre.com:
- Dirección General de Control a la Actividad Turística . (2019). Reglamento específico de establecimiento de hospedaje turístico.
- Druker, P. (2002). La empresas en la sociedad que viene . Viena.
- GADLP. (2001). Reglamento de hospedaje turístico. La Paz.
- Gómez, M. (2009). Metodología de la investigación científica. Cordoba,Argentina: Brujas.
- Gonzales, A. (2011). Procedimientos para medir la demanda turística de un destino. TURyDES revista de investigación en turismo y desarrollo local , 1-10.
- Grafmental. (15 de Diciembre de 2019). cuadrocomparativo.org. Obtenido de cuadrocomparativo.org:
- Gremler, & Gwinner. (2000). Relación cliente-empleado en las relaciones de servicio.
- Hernandez Sampieri, R. (2002). Metodología de la investigación.
- Hernandez Sampieri, R. (2013). Metodología de la investigación. En H. S. Roberto, Metodología de la investigación (págs. 90-91). Mc Graw Hill.
- Hostelling International. (06 de abril de 2017). hihostels.com. Recuperado el 18 de mayo de 2019, de <http://www.hihostels.com>
- hotel.com. (11 de 12 de 2020). hotel.com. Obtenido de hotel.com: /www.a-hotel.com/es/bolivia

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- Ikishawa, K. (2004). Introducción al control de la calidad. Madrid: Ediciones Diaz dos Santos.
- Imai, M. (1999). Como implementar el Kaizen en el sitio de trabajo. Londres: (Duodécima Ed.) Editorial Mc. Graw Hill.
- Instituto Boliviano de Normalización y Calidad. (2012). Sistema de Gestión de la Calidad. La Paz.
- James, P. (1997). Gestión de la calidad total. Madrid: Prentice Hall.
- Kosutic, D. (2015). Preparación para la auditoría y certificación ISO. Madrid: Alfa Omega.
- Kotler, P. (2016). El Marketing de servicios profesionales.
- Laguerre Andrade, L. (2016). Motivaciones de los backpackers provenientes de Argentina que se hospedan en los hoteles de Lima-Perú. Lima: USIL.
- Larrea, P. (1999). Del marketing a la estrategia. Madrid: Diaz de Santos.
- Lopez Bonilla, J. (2013). Manual de investigación de mercados turísticos. Guatemala.
- Lopez Lemos, P. (2017). Como implantar ISO 9001. Madrid: Fundación Confemetal.
- Luque, N. (2019). Relación entre la calidad de Servicio y la satisfacción del cliente. UPU.
- Machicado, C. (12 de Abril de 2017). Memorias de Sopocachi, barrio singular de La Paz. El diario, pág. 7.
- Malhotra, N. (2004). Investigación de Mercados. Pearson.
- Meehan, S. (2012). The customer spirit. Business Strategy , 52.
- Mejia, T. (2016). Segmentación por beneficios buscados por los turistas. Santiago: Universidad de Chile.
- Mestres Soler, J. (1999). Técnicas de gestión y dirección hotelera. En J. Mestres Soler, Técnicas de gestión y dirección hotelera (pág. 2). Barcelona: Gestión 2000.
- Ministerio de Fomento. (2000). Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001. Madrid.
- Moscetta, M. (2013). Hostels de Mendoza. Mendoza.
- Muñoz, A. (2002). La gestión de la calidad total en la administración pública. Madrid: Diaz de Santos.
- Musa Alhasan, S. (1999). En S. Musa Alhasan, La determinación de los precios de alojamiento en la industria hotelera (pág. 49). Sevilla.
- Nunky. (14 de Julio de 2018). nunkyworld.com. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de nunkyworld.com:
- Oliver, R. (1993). A Conceptual Model Servqual . Connecticut.
- Organización Mundial del Turismo. (2016). Introducción al turismo. Madrid.
- Parasuraman. (1996). Marketing research.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- Parasuraman, A. (1998). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Diaz de Santos.
- Pau, A. (19 de Abril de 2017). Sopocachi, la memoria fotografia de su continuidad. Página 7, pág. 4.
- Pearce, J. (1999). Peldaños de la carrera de viaje. Madrid : Dias de Santos.
- Pearce, P. (2013). The social psychology of tourist behaviour:. Pergamon press.
- Peña, F. (Julio de 2010). Dir. instituto Aragonés de la juventud. (A. Sanchez, Entrevistador)
- Perales, R. (Julio de 2010). Secretario Gral. REAJ. (A. Sanchez, Entrevistador)
- Perez, V. (2007). Calidad total en la atención al cliente. . Barcelona: Ideas Propias Editorial.
- Peric, M. (2010). Sports, Tourism y system of experiences. Tourism y Hospitality Mangement, 197,200.
- Phocuswright. (2018). Boomers de EE. UU. 2018: planificación de viajes, preferencias y comportamiento.
- Pino, R. (2010). Metodología de la investigación. San Marcos.
- Quintanilla, I. (2014). Empresas y personas. Valencia.
- RAE. (2006). Diccionario de la lengua española. Madrid: Betania.
- Robledo Marquez, R. (29 de Marzo de 2012). gestiopólis.com. Obtenido de gestiopólis.com:
- Robles, D. (2017). Sistemas de calidad. San Salvador.
- Rodriguez M., F. J. (2014). Nuievos segmentos turísticos culturales . Cuadernos de turismo Nro. 32, 259.
- Ruiz Medina, M. &. (2013). El enfoque mixto de investigación en los Estudios Fiscales . En M. &. Ruiz Medina, Revista académica de investigación (págs. 10-11).
- Ruiz Medina, M. (2013). Enfoque mixto de investigación en los Estudios Fiscales. En R. M. M, Revista académica de investigación (págs. 10-11).
- Rumbo. (11 de 12 de 2020). rumbo.es. Obtenido de rumbo.es:
<https://www.rumbo.es/hoteles/bolivia/la-paz/hotel-landscape-bolivian-home>
- Sanchez, M. A. (2010). Movimiento alberguista el placer de compartir. Madrid: IE business school.
- Sanhusen, R. (2012). Global Marketing.
- Santillana. (2004). Diccionario enciclopédico . Madrid: El comercio SA.
- Secretaria de Comercio y Turismo de España. (1999). Bases conceptuales del Turismo. Madrid.
- Serra, A. (2011). Marketing Turístico. Madrid: Ediciones piramide.

PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ

- Sierra Diez, B. (1999). HOSTELQUAL. En B. Sierra Diez, HOSTELQUAL (págs. 95-110). Madrid.
- Slideplayer. (30 de Agosto de 2019). Slideplayer.es. Obtenido de Slideplayer.es: <https://slideplayer.es/slide/1064535/>
- Suarez Barraza, M. (2015). Implementación del kaizen en Mexico. Mexico DF.
- Tamayo, M. (2004). El proceso de la investigación científica. Mexico D.F.
- Taylor, C. y. (10 de mayo de 2008). Measuring Service Quality. Journal del Marketing, págs. 55-88.
- Trabber. (24 de junio de 2016). trabber.com. Recuperado el 06 de septiembre de 2019, de <http://www.trabber.com>
- Uber. (11 de 12 de 2020). uber.com. Obtenido de uber.com: <https://www.uber.com/es-BO/blog/zonas-de-la-ciudad-de-la-paz/>
- Universidad Técnica de Babahoyo. (2016). Conceptos básicos del Turismo. 72.
- USON. (21 de Mayo de 2019). tesis.uson.mx. Obtenido de tesis.uson.mx: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/12021/Capitulo4.pdf>.
- Wellington, P. (2009). Como brindar un servicio integral de atención al cliente. Sevilla: Cegal.
- Williams. (2003). Estadística para administración y economía.
- WYSE Travel Confederation. (2015). The power of youth travel. OMT.
- Zeithaml, V. (2008). Boletín económico de información comercial española. Mexico D.F.: Ministerio de Economía y hacienda de Mexico.

**PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS
QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ**

Anexos.

Encuesta.

ENCUESTA – CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estimado huésped, la presente encuesta es parte de una investigación cuyo objetivo es establecer la percepción de los huéspedes respecto a la calidad del servicio de en los hostels de la zona de Sopocachi en la ciudad de La Paz. La información que nos proporcione se utilizará para fines de la investigación y será estrictamente confidencial. Le solicitamos atentamente su cooperación y apoyo contestando verazmente a las siguientes preguntas.

INSTRUCCIONES:

Ø Marca una sola alternativa (X) a cada una de las siguientes preguntas y/o escriba la información en las casillas sin opciones.
Ø Asegúrese de responder todas las preguntas o enunciados.

Nro. Boleta

I. Información Perfil		
1. Edad <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	2. Sexo /Género Varón <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/>	3. Nacionalidad <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>
4. Ocupación Estudiante <input type="checkbox"/> Trabajador público o privado <input type="checkbox"/> Trabajador independiente <input type="checkbox"/>	5. Nivel Académico Bachiller <input type="checkbox"/> Universitario <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/>	6. Ingreso Familiar Menos de 1000 \$us. <input type="checkbox"/> De 1001 a 3000 \$us. <input type="checkbox"/> Más de 3000 \$us. <input type="checkbox"/>
II. Evaluación de la Calidad en los Servicios.		
Evaluación del Personal.		
1. ¿Cómo califica la atención, amabilidad y respeto del personal del hostel?	2. ¿Cómo califica la limpieza y aseo en el aspecto del personal del hostel?	3. ¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel para ayudar?
Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>
4. ¿Cómo califica la disponibilidad del personal del hostel a la hora de proporcionar información cuando lo necesite?	5. ¿Cómo califica la confianza que inspira el personal del hostel?	6. ¿Cómo califica el esfuerzo del personal del hostel para conocer las necesidades de cada huésped?
Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>

**PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS
QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ**

Evaluación de las Instalaciones.		
7. ¿Cómo califica la muestra de interés del personal del hostel por escuchar y solucionar los problemas del huésped?	8. ¿Cómo califica la conservación de las dependencias y equipamiento del hostel (habitaciones, pasillos, etc.)?	9. ¿Cómo califica el nivel de agrado que sintió en las diferentes dependencias e instalaciones del hostel?
Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>
10. ¿Cómo califica el nivel de limpieza de las instalaciones del hostel?	11. ¿Cómo califica el nivel de confortabilidad de las instalaciones (dormitorios)?	12. ¿Cómo califica el nivel de seguridad de las instalaciones del hostel (cumplen con las normas de seguridad)?
Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/>
Evaluación de la Organización.		
13. ¿El hostel presta servicio según las condiciones contratadas?	14. ¿Se resuelve de forma eficiente cualquier problema que pueda tener el huésped?	15. ¿Cree Ud. que los datos y la información sobre su estancia son correctos?
Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>	Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>	Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
16. ¿Los diferentes servicios del hostel funcionan con rapidez?	17. ¿Siempre hay alguna persona de la dirección del hostel a disposición del huésped para cualquier problema que pueda surgir?	18. ¿Se actúa con discreción y respetan la intimidad del huésped?
Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>	Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>	Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
19. ¿Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el huésped?	20. ¿Se siente que el cliente (huésped) es lo más importante para el hostel?	Evaluación de la satisfacción.
		21. ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra usted con el servicio

**PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO AL NIVEL DE LA CALIDAD DE SERVICIOS
QUE BRINDAN LOS HOSTELS DE SOPOCACHI EN LA CIUDAD DE LA PAZ**

		prestado por el hostel?
Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>	Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>	Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>
22. ¿Cómo valora usted el principal servicio brindado por el hostel? (Confortabilidad en los dormitorios)?	23. ¿Cómo valora la calidad del hostel en cuanto a (comodidad, espacio y equipamiento)?	24. ¿Qué percepción tiene usted sobre la atención brindada por el personal del hostel?
Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>	Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>	Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>
25. ¿Qué apreciación tiene usted de las instalaciones del hostel?	26. ¿Qué percepción tiene usted de la organización del hostel?	27. ¿Cómo percibe su estadía en el hostel?
Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>	Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>	Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>
28. ¿Cómo valora usted el tiempo de respuesta a sus pedidos o reclamos por parte del hostel?	29. ¿Piensa usted que el hostel cumplió con sus expectativas que tenía sobre el servicio?	30. ¿Cómo valora usted el nivel y fluidez de idiomas extranjeros del personal?
Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>	Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>	Totalmente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/>