

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



**“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LOS
PRESTADORES TURÍSTICOS PARA LA CONFERENCIA
LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA (CLEI), LA PAZ,
2023 A TRAVÉS DEL MODELO SERVQUAL”.**

Tesis de Grado para obtener el título de Licenciatura

POR: Harold Luis Santander Allende

Linda Brenaly Aliaga Vásquez

TUTOR: M. Sc. Dante Caero Miranda

La Paz-Bolivia

FECHA: Marzo-2024

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

**“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LOS PRESTADORES
TURÍSTICOS PARA LA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE
INFORMÁTICA (CLEI), LA PAZ, 2023 A TRAVÉS DEL MODELO SERVQUAL”.**

Presentado por: Harold Luis Santander Allende, y Linda Brenaly Aliaga Vásquez

Para optar el grado académico de Licenciado en Turismo.

Nota Numeral: _____

Nota Literal: _____

Ha sido _____

Director de la Carrera de Turismo: M. Sc. Luis Amusquivar Fernandez

Tutor: M. Sc. Dante Caero Miranda

Tribunal: M. Sc. Erick Rodríguez Luján

Tribunal: M. Sc. Carlos Pérez Millares

Fecha: 15 de marzo del 2024

DEDICATORIA:

Dedicado a mi abuela: Lidia Peñarrieta, por su apoyo incondicional, su ternura, su dedicación a mi bienestar y por transmitirme su espíritu de lucha y revolución.

A mi madre: Ximena Allende, por ser el pilar de mi vida y motivación para lograr todos mis objetivos.

A mis hermanas: Daniela, Fernanda y Andrea, por todo su apoyo y ánimos para no desistir.

A mi Pelusa: Que estuvo conmigo en toda mi carrera universitaria y que ahora me cuida desde el cielo.

Harold L. S. Allende

Dedicado a mi madre: Ana María Vásquez Jiménez, por su apoyo incondicional, paciencia infinita y sabiduría. Su dedicación y sacrificio han sido la luz que me ha guiado en este viaje académico. Eres mi fuente de fortaleza y la razón por la cual siempre busco alcanzar mis metas.

A mi tía que es como una segunda madre: Delia Vásquez Jiménez, por su apoyo y comprensión. Su afecto incondicional y sus consejos han sido mi inspiración para alcanzar cada logro.

A mis hermanos: Ariel, Anahí y Nayma, por su aliento y apoyo.

Linda Brenaly Aliaga Vásquez

AGRADECIMIENTOS:

La vida queda corta para agradecer a cada una de las personas que contribuyeron con un granito de arena a mis logros. Agradecer a todos los docentes que fueron parte de mi formación, en especial a mi tutor: MSc. Dante Caero Miranda, por su cariño y apoyo. También, a la máxima autoridad académica UMSA 2021-2024: María Eugenia García PhD, por su exigencia, ternura y amistad. Agradecer a mis compañeros y amigos de trabajo: Teófilo Yupanqui, Eva Paiva, Juan Santos Valencia y Elena Apaza de Carrasco., quienes me brindaron su apoyo para culminar mis estudios. Quiero agradecer infinitamente a mi compañera de vida y coautora de la presente investigación: Linda Brenaly Aliaga Vásquez por su apoyo incondicional y su gran corazón.

Harold L. S. Allende

Quiero expresar mi agradecimiento a las personas que desempeñaron un papel fundamental en el éxito de mi formación profesional. Mi reconocimiento se extiende a cada uno de los docentes y compañeros de universidad que contribuyeron en mi desarrollo académico. Quiero hacer una mención especial a mi estimado tutor: MSc. Dante Caero Miranda, cuyo apoyo han sido pilares fundamentales en este trayecto. Asimismo, reconocer la valiosa colaboración de la coordinadora del Posgrado en Informática 2023: MSc Gloria Cárdenas Robles, cuyo respaldo ha sido esencial. A mi compañera de trabajo y amiga: Jhenny Espinoza, a mi amiga de la universidad: Marianela Calsina, por su apoyo y su aliento que ha sido invaluable en este logro. Agradecer eternamente a mi compañero de vida y coautor: Harold Luis Santander Allende, por su apoyo, comprensión y constante motivación para superar los desafíos y alcanzar este logro académico juntos. Su apoyo ha sido un pilar fundamental, y estoy muy agradecida por compartir este viaje juntos.

Linda Brenaly Aliaga Vásquez

ÍNDICE

RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	XV
CAPÍTULO 1. PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1. Planteamiento del Problema.	1
1.1. Identificación del Problema.	3
1.2. Descripción del Problema.	4
1.3. Formulación del Problema.	5
2. Objetivo General.	5
2.1. Objetivos Específicos.	5
2.2. Justificación.	6
2.2.1. Justificación Social.	6
2.2.2. Justificación Teórica.	7
2.2.3. Justificación Metodológica	8
2.2.4. Justificación Practica	8
CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL: CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA CLEI.	9
1. Ubicación Geográfica del tema a investigar	9
2. Aspectos socio-culturales.	10
3. Aspectos históricos.	12
3.1. Conferencia Latinoamericana de Informática	12
3.1.1. Reseña Cronológica	12
3.1.2. Aspectos turísticos en la historia del CLEI	16
4. Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI 2023 La Paz Bolivia	28
4.1. Servicios Turísticos CLEI La Paz-Bolivia 2023	29
CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO	35
1. Antecedentes.	35
1.1. Investigaciones Realizadas en Bolivia	35

1.2.	Investigaciones Realizadas en el Extranjero.	37
2.	Bases Teóricas.	41
2.1.	Calidad de servicio	41
2.2.	Calidad del Servicio Turístico	43
2.3.	Gestión de la Calidad Turística	45
2.4.	Medición de la Calidad Turística.	46
2.5.	Modelo Servqual	48
2.5.1.	Aspectos Tangibles	49
2.5.2.	Confiabilidad	50
2.5.3.	Capacidad de respuesta	51
2.5.4.	Seguridad	52
2.5.5.	Empatía	53
2.6.	Aplicación del modelo Servqual.	54
2.7.	Otros Modelos de medición de la calidad.	59
2.7.1.	Modelo de Calidad Percibida de Grönroos	59
2.7.2.	Modelo HOTELQUAL	60
2.7.3.	Modelo SERVPERF	62
2.7.4.	El modelo jerárquico multidimensional de Brady y Cronin	64
2.8.	Cuadro comparativo entre los modelos de medición de la Calidad.	65
3.	Definición Conceptual de Términos Importantes.	66
3.1.	Turismo	66
3.1.1.	Turismo Educativo	67
3.1.2.	Turismo de Eventos	68
3.1.2.1.	Conferencias	68
3.1.3.	Oferta Turística	68
3.1.4.	Prestadores de Servicios Turísticos	69
3.1.4.1.	Establecimientos de Hospedaje Turístico.	71
3.1.4.2.	Empresas de Viajes y Turismo	71
3.1.4.3.	Empresas de Transporte Turístico Exclusivo.	71
3.1.4.4.	Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo.	72
3.1.4.5.	Guías de Turismo.	72
3.1.4.6.	Servicios Gastronómicos Turísticos.	72
3.1.5.	Demanda Turística	73
3.2.	La calidad	74
3.2.1.	Antecedentes de la Calidad	76
3.2.2.	El Servicio Turístico.	76
3.2.2.1.	Características de los servicios turísticos	77
3.2.2.2.	Etapas del Servicio Turístico	78
3.2.2.3.	Servicio al Cliente en Turismo.	79

3.2.3.	La importancia de la Calidad en los servicios turísticos.	81
3.2.4.	La Satisfacción y Percepción del Consumidor	83
3.2.4.1.	Necesidades	84
3.2.4.2.	Expectativas	85
3.2.4.3.	Percepción	86
3.3.	Normativas de Calidad en Turismo	87
3.3.1.	Norma ISO 9001	87
4.	Hipótesis de Investigación.	92
5.	Definición Conceptual y Operacional de las Variables.	93
5.1.	Calidad de Servicio	96
CAPÍTULO 4. MARCO METODOLÓGICO		97
1.	Tipo de Investigación.	97
2.	Diseño de Investigación.	97
3.	Población y Muestra.	98
3.1.	Cálculo del tamaño de muestra no probabilística	99
4.	Enfoques de la Investigación	100
5.	Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos.	101
6.	Valoración de Respuestas	103
7.	Lugar y Tiempo	105
CAPÍTULO 5. RESULTADOS		106
1.	Análisis e interpretación de Datos Cuantitativos – Encuesta	106
1.1.	Datos Generales	106
1.2.	Hospedaje	117
1.2.1.	Resultados del Modelo SERVQUAL hospedaje	123
1.3.	Transporte	126
1.3.1.	Resultados Modelo SERVQUAL TRASNPORTE	130
1.4.	Agencias de Viaje	134
1.4.1.	Resultados Modelo SERVQUAL Agencia de Viaje	137
1.5.	Alimentación	141
1.5.1.	Resultados Modelo SERVQUAL Alimentación	144

2.	Análisis e interpretación de Datos Cualitativos _____	147
2.1.	Entrevistas _____	147
2.1.1.	Análisis, categorización y sistematización de resultados de las entrevistas _____	148
2.2.	Observación _____	159
2.2.1.	Análisis, categorización y sistematización de datos de la observación _____	159
CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES. _____		165
1.	Explicación del logro de los objetivos. _____	165
2.	Comprobación o Rechazo de Hipótesis. _____	166
2.1.	Sistematización de datos cuantitativos y cualitativos _____	168
3.	Limitaciones _____	171
4.	Conclusiones _____	171
5.	Recomendaciones _____	172
BIBLIOGRAFÍA _____		I
ANEXOS _____		X

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	<i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA URUGUAY 2002</i>	17
TABLA 2	<i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA PARAGUAY 2010</i>	18
TABLA 3	<i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA VENEZUELA 2013</i>	19
TABLA 4	<i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA URUGUAY 2014</i>	21
TABLA 5	<i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA PERÚ 2015</i>	22
TABLA 6	<i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA CHILE 2016</i>	23
TABLA 7	<i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA ARGENTINA 2017</i>	24

TABLA 8 <i>SEDE Y OFERTA TURÍSTICA BRASIL-2018</i>	25
TABLA 9 <i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA PANAMÁ 2019</i>	26
TABLA 10 <i>SEDE DEL CLEI Y OFERTA TURÍSTICA COLOMBIA 2022</i>	27
TABLA 11 <i>HOSPEDAJE CLEI 2023</i>	31
TABLA 12 <i>AGENCIA DE VIAJES CLEI 2023</i>	32
TABLA 13 <i>ALIMENTACIÓN CLEI 2023</i>	33
TABLA 14 <i>DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL</i>	49
TABLA 15 <i>CORRELACIONES ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE CALIDAD ENCONTRADAS ENTRE LOS FACTORES DE LA ESCALA HOTELQUAL</i>	61
TABLA 16 <i>PROPUESTA DE TRADUCCIÓN MODELO SERVPERF</i>	63
TABLA 17 <i>COMPARACIÓN ENTRE LOS MODELOS DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD</i>	65
TABLA 18 <i>DEFINICIONES IMPORTANTES DE LA CALIDAD</i>	75
TABLA 19 <i>RESUMEN DE LAS VERSIONES DE LA ISO 9001</i>	88
TABLA 20 <i>UNIDAD DE ANÁLISIS</i>	94
TABLA 21 <i>OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES</i>	95
TABLA 22 <i>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</i>	102
TABLA 23 <i>DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE TURISTAS EXTRANJEROS, CLEI, 2023</i>	106
TABLA 24 <i>NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS PARTICIPANTES CLEI, 2023</i>	108
TABLA 25 <i>LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS ENCUESTADOS, CLEI, 2023</i> ...110	
TABLA 26 <i>EDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS PARTICIPANTES DEL CLEI, 2023</i>	112
TABLA 27 <i>EDAD PROMEDIO Y MEDIANA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS, CLEI, 2023</i>	113

TABLA 28 <i>PROFESIÓN/OCUPACIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS CLEI, 2023</i>	115
TABLA 29 RESPUESTA A LA PREGUNTA 1: <i>¿ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA LA CIUDAD DE LA PAZ?</i>	116
TABLA 30 RESPUESTA A LA PREGUNTA 2 <i>¿CUÁL ES EL NOMBRE DEL CENTRO DE HOSPEDAJE EN EL CUAL SE ENCUENTRA?</i>	118
TABLA 31 RESPUESTA A LA PREGUNTA 3 <i>¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR NOCHE EN DONDE SE ENCUENTRA HOSPEDADO?</i>	121
TABLA 32 <i>MODELO SERVQUAL HOSPEDAJE</i>	123
TABLA 33 <i>MODELO SERVQUAL HOSPEDAJE CÁLCULO DE BRECHA</i>	124
TABLA 34 RESPUESTA A LA PREGUNTA 4 <i>¿CUÁL ES EL MEDIO DE TRANSPORTE, (AVIÓN, BUS), QUE UTILIZÓ PARA LLEGAR A LA PAZ BOLIVIA?</i>	127
TABLA 35 RESPUESTA A LA PREGUNTA 5: <i>¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE?</i>	129
TABLA 36 <i>MODELO SERVQUAL TRANSPORTE</i>	130
TABLA 37 <i>MODELO SERVQUAL TRANSPORTE CÁLCULO DE BRECHA</i>	131
TABLA 38 RESPUESTA A LA PREGUNTA 6: <i>¿CUÁL ES EL NOMBRE DE LA AGENCIA DE VIAJE QUE LE BRINDARA LOS SERVICIOS PARA VISITAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PAZ -BOLIVIA?..</i>	134
TABLA 39 RESPUESTA A LA PREGUNTA 7 <i>¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO DE LOS TOURS?</i>	136
TABLA 40 <i>MODELO SERVQUAL AGENCIA DE VIAJES</i>	137
TABLA 41 <i>MODELO SERVQUAL AGENCIA DE VIAJE CÁLCULO DE BRECHA</i>	138

TABLA 42 <i>RESPUESTA A LA PREGUNTA 8: ¿CUÁL ES EL NOMBRE DE LOS RESTAURANTES QUE LE BRINDARON EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN?</i>	141
TABLA 43 <i>RESULTADOS PREGUNTA 9 ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR DÍA DE ALIMENTACIÓN?</i>	142
TABLA 44 <i>MODELO SERVQUAL ALIMENTACIÓN</i>	144
TABLA 45 <i>MODELO SERVQUAL ALIMENTACIÓN, CÁLCULO DE BRECHA</i>	145
TABLA 46 <i>CATEGORIZACIÓN DE DATOS DE ENTREVISTA</i>	148
TABLA 47 <i>SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA – SERVICIO DE ALIMENTACIÓN</i>	151
TABLA 48 <i>SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA – SERVICIO DE AGENCIA DE VIAJES</i>	153
TABLA 49 <i>SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA – SERVICIO DE HOSPEDAJE</i>	155
TABLA 50 <i>SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA – SERVICIO DE TRANSPORTE</i>	157
TABLA 51 <i>CATEGORIZACIÓN DE DATOS – OBSERVACIÓN</i>	160
TABLA 52 <i>SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS DE LAS GUÍAS DE OBSERVACIÓN-SERVICIO DE ALIMENTACIÓN</i>	161
TABLA 53 <i>SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS DE LAS GUÍAS DE OBSERVACIÓN-SERVICIO DE AGENCIA DE VIAJE</i>	163
TABLA 54 <i>MATRIZ DE COMPARACIÓN DE RESULTADOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS</i>	168
TABLA 55 <i>CÁLCULO DE HIPÓTESIS ESTADÍSTICA</i>	169

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 <i>CRONOLOGÍA DE LAS SEDES DEL CLEI</i>	15
FIGURA 2 <i>MODELO CONCEPTUAL DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS</i>	42
FIGURA 3 <i>CINCO DIMENSIONES DE LA CALIDAD ENFOCADO A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.</i>	48
FIGURA 4 <i>EL MODELO JERÁRQUICO MULTIDIMENSIONAL DE BRADY Y CRONIN</i>	64
FIGURA 5 <i>CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.</i>	77
FIGURA 6 <i>ESQUEMA DE ESTANCIA DE UN HOTEL</i>	81
FIGURA 7 <i>DISTRIBUCIÓN EN PORCENTAJE DEL GÉNERO DE TURISTAS EXTRANJEROS, CLEI, 2023.</i>	107
FIGURA 8 <i>DISTRIBUCIÓN EN PORCENTAJE POR NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS</i> <i>ENCUESTADOS, PARTICIPANTES DEL CLEI, 2023.</i>	109
FIGURA 9 <i>RESIDENCIA</i>	111
FIGURA 10 <i>DISTRIBUCIÓN DE EDAD EN PORCENTAJE</i>	114
FIGURA 11 <i>DISTRIBUCIÓN EN PORCENTAJE DE LA PROFESIÓN/OCUPACIÓN DE LOS TURISTAS</i> <i>EXTRANJEROS CLEI, 2023.</i>	115
FIGURA 12 <i>DISTRIBUCIÓN EN PORCENTAJE DE LAS RESPUESTAS A LA PREGUNTA 1: ¿ES LA PRIMERA</i> <i>VEZ QUE VISITA LA CIUDAD DE LA PAZ?</i>	117
FIGURA 13 <i>RESPUESTA A LA PREGUNTA 2 ¿CUÁL ES EL NOMBRE DEL CENTRO DE HOSPEDAJE EN EL</i> <i>CUAL SE ENCUENTRA?</i>	120
FIGURA 14 <i>RESPUESTA A LA PREGUNTA 3 ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR NOCHE EN DONDE SE</i> <i>ENCUENTRA HOSPEDADO?</i>	122

FIGURA 15 <i>HOSPEDAJE</i>	126
FIGURA 16 <i>RESPUESTA A LA PREGUNTA 4 ¿CUÁL ES EL MEDIO DE TRANSPORTE, (AVIÓN, BUS), QUE UTILIZÓ PARA LLEGAR A LA PAZ BOLIVIA?</i>	128
FIGURA 17 <i>RESPUESTA A LA PREGUNTA 5 ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE?</i>	129
FIGURA 18 <i>TRANSPORTE</i>	133
FIGURA 19 <i>RESPUESTA A LA PREGUNTA 6 ¿CUÁL ES EL NOMBRE DE LA AGENCIA DE VIAJE QUE LE BRINDARA LOS SERVICIOS PARA VISITAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PAZ -BOLIVIA?..</i> 135	
FIGURA 20 <i>RESPUESTA A LA PREGUNTA 7 ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO DE LOS TOURS?</i>	136
FIGURA 21 <i>AGENCIA DE VIAJE</i>	140
FIGURA 22 <i>RESULTADOS PREGUNTA N.º 9 ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR DÍA DE ALIMENTACIÓN?</i>	143
FIGURA 23 <i>ALIMENTACIÓN</i>	147

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 <i>RESOLUCIÓN HONORABLE CONSEJO UNIVERSITARIO 408/2022. APROBACIÓN DE LA REALIZACIÓN DE LA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA CLEI, 2023.</i>	X
ANEXO 2 <i>CITACIÓN NRO. 21/23. COMISIONES CLEI, 2023.</i>	XI
ANEXO 3 <i>CITACIÓN NRO. 022/2023. ORGANIZACIÓN CLEI CON EMISTUR</i>	XII

ANEXO 4 RESOLUCIÓN FACULTATIVA NRO.1254/2022 FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES. APROBACIÓN DE LA REALIZACIÓN CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA, 2023.	XIII
ANEXO 5 OFERTA ECONÓMICA SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	XIV
ANEXO 6 CONTRATO DE SERVICIOS CON EMISTUR	XV
ANEXO 7 PASE A BORDO, LA PAZ-SANTA CRUZ. DR. CERNUZZU LUCA, CHAIR GENERAL CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA CLEI, 2023.....	XVI
ANEXO 8 PASE A BORDO, BUENOS AIRES-SANTA CRUZ. DR. HÉCTOR CANCELA BOSI. PRESIDENTE 2022. CLEI.	XVII
ANEXO 9 VOUCHER PARA EL SERVICIO DE HOSPEDAJE HOTEL MADERO, DR. JOSÉ LISANDRO AGUILAR CASTRO, PRESIDENTE CLEI, 2023.	XVIII
ANEXO 10 PROFORMA Y LISTA SERVICIO DE HOSPEDAJE. HOTEL REY PALACE.	XIX
ANEXO 11 AFICHE PROMOCIONAL CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA, CLEI, 2023.	XX
ANEXO 12 LOGOTIPO OFICIAL CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA, CLEI 2023.	XXI
ANEXO 13 ENCUESTA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	XXII
ANEXO 14 CUESTIONARIO EVALUACIÓN MODELO SERVQUAL-EXPECTATIVAS.....	XXIII
ANEXO 15 CUESTIONARIO EVALUACIÓN MODELO SERVQUAL-PERCEPCIÓN	XXIV
ANEXO 16 PORTADA FORMULARIO GOOGLE ENCUESTA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIOS TURÍSTICOS CLEI 2023	XXV

ANEXO 17 CERTIFICADO SUB COMISIÓN DE TURISMO CLEI, 2023, POR REALIZAR LAS ENCUESTAS.	XXVI
ANEXO 18 TABULACIÓN DE DATOS ENCUESTA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS CLEI 2023	XXVII
ANEXO 19 RESULTADOS SERVICIO DE TRANSPORTE. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-EXPECTATIVAS	XXX
ANEXO 20 RESULTADOS SERVICIO DE TRANSPORTE. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-PERCEPCIÓN.....	XXXI
ANEXO 21 RESULTADOS SERVICIO DE HOSPEDAJE. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-EXPECTATIVA.....	XXXII
ANEXO 22 RESULTADOS SERVICIO DE HOSPEDAJE. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-PERCEPCIÓN.....	XXXIII
ANEXO 23 RESULTADOS SERVICIO DE ALIMENTACIÓN. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-EXPECTATIVA.....	XXXIV
ANEXO 24 RESULTADOS SERVICIO DE ALIMENTACIÓN. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-PERCEPCIÓN.....	XXXV
ANEXO 25 RESULTADOS SERVICIO DE AGENCIA DE VIAJES. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-EXPECTATIVA	XXXVI
ANEXO 26 RESULTADOS SERVICIO DE AGENCIA DE VIAJES. CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL-PERCEPCIÓN	XXXVII
ANEXO 27 GUÍA DE ENTREVISTA.....	XXXVIII

ANEXO 28 ENTREVISTA 1	XXXIX
ANEXO 29 ENTREVISTA 2	XLII
ANEXO 30 ENTREVISTA 3	XLIV
ANEXO 31 GUÍA DE OBSERVACIÓN 1	XLVI
ANEXO 32 GUÍA DE OBSERVACIÓN 2	XLVIII
ANEXO 33 CUADRO DE FOTOGRAFÍAS. TURISTAS EXTRANJEROS CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA, CLEI 2023	XLIX
ANEXO 34 CUADRO DE FOTOGRAFÍAS, CHARLAS CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA, CLEI 2023.	L
ANEXO 35 CUADRO DE FOTOGRAFÍAS. SERVICIO POR PARTE DE EMISTUR.....	LI
ANEXO 36 INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL EMISTUR PARA EL CLEI-2023	LII

RESUMEN

El objetivo de la presente tesis consiste en evaluar el nivel de Calidad del Servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz en 2023, bajo la responsabilidad de la Carrera de Informática de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la Universidad Mayor de San Andrés. La metodología empleada para medir este aspecto se basa en el método SERVQUAL, centrado en la medición de las expectativas y percepciones de los turistas extranjeros a través de cinco dimensiones: aspectos tangibles, empatía, seguridad, fiabilidad y capacidad de respuesta. Los instrumentos utilizados para la recopilación de datos incluyeron cuestionarios administrados en dos momentos distintos (previos y posteriores a la prestación de servicios turísticos) y guías de entrevistas. Se identificaron cuatro servicios turísticos principales para el estudio: transporte, hospedaje, alimentación y servicios de agencias de viaje. Los resultados obtenidos revelaron que, no se logró satisfacer las necesidades ni superar las expectativas de los turistas extranjeros, destacando áreas de oportunidad para mejorar la calidad del servicio ofrecido durante el evento.

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to assess the level of Quality of Service provided by tourism providers for the Latin American Conference on Informatics (CLEI) La Paz in 2023, under the responsibility of the Informatics Department of the Faculty of Pure and Natural Sciences of the Mayor de San Andrés University. The methodology used to measure this aspect is based on the SERVQUAL method, focused on measuring the expectations and perceptions of foreign tourists through five dimensions: tangible aspects, empathy, security, reliability and responsiveness. The instruments used for data collection included questionnaires administered at two different times (pre- and post-tourism services) and interview guides. Four main tourism services were identified for the study: transportation, lodging, food and travel agency services. The results obtained revealed that the needs and expectations of foreign tourists were not met or exceeded, highlighting areas of opportunity to improve the quality of the service offered during the event.

INTRODUCCIÓN

La Universidad Mayor de San Andrés albergo la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023. Este evento congrega a universidades y centros de investigación de América Latina y España. Su propósito es incentivar la realización de eventos de calidad para el desarrollo científico y tecnológico de la Informática, propiciando la colaboración y sinergia entre los investigadores, docentes, estudiantes y profesionales miembros de CLEI.

Estos eventos no solo son cruciales para el ámbito académico, sino también despliegan un impacto trascendental en el turismo. La afluencia de visitantes para participar en el evento no solo contribuye directamente a la economía local a través de gastos en hospedaje, alimentación, tours y transporte, sino que también promueve la cultura y los atractivos turísticos de la ciudad de La Paz y de Bolivia en su conjunto. La relevancia internacional de tales eventos atrae miradas globales. Así, estos encuentros no solo generan beneficios económicos a corto plazo, sino que sientan las bases para un crecimiento sostenido del turismo en el futuro, contribuyendo de manera integral al desarrollo y proyección positiva de la región anfitriona.

La presente tesis tiene como objetivo evaluar el nivel de calidad en el servicio proporcionado por los prestadores turísticos durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del Modelo Servqual. La estructura de la tesis está desglosada en 5 capítulos.

- **Capítulo 1. Problemática de la Investigación:** Se aborda la identificación, descripción y formulación en pregunta del problema: ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz,

2023, según el Modelo Servqual y sus 5 dimensiones? También se incluyen los objetivos generales y específicos. Se presenta la justificación social, teórica, metodológica y práctica del trabajo de grado.

- **Capítulo 2. Marco Contextual: Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI):** Se explora la ubicación geográfica del tema de investigación, los aspectos socio-culturales y la relación histórica del CLEI con la actividad turística, proporcionando un marco para comprender la interconexión entre el evento académico y el sector turístico.

- **Capítulo 3. Marco Teórico:** Se presentan los antecedentes de trabajos similares, tanto nacionales como extranjeros, las bases teóricas de la investigación, la definición conceptual de términos importantes, las hipótesis de investigación y la operacionalización de variables.

- **Capítulo 4. Marco Metodológico:** Se describe el tipo de investigación, el diseño, la población y muestra, el enfoque de investigación, las técnicas e instrumentos para recolectar datos, la valoración de respuestas y el lugar y tiempo para aplicar el modelo SERVQUAL.

- **Capítulo 5. Resultados:** Se presenta un análisis detallado e interpretación de datos, tanto cuantitativos como cualitativos, centrados en cuatro servicios turísticos específicos: hospedaje, transporte, alimentación y agencia de viajes. Este capítulo constituye el núcleo del trabajo, revelando las percepciones y experiencias de los participantes en relación con la calidad de los servicios turísticos durante el CLEI La Paz, 2023.

En la conclusión final se destacan los logros alcanzados en términos de objetivos, se examinan los resultados obtenidos respecto a las hipótesis planteadas, y se proporcionan recomendaciones y conclusiones basadas en los hallazgos de la investigación. Este cierre integral permite una reflexión profunda sobre la calidad de los servicios turísticos en el contexto específico del CLEI La Paz, contribuyendo así al enriquecimiento del conocimiento en el ámbito de la gestión turística en eventos académicos de gran relevancia.

***“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LOS PRESTADORES
TURÍSTICOS PARA LA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA
(CLEI), LA PAZ, 2023 A TRAVÉS DEL MODELO SERVQUAL”.***

CAPÍTULO 1. PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del Problema.

Los eventos académicos tienen gran importancia en distintos ámbitos, siendo este un espacio de intercambio de conocimientos y discusiones que aportan a la ciencia y tecnología en áreas específicas. Estos encuentros representan una oportunidad única para consolidar relaciones, impulsar descubrimientos y avanzar en el desarrollo de distintas disciplinas. En este contexto, la eficaz organización de estos eventos se vuelve esencial para garantizar su éxito y relevancia

Organizar eventos académicos, especialmente aquellos de nivel internacional como la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) en La Paz, 2023, implica la gestión de diversas etapas y áreas multidisciplinarias. El turismo emerge como un componente intrínseco, donde la calidad de los servicios turísticos se convierte en un factor determinante para la experiencia global de los participantes. Es por eso que los eventos académicos Internacionales organizan visitas guiadas a lugares turísticos, proporcionan los servicios de transporte, hospedaje y alimentación. En otras palabras, se brinda servicios turísticos.

La internacionalización de eventos académicos, como es el caso de la Universidad Mayor de San Andrés en diferentes encuentros nacionales e internacionales, revela la creciente integración

de la dimensión turística en la organización de estos eventos. Además, al fungir como anfitrión, la universidad asume un rol protagónico en la planificación y ejecución de servicios turísticos para los participantes.

La prestación de servicios turísticos en eventos académicos no se limita únicamente a la logística de visitas guiadas y a la gestión de transporte, hospedaje y alimentación; más bien, se convierte en un componente clave para fortalecer la imagen del evento y la satisfacción de los asistentes. El brindar servicios turísticos, implica tener estándares de calidad, los cuales se ven reflejados en evaluaciones. Estas no solo buscan mejorar continuamente la experiencia de los participantes, sino también establecer parámetros cuantificables que actúen como indicadores de satisfacción. En este sentido, la aplicación del Modelo SERVQUAL se presenta como una herramienta valiosa para evaluar y mejorar la calidad de los servicios turísticos en el marco de la CLEI La Paz, 2023.

Se busca conocer la calidad del servicio turístico, porque no se evidencia evaluaciones de la calidad de los servicios turísticos prestados en las diferentes ediciones del evento. La falta de evaluaciones del nivel de Calidad de los servicios brindados por los prestadores turísticos durante eventos de esta magnitud, generan una brecha de conocimiento significativa. Esta ausencia de evaluación impide una comprensión precisa de la experiencia del turista extranjero y las áreas de mejora necesarias para optimizar la calidad del servicio turístico. Por lo tanto, surge la necesidad de investigar y conocer la calidad del servicio turístico durante la conferencia Latinoamericana de Informática CLEI La Paz 2023.

1.1. Identificación del Problema.

Se pudo evidenciar, en la base de datos de la página oficial del CLEI que cuenta con registros históricos y boletines, que no existen registros de la calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI).

En el año 2002, en la sede de Uruguay, se tiene el primer registro de los servicios turísticos y a partir del año 2010 en Paraguay, empiezan a implementar en las páginas web información turística del país anfitrión, con el denominativo de "Turismo y hotelería" donde ofertan varios hoteles, transporte y excursiones de "DTP Tour" quien fue la empresa encargada de la recepción, alojamiento y oferta de paquetes turísticos para todos los asistentes extranjeros y nacionales que querían conocer la parte turística del país. Es en este sentido, la evaluación de la calidad de los servicios turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, es de real importancia para comprender las fortalezas y debilidades del servicio ofrecido. Poder evaluar e identificar cualquier área de mejora o deficiencia que pueda existir.

Para abordar esta carencia, el modelo SERVQUAL se erige como una herramienta idónea para evaluar el nivel de calidad de los servicios turísticos, permitiendo analizar tanto las expectativas como las percepciones de los turistas en relación con el servicio recibido.

1.2. Descripción del Problema.

En octubre del año 2023, la Universidad Mayor de San Andrés, fue sede de la XLIX Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, organizada por la Carrera de Informática de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales. Este evento, dentro de su organización, contempla la prestación de servicios turísticos al ser un evento académico internacional.

Es necesario realizar una evaluación de la calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), esto para dejar antecedentes para futuras ediciones del evento y se pueda aplicar el modelo Servqual en próximos eventos.

La ausencia de datos concretos sobre la calidad de los servicios turísticos dificulta la identificación de áreas de mejora y la implementación de acciones correctivas que pueden resultar en experiencias insatisfactorias para los turistas. Además, la falta de antecedentes específicos sobre la calidad de los servicios turísticos en el contexto del CLEI limita la capacidad de aplicar modelos establecidos de evaluación de la calidad, como el modelo Servqual, que ayuda a mejorar la calidad de los servicios y la satisfacción del turista.

Evaluar la calidad de los servicios turísticos para el CLEI no solo proporcionará información valiosa, además facilita la comparación entre diferentes ediciones del evento, así como la implementación de mejores prácticas para garantizar un servicio de alta calidad de manera consistente.

La debilidad de no brindar servicios de calidad puede generar un impacto negativo en la industria turística de Bolivia, desde pérdida de ingresos hasta una mala reputación para realizar eventos internacionales. Sin embargo, un buen servicio turístico de calidad puede tener una serie de ventajas que van desde el impulso económico hasta el fortalecimiento de la identidad de la ciudad y el desarrollo de la industria turística.

1.3. Formulación del Problema.

¿Cuál es el nivel de Calidad del Servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023 a través del Modelo Servqual y sus 5 dimensiones?

2. Objetivo General.

Evaluar el nivel de calidad en el servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del Modelo Servqual.

2.1. Objetivos Específicos.

- Analizar la evolución histórica de las ediciones previas de la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, centrándose en los servicios turísticos.
- Identificar conocimientos teóricos y prácticos, herramientas y técnicas para la toma de decisiones y evaluación de resultados, a partir de la aplicación del método Servqual en

la medición de la calidad de servicios turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI.

- Diseñar instrumentos de recopilación de datos para la aplicación del modelo Servqual en la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023.
- Recolectar datos para medir la calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, para beneficio mutuo de prestadores y organizadores del evento académico.
- Aplicar el modelo SERVQUAL en el servicio que brindan los prestadores turísticos, para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz 2023.

2.2. Justificación.

2.2.1. Justificación Social.

Al culminar la investigación, esta beneficia a los prestadores de servicios turísticos de la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023, proporcionando datos para mejorar la calidad en sus servicios en eventos académicos internacionales. Asimismo, esta investigación brinda datos a los organizadores del evento, pertenecientes a la Carrera de Informática, Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la Universidad Mayor de San Andrés, con la finalidad de una retroalimentación y evaluación de los resultados de la evaluación de la calidad de los Servicios Turísticos a través del Modelo Servqual, tomando en cuenta la satisfacción de las expectativas de los visitantes extranjeros, esto para lograr la excelencia en la

organización de eventos con estándares internacionales dentro de la Universidad Mayor de San Andrés en el futuro.

2.2.2. Justificación Teórica.

El objetivo de la presente investigación es: Evaluar el nivel de calidad en el servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del Modelo Servqual. En este sentido, las áreas académicas que comprende son:

- Gestión de la Calidad Turística.
- Organización de Eventos Turísticos.
- Estadística aplicada al Turismo.

Dentro de la Gestión de la Calidad Turística, nuestra investigación aporta con nuevos conocimientos teóricos y prácticos, aplicando el método Servqual, bajo sus 5 dimensiones para conocer las expectativas y percepciones de los servicios turísticos.

En el área de Organización de Eventos Turísticos, la presente investigación, aporta con nuevas herramientas y técnicas en la toma de decisiones y evaluación de los resultados dentro de las expectativas de los participantes internacionales.

El modelo Servqual implica la recolección de datos, para medir la calidad en la prestación de servicios turísticos, a través de las expectativas de los clientes. Este modelo, tiene relación

directa con la estadística, lo cual permitirá aportar con conocimiento a la Estadística aplicada al Turismo.

2.2.3. Justificación Metodológica

Esta investigación proporciona un aporte importante en la medición de la Calidad de los Servicios Turísticos, dentro de los eventos Académicos Internacionales organizados por La Universidad Mayor de San Andrés, identificando el nivel de calidad en el servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023, a través del Modelo Servqual, proponiendo una metodología técnica-científica, la cual podrá ser aplicada en futuras investigaciones.

2.2.4. Justificación Practica

La metodología, los resultados y conclusiones de la presente investigación, pueden ser aplicados y estudiados por: prestadores de servicios turísticos de eventos académicos internacionales y organizadores de eventos académicos. Esto para poder realizar investigaciones y evaluaciones relacionados a la medición de la calidad de los servicios turísticos.

CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL: CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA CLEI.

1. Ubicación Geográfica del tema a investigar

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de La Paz, sede de la XLIX Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) 2023. Un evento anual organizado por el Centro Latinoamericano de Estudios de Informática, y ocurre desde 1974, de modo itinerante por los países Latinoamericanos. CLEI es el espacio latinoamericano más importante de intercambio de ideas, experiencias y resultados de investigación entre investigadores, profesionales, docentes y estudiantes de Ciencias de la Computación e Informática, así como sus aplicaciones tecnológicas. Tiene como objetivo el intercambio de ideas, experiencias y resultados de investigación en las áreas de interés de la comunidad. (Carrera de Informática-UMSA, 2023)

La ubicación geográfica del Municipio de La Paz, a nivel mundial, es de 16° 29' latitud al Sur de la línea del Ecuador y 68° 08' minutos longitud al Oeste del Meridiano de Greenwich. Limita al Norte con el Municipio de Guanay, al Noreste con los Municipios de Teoponte y Caranavi, al Este con los Municipios de Coroico y Yanacachi, al Sureste con el Municipio de Palca, al Sur con los Municipios de Mecapaca y Achocalla, al Suroeste limita con el Municipio de El Alto y al Oeste con el Municipio de Pucarani. (Secretaría Municipal de Planificación GAMLP, 2022, vol. I)

La investigación se centra en evaluar la calidad de los servicios que los prestadores turísticos ofrecen para la CLEI 2023, utilizando el modelo SERVQUAL. Este modelo se enfoca en cinco

dimensiones de calidad: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La aplicación del modelo SERVQUAL permite analizar cómo los prestadores turísticos en La Paz cumplen con las expectativas y necesidades de los participantes de la conferencia en cada una de estas dimensiones.

Dada la ubicación geográfica única de La Paz y su importancia como anfitriona de un evento regional de informática, esta investigación tiene el potencial de brindar información valiosa sobre cómo los servicios turísticos pueden impactar la experiencia de los asistentes a la conferencia.

2. Aspectos socio-culturales.

La Paz tiene como característica principal la diversidad cultural que acoge raíces aymaras, andinas, mestizas, entre otras, al ser el destino de los migrantes, con características urbanas y rurales en su territorio, lo que convierte a La Paz en un municipio pluricultural y multiétnico.

En La Paz se concentran diversidad de entidades culturales que dinamizan el quehacer cultural a nivel nacional, entre ellas : la Fundación del Banco Central, la Orquesta Sinfónica Nacional, el Ballet Oficial, el Conservatorio Plurinacional de Música, la Escuela Nacional del Folklore, el Museo de Etnografía y Folklore, el Museo Nacional de Arte, el Ballet Folklórico Nacional, así como la Sociedad Filarmónica, la Sociedad Coral Boliviana, Coral Nova, la Orquesta Experimental de Instrumentos Nativos, Música de Maestros, la Cinemateca Boliviana, y muchos otros centros que se desarrollan dentro de colegios, universidades y espacios propios. (Secretaría Municipal de Planificación GAML, 2022).

También, La Paz es sede de un gran número de asociaciones y organizaciones de actores y gestores culturales, como la Asociación Boliviana de Actores, la Asociación de Artistas de la Danza, la Asociación Nacional y Departamental de Artistas Plásticos, el Consejo Nacional de Cine, la Federación de Conjuntos Folklóricos de La Paz, la Cámara Boliviana del Libro, la Asociación Boliviana de Escritores, la Federación de Arte Popular de La Paz, la Federación Nacional de expositores de navidad y Alasitas, la Asociación de Fotógrafos, el Sindicato de Periodistas Gráficos, el Movimiento del Nuevo Cine y Video Boliviano.

La Unión Nacional de Producción de Arte Popular y la Organización Católica Internacional de Cine y Audiovisual, entre muchas otras, así como una innumerable cantidad de centros, colectivos, movimientos y fundaciones artístico-culturales, entre otros. (Secretaría Municipal de Planificación GAMLP, 2022, vol. II).

La ciudad de La Paz ofrece una amplia gama de espectáculos culturales de gran relevancia para la prestación de servicios turísticos. Por este motivo, es esencial considerarlos en nuestra investigación para evaluar la calidad de los servicios mediante el Modelo SERVQUAL. Además, como sede de la XLIX Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) 2023, es fundamental destacar y compartir con los asistentes la riqueza cultural que la ciudad ofrece.

3. Aspectos históricos.

3.1. Conferencia Latinoamericana de Informática

La Conferencia Latinoamericana de Informática es un evento que se celebra anualmente desde 1974 y está organizado por el Centro Latinoamericano de Estudios de Informática (CLEI). Este encuentro recorre diferentes países de América Latina cada año. El CLEI se posiciona como el principal foro de intercambio de conocimientos, experiencias y hallazgos de investigación en el ámbito de las Ciencias de la Computación y la Informática, junto con sus aplicaciones tecnológicas. Su principal objetivo radica en fomentar la colaboración y el intercambio de ideas, experiencias y resultados de investigación en las áreas que son de interés para la comunidad involucrada en este campo.

3.1.1. Reseña Cronológica

A continuación, se presenta una pequeña reseña histórica de la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI.

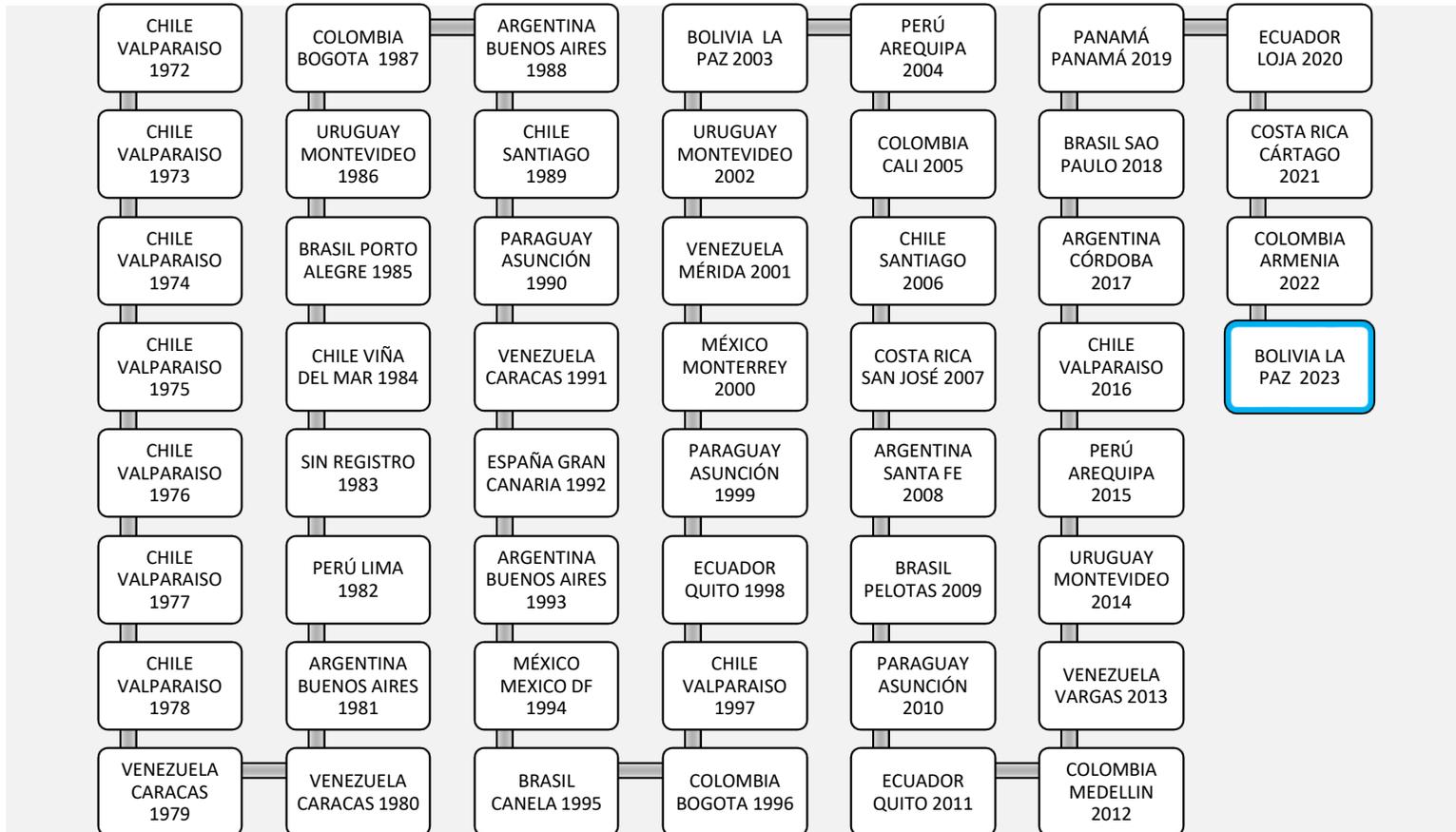
- En 1972, se llevó a cabo en Valparaíso, Chile, un panel de discusión sobre temas de Informática, organizado por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, donde se analizó la necesidad de eventos regionales.
- En 1973, la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso convocó a todas las universidades nacionales de Chile para un nuevo Panel de Discusión sobre Temas de Computación.

- En 1974, se organizó el primer encuentro a nivel latinoamericano con la participación de más de 100 académicos de diversos países de la región, como Argentina, Perú y Chile, bajo el nombre de PANEL 74. Este evento es considerado fundacional para el CLEI.
- A partir de 1975, se realizaron en Valparaíso, Chile, encuentros latinoamericanos anuales llamados "Panel", generalmente acompañados de una exposición de equipos conocida como Expodata. De esta época data el Panel-Expodata Latinoamericano.
- En 1979, se organizó en Caracas, Venezuela, la VII Conferencia de Informática Panel-Expodata, con el Profesor Carlos José Pereida de Lucena (Brasil) como presidente del Comité de Programas. En este evento, nació el Centro Latinoamericano de Estudios en Informática (CLEI), con el Profesor Víctor Yockteng de Colombia como presidente y el Profesor Aldo Migliaro Osorio de Chile como secretario ejecutivo.
- Ese mismo año, 1979, CLEI fue reconocido en IFIP como representante latinoamericano, gracias a la iniciativa del investigador hindú Profesor Narshiman.
- En 1980, el evento latinoamericano realizado en Caracas, Venezuela, recibió por primera vez el nombre de Conferencia Latinoamericana de Informática.
- Las conferencias latinoamericanas de 1981 y 1982 se llevaron a cabo en Argentina y Perú, respectivamente. Desde entonces, la Conferencia Latinoamericana de Informática se ha realizado anualmente de forma itinerante.

- En 1984, se decidió que la Universidad Católica de Valparaíso llevaría a cabo este evento a través de su Centro de Ciencias de la Computación, ya transformado en la Escuela de Ingeniería Informática de la UCV, en la ciudad de Viña del Mar, Chile.
- Las siguientes conferencias se han desarrollado anualmente hasta el 2023, año tras año, con la renovación de los directores de CLEI de forma bianual. (CLEI, 2023).

Figura 1

Cronología de las sedes del CLEI



Nota: Adaptado de la información obtenida de la página web oficial de la Conferencia Latinoamericana de Informática, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra la cronología de desde el primer evento hasta el último junto con los países y las ciudades que fueron anfitriones.

3.1.2. Aspectos turísticos en la historia del CLEI

A partir de 1972 se tienen registros de las primeras reuniones académicas que se relacionan con las ciencias de la computación, para que después se constituya en la Conferencia Latinoamericana de Informática, sin embargo, el 2002 es la primera edición en la cual se tiene registrado la inclusión de ofertas en distintos servicios turísticos, dando opciones a los visitantes extranjeros para su estadía, alimentación, transporte y ocio. A partir del 2010, se tiene registros de ofertas de los servicios turísticos de manera continua, ocasionando que la actividad turística tome importancia en este magno evento. Los registros de ofertas se puede observar en las siguientes tablas.

Tabla 1*Sede del CLEI y oferta turística Uruguay 2002*

Sede Montevideo – Uruguay 2002			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
En transporte estaba a cargo del hotel Radisson Victoria plaza. Se realizaba traslados con guía adicional	Se determinó una lista de hoteles con sus respectivos precios y con la información del hotel para reservar. <ul style="list-style-type: none"> - Radisson - Victoria - Plaza Hotel 5 * - Holiday Inn - Balmoral Plaza Hotel - Crystal Palace Hotel - Hotel Embajador - NH Columbia - Ibis - Los Angeles 	Estaba a cargo de la agencia de viajes BUEME’S, oferto los atractivos turísticos como: <ul style="list-style-type: none"> - Montevideo: Paseo por la capital, desde el Palacio de Salvo hasta la Fortaleza del Cerro de Montevideo. - Full day Punta del Este: Visita área de la Península y Atardecer con vista a Punta Ballena. - Colonia: Visita a la antigua ciudad portuguesa desde casas coloniales. - Minas: Un paseo para conocer el magnífico paisaje de sierras. 	Se brindó una lista de restaurantes. <ul style="list-style-type: none"> • El Corralón • Don Tiburón • El Fogón • Las Brasas • El Ancla • Piso 25 • Cabaña Verónica • El Palenque • Lo de Carlota

- Estancia: Tour con múltiples opciones.

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra información sobre los diferentes servicios turísticos.

El servicio de transporte estaba a cargo de hotel oficial para el evento CLEI- 2002, Radisson al igual que el servicio de agencia de viaje por la empresa BUEME’S. Se brindó alternativas en hospedaje y restaurantes con direcciones y contactos.

Tabla 2

Sede del CLEI y oferta turística Paraguay 2010

Asunción – Paraguay 2010			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
El servicio de Transporte fue ofrecido por DTP Tour, empresa encargada del CLEI 2010.	Hoteles fueron ofrecidos por DTP Tour, empresa encargada de la recepción y alojamiento del CLEI 2010.	Las excursiones fueron ofrecidas por DTP Tour, empresa encargada de los paquetes turísticos del CLEI 2010.	No se tiene información de que lugares recomendó los organizadores en cuanto alimentación.

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra los servicios de hospedaje, transporte y de agencia de viajes que fueron brindados por una sola empresa DTP Tour.

A diferencia de anterior versión, solo se eligió a una empresa como la encargada de brindar todos los servicios turísticos para el CLEI 2010 el cual es un operador mayorista de viajes Desarrollo Turístico Paraguayo Tour.

Tabla 3

Sede del CLEI y oferta turística Venezuela 2013

Caracas- Venezuela 2013			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
No se tiene información de que empresa de transporte ayudo en la conferencia.	El evento de realizo en Club Puerto Azul que también albergo a los visitantes. Mismo que cuenta con áreas de esparcimiento y habitaciones.	Las excursiones fueron ofrecidas por Venezuela. <ul style="list-style-type: none"> - Morrocoy-Paseo por las playas. - Rafting Barinas - Los Roques-Paseo por las playas. - Margarita-Paseo por las playas. - Canaima-Paseo por lagunas, ríos y cascadas. - Shopping tour Caracas. - Galipán y Teleférico. - Pueblo de Chuao-Paseo por la playa. 	Se brindó el servicio de alimentación por parte del restaurante "El Galeón " que es parte del Club .Puerto Azul.

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra los servicios turísticos de hospedaje y alimentación que fueron brindados por el Club Puerto Azul y la agencia de viaje Venezuela.

Debido a que el evento se desarrolló en el Club Puerto Azul, el mismo cuenta con habitaciones para pernoctar, áreas de esparcimiento, restaurantes y salas de conferencia que ayudo a desarrollarse el evento CLEI-2013.

Tabla 4*Sede del CLEI y oferta turística Uruguay 2014*

Montevideo – Uruguay 2014			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
No se tiene información de que empresa de transporte , ayudo en la conferencia.	La organización gestiona centros de hospedaje como: <ul style="list-style-type: none"> - Sheraton Montevideo hotel - Regency golf hotel - Tryp Montevideo hotel - Dazzler hotel - Armon suites - Intercity hotel - Ibis hotel - Palm beach hotel - Pocitos hotel - Contraluz art hostel 	El tour fue brindado por la Agencia Quijote Viajes y Turismo. <ul style="list-style-type: none"> - Punta del este: Salida de Montevideo, arribo a Piriápolis. - Piriápolis/Villa Serrana: Recorrido por el cerro San Antonio. - Colonia/Anchorena: Paseo por la Estancia Presidencial de Anchorena. - Colonia: Un paseo cultural por la historia en el Río de la Plata. - Montevideo: Paseo por los principales puntos turísticos . 	No se tiene información de que lugares recomendó los organizadores en cuanto alimentación.

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra la agencia encargada Quijote Viajes y Turismo, en cuanto al hospedaje se brindó información de 10 hoteles.

Tabla 5*Sede del CLEI y oferta turística Perú 2015*

Arequipa – Perú 2015			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
El servicio de Transporte fue ofrecido por "Corregidor Hotel" de Arequipa –Perú.	El Hotel oficial fue "Corregidor Hotel" y se añadió otras opciones de hospedaje. <ul style="list-style-type: none"> - Casa Andina private Arequipa 4* - hotel libertador Arequipa 5* - El cabildo hotel 5* - Dreams hotel boutique 4* - La Maison d'elise 3* - Hotel los tambos 3* - Casa andina classic Arequipa 3* - Sonesta posada del inca Arequipa 3* - Casa de Ávila 3* - Qp hotels Arequipa 3* - Crismar hotel 3* 	Los tours no fueron colocados en la página del País anfitrión.	Se brindó el servicio de alimentación por parte del restaurante de Corregidor Hotel.

Nota: Los servicios de transporte, hospedaje y alimentación fueron brindados por el Corregido Hotel.El país sede del CLEI- 2015 brindo información de los lugares turísticos del Perú, cada turista decidió que lugar visitar y que agencia de viajes contratar. También se brindó información de 11 hoteles con diferentes categorías.

Tabla 6*Sede del CLEI y oferta turística Chile 2016*

Valparaíso- Chile 2016			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
No se tiene información de que empresa de transporte, brindo el servicio en la conferencia.	Los organizadores brindaron una lista de centros de hospedaje: <ul style="list-style-type: none"> - Hotel ibis Valparaíso 3* - Hotel Diego de Almagro Valparaíso 4* - Sheraton Miramar Hotel 5* - Hotel del Mar – Enjoy 5* - Best Western Marina Del Rey Hotel 4* 	La organización ofertó un solo tour denominado Vinos de Calidad Mundial, Valle de Casa blanca” Wine Shop donde degustaron algunos productos de la zona, compra de vinos chilenos, también artesanías.	Se brindo el servicio de alimentación por parte del restaurante “Rio Tinto ” con sistema buffet todo incluido y consumo ilimitado.

Nota: Se brindó el servicio de alimentación a cargo del restaurante Rio Tinto y el tour realizado fue un tour de vinos en el valle de Casa blanca.

Se brindó información de 5 hoteles de diferentes categorías para que puedan elegir los turistas Se eligió un tour y un restaurante para que todos puedan asistir al mismo lugar, el transporte fue por cuenta de cada turista.

Tabla 7*Sede del CLEI y oferta turística Argentina 2017*

Córdoba- Argentina 2017			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
Se brinda una lista de empresas de transporte y las tarifas aproximadas que deben pagar.	Se brindó una lista de hospedaje.	La organización no brindó información del país anfitrión, ni ninguna agencia en Córdoba para el evento CLEI.	No se brindó información de restaurantes .
<ul style="list-style-type: none"> - Teletaxi. - Transmitaxi Córdoba. - Rapi Taxi SRL. - Taxis Tele Trans. 	<ul style="list-style-type: none"> - Happy hostel - Rupestre hostel - Rivera hostel - Centenario hostel - Babilonia hostel - Turning point hostel. - Gran Rex hotel - Ducal Suites - Alto Paraná hotel - Gran hotel Victoria - Azul Real hotel - De la Cañada hotel - Yrigoyen hotel - Casa Urbana - Amerian hotel - Howard Jonhson hotel 		
También recomiendan el uso de la aplicación Easytaxi.			

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra información de 4 empresas de transporte y 16 centros de hospedaje de diferentes categorías. Se publicó en la página los costos, contactos y direcciones de los diferentes hoteles.

Tabla 8

Sede y oferta turística Brasil-2018

Sao Paulo - Brasil 2018			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
No se tiene información de que empresa de transporte brindo el servicio en la conferencia.	Los organizadores realizaron el evento CLEI en Universidad Presbiteriana Mackenzie y proporcionaron una lista de hoteles cerca de la universidad.	El evento estuvo a cargo de Cem Cerimônia eventos y Turismo desde la planificación, organización y promoción del evento.	Se brindó el servicio de alimentación por parte la empresa Cem Cerimônia eventos y Turismo con un catering variado para el evento CLEI.

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra que los servicios de alimentación, hospedaje y agencia de viajes fueron brindados por una solo empresa Cem Cerimônia eventos y Turismo.

La empresa se encarga de realizar diferentes eventos de índole académico, corporativo y jurídico. Se encarga de cada detalle durante el evento, de la publicidad y comunicarse con cada turista que asistió al evento.

Tabla 9

Sede del CLEI y oferta turística Panamá 2019

Ciudad de Panamá 2019			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
No se tiene información de que empresa de transporte brindo el servicio en la conferencia.	Los organizadores realizaron el evento CLEI en el hotel Wyndham Panamá Albrook Mall, el único que fue ofertado en su página.	La organización no brindo información del país anfitrión, ni de ninguna agencia en Panamá para el evento CLEI.	Se brindó el servicio de alimentación por parte del restaurante del hotel Wyndham Panamá Albrook Mall .

Nota : Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra el servicio de hospedaje y de alimentación que estuvo a cargo del hotel sede Wyndham Panamá Albrook.

Los servicios de transporte y de agencias de viajes fueron elegidos por los mismos turistas. El hotel sede cuenta con tres restaurantes y también ofrece el servicio de transporte. El lugar está cerca de varios sitios turísticos de la ciudad de Panamá.

Tabla 10*Sede del CLEI y oferta turística Colombia 2022*

Armenia -Colombia 2022			
Transporte	Hospedaje	Agencias de viaje	Alimentación
No se tiene información de que empresa de transporte brindo el servicio en la conferencia.	Se brindó información de los hospedajes: <ul style="list-style-type: none"> - Armenia hotel - Mocawa Plaza - Isa Victory Hotel Boutique - Portal del Norte - Montes de la Castellana - Hotel Café Avenida - Hotel rural La Herencia - Hotel rural Barranqueros - Hotel rural Brugmansia Country - Hotel rural Mocawa Resort - Hotel rural Hacienda Colombia - Hotel rural Campestre la aldea - Hotel rural Campestre las Camelias 	Los tours estaban a cargo de la corporación "Quindio Convention Bureau" que es una entidad de carácter público que se encarga de promocionar el destino.	No se tiene información sobre los restaurantes que brindaron el servicio de alimentación.

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra el servicio de agencia de viaje que estaba a cargo de Quindio Convention Bureau y se brindó información de varios hospedajes

Los servicios de alimentación, transporte y la elección de la oferta de hospedajes fueron elegidos por los turistas de acuerdo a sus necesidades, se brindó información de 13 centros de hospedaje de diferentes categorías.

No obstante, se observa que algunos países no proporcionaron datos relativos al turismo. Tales como: La Paz- Bolivia 2003, Arequipa-Perú 2004, Santiago de Cali-Colombia 2005, Santiago de Chile 2006, San José de Costa Rica 2007, Santa Fe- Argentina 2008, Pelotas -Brasil 2009, Quito- Ecuador 2011 y Medellín - Colombia 2012.

Es importante destacar que los países anfitriones de los años 2020 y 2021 no presentaron ofertas turísticas, dado que la conferencia se llevó a cabo de manera virtual a través de plataformas, debido a la pandemia.

4. Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI 2023 La Paz Bolivia

La ciudad de La Paz fue seleccionada como la sede del CLEI 2023, marcando un retorno después de dos décadas desde su última celebración en el año 2003. Esta elección fue ratificada mediante la resolución No. 408/2022 del Honorable Consejo Universitario, la cual respaldó la decisión adoptada por el Honorable Consejo Facultativo de Ciencias Puras y Naturales, según lo establecido en la Resolución No. 1254/2022 del 20 de septiembre de 2022. En este marco, se aprobó la realización de la CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA (CLEI) para la gestión 2023, teniendo a Bolivia como país anfitrión. Este evento fue organizado

del 16 al 20 de octubre por la Carrera de Informática de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la Universidad Mayor de San Andrés.

La Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) constituye un encuentro anual crucial, organizado por el Centro Latinoamericano de Estudios de Informática, donde se propicia un valioso intercambio de ideas, experiencias y resultados de investigación entre investigadores, profesionales, docentes y estudiantes de Ciencias de la Computación e Informática. Su misión es promover el diálogo y el avance en las áreas de interés, a través de conferencias magistrales, talleres, tutoriales y paneles de discusión.

Se contó con la presencia del Comité ejecutivo CLEI 2022-2023, conformado por los siguientes:

- Dr. Aguilar Castro José Lisandro - Presidente CLEI
- Dr. Hemán Astudillo - Secretario CLEI-Chair General de programa
- Dra. Paula Zabala - Tesorera CLEI
- Dra. Cancela Bosi Héctor - Presidente anterior CLEI
- Dr. Cemuzzi Luca Presidente general de organizaciones
- Dr. Rojas Siles José Miguel - Chair General de programa

4.1. Servicios Turísticos CLEI La Paz-Bolivia 2023

En la página oficial del CLEI se brinda información sobre los servicios turísticos de hospedaje, alimentación y los principales destinos turísticos de Bolivia.

En el tema de transporte se evidencio la falta de información por parte de la organización.

En cuanto al hospedaje se identificó varios centros de hospedaje. Como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 11*Hospedaje CLEI 2023*

Hospedaje La Paz –Bolivia 2023				
	Hoteles		Apart Hoteles	Hostales
1* o 2*	3*	4* o 5*		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Continental ▪ Hotel Fuentes ▪ Happy Days ▪ Hotel Sagarnaga 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berlina Hotel SRL. ▪ Eva Palace Hotel ▪ Hotel Gloria ▪ Hotel Las Brisas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcalá Hotel ▪ El Rey Palace ▪ Hotel Europa ▪ Hotel Presidente ▪ Real Plaza Hotel ▪ Stannum Boutique Hotel Y Spa ▪ Patio de Piedra Hotel Boutique 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Camino Real C. Apart Hotel ▪ Ritz Apart Hotel ▪ Sahana S.R.L. ▪ Sopocachi Apart Hotel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Astoria Hostal ▪ Provenzal C. Hostal ▪ Sleep Hostal ▪ The Adventure Brew Hostal ▪ Lion Palace Hostel ▪ Hostal Cactus del Milenio ▪ Copacabana Hostal ▪ Café Hotel Moss S.A. Hostal ▪ Estrella Andina SRL Hostal ▪ Jachá Inti Hostal ▪ Maya Inn de Luz C. Hostal ▪ Posada de Ángel Hostal ▪ La Estancia

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra información de los centros de hospedaje de acuerdo a categorías y a la cantidad de estrellas de los hoteles.

El servicio de agencia de viajes, estuvo a cargo de Emistur, es una empresa de organización de viajes de la carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés. En la siguiente tabla muestra los diferentes tours a cargo de la empresa.

Tabla 12

Agencia de Viajes CLEI 2023

Información Turística La Paz- Bolivia CLEI 2023			
Tour Tradicional	Tour teleféricos-16 de julio	Tour San Francisco Cultural	Tour Paceñísimo
DURACIÓN: HALF DAY (16:00 – 20:00) TURNO: Tarde SALIDAS: martes 17. Recorriendo nuestra hermosa ciudad visitaremos el Valle de la luna, Mirador Killi Killi, Plaza Murillo y mucho más.	DURACIÓN: HALF DAY (09:00 – 14:00) TURNO: Mañana SALIDAS: jueves 19 de octubre. Visita una de las ferias más grandes del mundo la “Feria 16 de Julio” a través del transporte moderno de los Teleféricos y concluyendo en Montículo un hermoso lugar de descanso.	DURACIÓN: HALF DAY (09:00 – 14:00 y 14:00 - 18:00) TURNO: miércoles 18 mañana - viernes 20 tarde. Conoce una de las iglesias más importantes en la colonia la Basílica de San Francisco y a sus alrededores a nuestras caseritas en el Mercado Rodríguez y visita la tradicional “calle de las Brujas”.	DURACIÓN: HALF DAY (09:00 – 14:00 y 14:00 - 18:00) TURNO: sábado 21 turnos mañana y tarde Recordando la Fundación de La Paz conoce a Alonso de Mendoza y todos los datos curiosos en el Cementerio General, Plaza Murillo y los misterios de la Calle Jaén.

Nota: Adaptado del flyer del Emistur, (CLEI, 2023) ver anexo 36. Esta tabla muestra los tours para el evento CLEI.

El servicio de alimentación para el evento estuvo a cargo de diferentes empresas. También se brindó una Lista con diferentes opciones desde restaurantes, cafeterías hasta pastelerías.

Tabla 13

Alimentación CLEI 2023

Servicio de Alimentación La Paz- Bolivia CLEI 2023			
	Restaurantes	Cafeterías	Otros
Casa del sol comida vegetariana	Restaurant alaya	Café urbano	Gyros el paladar
Cacique siñani	La suissa	Café ciudad	Tucumanas del prado
Siilpichs	La pizza nostra	El cronista café cultural	Comedor Umsa
Ken chan	Restaurante el castillo	Espacio eco cultural	Patio de comidas florita
Restaurant Vienna	Rosticeria paladar de oro	tonantzin	La paceñita
Restaurant doña remedios	Saborcito de casa	Alexander coffee & pub	Patio de comidas El delicioso
Euro lounge	Pollo gigante		Salteñas del tio mingo
La Gabriela	Restaurantes latinos		Q' me antojo
Llajuita	6ta estación		Bircholet
Burger King	Restaurante google		Facefood patio de comidas
Dumbo's	Corea town restaurant		
El caldero chorreante	La tranquera		

Nota: Adaptado de los registros oficiales de la página web oficial de la organización, (CLEI, 2023). Esta tabla muestra información de varios lugares para comer

En cuanto al servicio de transporte, cada turista eligió que medio de transporte utilizar para llegar a la ciudad de La Paz, durante su visita para desplazarse utilizaron transportes de servicio público. El servicio de hospedaje, se brindó varias alternativas que se encontraban cerca de donde se desarrollaría el evento, alrededor de la Universidad Mayor de San Andrés-Monoblock Central. En cuanto al servicio de alimentación se brindó información de lugares de comida populares, cafeterías y restaurantes conocidos en el centro de la ciudad. Cada restaurante y centro de hospedaje contaba con la información de dirección, contacto y un costo aproximado. Se tomó en cuenta al Emistur al ser una agencia de viajes de la carrera de Turismo y la cual oferta vuelos aéreos y paquetes turísticos dentro y fuera de la ciudad, también es una de las dos agencias de viaje en la ciudad de la Paz que cuenta con el bus panorámico Sightseeing para un recorrido dentro de la ciudad ver anexo 35.

CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes.

Se tomará en cuenta investigaciones similares al trabajo de investigación. Se puede señalar las siguientes referencias documentales como: Trabajos de Grado, artículos científicos y Tesis realizados en Bolivia y de manera internacional.

1.1. Investigaciones Realizadas en Bolivia

Existe varias investigaciones relacionadas con el modelo Servqual dentro de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés. Por tal motivo, es necesario delimitar las que son la base importante para nuestra investigación.

En el año 2015, Paola Janneth Tinco Alanoca, presento la tesis titulada “La Percepción de la Calidad del Servicio de Transporte Público – Turístico, La Paz – Coroico”, para la obtención del título en Licenciatura. La tesis tuvo por objetivo: Analizar la percepción de la demanda turística acerca de la calidad del servicio de transporte público-turístico, La Paz -Coroico. Donde la hipótesis establecida llega a ser comprobada en la demanda turística extranjera ya que la formulación de la hipótesis fue, que el servicio de transporte público- turístico, La Paz -Coroico presenta una percepción de nivel de calidad aceptable por parte de la demanda turística. Por lo que se generó un nivel de calidad 3,8 redondeando 4 de Satisfecho que quiere decir que, si es aceptable, pudo satisfacer las necesidades y expectativas de la demanda turística, de forma ajustada. Sin embargo, para la demanda turística nacional la hipótesis no logra del todo ser

demostrada, ya que el promedio que se obtuvo fue de satisfacción de Regularmente Satisfecho. Esto quiere decir, que los resultados que obtuvo tras su investigación son diferentes para los turistas extranjeros a diferencia de los turistas nacionales. (Tinco Alanoca, 2015).

En el año 2018, Eloísa Carola Rodríguez Guzmán realiza una tesis titulada “Calidad del Servicio Turístico Hotelero mediante la escala Servqual” trabajo de investigación para la obtención de Licenciatura. El objetivo de la tesis fue analizar la calidad y características del servicio turístico de hospedaje de la localidad de Coroico del departamento de La Paz y donde uno de sus objetivos es aplicar el cuestionario de la Escala Servqual para identificar los criterios de: Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía y los Elementos Tangibles que presentan los servicios de Hotelería Turística. La conclusión a la que llega la investigadora, es que obtuvo una calificación “Buena “al aplicar el cuestionario de la Escala Servqual, mismo que le permitió identificar los criterios de: Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía y los Elementos Tangibles que presentan los servicios de Hotelería Turística de la localidad, en las empresas visitadas. También propuso diseñar algunas estrategias de apoyo al mejoramiento de la calidad del servicio de administración Hotelera, ofertada en la localidad de Coroico, mediante el uso de redes sociales y un sistema de control para la mejora de las relaciones con los clientes y la atención del servicio más eficiente, además de calidad. (Rodriguez Guzman, 2018)

En el año 2019, Melvy Valeria Vásquez Romero realizó la tesis titulada “Aplicación del modelo Servqual para la medición de la calidad percibida en el Servicio que otorga la asociación

departamental de guías de Turismo de servicio desde el punto de vista del cliente para generar estrategias que mejoren el nivel de Oruro (a.d.g.t.o.)”, trabajo de investigación para la obtención del título de Licenciatura en Turismo, perteneciente a la Universidad de Aquino Bolivia. El objetivo del proyecto fue determinar las dimensiones del Modelo SERVQUAL que permitan medir la calidad del servicio que otorgan los guías de la Asociación Departamental de Guías de Turismo de Oruro, para esto utilizó el método de la encuesta a 99 clientes de la Asociación durante el tiempo de realización del presente trabajo, que evaluaron a los guías, de esta manera conoció cuáles eran sus expectativas y cuál es la percepción que se llevaron al contratar sus servicios, para esto se utilizó un cuestionario de 22 afirmaciones para las expectativas y afirmaciones para las percepciones cuyos resultados fueron analizados en cada indicador de cada dimensión para obtener la brecha o deficiencia entre expectativa y percepción. La conclusión del presente trabajo de medición de calidad de servicios a través de la aplicación del modelo SERVQUAL obtuvo diferentes resultados en las 4 dimensiones, también propuso estrategias de mejora de calidad, para que las brechas de los resultados sean más cortas y que la mejora sea constante. (Vasquez Romero, 2019).

1.2. Investigaciones Realizadas en el Extranjero.

En el año 2012, Josué Aníbal Navas Chérrez, realiza el proyecto titulado “Medición de la calidad del servicio en los alojamientos turísticos a través de la escala Servqual”, trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, perteneciente a la Universidad Técnica de Ambato -Ecuador. El objetivo de la tesis fue medir la

Calidad del Servicio en los establecimientos de Alojamiento tercera categoría del Cantón Baños de Agua Santa, a partir de la escala Servqual adaptada al servicio de alojamiento. Como resultado se determinó el nivel de calidad del servicio de alojamiento que brindan los establecimientos a los turistas en el cantón Baños, basándonos en la herramienta Servqual adaptada para el alojamiento, en base a los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, cada uno evaluado, para así conocer en cuál de ellos es donde existe más déficit, por lo cual, ésta investigación arroja que el indicador más bajo son los elementos materiales, al no contar con buenos elementos tangibles, desencadena otros aspectos negativos que no satisfacen las necesidades de los huéspedes. En esta investigación los resultados de las dimensiones del modelo Servqual, no arrojaron buenos resultados, (Navas Chérrez, 2017).

En el año 2022, Chap Kau Kwan Chung, María Betania Urbietta Almada, Guido Genaro González Ayala, Jazmín María Gorostiaga Tippach, Mathias Ezequiel Cáceres Ocampos, Myrna Ruiz Díaz Vega¹, realizan el artículo científico titulado “Percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A.-Paraguay mediante el modelo Servqual” perteneciente a la Universidad Americana de Asunción Paraguay. El artículo científico tuvo como objetivo determinar la percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A. - Paraguay mediante el modelo Servqual. Se basó en un enfoque cuantitativo de corte transaccional y descriptivo. La población estuvo compuesta por 5.000 clientes quienes participaron del último viaje con destino a Camboriú en el año 2019. El tamaño muestral fue de

357 participantes a través de una encuesta online mediante un cuestionario compuesto por 22 preguntas y clasificados en cinco dimensiones. Después de encuestar a 357 clientes viajeros pertenecientes a la última excursión realizada por la agencia de viajes Apleno S.A. con destino a Camboriú en el año 2019, con respecto a la percepción de la calidad de servicio que han obtenido de dicha agencia, se visualiza que para las cinco dimensiones estudiadas (Elementos tangibles, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad e Empatía) se ha obtenido un promedio casi equitativo de 6,58, es decir que los clientes están extremadamente satisfechos con los servicios obtenidos. Los resultados obtenidos a través del modelo Servqual fueron buenos. (Kwan-Chung et al., 2022).

En el año 2021, Silva Juárez, Raquel; Julca Calderón, Fany; Luján-Vera, Priscila E. y Trelles Pozo, Luis Ramón escribieron un artículo científico titulado “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú”, perteneciente a la Universidad de Zulia. El propósito del artículo fue determinar la relación entre la calidad del servicio en las empresas turísticas de hospedajes, restaurantes y medios de transporte con la satisfacción del cliente en el distrito de Canchaque, Piura-Perú. Por la naturaleza de las variables fue un estudio subjetivo, no experimental de corte transversal, de nivel correlacional y por la forma de procesar la información es cuantitativo. Para determinar la calidad del servicio se utilizaron las dimensiones del modelo Servqual y para determinar el nivel de satisfacción se utilizó el enfoque unidimensional. Los resultados evidencian que la calidad de los servicios en hospedajes se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los turistas. Se concluye

que, los servicios que brindan los hospedajes turísticos son de calidad, en tanto que, los restaurantes presentan aspectos favorables y desfavorables, y los medios de transporte otorgan un servicio deficiente. (Silva Juárez et al., 2021).

En el año 2017, Jaime Rodolfo Pinto Llosa realiza un proyecto titulado “La calidad del servicio en la bodega Santa Elena del distrito de Pocollay en el año 2017, a través del modelo Servqual”, perteneciente a la Universidad Privada de Tacna. La presente investigación tiene como problemática de la calidad del servicio en la bodega Santa Elena, y sus variables, que son las 5 dimensiones del modelo Servqual. Aspectos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Mediante la investigación se analizó el problema principal que fue el desconocimiento del nivel de calidad del servicio de la Bodega Santa Elena. Para realizar el Servqual, se utilizó la herramienta de dos cuestionarios, expectativas y percepciones, que permiten luego de su procesamiento de datos, valorizar la calidad del servicio y según los resultados, se obtuvo una visión de los puntos fuertes y débiles en la Bodega Santa Elena en el año 2017. Se ejecutaron 80 encuestas, de las cuales 56 fueron aplicadas a extranjeros y 24 a nacionales. Los resultados obtenidos de aplicar el modelo Servqual, es de nivel Muy Satisfecho. Y se afirma que el nivel de calidad del servicio de la Bodega Santa Elena es óptimo para la atención de un público variado y exigente.(Pinto Llosa, 2017).

2. Bases Teóricas.

2.1. Calidad de servicio

La mejor manera de entender la calidad de servicio es intentar distinguir primero la calidad en el servicio de satisfacción del cliente. Los servicios están a cualquier parte donde miremos desde un viaje a un destino turístico hasta consumir una hamburguesa en un restaurante, también son varios los países que están encontrando crecimiento en su interno bruto a causa del sector de servicios, generan una importante fuente de empleo.(Hoffman & Bateson, 2012).

La calidad de servicio se refiere a la evaluación de la excelencia o la satisfacción percibida por los clientes con respecto a los servicios recibidos. Implica la capacidad de una empresa para cumplir con las expectativas y necesidades de sus clientes de manera efectiva y eficiente, brindando un servicio que sea confiable, oportuno, accesible y que cumpla con los estándares establecidos. Es un factor crítico en la lealtad del cliente y la construcción de una sólida reputación empresarial. La calidad de toda la experiencia o de cualquier parte del mismo se define como la diferencia entre la calidad que el cliente espera y la calidad que obtiene el mismo. (Ford et al., 2012).

Figura 2

Modelo conceptual de la calidad de los servicios



Nota: Adaptado del libro de (A. P. Parasuraman et al., 1988, p. 23) Esta figura muestra la relación entre el cliente y la organización .

Hay artículos y libros que mencionan la importancia de la calidad de servicio, al querer que los servicios brindados sean buenos y puedan satisfacer las necesidades de los clientes o en otra situación trabajar para que los servicios que no son buenos puedan mejorar. La relación del cliente frente a la organización que presta el servicio, debe trabajar en las deficiencias que puede surgir en el servicio esperado frente al servicio percibido.

2.2. Calidad del Servicio Turístico

Durante los últimos años se fueron escribiendo artículos científicos donde mencionan la importancia de la calidad de servicio en la Industria del Turismo, investigaciones que muestran la complejidad de la calidad de los servicios, al tener varias características que influyen en las expectativas que tiene un turista y la satisfacción al momento de consumir el servicio.

La calidad de servicio turístico hace referencia a la capacidad de una empresa que se desempeña en el área turística a cumplir y superar las expectativas de los clientes en términos de servicio, comodidad, seguridad y satisfacción, con el objetivo de brindar una experiencia positiva y memorable a los turistas durante su estadía en el destino turístico. La calidad percibida por los viajeros determina la calidad de los servicios turísticos de una empresa. (Gronroos, 1984).

La calidad de servicio turístico se ha convertido en una parte esencial de la Industria Turística. Incluso para que las diferentes empresas triunfen y sean elegidas por los viajeros deben tener los mejores servicios. A diferencia de un producto tangible, un servicio turístico presenta un mayor número de características. A mayor cantidad de parámetros de calidad en el servicio turístico, hay mayor riesgo de insatisfacción. Son varios los servicios que adquiere un viajero que desea conocer un destino turístico. (Torrez Perez, 1997).

Proporcionar un servicio de alta calidad es cada vez más reconocido como un factor crítico en el éxito de las empresas en el sector de viajes y la industria del turismo. Sin embargo, hasta la fecha gran parte de la atención prestada a la calidad del servicio en el turismo se ha centrado en

aspectos prácticos, cuestiones relativas a la mejor manera de ofrecer una alta calidad de servicio. (Gavin .R. & Brent Ritchie, 1991).

Al tener servicios turísticos de calidad en un destino turístico, el mismo genera mayor cantidad de empleos e ingresos económicos. Según el glosario de la ONU Turismo, la calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural. (*ONU Turismo*, s. f.)

La excelencia en el servicio turístico, caracterizada por su capacidad para cumplir y superar las expectativas de los clientes, se rige como un componente esencial para proporcionar experiencias positivas y memorables a los turistas extranjeros durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) en La Paz, 2023. La calidad percibida no solo influye en la reputación de los prestadores turísticos, sino que también tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente. A través del riguroso análisis del modelo SERVQUAL, se revela como un factor determinante en el éxito y desarrollo sostenible del turismo en la ciudad de La Paz.

2.3. Gestión de la Calidad Turística

La gestión de la calidad turística dentro de la industria del Turismo se enfoca en la mejora continua de los servicios y experiencias ofrecidos a los turistas. La gestión de la calidad turística se refiere a un conjunto de prácticas y procesos diseñados para asegurar que los destinos turísticos, las empresas y los servicios relacionados con el turismo cumplan con estándares de calidad predefinidos y proporcionen experiencias satisfactorias a los visitantes.

Un enfoque utilizado para la mejora de la gestión de calidad en el ámbito turístico es el ISO 9001-2015. Actualmente, el nivel de exigencia del turista con respecto a la calidad de los servicios que comercializan las empresas, obliga a tener una estructuración del trabajo que permita que todas las variables que intervienen en los distintos procesos estén controladas de forma que el resultado que obtenga sea, no solo prescindible, sino siempre el mismo. Un sistema de calidad permite a cada trabajador de una empresa saber que se espera de su trabajo, como realizar sus tareas y cuando hacer su trabajo, permite obtener un resultado predecible, por tanto, controlable. (Azor, 2017).

La gestión de la calidad turística en la industria del turismo se centra en la mejora continua de los servicios y experiencias para los turistas, asegurando que los destinos, empresas y servicios cumplan con estándares predefinidos. En este contexto, la presente investigación sobre la calidad de los servicios prestados para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) en La Paz, 2023, a través del modelo SERVQUAL, se alinea con la importancia de proporcionar experiencias consistentes y satisfactorias. La implementación de un sistema de calidad no solo

asegura la uniformidad en los procesos, sino que también permite a los trabajadores comprender sus roles y responsabilidades, logrando resultados predecibles y controlables, elementos esenciales para cumplir con las expectativas de los turistas extranjeros durante el evento.

2.4. Medición de la Calidad Turística.

La medición de la calidad turística es un tema importante en la gestión y promoción del turismo. Para contar con destinos turísticos de calidad, algunos investigadores proponen modelos y escalas de medición para evaluar la calidad del servicio prestado por los destinos turísticos ,entre los que mencionan se encuentran el modelo Servqual , Servperf y otros modelos de escalas y medición que fueron diseñados en diferentes destinos turísticos (Vajčnerová et al., 2014).

A partir de Servqual y Servperf se han realizado investigaciones para evaluar la calidad del servicio en destinos turísticos. La noción de calidad del servicio en el destino es parte del concepto de calidad del servicio en los estudios de marketing.(Tosun et al., 2007).

La medición de la calidad de un destino debería centrarse en identificar las dimensiones que más afectan la percepción global de la calidad del cliente. Dichas dimensiones están compuestas por un conjunto de atributos y, en todo caso, existen diferencias entre los diferentes autores en cuanto a su agrupación o escala por aplicar, destacándose como punto de partida las escalas Servqual y Servperf, aunque también se han desarrollado otras escalas.(Otero Cordones, 2003).

Se presentan diferentes modelos y escalas de medición que van siendo desarrollados en diferentes regiones, adecuando el modelo a distintas necesidades y enfocándose en diferentes dimensiones. Otros modelos y escalas de medición como Holsat que fue desarrollado para evaluar la satisfacción de los turistas durante las vacaciones en la popular zona turística de Varadero, Cuba (Tribe & Snaith, 1998).

Elaboraron una escala propia para evaluar la calidad del servicio en el destino turístico de Mallorca, España, determinando cuatro dimensiones de atractivo del destino: atracciones para los turistas, servicios e instalaciones, disponibilidad de lengua inglesa y servicios en el aeropuerto del destino. (Kozak & Rimmington, 2000).

Son varios artículos científicos que mencionan modelos y escalas de medición diferentes al Servqual y Servperf que fueron utilizando para la determinar la calidad de un servicio turístico.

Hoy en día la medición de la calidad turística es esencial en la gestión y promoción del turismo, diversos modelos y escalas, han sido propuestos para evaluar el servicio prestado por destinos turísticos. La presente investigación sobre la calidad de los servicios para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) en La Paz, 2023, se enmarca en este contexto, buscando evaluar y mejorar la calidad del servicio turístico para eventos específicos, a través del modelo Servqual.

2.5. Modelo Servqual

El modelo Servqual es una herramienta bastante utilizada para evaluar la calidad del servicio en empresas. Fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en la década de 1980 y ha sido revisado y adaptado en varias ocasiones.

La calidad es conceptualizada en la literatura sobre servicios y medido por el modelo Servqual, que es un instrumento para medir las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio. Servqual es un instrumento genérico con buena confiabilidad, validez y amplia aplicabilidad en diferentes empresas. Se ha ido refinando y reevaluado. La escala Servqual se puede utilizar para evaluar la calidad del servicio, siempre que los usuarios potenciales conozcan la naturaleza, el alcance y las limitaciones del instrumento. (A. P. Parasuraman et al., 1988).

Figura 3

Cinco dimensiones de la Calidad enfocada a la satisfacción del cliente.



Nota: Adaptado del libro de (A. P. Parasuraman et al., 1988, p. 23) Esta figura muestra las 5 dimensiones de calidad ,con relación a las expectativas y percepciones .

Tabla 14

Dimensiones del Modelo SERVQUAL

Tangible	Instalaciones físicas, equipos y apariencia del personal.
Fiabilidad	Capacidad para realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa.
Capacidad de respuesta	Voluntad de ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido.
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.
Empatía	Empatía, cuidado, atención individualizada que la película brinda a sus clientes.

Nota: Adaptado del libro de (A. P. Parasuraman et al., 1988, p. 23). Esta tabla muestra las cinco dimensiones del Modelo SERVQUAL y su característica.

2.5.1. Aspectos Tangibles

Los aspectos tangibles hacen referencia a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Para la aplicación del Modelo Servqual se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- La empresa de servicios está equipada con tecnología de última generación.
- Las instalaciones físicas de la empresa son estéticamente agradables y atractivas.

- El personal de la empresa exhibe una apariencia pulcra y profesional.
- Los materiales impresos, como folletos y estados de cuenta, presentan un diseño visualmente atractivo.(A. P. Parasuraman et al., 1988)

En nuestra investigación los aspectos tangibles ofrecidos por los prestadores turísticos para la Conferencia latinoamericana de Informática (CLEI)2023, desempeñan un rol importante. La atención minuciosa a estos aspectos concretos se convierte en un factor diferenciador para garantizar que la estancia de los turistas extranjeros no solo cumpla, sino que supere sus expectativas.

2.5.2. Confiabilidad

La Confiabilidad hace referencia a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

Para la aplicación del Modelo Servqual se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- La empresa de servicios cumple rigurosamente con los plazos establecidos en el servicio ofrecido.
- Frente a cualquier inconveniente reportado por un cliente, la empresa demuestra un genuino interés y compromiso en encontrar una solución efectiva.
- La ejecución del servicio por parte de la empresa es impecable desde el primer intento.
- La empresa cumple con la finalización de sus servicios dentro del tiempo acordado.

- La empresa de servicios hace hincapié en mantener registros precisos y libres de errores como parte integral de sus prácticas operativas.(A. P. Parasuraman et al., 1988)

En nuestra investigación la confiabilidad ofrecida por parte de los prestadores turísticos para la Conferencia latinoamericana de Informática (CLEI) 2023, es esencial para garantizar un servicio sin contratiempos y satisfactoria para los turistas extranjeros.

2.5.3. Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta hace referencia a la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionarle el servicio.

Para la aplicación del Modelo Servqual se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Los empleados, como parte fundamental de la cadena de comunicación, informan de manera proactiva a los clientes acerca del tiempo estimado de cada servicio contratado.
- La celeridad en la prestación de servicios constituye una característica distintiva de los colaboradores de la empresa, quienes se esfuerzan constantemente por proporcionar un servicio rápido y eficiente a sus clientes.
- La disposición y proactividad de los empleados de la empresa de servicios son evidentes, ya que siempre se encuentran listos para asistir y apoyar a sus clientes en cualquier situación.(A. P. Parasuraman et al., 1988)

En nuestra investigación la capacidad de respuesta ofrecida por parte de los prestadores turísticos para la Conferencia latinoamericana de Informática (CLEI) 2023, no solo se presenta como un factor relevante, sino que constituye un elemento crucial. La celeridad, eficiencia y la habilidad para adaptarse y responder de manera ágil a las consultas, solicitudes y posibles imprevistos influye directamente en la satisfacción de los turistas extranjeros.

2.5.4. Seguridad

La seguridad hace referencia al conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

Para la aplicación del Modelo Servqual se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios refleja la confianza que se transmite a los clientes.
- Los clientes experimentan seguridad durante sus transacciones con la empresa de servicios.
- La amabilidad constante de los empleados hacia los clientes contribuye a fortalecer la percepción positiva de la empresa.
- Los empleados poseen conocimientos suficientes para abordar y responder de manera eficaz a las preguntas planteadas por los clientes.(A. P. Parasuraman et al., 1988).

En nuestra investigación la seguridad por parte de los prestadores turísticos para la Conferencia latinoamericana de Informática (CLEI) 2023, se convierte en un elemento primordial que involucra garantizar un entorno seguro y confiable para los turistas extranjeros.

2.5.5. Empatía

La seguridad hace referencia a la atención individualizada que ofrecen las empresas a los clientes.

Para la aplicación del Modelo Servqual se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- La empresa de servicio brinda a sus clientes una atención personalizada
- La empresa de servicio se caracteriza por tener horarios de trabajo convenientes para satisfacer las necesidades de todos sus clientes.
- La empresa cuenta con un equipo de empleados comprometidos en proporcionar un trato personalizado, demostrando un constante interés en salvaguardar los mejores intereses de sus clientes.
- La empresa de servicio se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.
- La empresa de servicio comprende de las necesidades específicas de sus clientes, lo que contribuye a fortalecer la calidad de su servicio

Las cinco dimensiones del modelo Servqual se desglosan de acuerdo a la investigación del autor. (A. P. Parasuraman et al., 1988).

En nuestra investigación la empatía por parte de los prestadores turísticos para la Conferencia latinoamericana de Informática (CLEI) 2023, juega un papel importante, ya que no solo se trata de cumplir con las expectativas logísticas, sino de crear un espacio en el que se sientan comprendidos y apoyados para garantizar la comodidad y bienestar de los turistas extranjeros.

2.6. Aplicación del modelo Servqual.

La escala SERVQUAL, consta de 22 pares de preguntas repartidas en dos partes, una para medir las expectativas y otra para medir las percepciones. La escala de medición que usualmente se utiliza para otorgar puntuación a las respuestas es la escala Likert (1 “muy en desacuerdo” hasta 7 “muy de acuerdo”). Sin embargo, existen investigadores que tienden a adaptar el modelo según al servicio que pretenden medir y por lo tanto pueden optar por usar otras escalas además de la Likert o de adaptar la puntuación del 1 al 5, o del 1 al 10, de acuerdo a cada investigación. (Michelle, 2011).

La etapa de medición de la satisfacción de los clientes y de la determinación de la calidad comienza por la elaboración de dos cuestionarios que se realizan en dos momentos diferentes, antes y después de consumir el servicio. El primer cuestionario se encarga de medir el servicio que se espera recibir (las expectativas) y el segundo cuestionario mide el servicio recibido (percepciones). El modelo SERVQUAL, en su fase de medición puede ser Ponderado o No Ponderado.

“ a) Cálculo de la puntuación SERVQUAL (la puntuación de la percepción menos la puntuación de la expectativa) para cada variable y para cada cliente.

b) A continuación se calcula, para cada cliente, la puntuación SERVQUAL que concede de media a cada una de las dimensiones. Es decir, se suman las puntuaciones SERVQUAL obtenidas para cada dimensión y se divide el total entre el número de variables correspondientes a cada dimensión. Nótese que estos dos pasos coinciden con los dos primeros del modelo no ponderado.

c) Para cada cliente, se multiplica la valoración media obtenida para cada dimensión por el peso que éste le ha asignado a cada una de las dimensiones. La asignación de estos pesos puede extraerse de la propia encuesta realizada al cliente, según se ha explicado anteriormente. Es preciso aclarar que, al hacer esta multiplicación, los pesos deben estar expresados en tanto por uno.

d) Para cada cliente, se suma la puntuación SERVQUAL ponderada obtenida en el paso anterior para las cinco dimensiones. En definitiva, dado un cliente, los pasos c y d equivalen a hacer una media ponderada de las puntuaciones SERVQUAL de cada dimensión.

e) Para finalizar, tomando ahora los cuestionarios rellenos por todos los clientes, se realiza el promedio de las puntuaciones SERVQUAL calculadas según se define en el paso anterior. Es decir, se suman dichas puntuaciones ponderadas para todos los N clientes de la muestra y se divide el total entre el número” (Alonso Almeida et al., 2006).

El modelo No Ponderado realiza la medición de los 22 ítems del SERVQUAL, sin la ponderación de las 5 dimensiones, es decir, las dimensiones tendrán el mismo valor e importancia.

“a) Cálculo de la puntuación SERVQUAL para cada variable y cada cliente encuestado.

Se realiza restando a la puntuación de la percepción al de la expectativa, es decir:

Puntuación SERVQUAL = Puntuación de la percepción - Puntuación de la expectativa.

b) Cálculo de la puntuación media que cada cliente, de forma individual, otorga a cada una de las dimensiones. Para ello, dado un cliente determinado y una dimensión en concreto, se suman las puntuaciones SERVQUAL obtenidas para cada variable de la dimensión en cuestión y se divide entre el número de variables de la misma.

c) Obtención de la puntuación promedio que todos los clientes entrevistados otorgan a cada una de las dimensiones. En este paso, dada una dimensión, se suman las puntuaciones obtenidas en el paso anterior para los N clientes de la muestra y se divide entre el número de clientes, N.

d) Para obtener la valoración global de la calidad del servicio, se suman los valores medios de cada dimensión obtenida en el punto anterior y se divide entre el número de dimensiones.” (Alonso Almeida et al., 2006).

De los resultados obtenidos la realizar estos pasos se podrá determinar cómo perciben los clientes la empresa y el nivel de satisfacción de los mismos. De la comparación entre las expectativas y percepciones se pueden determinar diferentes reacciones de los clientes:

- Que las expectativas sean mayores que las percepciones: entonces se alcanzan niveles bajos de calidad, por lo que significa clientes insatisfechos.
- Que las expectativas sean menores que las percepciones: los clientes alcanzan niveles de calidad altos, lo que significa clientes satisfechos y fidelizados.
- Que las expectativas igualen a las percepciones: entonces los niveles de calidad son modestos. Lo que significa que existen clientes satisfechos, pero es posible que no exista fidelización. Los autores de este modelo señalan que cuando existe mucha diferencia y distancia entre las percepciones y expectativas es porque existe alguna falla o deficiencia interna. (Michelle, 2011).

Las brechas de servicio, también conocidas como "gaps", son conceptos utilizados en el ámbito de la gestión de la calidad y el marketing para identificar las diferencias entre las expectativas de los clientes y la percepción que tienen de un servicio y la realidad de la prestación del servicio. Son utilizadas en base a los resultados del Modelo Servqual.

- G1: Diferencia entre las expectativas respecto al servicio y lo que la dirección de la empresa percibe que desean los clientes. Se presenta cuando los directivos de una empresa suponen conocer todo lo que sus clientes esperan de la empresa. Pero lo más

importante es tratar de conocer las preferencias del cliente, para esto se utilizan modelos como el SERVQUAL, ya que ellos podrán percibir lo que los clientes esperan.

- G2: Diferencia entre la percepción que la dirección tiene de las expectativas de los clientes y las especificaciones y normas de calidad que la empresa determina se deben brindar para satisfacer las expectativas. Esta deficiencia se da cuando la dirección o las máximas autoridades de la empresa, no determina o no comunican bien los objetivos y las especificaciones de calidad en la empresa. Para solucionar este problema será necesario que la dirección tenga una buena planificación de la empresa, con una clara dirección, objetivos y plazos para alcanzar los mismos.
- G3: Diferencia entre las especificaciones y normas del servicio y la mala prestación del servicio por parte del personal de atención. La principal causa de esta deficiencia es el mal manejo o gestión de los recursos humanos en la empresa. Aspectos que contribuyen a esta situación: una mala definición de los puestos de trabajo; ambigüedad y una indeterminación de las responsabilidades; conflictos funcionales; desajustes entre los empleados y sus funciones; descoordinación entre los empleados, la tecnología y las funciones; el hecho de no relacionar el sistema de recompensas y supervisión con una prestación de la calidad que puede llevar al empleado al incumplimiento, intencionado o no, de los estándares; ausencia y control percibida por parte de los empleados y ausencia de sentido de trabajo en equipo.
- G4: Diferencia entre las expectativas del cliente y el servicio real que brinda de la empresa. En este caso generalmente se produce esta deficiencia cuando al cliente se le

promete más de lo que en realidad se le puede dar. Es en ese momento donde el departamento de marketing juega un papel muy importante, pues éste no debe excederse en publicidad y propaganda más allá de la realidad de la empresa.

- G5: Diferencia entre las expectativas y percepciones de los consumidores respecto al servicio. El quinto Gap es una fusión de los anteriores gaps, si cualquiera de los otros gaps aumenta, éste también lo hace. (Colmenares Delgado & Saavedra Torres, 2007).

2.7. Otros Modelos de medición de la calidad.

2.7.1. Modelo de Calidad Percibida de Grönroos

En 1984, Christian Grönroos, un destacado pionero en la Escuela Nórdica de Marketing y la gestión de servicios, presentó un modelo que aborda la calidad del servicio a través de tres componentes clave:

- La calidad técnica: se refiere a "qué" representa el servicio que los usuarios reciben como resultado de su compra. Según Grönroos, este aspecto de la calidad es objetivo en su naturaleza.
- La calidad funcional se relaciona con el "cómo" los usuarios experimentan y reciben el servicio, vinculándose a la forma en que el personal del establecimiento presta el servicio a los usuarios.
- La imagen corporativa representa cómo los usuarios perciben la empresa a través del servicio que ofrece. Esta percepción afecta su evaluación de la calidad del servicio y está

influenciada por la experiencia previa del usuario y la comunicación recibida. Esta dimensión actúa como un filtro para las dimensiones anteriores. (Torrez & Vásquez, 2018, p. 63).

Grönroos enfatiza que la evaluación de la calidad técnica es más objetiva que la calidad funcional. Sugiere que los niveles aceptables se alcanzan cuando la calidad percibida satisface las expectativas del usuario. Esto se ve influenciado por el resultado del servicio, la forma en que se entrega y la imagen corporativa de la organización que lo proporciona y en cuanto a la definición de calidad, Grönroos destaca que es el resultado de una evaluación en la que el usuario compara sus expectativas con la percepción del servicio recibido. Hace hincapié en la importancia del usuario y señala que la calidad no se determina únicamente por la calidad técnica y funcional, sino también por la diferencia entre las expectativas y la experiencia real, conocida como des confirmación. Una evaluación satisfactoria de la calidad percibida se logra cuando la experiencia cumple con las expectativas del usuario, es decir, cuando lo satisface. Un exceso de expectativas puede generar problemas en la evaluación de la calidad del servicio. (Torrez & Vásquez, 2018, p. 63).

2.7.2. Modelo HOTELQUAL

El Modelo HOTELQUAL surgió en 1999 como una alternativa para medir la calidad de los servicios en establecimientos de alojamiento. Este modelo se basa en el SERVQUAL y fue desarrollado por los siguientes autores: Carlos Falces Delgado, Benjamín Sierra Díez, Alberto Becerra Grande y Pablo Briñol Turnes. El objetivo principal de su investigación era crear una

escala que evaluara la calidad percibida por los clientes en el contexto español en el ámbito de los servicios de alojamiento. Esta escala se desarrolló tomando como punto de partida el SERVQUAL y teniendo en cuenta las limitaciones identificadas en investigaciones previas. En particular, los autores se centraron en definir las dimensiones de calidad específicas para el sector de alojamiento y utilizaron un enfoque de medición que se basó exclusivamente en las percepciones de los clientes respecto al nivel de servicio proporcionado. (Falces Delgado et al., 1999, p. 101).

En la investigación realizada para proponer el Modelo HOTELQUAL, se evidenció que, a partir de las 5 dimensiones del Modelo SERVQUAL y sus 22 preguntas originales, se propone un modelo alternativo que consta de 20 preguntas distribuidas en torno a 3 factores clave en la medición de la calidad: Evaluación del Personal, Evaluación de las Instalaciones y Evaluación del Funcionamiento y Organización del Servicio. (Falces Delgado et al., 1999, p. 106).

Tabla 15

Correlaciones entre las tres dimensiones de calidad encontradas entre los factores de la escala HOTELQUAL

Correlaciones entre las tres dimensiones de calidad encontradas entre los factores de la escla HOTELQUAL			
Factor	Personal	Instalaciones	Organización
Personal	1,000		
Instalaciones	,478	1,000	
Organización	-,743	-,567	1,000

Nota: Adaptado del libro Hotelqual una escala para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento de (Falces Delgado et al., 1999, p. 106) Esta figura muestra las correlaciones entre las tres dimensiones de calidad.

2.7.3. Modelo SERVPERF

El Modelo SERVPERF, propuesto por Cronin y Taylor en 1994, se fundamenta en el Modelo SERVQUAL con sus 5 dimensiones. A diferencia del modelo SERVQUAL, el SERVPERF se aplica una sola vez, después de completar la compra. La principal distinción radica en que el SERVPERF se centra únicamente en evaluar las percepciones del servicio, en contraposición al SERVQUAL, que compara expectativas con percepciones. Esta diferencia simplifica considerablemente el proceso de operacionalización del modelo. El instrumento utiliza una escala de evaluación de 7 puntos que varía desde 1 (poco importante) hasta 7 (muy importante), sin etiquetas en los puntos intermedios del 2 al 6. (Duque Oliva & Canas Baquero, 2014).

El primer paso en la aplicación del instrumento es su traducción al español. Es fundamental señalar que esta traducción se realizó de manera adecuada, reconociendo que la complejidad y la diversidad de las empresas podrían necesitar adaptaciones en el instrumento según sea conveniente. Para llevar a cabo esta tarea, se contó con la experiencia del profesor Jair Duque, cuya contribución fue esencial en la creación de la versión que se presenta en la tabla 5. (Duque Oliva & Canas Baquero, 2014).

Tabla 16*Propuesta de Traducción Modelo SERVPERF*

Ítem	Versión original en inglés	Versión propuesta en español
1	<i>Up-to-date equipment</i>	Equipos actualizados o de última tecnología
2	<i>Physical facilities that are visually appealing</i>	Los aspectos físicos (local, página web, etc.) son atractivos visualmente
3	<i>Employees that are well dressed and appear neat</i>	Los empleados están bien presentados y organizados
4	<i>Physical facilities that appear to be in keeping with the type of service provided</i>	Los aspectos físicos (local, página web, etc.) corresponden al servicio prestado
5	<i>When something is promised by a certain time, doing it</i>	Cuando le prometen algo en un tiempo determinado, se lo cumplen
6	<i>When there is a problem, being sympathetic and reassuring</i>	Cuando existe un problema, son consecuentes y ayudan a su solución
7	<i>Dependability</i>	Existe confianza
8	<i>Providing service by the time promised</i>	Entregan el servicio en el tiempo prometido
9	<i>Accurate record keeping</i>	Mantienen archivos con información precisa
10	<i>Telling the customer exactly when the service will be performed</i>	Le dicen al cliente exactamente cuándo le prestarán el servicio
11	<i>Receiving prompt service</i>	El servicio recibido es rápido
12	<i>Employees who are always willing to help costumers</i>	Los empleados están siempre dispuestos a ayudar al cliente
13	<i>Employees who are not too busy to respond to customer request promptly</i>	Los empleados no están "muy ocupados" para responder a los requerimientos del cliente de manera rápida
14	<i>Employees who are trustworthy</i>	Los empleados son dignos de confianza
15	<i>The feeling that you are safe when conducting transactions with the firm's employees</i>	Me siento seguro al realizar transacciones con los empleados de esta empresa
16	<i>Employees who are polite</i>	Los empleados son amables
17	<i>Adequate support from the firm so employees can do their job well</i>	La empresa apoya bien a sus empleados, luego estos pueden hacer bien su trabajo
18	<i>Individual attention</i>	Hay atención individual
19	<i>Employees who give you personal attention</i>	Los empleados dan una atención personalizada
20	<i>Employees who know what your needs are</i>	Los empleados conocen cuáles son mis necesidades
21	<i>A firm which has your best interests at heart</i>	La empresa se preocupa de corazón por mis intereses
22	<i>Convenient operating hours</i>	Hay horas de atención al público adecuadas

Nota: Adaptado del libro Validación del modelo SERVPERF en el ámbito de internet de (Duque Oliva & Canas Baquero, 2014). Esta figura muestra la traducción del modelo Servperf al idioma español.

2.7.4. El modelo jerárquico multidimensional de Brady y Cronin

Brady y Cronin se apoyan en las percepciones de los usuarios como base para evaluar el desempeño del servicio en múltiples niveles. Finalmente, combinan estas percepciones para llegar a una visión global de la calidad del servicio. A través de su investigación, que incluye tanto aspectos cualitativos como empíricos, demuestran cómo la calidad del servicio se presenta como una estructura de tercer orden, en la que la percepción se desglosa en dimensiones y estas a su vez en subdimensiones, es así que el modelo desarrollado en 2001 propone tres dimensiones principales: calidad de la interacción, ambiente físico y calidad de los resultados. Este enfoque se posiciona como una opción válida y confiable para medir la calidad del servicio en una variedad de contextos. (Torrez & Vásquez, 2018, p. 66).

Figura 4

El modelo jerárquico multidimensional de Brady y Cronin



Nota: Adaptado del artículo científico Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis. (Duque Oliva & Canas Baquero, 2014, p. 66) (Duque Oliva & Canas Baquero, 2014, p. 66). Esta figura muestra el modelo multidimensional Jerárquico de Calidad de Servicios.

2.8. Cuadro comparativo entre los modelos de medición de la Calidad.

Tabla 17

Comparación entre los modelos de medición de la calidad

Modelo de Medición	Autores	Año	Dimensiones o Factores de medición
SERVQUAL	Parasuraman	1988	Aspectos Tangibles Confiabilidad Capacidad de respuesta Empatía Seguridad
Modelo de Calidad Percibida de Grönroos	Christian Grönroos	1984	La calidad técnica La calidad funcional Imagen Corporativa
Modelo HOTELQUAL	Carlos Falces Delgado Benjamín Sierra Díez Alberto Becerra Grande	1999	Personal Instalaciones Organización

	Pablo Briñol Turnes		Aspectos Tangibles Confiabilidad
Modelo SERVPERF	Cronin y Taylor	1994	Capacidad de respuesta Empatía Seguridad
El modelo jerárquico multidimensional de Brady y Cronin	Brady y Cronin	2001	Calidad de las interacciones Calidad del Resultado Ambiente Físico

Nota: Esta tabla muestra los modelos de Calidad de Servicios, los autores, el año y la dimensión o factores de medición.

3. Definición Conceptual de Términos Importantes.

3.1. Turismo

Para nuestra investigación es importante conocer los siguientes términos, englobando a la actividad turística y a los servicios turísticos relacionado a la conferencia Latinoamérica de Informática (CLEI), 2023.

El turismo es una actividad de mucha importancia en el mundo por la gran movilidad de recursos que genera. Este movimiento de capital económico y humano incide en los ámbitos político, económico, social, cultural, ambiental y tecnológico. Constituyendo un fenómeno el

cual transforma y modifica permanentemente las estructuras de la sociedad humana; puesto que no se fundamenta en la concepción del viaje únicamente.

Según la ONU Turismo: *“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”*(ONU Turismo, s. f.).

3.1.1. Turismo Educativo

El turismo educativo según la ONU Turismo cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros.(ONU Turismo, s. f.).

También Villavicencio menciona: “El siglo XX se caracterizará por la internacionalización creciente de los servicios de educación superior y, por consiguiente, del turismo académico en la medida en que se basa en la movilidad de un país hacia otro por razones académicas, científicas y culturales en su sentido más amplio”. (Calpa, 2013).

3.1.2. Turismo de Eventos

Los conceptos y definiciones acerca del turismo de eventos son complejas, por la utilización indistinta de diferentes términos para caracterizar la actividad del turismo de eventos. Esto tiene una repercusión al confundir términos entre los diferentes tipos de turismo:

“ Evento es un término genérico que designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes” (Maure Agüero, 2007).

3.1.2.1. Conferencias

Según la Real Academia Española, una conferencia es una reunión de representantes de una agrupación determinada, para tratar asuntos importantes de su competencia. Las conferencias son eventos organizados que reúnen a profesionales, expertos y académicos de un tema en específico y compartir conocimientos, experiencias y tendencias .(ASALE & RAE, s. f.).

3.1.3. Oferta Turística

Ésta se define como: Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos y servicio turísticos que contiene un destino turístico (Sancho et al., 1994).

Según la ONU Turismo, la oferta Turística comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los turistas, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística: Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas. Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas. (*ONU Turismo, s. f.*).

3.1.4. Prestadores de Servicios Turísticos

Para nuestra investigación, resulta esencial establecer una definición precisa tanto desde una perspectiva técnica como legal de los Prestadores de Servicios Turísticos. Es importante destacar que cada país tiene sus propios conceptos y definiciones conforme a su normativa relacionada con el sector turístico. En el caso de Bolivia, la ley vigente es la Nro. 292, conocida como la Ley General de Turismo "Bolivia Te Espera", promulgada el 25 de septiembre de 2012. En dicha ley, en su Artículo 6, que aborda las definiciones, se refiere a los prestadores de servicios turísticos de la siguiente manera:

“i) Prestadores de servicios turísticos: Son todas aquellas formas de organización económica comunitaria, pública y privada, referidas a servicios de hospedaje, intermediación, traslado, transporte, información, asistencia, guíaje, o cualquier otro

servicio conexo o complementario al turismo, que se encuentren debidamente registrados y autorizados.

En el marco de esta Ley se consideran prestadores de servicios turísticos a: Empresas operadoras de turismo receptivo, establecimientos de hospedaje turístico en todas sus modalidades y categorías, empresas de viaje y turismo en todas sus modalidades y categorías, empresas de transporte turístico exclusivo, empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales de turismo, guías de turismo, servicios gastronómicos turísticos y otros servicios afines que adquieren la categoría de servicios turísticos. Los aspectos inherentes a los prestadores de servicios turísticos se establecerán a través de reglamentación expresa.”. (Ley General de Turismo, «Bolivia te Espera», 2012).

Asimismo, el año 2015, mediante Decreto Supremo Nro. 2609, se aprueba el Reglamento General de la Ley Nro. 292, en el cual, define la clasificación de los prestadores de servicios turísticos en su Artículo 8:

- a) Establecimientos de Hospedaje Turístico.
- b) Empresas de Viajes y Turismo.
- c) Empresas de Transporte Turístico Exclusivo.
- d) Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo.
- e) Guías de Turismo.
- f) Servicios Gastronómicos Turísticos. (Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015).

3.1.4.1. Establecimientos de Hospedaje Turístico.

Según la legislación boliviana, específicamente la ley 292 lo define como:

“Son emprendimientos que comprenden un conjunto de bienes que cuentan con edificaciones construidas o adaptadas, destinadas a prestar servicios de alojamiento temporal y servicios complementarios mediante un contrato eventual o permanente mediante acuerdo expreso o tácito de hospedaje a cambio de una tarifa remunerada”. (Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015).

3.1.4.2. Empresas de Viajes y Turismo

“Empresas dedicadas a la prestación y/o intermediación de servicios turísticos organizados en el territorio nacional y viajes al extranjero”. (Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015).

3.1.4.3. Empresas de Transporte Turístico Exclusivo.

“Empresas que proporcionan servicios de transporte turístico programados no regulares. Estas proporcionarán servicios por vía aérea, terrestre, férrea, lacustre o fluvial”. (Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015).

3.1.4.4. Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias de Turismo.

“Las empresas organizadoras de congresos y ferias que por su dimensión o importancia promovieran o requirieran la oferta adicional de productos turísticos, deberán estar debidamente registradas como prestadores de servicios turísticos, a fin de poder ser incluidas en las políticas y estrategias de promoción y fomento turístico, en la medida que cumplan con los criterios y condiciones que para ellas la Autoridad Competente en Turismo hubiera definido”. (Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015).

3.1.4.5. Guías de Turismo.

“Son aquellas personas naturales cuya función principal es la de acompañar una prestación turística para informar sobre el destino turístico y el servicio contratado”. (Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015).

3.1.4.6. Servicios Gastronómicos Turísticos.

“Establecimientos dedicados a la prestación de servicios de alimentos y bebidas preparados en el mismo lugar, que difunden la cultura a través de la gastronomía, de la música, del baile y/o del entretenimiento con fines

turísticos”.(Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015).

3.1.5. Demanda Turística

Desde la década de 1950, ha habido un constante desarrollo en la industria de los viajes, principalmente impulsado por el aumento del bienestar económico y el incremento del tiempo libre y el ocio. La variable más significativa y ampliamente investigada por expertos y empresarios en el mercado turístico es la demanda turística.

El concepto de demanda está estrechamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que las personas llevan a cabo de manera constante al planificar sus actividades de ocio. Por lo tanto, su determinación depende de una variedad de factores que no se limitan únicamente a aspectos económicos, sino que también incluyen aspectos psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. La definición de demanda turística puede variar según los intereses del investigador. Por ejemplo, un economista se enfocará en la demanda desde la perspectiva del consumo, mientras que un psicólogo estará más interesado en el comportamiento y las motivaciones que impulsan dicha demanda, y así sucesivamente. (Sancho et al., 1994).

En términos normativos, en el artículo 2 del Reglamento General de la Ley 292, Bolivia te Espera, indica que la demanda turística:

“Está constituida por aspectos relacionados a las tendencias, intereses y requerimientos de turistas nacionales y extranjeros que pretenden realizar una actividad turística”.

Para llevar a cabo nuestra investigación, resulta fundamental considerar a la demanda turística como un componente integral del sistema turístico. Esta demanda se compone de individuos con expectativas y necesidades específicas que deben ser atendidas, y dicha responsabilidad recae en los proveedores de servicios turísticos. La comprensión y satisfacción de estas expectativas y necesidades por parte de los prestadores de servicios turísticos desempeñan un papel crucial en el éxito y la calidad de la experiencia turística.

3.2. La calidad

Para la investigación es necesario abordar conceptos clave de la calidad y su relación con la actividad turística. Existen diversos enfoques y autores para definir a la calidad, en este sentido, se muestra un cuadro extraído de un texto español que resume las definiciones más importantes de la calidad:

Tabla 18*Definiciones importantes de la Calidad*

Autores	Enfoque	Acento diferencial	Desarrollo
Platón	Excelencia	Calidad absoluta (producto)	Excelencia como superioridad absoluta, «lo mejor». Asimilación con el concepto de «lujo». Analogía con la calidad de diseño.
Shewhart Crosby	Técnico: conformidad con especificaciones	Calidad comprobada / controlada (procesos)	Establecer especificaciones. Medir la calidad por la proximidad real a los estándares. Énfasis en la calidad de conformidad. Cero defectos.
Deming, Taguchi	Estadístico: pérdidas mínimas para la sociedad, reduciendo la variabilidad y mejorando estándares	Calidad generada (producto y procesos)	La calidad es inseparable de la eficacia económica. Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste. La calidad exige disminuir la variabilidad de las características del producto alrededor de los estándares y su mejora permanente. Optimizar la calidad de diseño para mejorar la calidad de conformidad.
Feigenbaum Juran Ishikawa	Aptitud para el uso	Calidad planificada (sistema)	Traducir las necesidades de los clientes en las especificaciones. La calidad se mide por lograr la aptitud deseada por el cliente. Énfasis tanto en la calidad de diseño como de conformidad.
Parasuraman Berry Zeithaml	Satisfacción de las expectativas del cliente	Calidad satisfecha (servicio)	Alcanzar o superar las expectativas de los clientes. Énfasis en la calidad de servicio.
Evans (Procter & Gamble)	Calidad total	Calidad gestionada (empresa y su sistema de valor)	Calidad significa crear valor para los grupos de interés. Énfasis en la calidad en toda la cadena y el sistema de valor.

Nota: Adaptado del libro Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. (Camisón et al., 2006, p. 147). Esta tabla muestra varias definiciones sobre Calidad con sus respectivos autores.

3.2.1. Antecedentes de la Calidad

El movimiento en busca de la calidad es ahora genuinamente internacional. Originado en las dos primeras décadas del siglo XX en los Estados Unidos, se propagó a Japón en las décadas de los 40 y 50, para luego retornar en una forma mejorada a Occidente en la década de 1970. A partir de los años 80, se ha expandido por todo el mundo. Debido a esta globalización, cada nación tiene sus propias tradiciones en cuanto a calidad, que se suman a su idiosincrasia cultural. Por lo tanto, sin importar cuánto conocimiento uno posea, en la actualidad existen muchas más ideas y experiencias por descubrir en todo el planeta. Una perspectiva global de la calidad es especialmente importante para aquellos que trabajan en organizaciones ubicadas en diferentes países. Si usted es un director de calidad en una empresa multinacional estadounidense y se enfrenta a problemas de calidad en el suministro de piezas por parte de su subcontratista español, seguramente podrá gestionarlos de manera más efectiva y captar más la atención de los ejecutivos de su proveedor local si les proporciona referencias de programas de mejora exitosamente desarrollados por otros subcontratistas en Iberoamérica, así como por aquellos en Europa del Este, que aunque provienen de contextos culturales distintos, son potenciales proveedores sustitutos. (Camisón et al., 2006, p. 6).

3.2.2. El Servicio Turístico.

El servicio turístico se refiere a las actividades, instalaciones y experiencias que se proporcionan a los turistas durante su estadía en un destino turístico. Estos servicios están diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas, mejorando así su

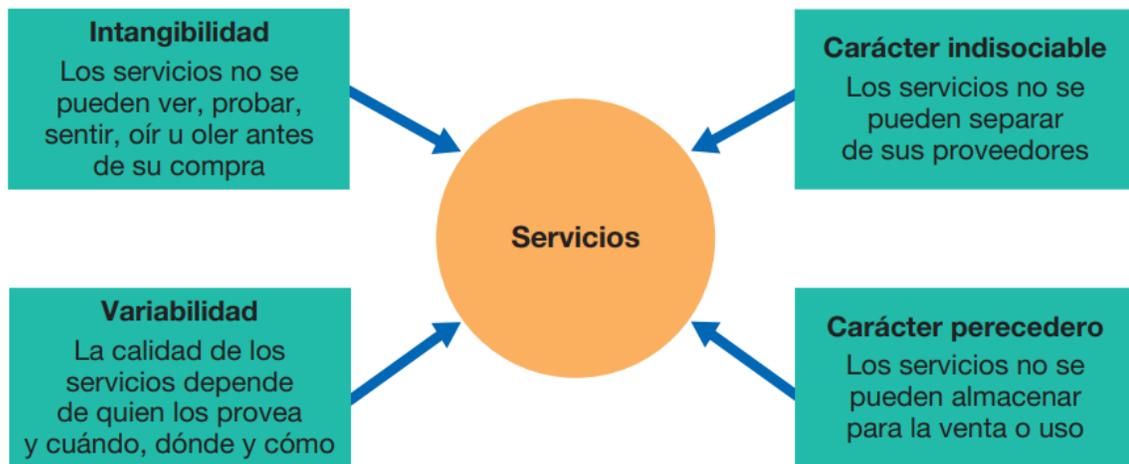
experiencia de viaje. Los servicios turísticos pueden incluir alojamiento, transporte, alimentación, visitas guiadas, actividades recreativas, entre otros. (Kotler et al., 2011).

3.2.2.1. Características de los servicios turísticos

Estas características son fundamentales para comprender la naturaleza de los servicios turísticos y cómo se diferencian de otros tipos de bienes y servicios. Los servicios turísticos se centran en cuatro características:

Figura 5

Características de los servicios turísticos.



Nota: Adaptado del libro Marketing Turístico de (Kotler et al., 2011, p. 43). La figura muestra la característica de los servicios turísticos, que son un componente esencial de la industria del turismo.

3.2.2.2. Etapas del Servicio Turístico

El servicio turístico es un proceso complejo que implica diversas etapas, desde la planificación del viaje hasta la satisfacción del turista y la experiencia vivida que puede llegar a recomendar.

- **Investigación y planificación del viaje:** En esta etapa, los turistas realizan investigaciones sobre posibles destinos, actividades, alojamiento y transporte. También determinan su presupuesto y duración del viaje.
- **Reserva y confirmación:** Los turistas realizan reservas de vuelos, alojamiento, actividades y otros servicios turísticos. Esto implica ponerse en contacto con proveedores de servicios turísticos y confirmar las reservas.
- **Preparación del viaje:** Los turistas preparan sus documentos de viaje, como pasaportes y visas, y hacen las maletas. También pueden investigar sobre el destino y aprender sobre su cultura y costumbres.
- **Llegada y recepción:** Los turistas llegan al destino y son recibidos por servicios de transporte terrestre o aéreo. En este punto, se verifica la documentación y se brinda información sobre el destino.
- **Alojamiento y estadía:** Los turistas se registran en sus alojamientos y comienzan su estadía. Durante esta etapa, pueden utilizar servicios adicionales, como comidas o actividades en el hotel.

- **Experiencias turísticas en el destino:** Los turistas participan en actividades turísticas, como recorridos, excursiones, visitas a museos y otras experiencias relacionadas con el destino.
- **Compras y gastronomía:** Los turistas pueden realizar compras de souvenirs y disfrutar de la gastronomía local, probando platos típicos y visitando restaurantes.
- **Regreso y despedida:** Llega el momento de regresar al lugar de origen. Los turistas se despiden del destino y pueden comprar recuerdos adicionales en el aeropuerto o estación de tren antes de partir.
- **Evaluación y retroalimentación:** Después del viaje, los turistas pueden evaluar su experiencia y proporcionar retroalimentación a través de encuestas o reseñas en línea. Esto ayuda a mejorar la calidad de los servicios turísticos.
- **Recomendaciones y fidelización:** Los turistas satisfechos pueden recomendar el destino y los servicios turísticos a amigos y familiares. Esto contribuye a la fidelización de clientes y al crecimiento del turismo en el destino.(García, 2014; Mesa, 2016)

3.2.2.3. Servicio al Cliente en Turismo.

Hacer un seguimiento de la satisfacción del cliente. Es importante en el momento de prestar el servicio de atención al cliente.

El servicio de atención al cliente en la industria turística, es atención, la comunicación y asistencia que se brinda a los turistas antes, durante y después de su viaje. Este servicio es esencial para garantizar una experiencia satisfactoria y memorable para los visitantes y para

construir una reputación positiva para los destinos turísticos y las empresas relacionadas con el turismo. La información y comunicación son imprescindibles para el turismo, al tener un primer contacto se establece una comunicación ,donde dos personas se relacionan mediante el intercambio de información ,relacionada con el servicio turístico ofertado.(Carrasco Fernandez, 2023)

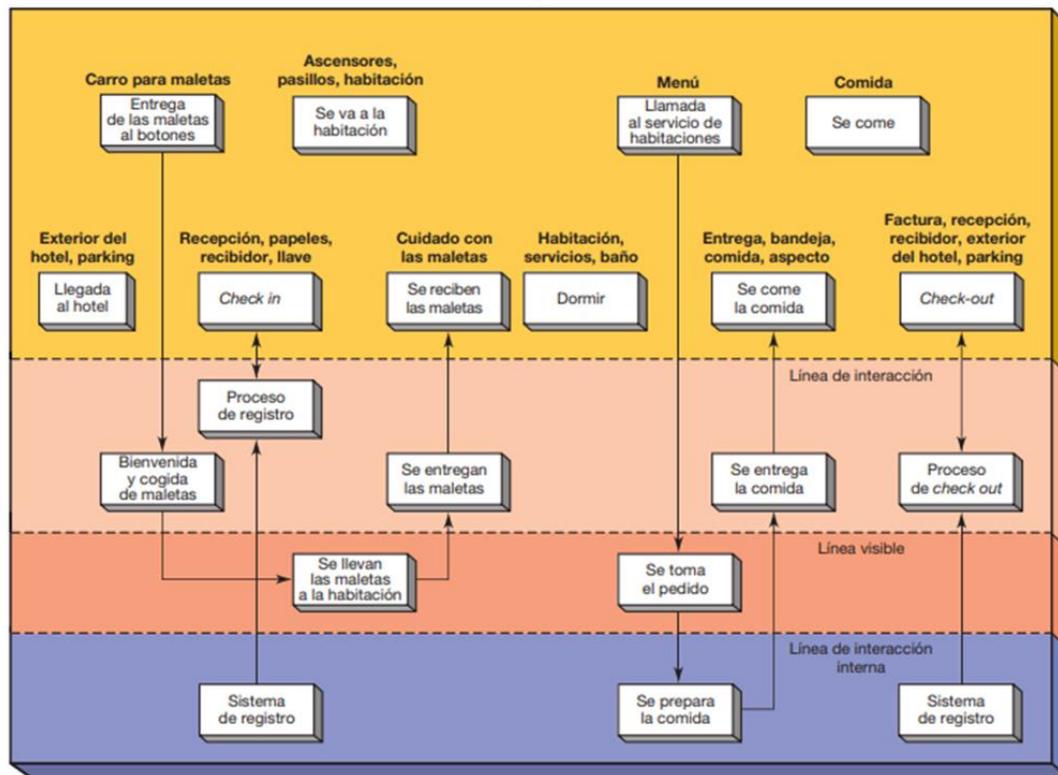
Algunos aspectos clave del servicio de atención al cliente en el turismo incluyen:

- **Información y Reservas:** Proporcionar información precisa y oportuna sobre destinos, actividades, alojamiento y opciones de transporte. Facilitar el proceso de reserva y pago.
- **Recepción y Acogida:** Brindar una cálida bienvenida a los turistas en su llegada al destino. Proporcionar orientación y mapas de la zona.
- **Asistencia Durante la Estadía:** Estar disponible para responder preguntas, ofrecer recomendaciones y solucionar problemas durante la estancia de los turistas. Esto puede incluir servicios de conserjería.
- **Gestión de Quejas y Reclamaciones:** Manejar de manera eficaz las quejas y reclamaciones de los clientes para resolver problemas y mejorar los servicios.
- **Seguridad y Emergencias:** Garantizar la seguridad de los turistas y proporcionar información sobre procedimientos de emergencia. (Hudson, 2013)

En el siguiente esquema se puede observar los procesos por el cual pasa un turista al momento de llegar al hotel.

Figura 6

Esquema de estancia de un hotel



Nota: Adaptado del libro Marketing Turístico de (Kotler et al., 2011, p. 47). La figura muestra los pasos que tiene un servicio y como están relacionados al momento de brindar un servicio.

3.2.3. La importancia de la Calidad en los servicios turísticos.

La importancia de la calidad en los servicios turísticos es fundamental en la industria del turismo por diferentes motivos:

- Desde la satisfacción del cliente, porque cada turista que visita un destino, tiene expectativas cuando viaja y espera recibir un servicio de calidad que pueda satisfacer sus necesidades. La calidad en los servicios turísticos garantiza que los clientes tengan una experiencia positiva y satisfactoria, lo que a su vez contribuye a la fidelización del cliente y a la generación de recomendaciones positivas para que más turistas puedan visitar el destino.
- En un mercado turístico competitivo, la calidad se convierte en un factor clave. Las empresas y destinos que ofrecen servicios de alta calidad tienen una ventaja competitiva sobre aquellos que no lo hacen, lo que les permite atraer a más turistas y aumentar sus ingresos.
- La calidad en los servicios turísticos contribuye a construir una buena imagen y reputación tanto para las empresas como para los destinos turísticos. Una reputación positiva atrae a más turistas y fortalece la marca a largo plazo. Es difícil establecer una buena imagen de un destino porque primero se debe trabajar en las empresas que ofrecen los servicios turísticos.
- Los turistas están dispuestos a pagar más por servicios de alta calidad. Por lo tanto, la calidad no solo atrae a más visitantes, sino que también permite a las empresas cobrar tarifas más altas, lo que puede aumentar significativamente los ingresos y aportar a la economía del país.
- La calidad en los servicios turísticos está estrechamente relacionada con el concepto de turismo sostenible. Ofrecer servicios de alta calidad no solo beneficia a los turistas, sino

también a las comunidades locales y al entorno natural al fomentar prácticas turísticas responsables y sostenibles que no afecten a largo plazo el destino turístico. Existen turistas que pagan por lugares donde estén conservados y ofrezcan servicios de calidad.

- En muchos destinos, existen regulaciones y estándares de calidad que las empresas turísticas deben cumplir para operar legalmente. El cumplimiento de estas regulaciones es esencial para garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas. Estas regulaciones van de la mano con las diferentes instituciones públicas que están encargadas de controlar y verificar que cumplan las regulaciones de acuerdo a servicio turístico que ofrecen.

La calidad en los servicios turísticos no solo es esencial para satisfacer las expectativas de los turistas, sino que también tiene un impacto significativo en la economía de la región.

3.2.4. La Satisfacción y Percepción del Consumidor

El nivel de satisfacción se basa en la discrepancia entre el valor percibido y las expectativas. Se identifican tres niveles de satisfacción: Si la percepción está por debajo de las expectativas, el cliente experimentará insatisfacción; cuando la percepción y las expectativas se igualan, el cliente considerará que la relación es equitativa; finalmente, si la percepción supera las expectativas del cliente, este estará satisfecho. Además, según Kotler (2006), la satisfacción del cliente se define como "el estado emocional de una persona que resulta de comparar el desempeño percibido de un producto o servicio con sus expectativas". También, Franco (2001) menciona que "la satisfacción del cliente es un proceso estándar. (Cayo & Arcaya, 2013, p. 35).

3.2.4.1. Necesidades

El término "necesidad" tiene diversos usos y significados. Puede definirse como la carencia de elementos esenciales para la supervivencia. Una necesidad surge cuando existe un impulso incontrolable que dirige los esfuerzos individuales en una dirección específica. Además, se utiliza en otros contextos para describir la ausencia de objetos o afectos de naturaleza emocional que son vitales para la subsistencia. Las necesidades son inherentes a todos los organismos vivos y se manifiestan como una sensación de carencia, ya sea en términos materiales, físicos o emocionales. Son un componente fundamental de la vida que impulsa a los seres vivos a buscar metas que les permitan satisfacer lo que consideran necesario. Por ejemplo, algunas necesidades incluyen descansar o pernoctar en un lugar, incluso si no es su hogar, lo cual puede lograrse a través de un alojamiento, o la necesidad de desplazarse de un lugar a otro, que requiere algún medio de transporte, ya sea público o privado.

Además, varios estudiosos han organizado las necesidades en jerarquías. Un ejemplo es Abraham Maslow, un psicólogo estadounidense, quien las clasificó en:

- Necesidades fisiológicas, que abarcan la alimentación, la hidratación, el vestuario y la vivienda.
- Necesidades de seguridad, relacionadas con la protección y el cuidado.
- Necesidades de pertenencia, que incluyen el afecto, la amistad y el amor.
- Necesidades de autoestima, vinculadas al prestigio, la independencia y los logros.

- Necesidades de autorrealización.

Desde la perspectiva del cliente, las necesidades implican las características funcionales de un servicio, como la calidad del mismo. En otras palabras, la prestación funcional se refiere a llenar un vacío o satisfacer una necesidad en función de la calidad. Estas necesidades pueden ser tanto implícitas u obligatorias, es decir, aquellas que se sobreentienden, como objetivas, que son las que el cliente busca activamente. Por ejemplo, en el servicio de transporte, la necesidad objetiva es el traslado, mientras que las necesidades implícitas pueden incluir el tipo de vehículo, la comodidad de los asientos y la competencia del conductor. (Tinco Alanoca, 2015).

3.2.4.2. Expectativas

Las expectativas de un turista ante un servicio turístico, se refieren a las creencias y anticipaciones que un viajero o turista tiene antes de experimentar un servicio específico durante su viaje. Estas expectativas se basan en la información previa, las recomendaciones de otras personas, la publicidad y las experiencias pasadas. El turista espera que el servicio cumpla con ciertos estándares de calidad y satisfacción de acuerdo a lo que ha percibido previamente.

Las expectativas de los turistas son un factor importante para los destinos turísticos y las actividades turísticas. Si el turista tiene bajas expectativas, es menos probable que vaya a un determinado destino o participe en una determinada actividad.(Verain, 2015).

Las imágenes influyen en las expectativas. Una imagen preconcebida favorable del destino o actividad tendrá un efecto positivo en la creencia de una persona sobre una experiencia futura en el destino o en el lugar. Este efecto positivo hará que el destino ocupe una posición favorable para el proceso de elección de la persona.(del Bosque & Martín, 2008)

3.2.4.3. Percepción

La percepción es biocultural porque, por un lado, depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados y, por otro lado, de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones. Las experiencias sensoriales se interpretan y adquieren significado moldeadas por pautas culturales e ideológicas específicas aprendidas desde la infancia. La selección y la organización de las sensaciones están orientadas a satisfacer las necesidades tanto individuales como colectivas de los seres humanos, mediante la búsqueda de estímulos útiles y de la exclusión de estímulos indeseables en función de la supervivencia y la convivencia social, a través de la capacidad para la producción del pensamiento simbólico, que se conforma a partir de estructuras culturales, ideológicas, sociales e históricas que orientan la manera como los grupos sociales se apropian del entorno(Melgarejo, 1994)

Las percepciones de un turista frente a un servicio turístico son las impresiones, opiniones y evaluaciones que un viajero forma en relación con la calidad, la satisfacción y la experiencia general que ha tenido al utilizar los servicios turísticos durante su viaje. Estas percepciones se

basan en las experiencias personales, las expectativas previas, las interacciones con el personal del servicio y otros factores que influyen en la percepción del turista sobre la oferta turística que tiene el destino turístico. Involucra estímulos físicos y sensaciones. Desde consumir un plato típico de comida hasta ser parte de una actividad de caminata.

Por lo tanto, las percepciones de los turistas frente a un servicio turístico no solo afectan la satisfacción del cliente, sino que también pueden influir en la reputación de los proveedores de servicios turísticos. Es fundamental que las empresas y destinos turísticos comprendan y gestionen estas percepciones para ofrecer experiencias memorables.

3.3. Normativas de Calidad en Turismo

Las normativas de calidad en el turismo pueden variar en cada país, pero una referencia reconocida a nivel internacional es la norma ISO 9001, que se utiliza para sistemas de gestión de calidad en diversas industrias, incluido el turismo.

3.3.1. Norma ISO 9001

La norma fue publicada por primera vez en 1987 ante la necesidad de tener un documento normativo para la gestión de la calidad en un alcance a nivel mundial. La normativa ha sufrido varias revisiones. La última versión corresponde a la norma ISO 9001:2015. (Azor, 2017).

En el siguiente cuadro se observa la evolución de la normativa.

Tabla 19

Resumen de las versiones de la ISO 9001

ISO	Característica
ISO 9001-1987	La norma se basó en la normativa británica BS 5750, dividiéndose en tres grupos de Gestión de calidad, diseño y desarrollo, producción y servicios e inspección final.
ISO 9001-1994	Se introdujo el término de “Aseguramiento de la calidad” que comenzó a ser considerado como estándar único.
ISO 9001-2000	Se centró en los procesos de gestión para facilitar la interpretación y aplicación para empresas y mejorara su desempeño.
ISO 9001-2008	Trajo algunos cambios menores para facilitar su implantación.
ISO 9001-2015	Esta versión tiene como objetivos alinearse con otras normas de sistema de gestión teniendo la estructura llamada de alto nivel para adaptarse a la existencia de servicios además del producto y potenciar el liderazgo y la planificación.

Nota: Adaptado de la revista científica Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en hostelería de (Azor, 2017, p. 22). La tabla muestra las versiones de la normativa ISO-9001.

La normativa ISO:9001-2015 tiene siete principios de calidad que pueden ser utilizados por alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño.

- **Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de los clientes, por tal motivo deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas.
- **Liderazgo:** Los líderes establecer la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente con el logro de los objetivos de la organización.
- **Participación del personal:** El personal es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- **Enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- **Mejora Continua:** La mejora continua del desempeño global 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 los datos y de la información.
- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (Azor, 2017).

En Bolivia, las normativas de calidad en turismo están reguladas principalmente por el Ministerio de Culturas y Turismo. Estas normativas están destinadas a garantizar la calidad y la

seguridad de los servicios turísticos ofrecidos en el país, así como a promover el desarrollo sostenible del turismo.

La ley general de turismo “Bolivia te Espera. “La presente Ley tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria, en el marco de las competencias exclusivas asignadas al nivel central del Estado por la Constitución Política del Estado.(Ley General de Turismo, «Bolivia te Espera», 2012)

Se tiene un reglamento de las empresas de viajes y turismo. El reglamento establece el marco normativo para el funcionamiento y supervisión de las Empresas de Viaje y Turismo en el territorio del Estado Plurinacional de Bolivia en el marco de lo establecido por la ley No 292 General de Turismo “Bolivia te Espera” y el Decreto supremo 2609.(Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, 2015)

Artículo 4.- (De las funciones de los Gobiernos Autónomo Departamentales con relación a las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos). - Corresponde a los Gobiernos Autónomos Departamentales en el marco de sus competencias lo siguiente:

- a. Realizar la inspección ocular de las instalaciones de los distintos Prestadores de Servicios Turísticos.

- b. Verificar que el personal de las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos cumpla con los requisitos de especialización y capacitación turística.
- c. Autorizar el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos que desarrollen actividades en el departamento, conforme al marco de sus competencias
- d. Verificar que las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos cumplan con los servicios y no realicen actividades implicadas a otras categorías de servicios turísticos.
- e. Verificar que las Empresas Extranjeras Prestadoras de Servicios Turísticos cumplan con los requisitos específicos indicados en el presente Reglamento.
- f. Fiscalizar el cumplimiento de la obligatoriedad de la póliza de cumplimiento de servicios, y que la misma se encuentre actualizada.
- g. Resolver los reclamos de turistas y/o Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos dentro del ámbito de aplicación administrativa correspondiente.
- h. Aplicar las sanciones a que hubiere lugar por infracciones reglamentarias.
- i. Proporcionar la capacitación permanente de los recursos humanos de las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos, en coordinación con los Departamentos, Municipios y el Viceministerio de Turismo.
- j. Ejercer discrecionalmente la función de inspección y supervisión de la aplicación por parte de las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos del presente Reglamento.
- k. Dirimir problemas existentes entre las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos cuando éstas hubieron decidido voluntariamente someterse a esa instancia y siempre que no hayan recurrido a una conciliación a nivel empresarial alguno.

1. Las demás funciones y atribuciones que le corresponden conforme a la legislación vigente.

Artículo 5.- (De la coordinación de los Gobiernos Autónomos Departamentales).- Los Gobiernos Autónomos Departamentales deberán coordinar sus acciones con el Viceministerio de Turismo, para lograr una mejor administración de los servicios de turismo (CANOTUR, s. f.).

4. Hipótesis de Investigación.

De acuerdo a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el nivel de Calidad del Servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del Modelo Servqual y sus 5 dimensiones?

Se determina una hipótesis nula y una alternativa donde: La hipótesis nula representa una afirmación que establece la ausencia de efecto o relación significativa de la variable. La hipótesis alternativa es la afirmación opuesta a la hipótesis nula.

Para la investigación, se plantea una hipótesis que engloba los cuatro servicios turísticos identificados: transporte, hospedaje, agencias de viaje y alimentación.

Hipótesis:

- H0 (Hipótesis nula): El nivel de Calidad del Servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023, evaluado a través del Modelo Servqual, es bajo en relación a las expectativas y percepciones de los turistas extranjeros.

$$H0:\mu_p-\mu_e<0$$

La hipótesis nula hace énfasis en que las expectativas de los turistas superan la realidad experimentada, lo que lleva a una percepción generalizada de insatisfacción.

- H1 (Hipótesis alterna): El nivel de Calidad del Servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023 evaluado a través del Modelo Servqual, es alto en relación a las expectativas y percepciones de los turistas extranjeros.

$$H1:\mu_p-\mu_e>0$$

La hipótesis alterna hace énfasis en que la realidad experimentada de los turistas supera las expectativas, lo que lleva a una percepción generalizada de satisfacción.

Investigaciones previas destacan que una experiencia positiva del cliente no solo satisface sus expectativas, sino que también contribuye a la fidelización y a la reputación positiva de los servicios turísticos. (A. Parasuraman et al., 1985).

5. Definición Conceptual y Operacional de las Variables.

Tabla 20

Unidad de análisis

Variable	Unidad de Análisis:
Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none">• Transporte• Hospedaje• Alimentación• Agencias de viaje

Nota: La tabla 9 muestra las unidades de análisis. Para nuestra investigación se identificó cuatro servicios turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI, 2023.

Tabla 21*Operacionalización de variables*

Variable	Unidad de análisis	Dimensiones	Sub-dimensiones	Ítems	Técnica
Calidad de servicio	Servicio de alimentación Servicio de transporte Servicio de hospedaje Servicios de Agencias de Viaje	Expectativas del turista extranjero. Percepciones del turista extranjero.	Aspectos Tangibles	1. Equipamiento 2. Instalaciones 3. Limpieza 4. Uniforme	Encuesta de 22 preguntas, en base a la escala de Likert de una puntuación del 1 al 5.
			Fiabilidad	1. Eficiencia 2. Interés sincero 3. Honestidad 4. Puntualidad 5. Credibilidad	
			Capacidad de respuesta	1. Capacidad resolutive 2. Agilidad 3. Vocación de servicio 4. Disponibilidad	
			Seguridad	1. Confianza 2. Confortabilidad 3. Cortesía 4. Profesionalidad 5. Responsabilidad	
			Empatía	1. Atención personalizada 2. Interés 3. Comprensión 4. Accesibilidad	

Nota: La tabla muestra las variables, dimensiones y sub dimensiones utilizadas en la investigación.

5.1. Calidad de Servicio

La calidad es lo que el consumidor dice que es, y la calidad de un producto o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es. (Ríos & Santomà Vicens, 2008)

Entonces, la calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, La Paz, 2023, se podrá referir al cumplimiento de las expectativas de los turistas extranjeros con la percepción del servicio en los centros de hospedaje, restaurantes, medios de transporte y agencias de viaje. Referido a las condiciones, trato y eficiencia en la atención, así como el servicio ofrecido.

CAPÍTULO 4. MARCO METODOLÓGICO

1. Tipo de Investigación.

Determinar el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos, y hasta la manera de cómo se analiza los datos recaudados es muy importante para la investigación. Que constituye un paso importante en la metodología, pues va a determinar el enfoque del mismo.

El tipo de investigación que se utiliza para esta investigación es descriptivo. Según Mario Tamayo la investigación descriptiva: Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo se conduce o funciona en el presente (Tamayo Tamayo, 1996)

La investigación descriptiva se enfoca en analizar y comprender la calidad de los servicios turísticos ofrecidos durante la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI. Este tipo de investigación se centra en la recopilación y análisis de datos que permitan una interpretación precisa de los hechos observados. Se busca evaluar la variable de calidad de manera independiente o conjunta relacionada con los servicios turísticos, con el objetivo de proporcionar una visión detallada y completa de esta realidad específica.

2. Diseño de Investigación.

El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal.

Es no experimental porque se trata de observar las características de los hechos, en los cuales no se interviene o manipula deliberadamente los fenómenos de estudio (Sampieri et al., 2004).

Los diseños de investigación de corte transversal 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. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Collado & Baptista Lucio, 1998).

El diseño de investigación implica la recopilación de datos en un único punto en el tiempo. Esta recopilación se llevará a cabo durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), durante la previa llegada de los turistas para conocer las expectativas y durante el evento para conocer las percepciones, empleando instrumentos específicos para la recolección de datos. Se utilizará este enfoque transversal para evaluar el nivel de calidad de los proveedores de servicios turísticos durante el evento mencionado.

3. Población y Muestra.

Según Tamayo y Tamayo, "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación". (Tamayo Tamayo, 1996)

Nuestro objetivo de investigación es: Evaluar el nivel de calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz,

2023, organizado por la Carrera de Informática de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la Universidad Mayor de San Andrés, a través del Modelo Servqual.

La selección de la muestra para este estudio se basa en un enfoque No Probabilístico, ya que no se dispone de datos precisos sobre la cantidad exacta de turistas extranjeros que participaron en la Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI-2023. Dada la naturaleza del evento, resulta difícil obtener información sobre la cantidad total de turistas extranjeros, ya que algunos no asisten al evento todos los días.

3.1. Cálculo del tamaño de muestra no probabilística

Para determinar el tamaño de muestra, se utiliza la fórmula de la muestra infinita, ya que el estudio tiene como grupo de alcance a los turistas extranjeros participantes de la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, 2023, en la ciudad de La Paz-Bolivia y no se cuenta con un registro de la cantidad total.

$$n = \frac{Z\alpha^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

n=muestra

Z=parámetro estadístico de nivel de confianza (80%=1.28)

p=probabilidad de que ocurra 50%

q=probabilidad de que no ocurra 50%

e=error de estimación máximo 8.3%

$$n = \frac{(1.28)^2 * 0.5 * 0.5}{0.083^2} = \frac{1.6384 * 0.5 * 0.5}{0.006889} = \frac{0.4096}{0.006889} = 59.6$$

$$n=60$$

La muestra no probabilística calculada con un nivel de confianza del 80% y un error de estimación máximo del 8.3% es de 60 turistas extranjeros.

4. Enfoques de la Investigación

El enfoque es mixto (Cuali -cuantitativo), El enfoque cuantitativo se utiliza para la recolección y el análisis de datos para contestar la pregunta de investigación planteada y además se tomó en cuenta la medición numérica, el conteo, y el uso de la estadística. El enfoque cualitativo se empleó para descubrir y refinar la pregunta de investigación, se consideró los métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo. (Gómez, 2006)

Método mixto con enfoque cuantitativo-cualitativo: Un factor adicional que ha determinado la necesidad de utilizar el método mixto es la naturaleza compleja de los problemas de investigación abordados en las distintas ciencias. Para el estudio de la investigación se planteó dos enfoques igualmente importantes, el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo, ya que el ser humano procede de ambas formas, objetivamente (cuantitativo) y subjetivamente (cualitativo). Además, no existe una completa objetividad, ni una total subjetividad. (Hernandez Sampieri et al., 2010).

Para la presente investigación aborda de manera integral los aspectos de calidad de servicios que brindan los prestadores turísticos en la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), esta investigación adopta un enfoque mixto. Se utilizó una encuesta dirigida a los turistas extranjeros del evento, basada en el modelo Servqual y sus cinco dimensiones, con el fin de explorar tanto sus expectativas como la percepción de la satisfacción alcanzada en relación con los servicios turísticos ofrecidos, tales como hospedaje, alimentación, transporte y agencias de viaje. Además, se llevó a cabo entrevistas con organizadores de la conferencia para obtener una comprensión más profunda de los servicios turísticos. Se observó los servicios de alimentación y agencia de viaje, permitiendo una evaluación más holística y contextualizada de la experiencia turística en el marco del evento CLEI. Este enfoque mixto proporciona una visión completa y multifacética de la satisfacción del turista en el contexto específico de este importante evento académico y tecnológico.

5. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos.

Para la presente investigación utiliza los siguientes instrumentos de recolección de datos:

Tabla 22*Técnicas e instrumentos*

Enfoque	Técnica	Instrumento	Características
Cuantitativa	Encuesta	Cuestionario	Preguntas abiertas y cerradas.
			Preguntas con escala Likert del 1 al 5.
Cualitativa	Entrevista narrativa	Guía de entrevista estructurada.	El entrevistado cuenta su experiencia a detalle, en base a preguntas ya establecidas.
		Observación	Guía de Observación y fotografías. Captura a detalle de los momentos.

Nota: La tabla muestra la técnica utilizada para la investigación con un enfoque cualitativo y cuantitativo, los instrumentos y sus características.

Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. (Gómez, 2006, p. 62)

La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos, conductas manifiestas y de los contenidos de las comunicaciones verbales y no verbales de los sujetos en estudio. (Gómez, 2006)

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador “investigador” y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de

parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. (Saldaña & Urcia, 2010)

Los instrumentos que se utilizarán serán cuestionarios con la escala de Likert y cuestionarios con preguntas cerradas y abiertas. Las entrevistas serán semi estructuradas y la observación será directa, al tener contacto con el fenómeno a estudiar.

La estructura del cuestionario del Modelo Servqual, está basado en 5 dimensiones, y de éstas surgen 22 ítems (Parasuram et al., 1991).

Para determinar la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert de 1 al 5, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente está en total desacuerdo, y 5 representa el puntaje más alto, es decir, cuando el cliente está muy de acuerdo con la pregunta.

6. Valoración de Respuestas

La valoración de las respuestas para la primera parte del Cuestionario, estarán de acuerdo a la frecuencia de las respuestas de las preguntas cerradas y abiertas.

Las preguntas de la segunda parte del cuestionario están diseñadas exclusivamente para conocer las expectativas de los turistas extranjeros, antes de llegar a la ciudad de La Paz en base a niveles que se adaptan a la escala Likert. La misma mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. La escala se constituye en función de una serie de ítems que reflejan una actitud positiva o negativa acerca de un estímulo o referente.

Cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuesta:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en acuerdo, ni en desacuerdo.
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

La sección final del cuestionario está especialmente diseñada para obtener información sobre las percepciones de los turistas extranjeros en relación con todos los servicios que han utilizado durante su estadía, desde transporte, hospedaje y paquetes turísticos que hayan adquirido de agencias de viajes. También se utilizará la escala de Linker. La escala se constituye en función de una serie de ítems que reflejan una actitud positiva o negativa acerca de las experiencias.

Cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuesta:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en acuerdo, ni en desacuerdo.
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

La opción de la Escala de Likert para evaluar la calidad de los servicios brindados por los prestadores turísticos en la Conferencia Latinoamericana de Informática en La Paz, 2023, a través del modelo SERVQUAL, se justifica por su flexibilidad, facilidad de aplicación, consistencia, compatibilidad con el modelo SERVQUAL y capacidad para facilitar la

comparación con investigaciones previas. Esto asegura la obtención de datos confiables y significativos que contribuirán a mejorar la calidad de los servicios turísticos en eventos futuros. También la elección de la escala de Likert de 5 ítems es porque tiene una estructura más simple y fácil de entender a diferencia de la escala de Likert de 7 ítems. Al reducir el número de opciones de respuesta, se minimiza la posibilidad de confusión y los encuestados llenan más rápido el cuestionario.

7. Lugar y Tiempo

Se implementó el primer instrumento, la encuesta, en dos momentos distintos. Las preguntas referentes a las expectativas fueron remitidas a través de correos electrónicos. La primera parte de la encuesta, que incluía tanto preguntas cerradas como abiertas, junto con el cuestionario relacionado con las percepciones, se llevó a cabo durante la estancia de los turistas extranjeros en la ciudad de La Paz, específicamente del 18 al 20 de octubre.

Las encuestas se realizaron mientras los turistas disfrutaban de un refrigerio en el edificio de la carrera de Informática y en los alrededores de la Universidad Mayor de San Andrés. Para identificar a los turistas extranjeros, se les proporcionó un distintivo diferente en forma de gafete, facilitando su reconocimiento en comparación con los demás asistentes. Estas medidas se adoptaron considerando las particularidades de la población y muestra seleccionadas.

El segundo instrumento, la entrevista se realizó de acuerdo a la concertación de una cita previa de los entrevistados y ésta en una actividad paralela al tercer instrumento la observación.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

En este capítulo se describen los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta, entrevista y los instrumentos de observación para conocer la calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023 a través del modelo Servqual y sus cinco dimensiones.

En la primera parte de las encuestas, se plantean preguntas para obtener datos sociodemográficos.

1. Análisis e interpretación de Datos Cuantitativos – Encuesta

1.1. Datos Generales

Tabla 23

Distribución por género de Turistas Extranjeros, CLEI, 2023.

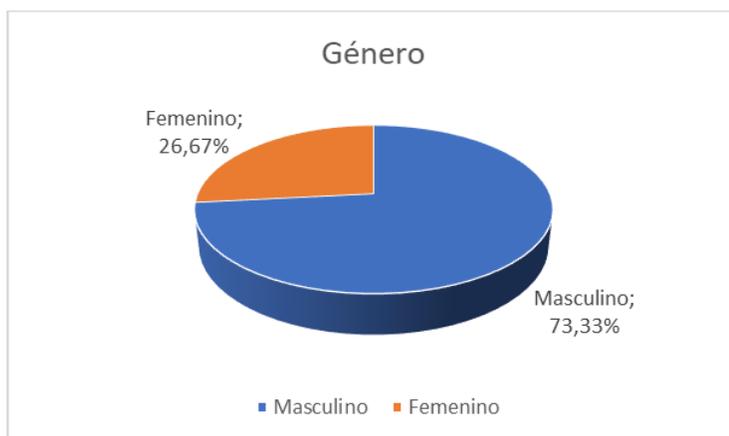
Género	n	%
Masculino	44	73.33%
Femenino	16	26.67%
Total	60	100.00%

Nota: La tabla muestra la distribución del género de los participantes extranjeros encuestados en la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI La Paz 2023, que aborda la calidad de servicio de los prestadores turísticos.

Se observa que eventos internacionales como el CLEI los asistentes son predominantemente del género masculino. El mismo comité ejecutivo está compuesto por más varones que mujeres. La misma carrera de Informática de la Universidad Mayor de San Andrés tiene más estudiantes varones, nos da un panorama de porque en estos eventos asisten más varones.

Figura 7

Distribución en porcentaje del género de Turistas Extranjeros, CLEI, 2023.



Nota: La figura muestra que la mayoría de los participantes son de género masculino, representando el 73,33% del total de 60 asistentes. Por otro lado, las participantes femeninas constituyen el 26,67% restante.

Tabla 24

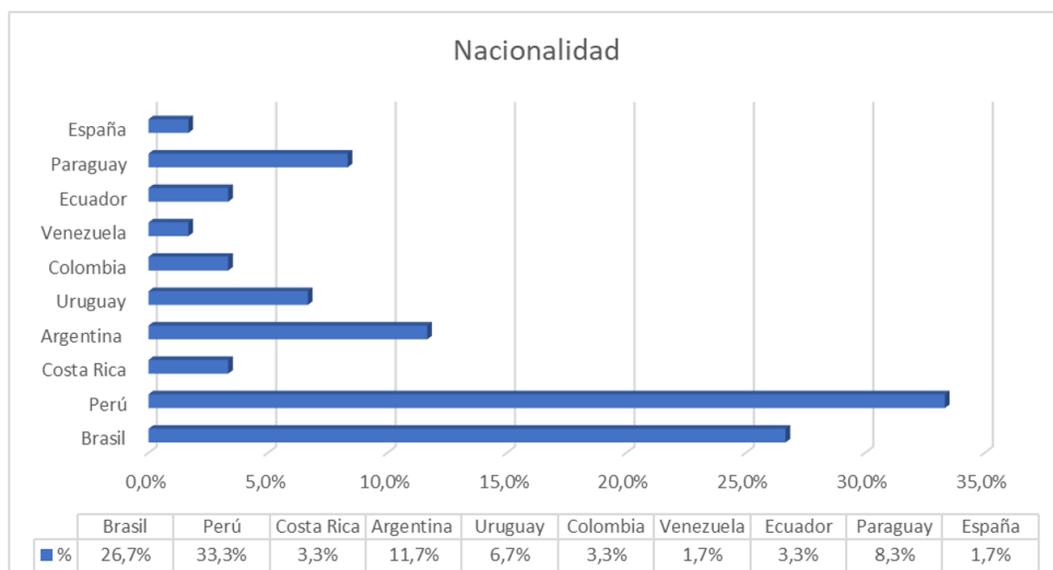
Nacionalidad de los Turistas Extranjeros Participantes CLEI, 2023.

Nro.	Nacionalidad	n	%
1	Brasil	16	26.7%
2	Perú	20	33.3%
3	Costa Rica	2	3.3%
4	Argentina	7	11.7%
5	Uruguay	4	6.7%
6	Colombia	2	3.3%
7	Venezuela	1	1.7%
8	Ecuador	2	3.3%
9	Paraguay	5	8.3%
10	España	1	1.7%
Total		60	100.0%

Nota: La tabla presenta una distribución detallada de la nacionalidad de los participantes en la Conferencia Latinoamericana CLEI-La Paz 2023, en el contexto de la tesis sobre la calidad de servicio de los prestadores turísticos.

Figura 8

Distribución en porcentaje por nacionalidad de los Turistas Extranjeros encuestados, participantes del CLEI, 2023.



Nota: En la figura se observa que la mayoría de los participantes son de origen peruano, representando el 33,3% del total, seguido por Brasil con el 26,7%. Argentina y Paraguay también tienen una presencia significativa, con el 11,7% y 8,3% respectivamente. El resto de los países tienen una representación más modesta, con porcentajes que van desde el 1,7% al 6,7%.

Los resultados revelan que los turistas peruanos constituyeron el grupo más numeroso en la ciudad de La Paz, atribuible a la proximidad geográfica entre ambos países. A pesar de que Brasil, es otro país vecino, estuvo representado significativamente en el evento, su ubicación

más distante requiere acceso a través de Santa Cruz o Pando para llegar a La Paz. Asimismo, Argentina, también cercano geográficamente, registró una notable presencia, en contraste con otros países, inclusive europeos, que viajaron específicamente para participar en el evento.

Tabla 25

Lugar de residencia de los Turistas Extranjeros encuestados, CLEI, 2023.

Nro.	Residencia	n	%
1	Brasil	16	26.7%
2	Perú	20	33.3%
3	Costa Rica	2	3.3%
4	Argentina	6	10.0%
5	Uruguay	5	8.3%
6	Colombia	2	3.3%
7	Venezuela	0	0.0%
8	Ecuador	2	3.3%
9	Paraguay	5	8.3%
10	España	2	3.3%
Total		60	100.0%

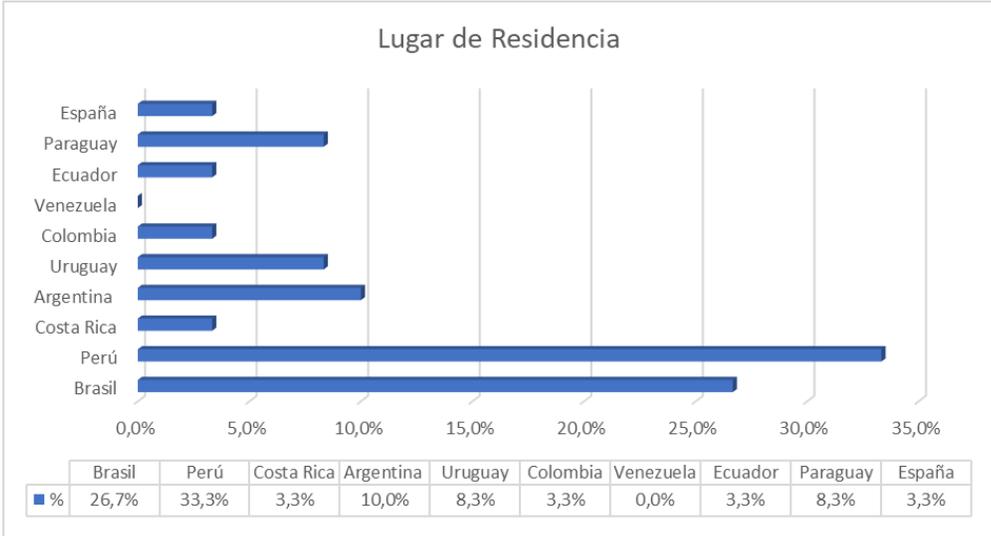
Nota: La tabla muestra una distribución detallada del lugar de residencia de los participantes encuestados de la conferencia CLEI-La Paz 2023.

Al ver la nacionalidad de los turistas extranjeros en la figura 7, se observó una tendencia similar a la residencia, con los peruanos obteniendo el mayor puntaje seguidos por los turistas de países

vecinos. No obstante, se identificó un turista venezolano cuya residencia difiere de su nacionalidad debido a razones laborales.

Figura 9

Residencia



Nota: La figura muestra que, de los 60 participantes, la mayoría reside en Perú, representando el 33.3% del total, seguido por Brasil con un 26.7%. Argentina, Uruguay y Paraguay también tienen una presencia significativa, con un 10.0%, 8.3% y 8.3% respectivamente. Costa Rica, Colombia, Venezuela, Ecuador y España tienen una participación más baja, pero aún aportan a la diversidad de la muestra. La ausencia de participantes de Venezuela destaca como un punto de interés, ya que su porcentaje es del 0.0%. Este análisis demográfico proporciona información valiosa para comprender la composición geográfica de los participantes al CLEI.

Tabla 26*Edad de los turistas extranjeros participantes del CLEI, 2023.*

Nro.	Edad	n	%
1	19	7	11.7%
2	22	7	11.7%
3	23	7	11.7%
4	21	6	10.0%
5	20	4	6.7%
6	30	3	5.0%
7	51	3	5.0%
8	25	2	3.3%
9	26	2	3.3%
10	36	2	3.3%
11	42	2	3.3%
12	50	2	3.3%
13	57	2	3.3%
14	27	1	1.7%
15	29	1	1.7%
16	32	1	1.7%
17	37	1	1.7%
18	38	1	1.7%
19	40	1	1.7%
20	43	1	1.7%
21	44	1	1.7%
22	47	1	1.7%
23	48	1	1.7%
24	67	1	1.7%
Total		60	100.0%

Nota: La tabla muestra información detallada sobre la distribución de la edad de los turistas extranjeros participantes en la conferencia CLEI-La Paz 2023.

Tabla 27

Edad promedio y mediana de los Turistas Extranjeros, CLEI, 2023.

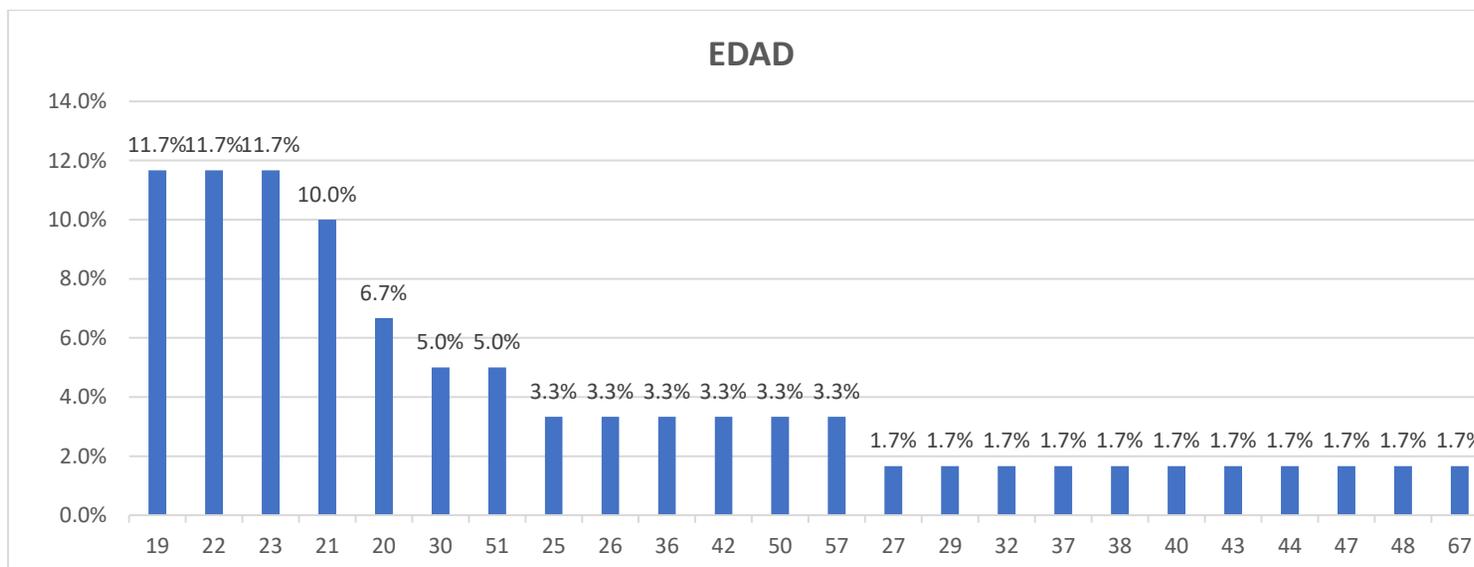
EDAD	
Σ	1821
n	60
\bar{x}	30.35
μ	23

Nota: En la tabla se observa que la muestra está compuesta por un total de 60 participantes, con una diversidad significativa en cuanto a la edad. Como promedio de edad se tiene 30 años, como la edad central (mediana) se obtuvo el resultado de 23 años.

Basándose en los resultados obtenidos, se puede determinar la presencia de dos grupos distintos de turistas extranjeros. Aquellos que se encuentran en el rango de edades de 19 a 27 años parecen ser principalmente estudiantes universitarios, mientras que los que tienen 28 años o más, probablemente sean expositores u organizadores del evento. Este hallazgo justifica la diversidad en la distribución de edades observada en la tabla 25.

Figura 10

Distribución de Edad en porcentaje

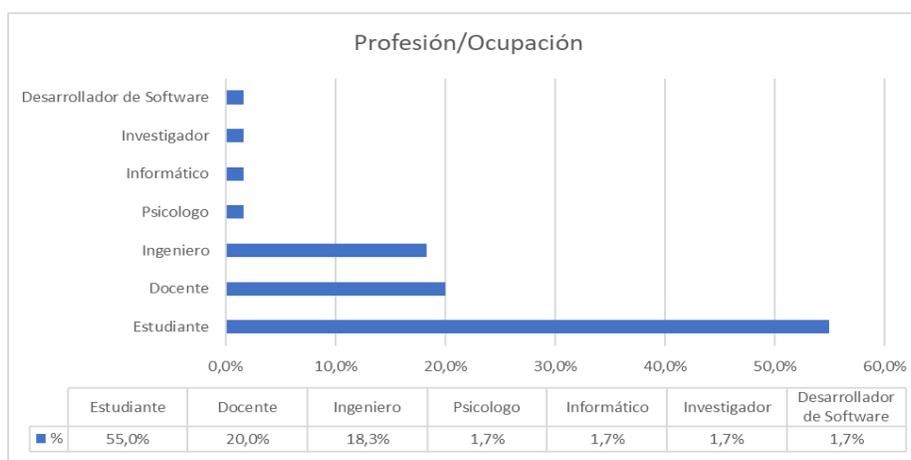


Nota: En la figura se muestra que las edades más representadas son 19, 22 y 23 años, cada una con un 11,7% del total. Además, se destaca la presencia de participantes de edades variadas, abarcando desde los 20 hasta los 67 años, aunque con menor frecuencia. Este análisis demográfico es fundamental para comprender la composición de la audiencia que participó en la Conferencia.

Tabla 28*Profesión/ocupación de los Turistas Extranjeros CLEI, 2023*

Nro.	Profesión/Ocupación	n	%
1	Estudiante	33	55.0%
2	Docente	12	20.0%
3	Ingeniero	11	18.3%
4	Psicólogo	1	1.7%
5	Informático	1	1.7%
6	Investigador	1	1.7%
7	Desarrollador de Software	1	1.7%
Total		60	100%

Nota: En la tabla se presenta la distribución de los turistas extranjeros participantes, CLEI, 2023, según su profesión u ocupación.

Figura 11*Distribución en porcentaje de la profesión/ocupación de los Turistas Extranjeros CLEI, 2023.*

Nota: En la figura muestra que la mayoría de los asistentes son estudiantes, representando el 55% del total de 60 participantes. Le sigue el grupo de docentes, con el 20% de la participación, mientras que los ingenieros constituyen el 18.3%. Además, hay una representación más pequeña de profesionales, como psicólogos, informáticos, investigadores y desarrolladores de software, cada uno con un 1.7%. Este análisis revela una diversidad de perfiles ocupacionales entre los participantes.

Según se muestra en la Figura 9, la edad ejerce una influencia significativa en los resultados de profesión u ocupación, destacándose la presencia notable de estudiantes universitarios en eventos internacionales. El siguiente grupo relevante está compuesto por profesionales, específicamente docentes, quienes ya han consolidado una trayectoria laboral.

Tabla 29

Respuesta a la pregunta 1: ¿Es la primera vez que visita la ciudad de La Paz?

P1 ¿Es la primera vez que visita la ciudad de La Paz?			
Nro	Opción	n	%
1	SI	47	78.3%
2	NO	13	21.7%
Total		60	100.0%

Nota: La tabla muestra la distribución en cantidad y porcentaje de las respuestas obtenidas, referente a si es la primera vez que visitan la ciudad de La Paz.

Figura 12

Distribución en porcentaje de las respuestas a la pregunta 1: ¿Es la primera vez que visita la ciudad de La Paz?



Nota: La figura muestra resultados que revelan que la mayoría de los encuestados, con un 78.3%, respondió de manera afirmativa, indicando que están experimentando por primera vez su visita a la ciudad. Por otro lado, el 21.7% de los participantes declaró que no es su primera visita a La Paz.

1.2. Hospedaje

En esta parte, se muestran los resultados acordes al servicio de hospedaje. Representados en tablas y figuras, dentro los cuales se encuentran cálculos necesarios representados en gráficos. Se puede observar la aplicación de los cuestionarios relacionados a las expectativas y percepciones de los Turistas Extranjeros del CLEI, 2023.

Tabla 30

Respuesta a la pregunta 2 ¿Cuál es el nombre del centro de hospedaje en el cual se encuentra?

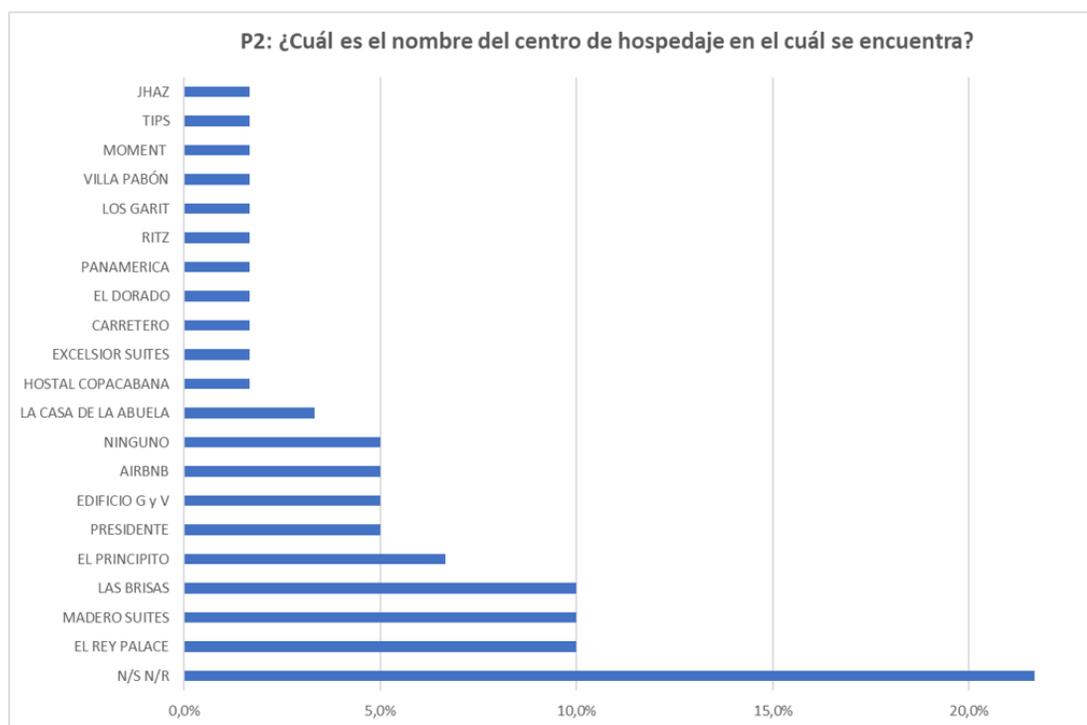
P2 ¿Cuál es el nombre del centro de hospedaje en el cual se encuentra?			
Nro	Respuestas	n	%
1	N/S N/R	13	21.7%
2	EL REY PALACE	6	10.0%
3	MADERO SUITES	6	10.0%
4	LAS BRISAS	6	10.0%
5	EL PRINCIPITO	4	6.7%
6	PRESIDENTE	3	5.0%
7	EDIFICIO G y V	3	5.0%
8	AIRBNB	3	5.0%
9	NINGUNO	3	5.0%
10	LA CASA DE LA ABUELA	2	3.3%
11	HOSTAL COPACABANA	1	1.7%
12	EXCELSIOR SUITES	1	1.7%
13	CARRETERO	1	1.7%
14	EL DORADO	1	1.7%
15	PANAMERICA	1	1.7%
16	RITZ	1	1.7%
17	LOS GARIT	1	1.7%
18	VILLA PABÓN	1	1.7%
19	MOMENT	1	1.7%
20	TIPS	1	1.7%
21	JHAZ	1	1.7%
	Total	60	100.0%

Nota: La tabla muestra la distribución de respuestas obtenidas, que indaga sobre el nombre del centro de hospedaje en el que se encuentra cada participante de la conferencia CLEI-La Paz 2023.

Los hoteles que han sido preferidos por un mayor número de turistas extranjeros son aquellos ubicados a poca distancia de la Universidad Mayor de San Andrés como Rey Palace y Hotel Madero como se observa en los anexos 9 y 10. Incluso varios miembros de la organización del CLEI fueron hospedados en el Hotel Rey Palace. El hotel La Brisas se encuentra a 15 minutos de la universidad. La diversidad de opciones de alojamiento se debe a que en **la** misma página se ofrecen varias alternativas que se adaptan a las distintas disponibilidades económicas de los turistas extranjeros.

Figura 13

Respuesta a la pregunta 2 ¿Cuál es el nombre del centro de hospedaje en el cual se encuentra?



Nota: La figura muestra que entre los 60 encuestados, el 21,7% (13 personas) optaron por la opción "N/S N/R" (No Sabe/No Responde), debido a que varios se quedaron en casas de familiares, mientras que el 10,0% (6 personas), eligieron entre tres centros de hospedaje: "EL REY PALACE", "MADERO SUITES" y "LAS BRISAS". Otras opciones también fueron mencionadas, pero con porcentajes más bajos, evidenciando una diversidad en la elección de

lugares de hospedaje, desde opciones como "EL PRINCIPITO" hasta alternativas como "AIRBNB".

Tabla 31

Respuesta a la pregunta 3 ¿Cuál es el gasto promedio por noche en donde se encuentra hospedado?

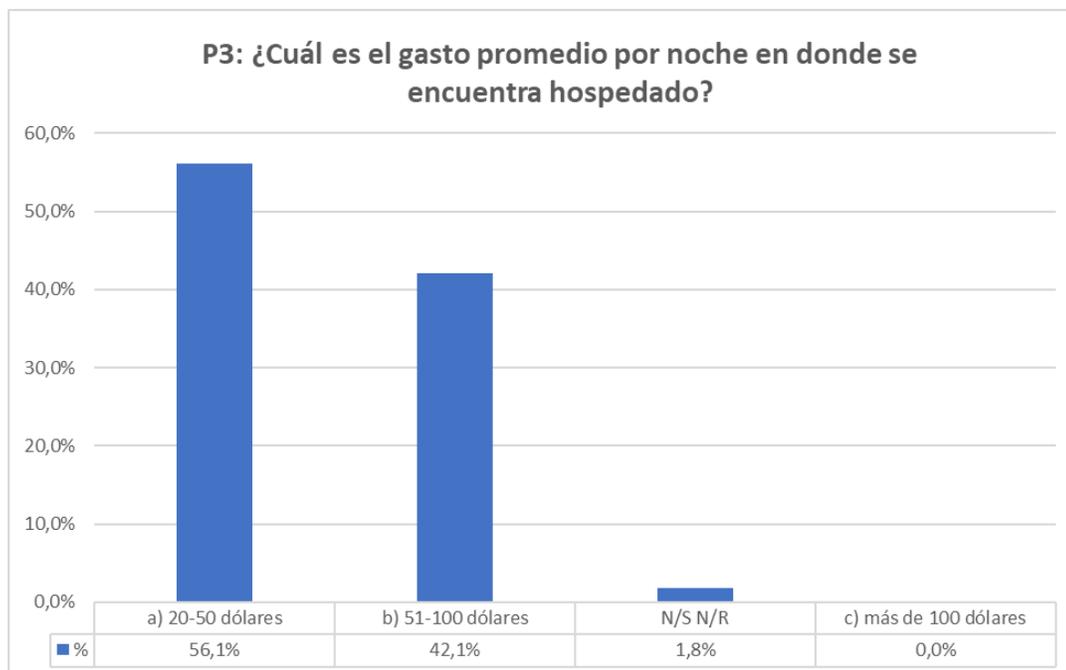
P3 ¿Cuál es el gasto promedio por noche en donde se encuentra hospedado?			
Nro	Opción	n	%
1	a) 20-50 dólares	32	56.1%
2	b) 51-100 dólares	24	42.1%
3	N/S N/R	1	1.8%
4	c) más de 100 dólares	0	0.0%
Total		57	100.0%

Nota: La tabla muestra, el cálculo en porcentaje, del gasto promedio en el servicio de hospedaje, tomando en cuenta como muestra 57. El restante (3), no consumió ningún servicio de hospedaje.

Según la amplia gama de opciones de hospedaje disponibles, los costos pueden variar. En general, el rango promedio oscila entre 20 y 50 dólares por noche, lo cual cubre el costo de hospedaje en hoteles de 2 a 3 estrellas o en hostales. En una categoría superior, se encuentra una opción de hospedaje con un promedio mayor, que ofrece una experiencia de mayor categoría y comodidad. Esta última opción es especialmente atractiva para aquellos con un perfil profesional o docentes, debido a su capacidad es superior y brindan servicios adicionales.

Figura 14

Respuesta a la pregunta 3 ¿Cuál es el gasto promedio por noche en donde se encuentra hospedado?



Nota: La figura muestra que la mayoría de los encuestados, específicamente el 56,1%, optaron por opciones de hospedaje con un rango de costos entre 20 y 50 dólares. Asimismo, un porcentaje significativo, el 42,1%, eligieron establecimientos con tarifas nocturnas que oscilan entre 51 y 100 dólares. Es interesante observar que no se registró ninguna preferencia por alojamientos con costos superiores a 100 dólares por noche. En cuanto a respuestas no especificadas o no registradas (N/S N/R), solo el 1,8% de los participantes se encuentra en esta categoría.

1.2.1. Resultados del Modelo SERVQUAL hospedaje

Tabla 32

Modelo SERVQUAL hospedaje

HOSPEDAJE									
DIMENSIONES	NRO.	EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			CÁLCULO DE BRECHA	
		\bar{x}	s	μ	\bar{x}	s	μ	\bar{x} (P-E)	μ (P-E)
TANGIBLE	EP1	3.9649	0.6805	4.0	3.4211	0.9053	3.0	-0.5439	-1.0
	EP2	4.2281	0.7324	4.0	3.5439	0.9272	4.0	-0.6842	0.0
	EP3	4.3158	0.7828	4.0	3.9123	1.0050	4.0	-0.4035	0.0
	EP4	4.2632	0.7912	4.0	3.6316	1.1438	4.0	-0.6316	0.0
FIABILIDAD	EP5	4.3509	0.7194	4.0	3.8772	0.8466	4.0	-0.4737	0.0
	EP6	4.2807	0.8609	5.0	3.8596	0.8750	4.0	-0.4211	-1.0
	EP7	4.2807	0.9211	5.0	3.9825	0.9727	4.0	-0.2982	-1.0
	EP8	4.2456	0.8298	4.0	3.8421	0.9597	4.0	-0.4035	0.0
	EP9	4.3860	0.7009	5.0	3.8596	0.8544	4.0	-0.5263	-1.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	EP10	4.2105	0.7731	4.0	3.7895	0.9011	4.0	-0.4211	0.0
	EP11	4.2807	0.8184	4.0	3.8070	0.9717	4.0	-0.4737	0.0
	EP12	4.2632	0.8768	4.0	3.9298	0.9975	4.0	-0.3333	0.0
	EP13	4.2632	0.7447	4.0	3.9298	0.9231	4.0	-0.3333	0.0
SEGURIDAD	EP14	4.4912	0.6846	5.0	3.6140	1.0134	3.0	-0.8772	-2.0
	EP15	4.4561	0.6832	5.0	3.7719	0.9823	4.0	-0.6842	-1.0
	EP16	4.4737	0.8260	5.0	3.7018	1.0516	4.0	-0.7719	-1.0
	EP17	4.2632	0.8969	5.0	3.6140	0.9403	4.0	-0.6491	-1.0
	EP18	4.4211	0.7547	5.0	3.8421	0.9781	4.0	-0.5789	-1.0
EMPATÍA	EP19	4.0526	0.8111	4.0	3.6491	1.0772	4.0	-0.4035	0.0
	EP20	4.3333	0.6637	4.0	3.7368	0.9359	4.0	-0.5965	0.0
	EP21	4.2807	0.7259	4.0	3.6316	1.0629	4.0	-0.6491	0.0
	EP22	4.3333	0.7155	4.0	3.7895	1.0813	4.0	-0.5439	0.0

Nota: La tabla presenta una evaluación detallada de las expectativas y percepciones en base a 5 dimensiones relacionadas con el servicio de hospedaje durante la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI-2023 en La Paz. Además, incluye el cálculo de la brecha, tanto en términos de la Desviación estándar Muestral (S), Valor Mediana (μ) y la media (\bar{X}), de las 22 preguntas que abarca el Modelo SERVQUAL.

Tabla 33

Modelo SERVQUAL hospedaje cálculo de brecha

DIMENSIONES	HOSPEDAJE						CÁLCULO DE BRECHA	
	EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			\bar{X} (P-E)	μ (P-E)
	\bar{X}	S	μ	\bar{X}	S	μ		
TANGIBLE	4.1930	0.7553	4.0	3.6272	1.0095	4.0	-0.5658	0.0
FIABILIDAD	4.3088	0.8067	4.0	3.8842	0.8983	4.0	-0.4246	0.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.2544	0.7999	4.0	3.8640	0.9452	4.0	-0.3904	0.0
SEGURIDAD	4.4211	0.7725	5.0	3.7088	0.9909	4.0	-0.7123	-1.0
EMPATÍA	4.2500	0.7354	4.0	3.7018	1.0362	4.0	-0.5482	0.0

Nota: La tabla proporciona una visión detallada de cómo las expectativas de los participantes en la conferencia se comparan con sus percepciones reales del servicio de hospedaje en base a las 5 dimensiones. Las brechas negativas indican áreas donde el servicio debe mejorar para cumplir completamente con las expectativas.

En la dimensión de los elementos Tangibles, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de hospedaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Fiabilidad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de hospedaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

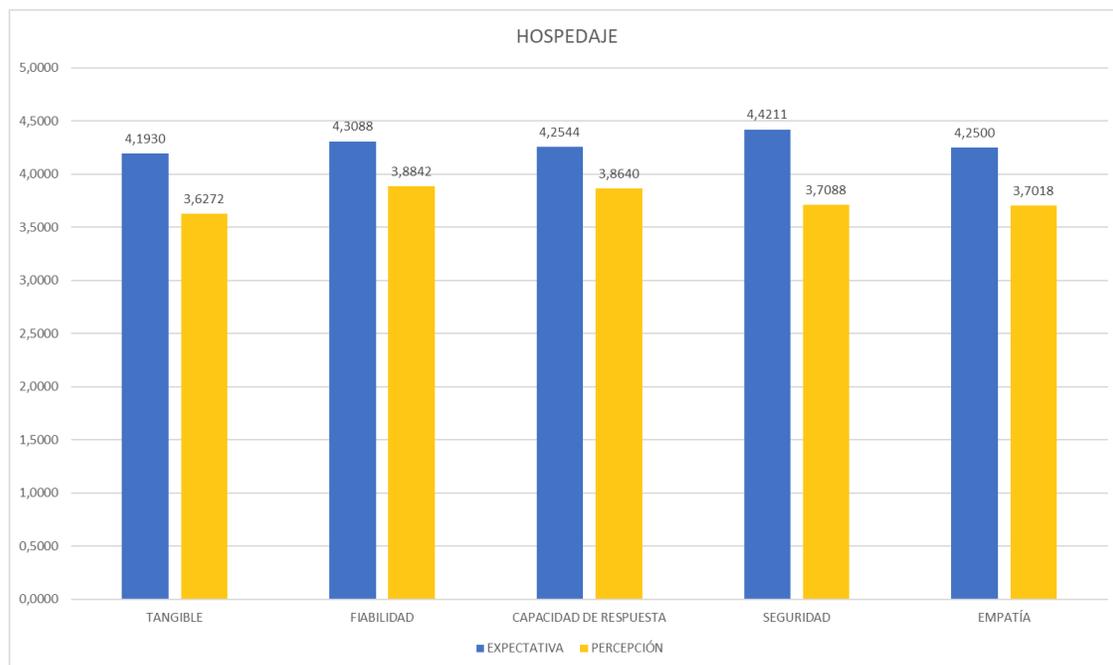
En la dimensión de los elementos relacionados a la Capacidad de Respuesta, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de hospedaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos de Seguridad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de hospedaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Empatía, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de hospedaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

Figura 15

Hospedaje



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos al contrastar las expectativas con las percepciones, utilizando el modelo Servqual y sus cinco dimensiones. En cada una de estas dimensiones, se evidencia que el servicio de hospedaje durante la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI-2023, celebrada en La Paz, no logra superar las expectativas de los turistas extranjeros.

1.3. Transporte

En esta parte, se muestran los resultados acordes al servicio de transporte. Representados en tablas y figuras, dentro los cuales se encuentran cálculos necesarios representados en gráficos.

Se puede observar la aplicación de los cuestionarios relacionados a las expectativas y percepciones de los Turistas Extranjeros del CLEI, 2023.

Tabla 34

Respuesta a la pregunta 4 ¿Cuál es el medio de transporte, (avión, bus), que utilizó para llegar a La Paz Bolivia?

P4 ¿Cuál es el nombre del medio de transporte, (avión, bus), que utilizó para llegar a La Paz Bolivia?			
Nro.	Respuesta	n	%
1	AVIÓN	29	48.3%
2	BUS	29	48.3%
3	N/S N/R	2	3.3%
	Total	60	100.0%

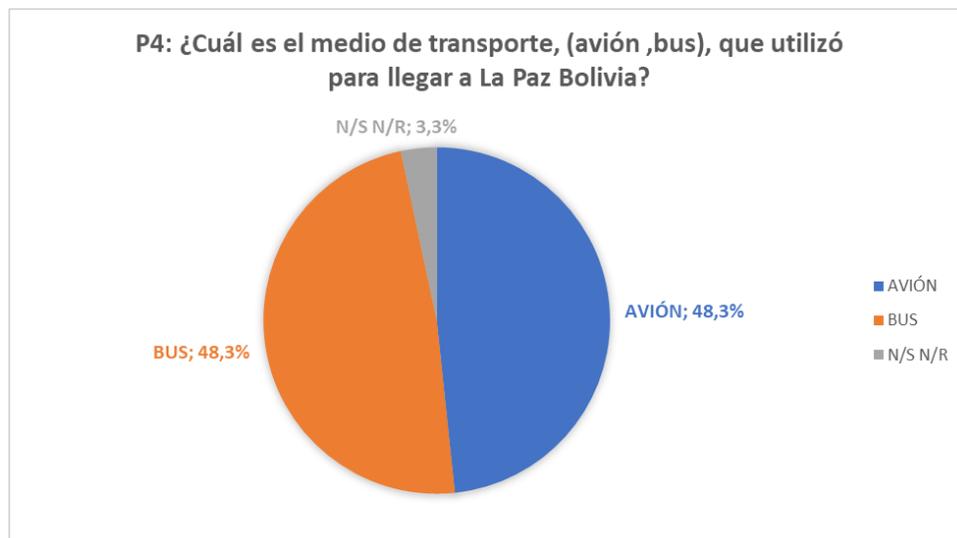
Nota: La tabla muestra los resultados, centrándose en el medio de transporte utilizado por los participantes para llegar a La Paz, Bolivia. Se recopilaron respuestas de un total de 60 participantes.

La elección del medio de transporte para llegar a La Paz, Bolivia, por parte de turistas extranjeros, específicamente, se atribuye a una combinación de factores. En primer lugar, el avión suele ser percibido como una opción más rápida y conveniente para distancias largas, lo que puede ser especialmente atractivo para aquellos que desean maximizar su tiempo de visita en destino, como personas que tienen una vida laboral. Además, el avión ofrece mayor comodidad y confort, lo que resulta especialmente relevante para viajeros que buscan una

experiencia de viaje más placentera. Por otro lado, el autobús puede ser preferido por aquellos turistas que valoran la economía y la oportunidad de disfrutar de paisajes y experiencias locales durante el trayecto terrestre. Esta opción puede ser tomada con más frecuencia por estudiantes universitarios, teniendo una conexión más íntima con el destino y su entorno.

Figura 16

Respuesta a la pregunta 4 ¿Cuál es el medio de transporte, (avión, bus), que utilizó para llegar a La Paz Bolivia?



Nota: La figura muestra que tanto el avión como el autobús fueron medios de transporte igualmente populares, cada uno utilizado por el 48,3% de los encuestados. Solo un pequeño porcentaje, el 3,3%, optó por la opción "No Sabe/No Responde". Estos resultados sugieren una distribución equitativa entre los modos de transporte aéreo y terrestre.

Tabla 35

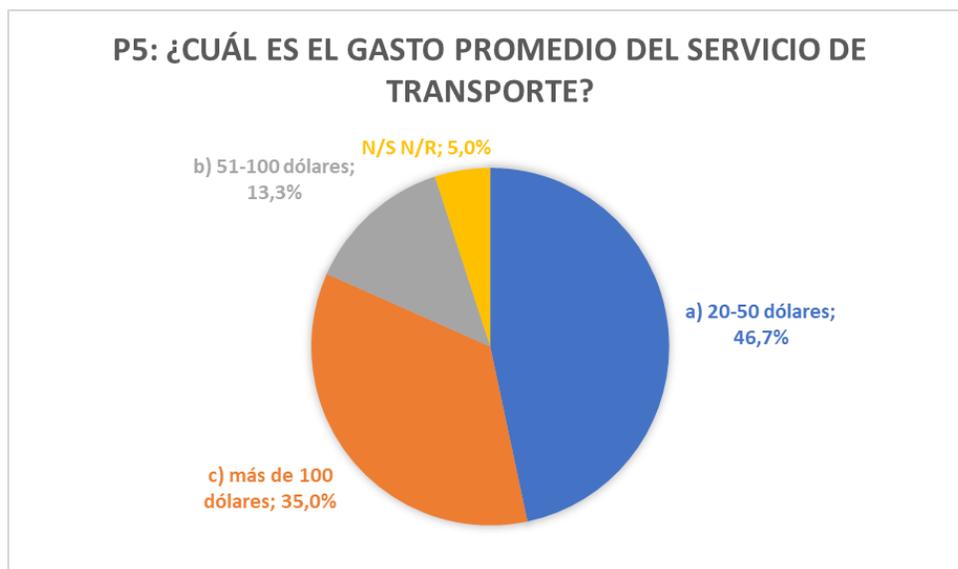
Respuesta a la pregunta 5: ¿Cuál es el gasto promedio del servicio de transporte?

P5 ¿Cuál es el gasto promedio del servicio de transporte?			
Nro.	Opción	n	%
1	a) 20-50 dólares	28	46.7%
2	c) más de 100 dólares	21	35.0%
3	b) 51-100 dólares	8	13.3%
4	N/S N/R	3	5.0%
Total		60	100.00%

Nota: La tabla muestra información relevante sobre el gasto promedio del servicio de transporte.

Figura 17

Respuesta a la pregunta 5 ¿Cuál es el gasto promedio del servicio de transporte?



Nota: La figura muestra que la mayoría de los encuestados, un 46.7%, indicó que su gasto promedio en el servicio de transporte oscila entre 20 y 50 dólares. Además, un 35.0% de los participantes manifestó gastar más de 100 dólares en este servicio. Por otro lado, el 13.3% indicó un rango de gasto de 51 a 100 dólares. Un pequeño porcentaje, el 5.0%, no especificó su gasto o no respondió la pregunta.

1.3.1. Resultados Modelo SERVQUAL TRANSPORTE

Tabla 36

Modelo SERVQUAL transporte

TRANSPORTE									
DIMENSIONES	NRO.	EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			CÁLCULO DE BRECHA	
		\bar{X}	S	μ	\bar{X}	S	μ	\bar{X} (P-E)	μ (P-E)
TANGIBLE	EP1	3.9000	0.9334	4.0	3.3667	0.9200	3.0	-0.5333	-1.0
	EP2	4.1667	0.7847	4.0	3.5000	0.9829	4.0	-0.6667	0.0
	EP3	4.1833	0.8924	4.0	3.5500	0.9987	4.0	-0.6333	0.0
	EP4	4.0833	0.7656	4.0	3.4667	1.0491	3.0	-0.6167	-1.0
FIABILIDAD	EP5	4.3500	0.7773	5.0	3.6500	0.9536	4.0	-0.7000	-1.0
	EP6	4.1833	0.8129	4.0	3.7500	0.9320	4.0	-0.4333	0.0
	EP7	4.3833	0.7612	5.0	3.5667	1.0475	4.0	-0.8167	-1.0
	EP8	4.1667	0.7847	4.0	3.5667	1.1255	4.0	-0.6000	0.0
	EP9	4.2833	0.6662	4.0	3.5333	0.9823	4.0	-0.7500	0.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	EP10	4.2000	0.6840	4.0	3.5333	1.0328	3.0	-0.6667	-1.0
	EP11	4.2000	0.8397	4.0	3.6333	1.0246	4.0	-0.5667	0.0
	EP12	4.2000	0.9881	4.0	3.6167	1.1363	4.0	-0.5833	0.0
	EP13	4.1667	0.8862	4.0	3.6833	1.0495	4.0	-0.4833	0.0
SEGURIDAD	EP14	4.2833	0.8045	4.0	3.5833	0.9259	3.0	-0.7000	-1.0
	EP15	4.3833	0.8253	5.0	3.6167	1.0100	4.0	-0.7667	-1.0
	EP16	4.2833	0.7612	4.0	3.7000	1.0135	4.0	-0.5833	0.0
	EP17	4.0833	0.9618	4.0	3.4333	1.0793	3.5	-0.6500	-0.5

EMPATÍA	EP18	4.2333	0.7449	4.0	3.6333	0.9382	4.0	-0.6000	0.0
	EP19	3.8000	0.9531	4.0	3.5833	1.0133	4.0	-0.2167	0.0
	EP20	4.0333	0.7584	4.0	3.4667	0.8123	3.0	-0.5667	-1.0
	EP21	4.0667	0.8804	4.0	3.6333	0.9737	4.0	-0.4333	0.0
	EP22	4.0667	0.9543	4.0	3.5667	0.9977	4.0	-0.5000	0.0

Nota: La tabla presenta una evaluación detallada de las expectativas y percepciones en base a 5 dimensiones relacionadas con el servicio de transporte durante la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI-2023 en La Paz. Además, incluye el cálculo de la brecha, tanto en términos de valor Mediana (μ), Desviación Estándar (S) y la Media (\bar{X}), de las 22 preguntas que abarca el Modelo SERVQUAL.

Tabla 37

Modelo SERVQUAL transporte cálculo de brecha

TRANSPORTE								
DIMENSIONES	EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			CÁLCULO DE BRECHA	
	\bar{X}	S	μ	\bar{X}	S	μ	\bar{X} (P-E)	μ (P-E)
TANGIBLE	4.0833	0.8492	4.0	3.4708	0.9848	4.0	-0.6125	0.0
FIABILIDAD	4.2733	0.7619	4.0	3.6133	1.0069	4.0	-0.6600	0.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.1917	0.8512	4.0	3.6167	1.0564	4.0	-0.5750	0.0
SEGURIDAD	4.2533	0.8235	4.0	3.5933	0.9923	4.0	-0.6600	0.0
EMPATÍA	3.9917	0.8916	4.0	3.5625	0.9486	4.0	-0.4292	0.0

Nota: La tabla proporciona una visión detallada de cómo las expectativas de los participantes en la conferencia se comparan con sus percepciones reales del servicio de transporte en base a las 5 dimensiones. Las brechas negativas indican áreas donde el servicio debe mejorar para cumplir con las expectativas.

En la dimensión de los elementos Tangibles, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de transporte, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Fiabilidad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de transporte, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

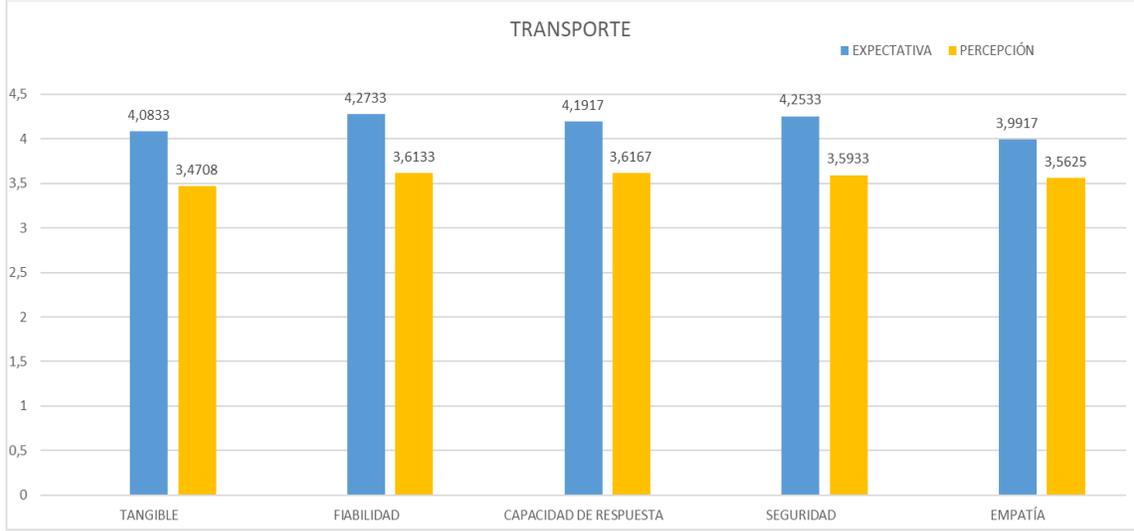
En la dimensión de los elementos relacionados a la Capacidad de Respuesta, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de transporte, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos de Seguridad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de transporte, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Empatía, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de transporte, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

Figura 18

Transporte



Nota: La figura proporciona una visión detallada de cómo los clientes perciben el servicio de transporte en comparación con sus expectativas, lo que puede ayudar a identificar áreas de mejora. Se debe mejorar los aspectos tangibles del servicio de transporte y empatía.

1.4. Agencias de Viaje

En esta parte, se muestran los resultados acordes al servicio de agencias de viaje, representados en tablas y figuras, dentro los cuales se encuentran cálculos necesarios representados en gráficos. Se puede observar la aplicación de los cuestionarios relacionados a las expectativas y percepciones de los Turistas Extranjeros del CLEI, 2023.

Tabla 38

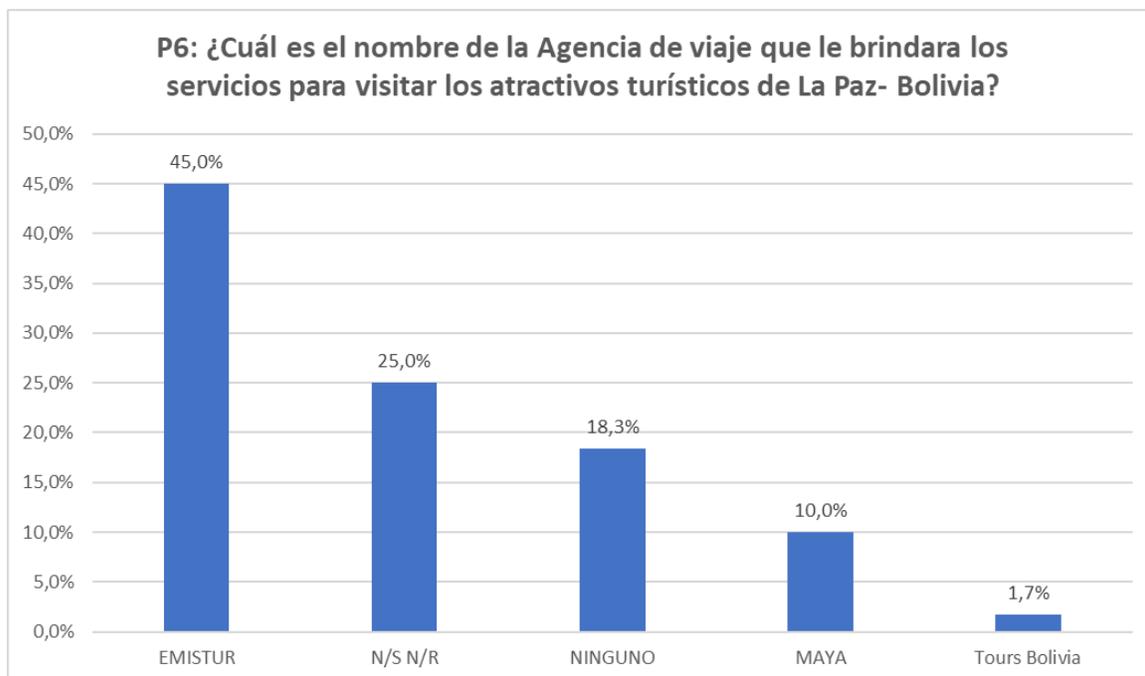
Respuesta a la pregunta 6: ¿Cuál es el nombre de la Agencia de viaje que le brindara los servicios para visitar los atractivos turísticos de La Paz -Bolivia?

P6 ¿Cuál es el nombre de la Agencia de viaje que le brindara los servicios para visitar los atractivos turísticos de La Paz -Bolivia?			
Nro	Respuesta	n	%
2	EMISTUR	27	45.0%
3	N/S N/R	16	26.7%
4	NINGUNO	10	16.7%
1	MAYA	6	10.0%
5	Tours Bolivia	1	1.7%
Total		60	100%

Nota: La tabla muestra información valiosa sobre la preferencia de los participantes en la conferencia CLEI-La Paz 2023 en cuanto a los prestadores turísticos para visitar los atractivos de La Paz, Bolivia.

Figura 19

Respuesta a la pregunta 6 ¿Cuál es el nombre de la Agencia de viaje que le brindara los servicios para visitar los atractivos turísticos de La Paz -Bolivia?



Nota: La figura muestra que de los 60 encuestados, el 45% eligió a EMISTUR como la agencia de viajes de su elección. En contraste, el 25% de los participantes no especificaron o no respondieron acerca de la agencia, mientras que el 18.3% indicó que no tenía preferencia por ninguna agencia en particular. Además, el 10% de los encuestados mencionó a la agencia MAYA, y un porcentaje menor del 1.7% optó por Tours Bolivia.

Tabla 39

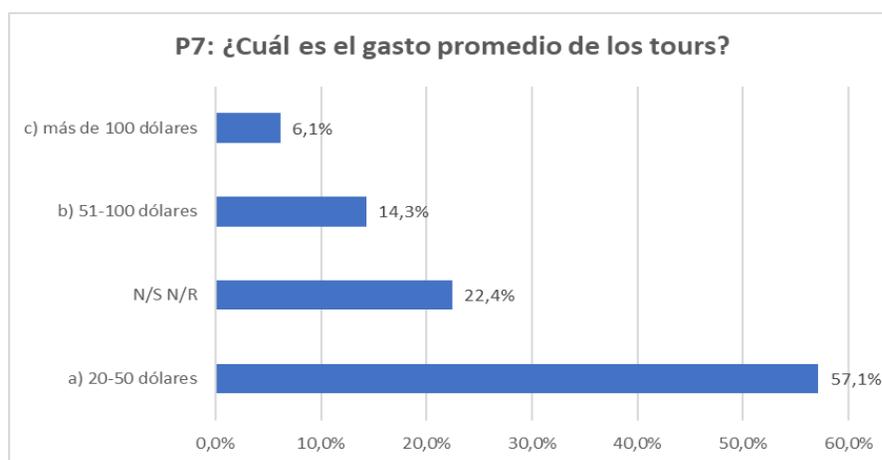
Respuesta a la pregunta 7 ¿Cuál es el gasto promedio de los tours?

P7 ¿Cuál es el gasto promedio de los tours?			
Nro	Opciones	n	%
2	a) 20-50 dólares	28	56.0%
1	N/S N/R	12	24.0%
3	b) 51-100 dólares	7	14.0%
4	c) más de 100 dólares	3	6.0%
Total		50	100.0%

Nota: La tabla muestra el gasto promedio de los tours que tomaron durante su participación.

Figura 20

Respuesta a la pregunta 7 ¿Cuál es el gasto promedio de los tours?



Nota: La figura muestra que el 57.1% de los encuestados indicó que su gasto oscila entre 20 y 50 dólares. Por otro lado, el 22.4% optó por la opción "No Sabe/No Responde". Asimismo, el

14.3% declaró un gasto en el rango de 51 a 100 dólares, mientras que un 6.1% afirmó que su inversión supera los 100 dólares.

1.4.1. Resultados Modelo SERVQUAL Agencia de Viaje

Tabla 40

Modelo SERVQUAL agencia de viajes

AGENCIA DE VIAJE									
DIMENSIONES	NRO.	EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			CÁLCULO DE BRECHA	
		\bar{x}	s	μ	\bar{x}	s	μ	\bar{x} (P-E)	μ (P-E)
TANGIBLE	EP1	3.9600	0.9026	4.0	3.1000	1.0621	3.0	-0.8600	-1.0
	EP2	4.1600	0.9116	4.0	3.1400	1.0662	3.0	-1.0200	-1.0
	EP3	4.1400	0.8809	4.0	3.5000	1.0824	3.0	-0.6400	-1.0
	EP4	4.1200	0.7730	4.0	3.3000	1.1289	3.0	-0.8200	-1.0
FIABILIDAD	EP5	4.1200	0.7730	4.0	3.3800	1.0608	3.0	-0.7400	-1.0
	EP6	4.0800	0.9655	4.0	3.5600	1.0223	3.0	-0.5200	-1.0
	EP7	4.2600	0.8526	4.0	3.5800	1.0168	3.0	-0.6800	-1.0
	EP8	4.3800	0.7796	5.0	3.4000	0.9845	3.0	-0.9800	-2.0
	EP9	4.4400	0.7329	5.0	3.5200	1.0270	3.0	-0.9200	-2.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	EP10	4.1600	0.7918	4.0	3.3600	1.0562	3.0	-0.8000	-1.0
	EP11	4.0800	0.7239	4.0	3.4200	1.0608	3.0	-0.6600	-1.0
	EP12	4.0400	0.9249	4.0	3.6000	1.1072	3.0	-0.4400	-1.0
	EP13	4.0400	0.8320	4.0	3.6200	1.0933	3.0	-0.4200	-1.0
SEGURIDAD	EP14	4.3800	0.7253	5.0	3.3000	1.0724	3.0	-1.0800	-2.0
	EP15	4.2600	0.8283	4.0	3.4200	1.0934	3.0	-0.8400	-1.0
	EP16	4.3400	0.7982	5.0	3.5600	1.0884	3.0	-0.7800	-2.0
	EP17	4.1400	0.9478	4.0	3.4200	1.0788	3.0	-0.7200	-1.0

EMPATÍA	EP18	4.2600	0.8992	4.0	3.5200	1.0797	4.0	-0.7400	0.0
	EP19	3.8800	0.9613	4.0	3.3600	1.0760	3.0	-0.5200	-1.0
	EP20	4.1200	0.7990	4.0	3.5200	1.0577	3.5	-0.6000	-0.5
	EP21	4.1000	0.6468	4.0	3.5600	1.0804	3.0	-0.5400	-1.0
	EP22	4.1000	0.8631	4.0	3.2000	1.1066	3.0	-0.9000	-1.0

Nota: La tabla presenta una evaluación detallada de las expectativas y percepciones en base a 5 dimensiones relacionadas con los servicios prestados por las agencias de viajes relacionados a los tours desarrollados durante la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI-2023 en La Paz. Además, incluye el cálculo de la brecha, tanto en términos de valor Mediana (μ), Desviación Estándar (S) y la Media (\bar{X}), de las 22 preguntas que abarca el Modelo SERVQUAL.

Tabla 41

Modelo SERVQUAL agencia de viaje cálculo de brecha

AGENCIA DE VIAJE								
DIMENSIONES	EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			CÁLCULO DE BRECHA	
	\bar{X}	S	μ	\bar{X}	S	μ	\bar{X} (P-E)	μ (P-E)
TANGIBLE	4.0950	0.8659	4.0	3.2600	1.0621	3.0	-0.8350	-1.0
FIABILIDAD	4.2560	0.8302	4.0	3.4880	1.0461	3.0	-0.7680	-1.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.0800	0.8167	4.0	3.5000	1.0562	3.0	-0.5800	-1.0
SEGURIDAD	4.3800	0.8283	4.0	3.4440	1.0861	3.0	-0.9360	-1.0
EMPATÍA	4.0500	0.8252	4.0	3.4100	1.0760	3.0	-0.6400	-1.0

Nota: La tabla proporciona una visión detallada de cómo las expectativas de los participantes en la conferencia se comparan con sus percepciones reales del servicio brindado por las agencias de viaje en base a las 5 dimensiones. Las brechas negativas indican áreas donde el servicio debe mejorar para cumplir con las expectativas.

En la dimensión de los elementos Tangibles, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de las Agencias de Viaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Fiabilidad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de las Agencias de Viaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados a la Capacidad de Respuesta, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de Agencias de Viaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

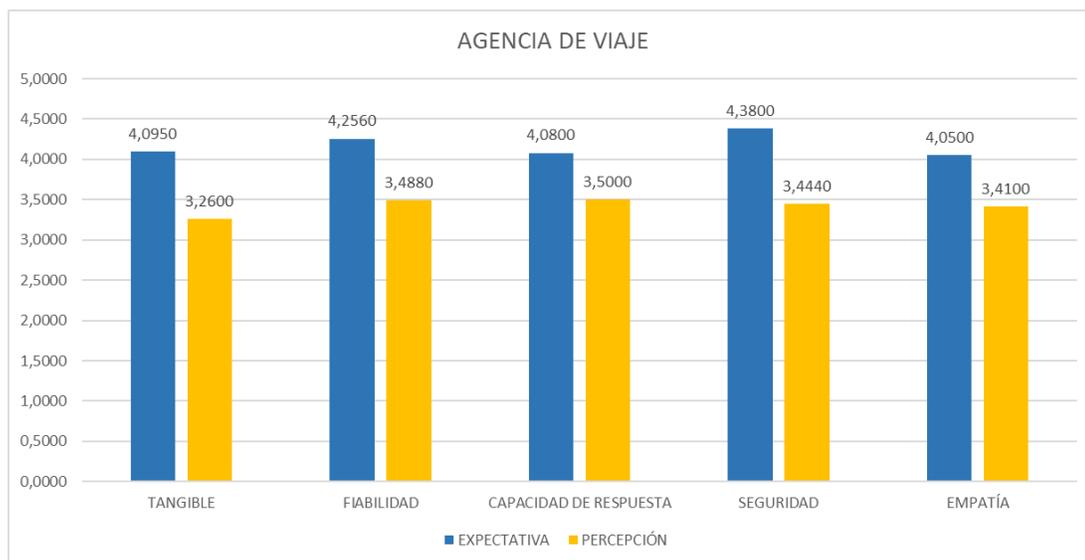
En la dimensión de los elementos de Seguridad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de las Agencias

de Viaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Empatía, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de las Agencias de Viaje, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

Figura 21

Agencia de viaje



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos al contrastar las expectativas con las percepciones, utilizando el modelo Servqual y sus cinco dimensiones. En cada una de estas dimensiones, se evidencia que el servicio de agencias de viaje durante la Conferencia

Latinoamericana de Informática CLEI-2023, celebrada en La Paz, no logra superar las expectativas de los turistas extranjeros.

1.5. Alimentación

En esta parte, se muestran los resultados acordes al servicio de alimentación, representados en tablas y figuras, dentro los cuales se encuentran cálculos necesarios representados en gráficos. Se puede observar la aplicación de los cuestionarios relacionados a las expectativas y percepciones de los Turistas Extranjeros del CLEI, 2023.

Tabla 42

Respuesta a la pregunta 8: ¿Cuál es el nombre de los restaurantes que le brindaron el servicio de alimentación?

P8	¿Cuál es el nombre de los restaurantes que le brindaron el servicio de alimentación?
Nro.	Respuestas
1	8K
2	BROSSO
3	BURGUER KING
4	CAFÉ CIUDAD
5	CAFÉ DIVERSO
6	CHIFA CHAN
7	DOÑA REMEDIOS
8	DUMBO
9	EL CRIOLLO
10	EL PRADO
11	ELI'S
12	HOTEL PRESIDENTE
13	HUACATAYA
14	LA LLAJUITA
15	LA VACA
16	MADERO
17	MADRINAS

18	MERCADO LA BOLITA
19	Mercados
20	MI CHOLA
21	MI PERÚ
22	MOZARELLA
23	MULTICINE
24	POLLOS COPACABANA
25	RITZ
26	TORRES MALL
27	YATI

Nota: En la tabla se muestra 27 restaurantes que visitaron los turistas extranjeros. Entre los restaurantes mencionados se encuentran reconocidos establecimientos como 8k, Brosso, Burguer king, Café ciudad, Café diverso, Chifa chan, Doña remedios, Dumbo, El criollo, El prado, Eli's, Hotel Presidente, Huacataya, La llajuita, La vaca, madero, Madrinas, Mercado la bolita, Mercados, Mi chola, Mi Perú, Mozarella, Multicine, Pollos Copacabana, Ritz, patio de comidas Torres Mall, y Yati. Estos datos revelan la diversidad de opciones de alimentación que estuvieron disponibles durante la conferencia.

Tabla 43

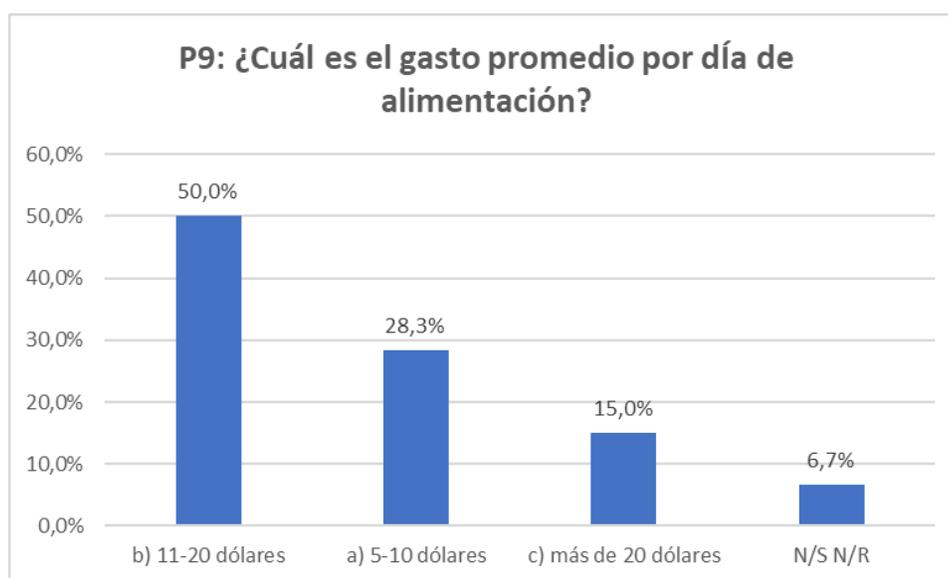
Resultados pregunta 9 ¿Cuál es el gasto promedio por día de alimentación?

¿Cuál es el gasto promedio por día de alimentación?			
Nro.	Opciones	n	%
1	b) 11-20 dólares	30	50.0%
2	a) 5-10 dólares	17	28.3%
3	c) más de 20 dólares	9	15.0%
4	N/S N/R	4	6.7%
Total		60	100.0%

Nota: En la tabla presenta información relevante sobre el gasto promedio de alimentación de los participantes en la Conferencia Latinoamericana CLEI-La Paz 2023.

Figura 22

Resultados pregunta N.º 9 ¿Cuál es el gasto promedio por día de alimentación?



Nota: En la figura se observa que el 50% de los encuestados indica un gasto de 11-20 dólares por día en alimentación, siendo esta la opción más frecuente. Además, el 28,3% de los participantes señala un rango de gasto de 5-10 dólares diarios, mientras que el 15% reporta un gasto superior a 20 dólares por día. Por otro lado, un pequeño porcentaje del 6,7% no especifica su respuesta o no responde a la pregunta. Estos datos proporcionan una visión detallada de las preferencias y comportamientos de gasto en alimentación de los asistentes a la conferencia.

1.5.1. Resultados Modelo SERVQUAL Alimentación

Tabla 44

Modelo SERVQUAL alimentación

ALIMENTACIÓN									
		EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			CÁLCULO DE BRECHA	
DIMENSIONES	NRO.	\bar{x}	s	μ	\bar{x}	s	μ	\bar{x} (P-E)	μ (P-E)
TANGIBLE	EP1	3.9000	0.7962	4.0	3.1167	1.0430	3.0	-0.7833	-1.0
	EP2	4.0500	0.9284	4.0	3.2667	1.0555	3.0	-0.7833	-1.0
	EP3	4.1500	0.9173	4.0	3.4833	1.1570	4.0	-0.6667	0.0
	EP4	4.0167	0.9112	4.0	3.3500	1.1619	4.0	-0.6667	0.0
FIABILIDAD	EP5	4.1667	0.7847	4.0	3.7333	1.0062	4.0	-0.4333	0.0
	EP6	4.1833	0.9112	4.0	3.6167	1.0750	4.0	-0.5667	0.0
	EP7	4.2167	0.8654	4.0	3.5667	1.1255	4.0	-0.6500	0.0
	EP8	4.1000	0.8772	4.0	3.4167	1.0938	3.0	-0.6833	-1.0
	EP9	4.1833	0.9112	4.0	3.5167	1.0495	4.0	-0.6667	0.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	EP10	4.0000	0.8437	4.0	3.4000	1.0118	3.0	-0.6000	-1.0
	EP11	4.0167	0.8535	4.0	3.4500	1.2133	4.0	-0.5667	0.0
	EP12	4.2500	0.9136	4.5	3.5333	1.0651	3.0	-0.7167	-1.5
	EP13	4.0000	0.8830	4.0	3.5500	1.2272	3.5	-0.4500	-0.5
SEGURIDAD	EP14	4.1667	0.7628	4.0	3.5167	1.0655	4.0	-0.6500	0.0
	EP15	4.2333	0.8511	4.0	3.6000	1.1379	4.0	-0.6333	0.0
	EP16	4.2500	0.7041	4.0	3.6000	1.0609	4.0	-0.6500	0.0
	EP17	4.0000	0.9915	4.0	3.4167	1.0299	4.0	-0.5833	0.0
	EP18	4.2667	0.7561	4.0	3.5833	1.1092	4.0	-0.6833	0.0
EMPATÍA	EP19	3.8667	0.8919	4.0	3.4167	1.1092	3.0	-0.4500	-1.0
	EP20	4.1667	0.8268	4.0	3.4333	1.0635	3.5	-0.7333	-0.5
	EP21	4.1500	0.7988	4.0	3.4667	1.0651	4.0	-0.6833	0.0
	EP22	4.1000	0.8577	4.0	3.5000	1.1571	4.0	-0.6000	0.0

Nota: La tabla presenta una evaluación detallada de las expectativas y percepciones en base a 5 dimensiones relacionadas con el servicio de alimentación durante la Conferencia

Latinoamericana de Informática CLEI-2023 en La Paz. Además, incluye el cálculo de la brecha, tanto en términos de valor mediana (μ) y la media (\bar{X}), de las 22 preguntas que abarca el Modelo SERVQUAL.

Tabla 45

Modelo SERVQUAL alimentación, cálculo de brecha.

ALIMENTACIÓN								
DIMENSIONES	EXPECTATIVA			PERCEPCIÓN			CÁLCULO DE BRECHA	
	\bar{x}	s	μ	\bar{x}	s	μ	\bar{x} (P-E)	μ (P-E)
TANGIBLE	4.0292	0.8888	4.0	3.3042	1.1068	3.0	-0.7250	-1.0
FIABILIDAD	4.1700	0.8662	4.0	3.5700	1.0688	4.0	-0.6000	0.0
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.0667	0.8749	4.0	3.4833	1.1277	3.0	-0.5833	-1.0
SEGURIDAD	4.1833	0.8197	4.0	3.5433	1.0764	4.0	-0.6400	0.0
EMPATÍA	4.0708	0.8478	4.0	3.4542	1.0930	3.0	-0.6167	-1.0

Nota: La tabla muestra una evaluación en cinco dimensiones relacionadas con la alimentación, específicamente en términos de expectativas y percepción.

En la dimensión de los elementos Tangibles, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de Alimentación, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Fiabilidad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio

de Alimentación, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

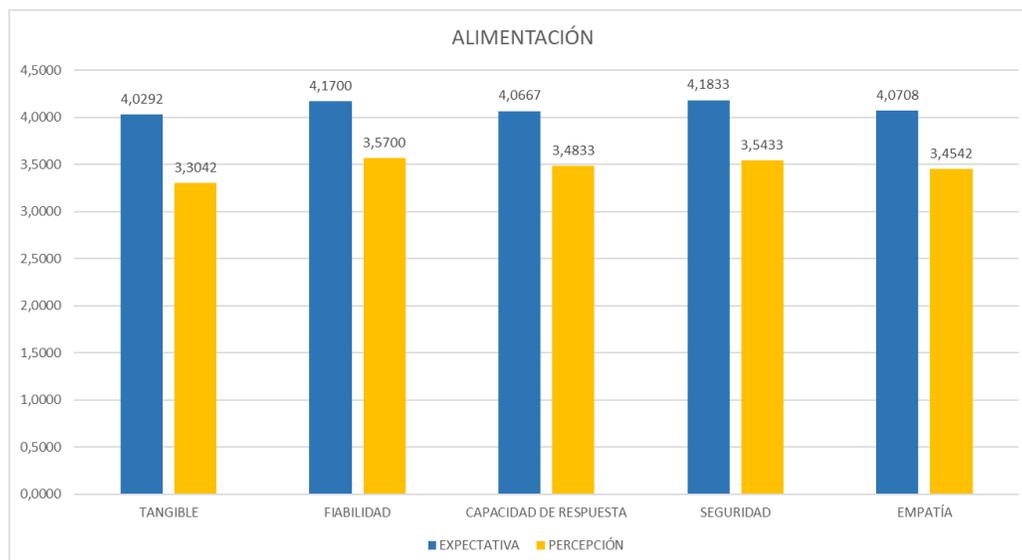
En la dimensión de los elementos relacionados a la Capacidad de Respuesta, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de Alimentación, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos de Seguridad, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de Alimentación, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

En la dimensión de los elementos relacionados con la Empatía, los resultados indican que las expectativas superan a las percepciones, como consecuencia el nivel de calidad en el servicio de las Alimentación, según los turistas extranjeros de la conferencia latinoamericana de Informática (CLEI), 2023, es baja.

Figura 23

Alimentación



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos al contrastar las expectativas con las percepciones, utilizando el modelo Servqual y sus cinco dimensiones. En cada una de estas dimensiones, se evidencia que el servicio alimentación durante la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI-2023, celebrada en La Paz, no logra superar las expectativas de los turistas extranjeros.

2. Análisis e interpretación de Datos Cualitativos

2.1. Entrevistas

Con la obtención de la entrevista semiestructurada, se procedió a contactar a los organizadores o encargados de la comisión de hotelería y turismo para la Conferencia

Latinoamérica de Informática CLEI, La Paz.2023 (Ver anexo: Entrevistas a los organizadores). Cabe mencionar que en el lapso de tiempo previsto para las entrevistas fue de 10 minutos.

2.1.1. Análisis, categorización y sistematización de resultados de las entrevistas

En la estructuración de este análisis, se identifican 4 unidades que se integran, al ser parte de los servicios turísticos durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) 2023 en La Paz, como el servicio de transporte, alimentación, hospedaje y los servicios de las agencias de viaje que son importantes dentro del contexto del servicio.

Tabla 46

Categorización de datos de entrevista

UNIDAD	CATEGORÍA	CÓDIGO	CRITERIO
Servicio de Alimentación	Aspectos Tangibles	SAT1	Servicio de Alimentación Aspectos Tangibles
		SAF1	Servicio de Alimentación Fiabilidad
	Fiabilidad	SAR1	Servicio de Alimentación Capacidad de Respuesta
		SAS1	Servicio de Alimentación Seguridad
		SAE1	Servicio de Alimentación Empatía
Servicio de Agencia de Viajes	Seguridad	AVT1	Servicio de Agencia de Viajes Aspectos Tangibles
		AVF1	Servicio de Agencia de Viajes Fiabilidad
	Empatía	AVR1	Servicio de Agencia de Viajes Capacidad de Respuesta
		AVS1	Servicio de Agencia de Viajes Seguridad

	AVE1	Servicio de Agencia de Viajes Empatía
Servicio de Hospedaje	SHT1	Servicio de Hospedaje Aspectos Tangibles
	SHF1	Servicio de Hospedaje Fiabilidad
	SHR1	Servicio de Hospedaje Capacidad de Respuesta
	SHS1	Servicio de Hospedaje Seguridad
	SHE1	Servicio de Hospedaje Empatía
Servicio de transporte	TT1	Servicio de Transporte Aspectos Tangibles
	TF1	Servicio de Transporte Fiabilidad
	TR1	Servicio de Transporte Capacidad de Respuesta
	TS1	Servicio de Transporte Seguridad
	TE1	Servicio de Transporte Empatía

Nota: La categorización de los datos de la entrevista es en base a los servicios turísticos brindado en la Conferencia Latinoamericana de Informática 2023 en La Paz.

En el análisis de los datos de la entrevista, toma en cuenta a quienes fueron parte de la organización y parte del comité de la oferta turística durante el desarrollo de la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), 2023 en La Paz. Las sesiones se grabaron y transcribieron para su posterior análisis.

El nivel de calidad bajo es debido a deficiencias en aspectos como la puntualidad en la prestación de servicios, la limpieza de las instalaciones y la capacitación del personal. Estos factores generan una experiencia insatisfactoria para los participantes del evento, lo que impacta negativamente en su percepción general de la calidad del servicio turístico.

Por otro lado, el nivel de calidad medio, se destaca por cumplir con estándares mínimos de servicio. Los prestadores de servicio muestran un desempeño aceptable en áreas como la atención al cliente, y la disponibilidad de información. Sin embargo, aún existen aspectos susceptibles de mejora, como la personalización de servicios y la eficiencia en la resolución de problemas, que elevan su clasificación hacia un nivel de calidad más alto.

Finalmente, se identifica el nivel de calidad alto, caracterizado por ofrecer experiencias excepcionales que superan las expectativas. Se distinguen por su excelente atención al cliente, instalaciones impecables, una amplia gama de servicios complementarios y una capacidad para adaptarse a las necesidades de los clientes. Su enfoque en la mejora continua y la excelencia en el servicio. A continuación, se presenta los resultados de la entrevista.

Tabla 47*Sistematización de resultados de la Entrevista – Servicio de Alimentación*

CÓDIGO	CRITERIO	RESPUESTAS DE LAS ENTREVISTAS	INTERPRETACIÓN ESPECÍFICA	INTERPRETACIÓN GENERAL POR SERVICIO
SAT1	Servicio de Alimentación Aspectos Tangibles	Los entrevistados mencionan que los aspectos tangibles del servicio de alimentación, la calidad de la comida fue buena, pero hubo deficiencias en la adecuación a las necesidades de los participantes, especialmente en el suministro de bebidas. Se sugirió una mayor atención a las preferencias de los asistentes y capacidad de solución de problemas durante el evento	El nivel de calidad de los Aspectos Tangibles, en el servicio de Alimentación, es bajo.	El nivel de calidad, de acuerdo a las entrevistas en la prestación de servicios de Alimentación, es bajo.
SAF1	Servicio de Alimentación Fiabilidad	En términos de fiabilidad, los entrevistados mencionan que hubo algunas deficiencias al principio en la adecuación a las necesidades de los participantes, la calidad del servicio mejoró con el tiempo. Los entrevistados señalan que, al final del evento, solucionaron los problemas .	El nivel de calidad de la fiabilidad, en el servicio de Alimentación, es bajo.	
SAR1	Servicio de Alimentación Capacidad de Respuesta	En relación con la capacidad de respuesta, se destaca que la organización mejoró a lo largo del evento. Inicialmente, hubo deficiencias en la orientación y presencia del restaurante.	El nivel de calidad de la capacidad de respuesta en el servicio de Alimentación, es bajo.	

SAS1	Servicio de Alimentación Seguridad	En cuanto a la seguridad en el servicio de alimentación, de acuerdo a los entrevistados no se presentó ningún percance que afectara su estadía.	El nivel de calidad de Seguridad en el servicio de Alimentación, es medio.
SAE1	Servicio de Alimentación Empatía	Los entrevistados mencionan que los prestadores de servicios fueron empáticos, amables, puntuales y organizados en la ejecución de los programas.	El nivel de calidad de Empatía en el servicio de Alimentación, es medio

Nota: El presente cuadro nos muestra los resultados de la entrevista sobre los servicios de alimentación y el resultado que es de bajo nivel al no cumplir con las expectativas de los turistas extranjeros.

El nivel bajo del servicio de alimentación se justifica por deficiencias en la adecuación a las necesidades de los participantes, especialmente en el suministro de bebidas. Aunque la calidad de la comida fue buena, la falta de atención a las preferencias de los asistentes y la capacidad limitada para resolver problemas durante el evento generaron insatisfacción. A pesar de mejoras progresivas en la fiabilidad y capacidad de respuesta a lo largo del evento, la falta inicial de orientación y presencia del restaurante también contribuyeron a la percepción negativa. Sin embargo, en términos de seguridad y empatía, no se registraron incidentes negativos, destacándose la actitud positiva y organización de los prestadores de servicios.

Tabla 48*Sistematización de resultados de la Entrevista – Servicio de Agencia de Viajes*

CÓDIGO	CRITERIO	RESPUESTAS DE LAS ENTREVISTAS	INTERPRETACIÓN ESPECÍFICA	INTERPRETACIÓN GENERAL POR SERVICIO
AVT1	Servicio de Agencia de Viajes Aspectos Tangibles	De acuerdo a los entrevistados no mencionan algo relevante sobre los aspectos tangibles del servicio de la agencia de viajes, solo que el bus turístico Sightseeing era cómodo.	El nivel de calidad de los Aspectos Tangibles, en el servicio de Agencias de Viaje, es medio.	El nivel de calidad, de acuerdo a las entrevistas en la prestación de servicios de Agencia de viajes, es medio.
AVF1	Servicio de Agencia de Viajes Fiabilidad	En términos de fiabilidad, los entrevistados mencionan que los servicios turísticos proporcionados fueron confiables, y los participantes tuvieron acceso a información detallada lugares de interés.	El nivel de calidad de la fiabilidad, en el servicio de Agencia de Viaje, medio.	
AVR1	Servicio de Agencia de Viajes Capacidad de Respuesta	En relación con la capacidad de respuesta, los entrevistados destacan que la agencia de viajes respondió eficientemente a las necesidades de los participantes, resolviendo rápidamente cualquier problema que surgiera.	El nivel de calidad de la capacidad de Respuesta en el servicio de Agencia de Viaje, es medio.	

AVS1	Servicio de Agencia de Viajes Seguridad	En términos de seguridad, los entrevistados mencionan que la agencia estuvo atenta para ayudar en cualquier emergencia, brindando una sensación de seguridad durante los tours.	El nivel de calidad de la Seguridad en el servicio de Agencia de Viaje, es medio.
AVE1	Servicio de Agencia de Viajes Empatía	En cuanto a la empatía, los entrevistados destacan que el personal de la agencia mostró empatía constante, proporcionando sugerencias y recomendaciones sobre lugares para comer y visitar. La atención constante contribuyó positivamente a la experiencia general de los participantes.	El nivel de calidad de la Empatía en el servicio de Agencia de Viaje, es alto.

Nota: El presente cuadro nos muestra los resultados de la entrevista sobre los servicios de agencia de viajes y el resultado que es de nivel medio al satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas extranjeros.

El nivel medio de los servicios de las agencias de viaje se justifica por su desempeño satisfactorio en varios aspectos clave. Los entrevistados reportaron una experiencia cómoda en términos tangibles, como el transporte. En cuanto a fiabilidad, se encontró que los servicios turísticos eran confiables y brindaban información detallada sobre los destinos. La capacidad de respuesta eficiente ante las necesidades de los clientes y la atención constante a la seguridad contribuyeron a generar una sensación de confianza. Además, la empatía mostrada por el personal al brindar sugerencias y recomendaciones añadió valor a la experiencia general de los participantes.

Tabla 49*Sistematización de resultados de la Entrevista – Servicio de Hospedaje*

CÓDIGO	CRITERIO	RESPUESTAS DE LAS ENTREVISTAS	INTERPRETACIÓN ESPECÍFICA	INTERPRETACIÓN GENERAL POR SERVICIO
SHT1	Servicio de Hospedaje Aspectos Tangibles	De acuerdo a los entrevistados, la calidad del servicio de hospedaje en aspectos tangibles fue adecuada. Las instalaciones del hotel estaban en buen estado, y la comodidad de las habitaciones cumplió con las expectativas de los participantes.	El nivel de calidad de los Aspectos Tangibles, en el servicio de Hospedaje, es medio.	El nivel de calidad, de acuerdo a las entrevistas en la prestación de servicios de Hospedaje, es medio.
SHF1	Servicio de Hospedaje Fiabilidad	Los entrevistados mencionan que la fiabilidad del servicio de hospedaje fue buena. Las reservas se realizaron correctamente, y los participantes no experimentaron problemas significativos durante su estadía en cuanto a la confiabilidad de los servicios proporcionados.	El nivel de calidad de la fiabilidad, en el servicio de Hospedaje, es medio.	
SHR1	Servicio de Hospedaje Capacidad de Respuesta	Los entrevistados mencionaron que la capacidad de respuesta del servicio de hospedaje fue satisfactoria. El personal del hotel se mostró dispuesto a atender las necesidades de los participantes y resolver cualquier inconveniente que surgiera durante su estancia.	El nivel de calidad de la capacidad de Respuesta en el servicio de Hospedaje, es medio.	

SHS1	Servicio de Hospedaje Seguridad	En cuanto a la seguridad, los entrevistados mencionan que se sintieron resguardados en los hoteles. No se reportaron incidentes que afectaran la percepción de seguridad de los asistentes.	El nivel de calidad de la Seguridad en el servicio de Hospedaje, es medio.
SHE1	Servicio de Hospedaje Empatía	Los entrevistados mencionan que la empatía del personal del servicio de hospedaje fue destacable. Se mostraron amables y dispuestos a ayudar, contribuyendo así a una experiencia más placentera para los participantes.	El nivel de calidad de la Empatía en el servicio de Hospedaje, es alto.

Nota: El presente cuadro nos muestra los resultados de la entrevista sobre los servicios de hospedaje y el resultado que es de nivel medio en calidad, al cumplir con las expectativas de los turistas extranjeros.

El nivel medio de los servicios de hospedaje se justifica por la adecuada calidad en aspectos tangibles, como instalaciones en buen estado y habitaciones cómodas, así como por la buena fiabilidad en reservas y ausencia de problemas significativos durante la estadía. Además, la capacidad de respuesta del personal para atender necesidades y resolver inconvenientes, junto con la percepción de seguridad y la empatía mostrada, contribuyen a una experiencia satisfactoria para los turistas extranjeros.

Tabla 50*Sistematización de resultados de la Entrevista – Servicio de Transporte*

CÓDIGO	CRITERIO	RESPUESTAS DE LAS ENTREVISTAS	INTERPRETACIÓN ESPECÍFICA	INTERPRETACIÓN GENERAL POR SERVICIO
TT1	Servicio de Transporte Aspectos Tangibles	Los entrevistados mencionan que los aspectos tangibles del servicio de transporte, como la comodidad de los autobuses utilizados, fueron adecuados. Los participantes no tuvieron mayores quejas en cuanto a la calidad física de los vehículos.	El nivel de calidad de los Aspectos Tangibles, en el servicio de Transporte, es medio.	El nivel de calidad, de acuerdo a las entrevistas en la prestación de servicios de Transporte, es medio.
TF1	Servicio de Transporte Fiabilidad	La fiabilidad del servicio de transporte de acuerdo a los entrevistados fue buena. Los autobuses se proporcionaron de manera oportuna, cumpliendo con los horarios establecidos y asegurando la movilidad eficiente de los participantes.	El nivel de calidad de la fiabilidad, en el servicio de Transporte, es media.	
TR1	Servicio de Transporte Capacidad de Respuesta	La capacidad de respuesta del servicio de transporte de acuerdo a los entrevistados fue buena. Los proveedores estuvieron atentos a las necesidades de los participantes, garantizando una adecuada coordinación a cualquier solicitud o imprevisto.	El nivel de calidad de la capacidad de Respuesta en el servicio de Transporte, es medio.	

TS1	Servicio de Transporte Seguridad	La seguridad en el servicio de transporte de acuerdo a los entrevistados se mantuvo en niveles adecuados. Se implementaron medidas para garantizar la integridad de los participantes durante sus traslados, generando confianza en la utilización de este servicio.	El nivel de calidad de la Seguridad en el servicio de Transporte, es medio.
TE1	Servicio de Transporte Empatía	Los entrevistados mencionan que la empatía por parte del personal del servicio de transporte contribuyó a una experiencia positiva. Se brindó atención amable y se mostraron disponibles para resolver cualquier inquietud de los participantes.	El nivel de calidad de la Empatía en el servicio de Transporte, es medio.

Nota: El presente cuadro nos muestra los resultados de la entrevista sobre los servicios de transporte y el resultado que es de nivel medio en calidad, al cumplir con las expectativas de los turistas extranjeros.

El nivel medio de calidad de los servicios de transporte se justifica por la satisfacción general de los turistas en aspectos tangibles como la comodidad de los vehículos, la fiabilidad en los horarios, la capacidad de respuesta a las necesidades individuales, la seguridad implementada durante los traslados y la empatía mostrada por el personal. Estos hallazgos reflejan una gestión adecuada que ha generado confianza y una experiencia positiva para los usuarios, aunque aún existen áreas donde se podría mejorar para alcanzar niveles superiores de calidad de servicio.

En conclusión, el nivel de la calidad de los servicios turísticos de alimentación, hospedaje, transporte y agencia de viaje, en base a las entrevistas realizadas a los organizadores, para la Conferencia Latinoamericana CLEI, 2023, es medio.

2.2. Observación

La calidad de los servicios prestados por los proveedores turísticos desempeña un papel fundamental en el éxito de eventos internacionales, como la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI). En este contexto, la ciudad de La Paz se convirtió en el epicentro, brindando la oportunidad de analizar de cerca la calidad de los servicios turísticos ofrecidos a los participantes y asistentes. Para abordar esta cuestión, se emplea la observación que permite evaluar de manera integral la calidad de los servicios de alimentación y de agencias de viaje. Se obtuvo valiosa información que contribuirá a fortalecer la experiencia de los participantes y a mejorar la planificación de futuros eventos similares.

2.2.1. Análisis, categorización y sistematización de datos de la observación

A continuación, se presenta el cuadro de categorización de datos relacionados con las guías de observación. (Ver Anexos 31 y 32).

Tabla 51*Categorización de datos – observación*

UNIDAD	CATEGORÍA	CÓDIGO	CRITERIO
Servicio de Alimentación	Aspectos Tangibles	SATO1	Servicio de Alimentación Aspectos Tangibles
		SAFO1	Servicio de Alimentación Fiabilidad
		SARO1	Servicio de Alimentación Capacidad de Respuesta
		SASO1	Servicio de Alimentación Seguridad
		SAEO1	Servicio de Alimentación Empatía
Servicio de Agencia de Viajes	Capacidad de respuesta	AVTO1	Servicio de Agencia de Viajes Aspectos Tangibles
	Seguridad	AVFO1	Servicio de Agencia de Viajes Fiabilidad
		AVRO1	Servicio de Agencia de Viajes Capacidad de Respuesta
	Empatía	AVSO1	Servicio de Agencia de Viajes Seguridad
		AVEO1	Servicio de Agencia de Viajes Empatía

Nota: El presente cuadro muestra las unidades, categorías, códigos y criterios seleccionadas de la guía de observación

Tabla 52*Sistematización de Resultados de las Guías de Observación-Servicio de Alimentación.*

CÓDIGO	CRITERIO	OBSERVACIÓN	INTERPRETACIÓN ESPECÍFICA	INTERPRETACIÓN GENERAL POR SERVICIO
SAT1	Servicio de Alimentación Aspectos Tangibles	La distribución de mesas y sillas, fue improvisado ya que utilizaron sillas del auditorio y mesas de plástico. No contaban con utensilios modernos El personal presentaba una imagen limpia e higiénica.	El nivel de calidad de los Aspectos Tangibles, en el servicio de Alimentación, es bajo.	
SAF1	Servicio de Alimentación Fiabilidad	No se registraron pérdidas de objetos personales por parte de los conferencistas extranjeros. El personal de ambas empresas, no presentaban uniformes o identificaciones.	El nivel de calidad de la fiabilidad, en el servicio de Alimentación, es bajo.	El nivel de calidad, según la observación en la prestación de servicios de alimentación, es baja.
SAR1	Servicio de Alimentación Capacidad de Respuesta	Con los problemas presentados el primer día, el personal de ambas empresas, resolvieron los inconvenientes, agregando una opción de comida vegetariana. No agregaron platos para diabéticos.	El nivel de calidad de la capacidad de Respuesta en el servicio de Alimentación, es medio.	
SAS1	Servicio de Alimentación Seguridad	No existía control de las personas que ingresaban a consumir sus alimentos.	El nivel de calidad de la Seguridad en el servicio de Alimentación, es bajo.	

SAE1	Servicio de Alimentación Empatía	<p>El horario de atención por parte de las empresas contratadas estaba de acorde a lo planificado.</p> <p>Las empresas se preocuparon por las necesidades de las personas vegetarianas.</p> <p>La atención no fue personalizada por la naturaleza del evento.</p>	<p>El nivel de calidad de la Empatía en el servicio de Alimentación, es medio</p>
------	----------------------------------	---	---

Nota: El presente cuadro nos muestra los resultados de la guía de observación sobre el servicio de alimentación y el resultado que es de nivel bajo en calidad, al no cumplir con las expectativas de los turistas extranjeros, ver anexo 31.

El nivel bajo de los servicios de alimentación se justifica por varios aspectos tangibles y de fiabilidad. La distribución improvisada de mesas y sillas, junto con la falta de utensilios modernos, afectó la experiencia general. Aunque el personal mantuvo una imagen higiénica, la falta de identificaciones generó confusión. Aunque hubo capacidad de respuesta ante problemas como la inclusión de opciones de comida, la falta de platos para diabéticos y la ausencia de control de acceso comprometieron la seguridad. El horario de atención y la consideración por las necesidades vegetarianas fueron adecuados, la falta de atención personalizada limitó la calidad del servicio dada la naturaleza del evento.

Tabla 53

Sistematización de Resultados de las Guías de Observación-Servicio de Agencia de viaje.

CÓDIGO	CRITERIO	OBSERVACIÓN	INTERPRETACIÓN ESPECÍFICA	INTERPRETACIÓN GENERAL POR SERVICIO
AVT1	Servicio de Agencia de Viajes Aspectos Tangibles	El bus turístico es panorámico, se observó que existe una gran satisfacción por parte de los visitantes extranjeros al estar en la parte superior del bus. Se pudo observar que no se activaron la calefacción o el aire acondicionado.	El nivel de calidad de los Aspectos Tangibles, en el servicio de Agencias de Viaje, es bajo.	El nivel de calidad, según la observación en la prestación de servicios de Agencia de Viaje, es media.
AVF1	Servicio de Agencia de Viajes Fiabilidad	No se registraron pérdidas de objetos personales por parte de los visitantes extranjeros. El personal de EMISTUR, estaba debidamente identificado y uniformado.	El nivel de calidad de la fiabilidad, en el servicio de Agencia de Viaje, es medio.	
AVR1	Servicio de Agencia de Viajes Capacidad de Respuesta	El personal de EMISTUR aclaraba de manera oportuna las preguntas que tenían los visitantes extranjeros. Se pudo observar que en la parte comunicativa existe deficiencias, ya que no pueden hablar de manera fluida, se traban.	El nivel de calidad de la capacidad de Respuesta en el servicio de Agencia de Viaje, es bajo.	
AVS1	Servicio de Agencia de Viajes Seguridad	El bus contaba con botiquín de primeros auxilios y herramientas necesarias frente a cualquier emergencia.	El nivel de calidad de la Seguridad en el servicio de Agencia de Viaje, es medio.	

AVE1	Servicio de Agencia de Viajes Empatía	Se pudo observar que existían turistas extranjeros que no estaban cómodos con su vestimenta, algunos indicaban que no les dieron recomendaciones previas para tomar el tour.	El nivel de calidad de la Empatía en el servicio de Agencia de Viaje, es bajo.
------	---------------------------------------	--	--

Nota: El presente cuadro representa la sistematización de resultados de la Observación, aplicada en los servicios de Agencia de viajes.

Los datos se extrajeron de la guía de observaciones, ver anexo 32.

El nivel medio de los servicios de la agencia de viajes se justifica por una combinación de aspectos tangibles y de fiabilidad que muestran un desempeño aceptable pero no excepcional. Si bien se destacan aspectos como la satisfacción de los visitantes extranjeros con el bus panorámico y la identificación adecuada del personal, se observan deficiencias en la comunicación fluida. Estas inconsistencias en la capacidad de respuesta y empatía contribuyen a situar el servicio en un nivel medio, donde se cumplen ciertos estándares de calidad, pero se identifican áreas de mejora para ofrecer una experiencia más completa y satisfactoria a los turistas.

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES.

1. Explicación del logro de los objetivos.

Durante el desarrollo de esta investigación, se lograron alcanzar con éxito los objetivos específicos planteados para conocer el nivel de la calidad de los servicios turísticos en la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz 2023.

Se llevó a cabo una exhaustiva investigación y análisis sobre la evolución histórica de las ediciones previas de la conferencia, enfocándose especialmente en los servicios turísticos ofrecidos. Este análisis proporcionó una base sólida de aquellos países anfitriones que brindaron información sobre los prestadores turísticos que fueron parte del evento. (Cap. 2 pág. 16)

Se identificó conocimientos teóricos y prácticos mediante la aplicación del método Servqual, permitiendo una evaluación más precisa y detallada de la calidad de los servicios turísticos.

Se diseñaron instrumentos de recopilación de datos específicos para la implementación del modelo Servqual en la conferencia, asegurando una medición eficiente y efectiva de la calidad de los servicios. (Anexos 13-15)

La recolección de datos se llevó a cabo durante el evento, con un instrumento que fue la encuesta, con una escala de Likert de 5 niveles que se desarrolló en dos tiempos para conocer las expectativas y percepciones de los servicios turísticos como: Hospedaje, transporte, alimentación y el servicio brindado por las agencias de viaje al ofertar paquetes turísticos para conocer la ciudad de La Paz. Se realizó la entrevista a organizadores clave, quienes son parte

del CLEI y parte de la organización de los servicios turísticos y la guía de observación sobre los servicios de alimentación y agencia de viajes. (Anexos 18-23)

Finalmente, se evaluó el nivel de calidad en el servicio brindado por los prestadores turísticos para el CLEI 2023, desde la perspectiva de los turistas extranjeros, utilizando el modelo Servqual y sus cinco dimensiones. Dando como resultado que el nivel de la calidad es bajo (Cap. 5 pág.126), porque los resultados obtenidos nos muestran que las expectativas son mayores que las percepciones, alcanzando niveles bajos de calidad, por lo que significa turistas extranjeros insatisfechos. Estos logros proporcionan valiosa información para futuras mejoras en la gestión de servicios turísticos en eventos académicos similares.

2. Comprobación o Rechazo de Hipótesis.

Tras la recopilación de datos y la aplicación del Modelo Servqual con sus cinco dimensiones para evaluar el nivel de calidad del servicio proporcionado por los prestadores turísticos durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz 2023, se procedió a la comprobación de las hipótesis planteadas. En base al modelo Servqual se tiene las siguientes opciones de las reacciones de los turistas extranjeros:

- Que las expectativas sean mayores que las percepciones: entonces se alcanzan niveles bajos de calidad, por lo que significa clientes insatisfechos.
- Que las expectativas sean menores que las percepciones: los clientes alcanzan niveles de calidad altos, lo que significa clientes satisfechos y fidelizados.

- Que las expectativas igualen a las percepciones: entonces los niveles de calidad son modestos. Lo que significa que existen clientes satisfechos, pero es posible que no exista fidelización. Los autores de este modelo señalan que cuando existe mucha diferencia y distancia entre las percepciones y expectativas es porque existe alguna falla o deficiencia interna. (Michelle, 2011).

Asimismo, se realizó entrevista a personas clave sobre la calidad de los servicios turísticos brindados durante el CLEI 2023 en La Paz, para sustentar o rechazar la hipótesis planteada. Además, se realizó la observación de los servicios de alimentación y Agencias de viaje de una manera objetiva, con el propósito de establecer el nivel de calidad de servicios. La entrevista y la observación, se los realizó dentro del método cualitativo, tomando en cuenta las cinco dimensiones del Modelo Servqual.

Para comprobar o rechazar la hipótesis es necesario elaborar una matriz de comparación de los resultados del enfoque cuantitativo-cualitativo de la presente investigación.

2.1. Sistematización de datos cuantitativos y cualitativos

Tabla 54

Matriz de comparación de resultados cuantitativos y cualitativos.

CUANTITATIVO	CUALITATIVO	
Encuesta Servqual	Entrevista	Observación
El nivel de calidad de los servicios turísticos brindados para la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI 2023 en La Paz, es bajo porque no supera las expectativas de los turistas extranjeros.	El nivel de calidad de los servicios turísticos brindados para la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI 2023 en La Paz, es media de acuerdo a las respuestas de los organizadores entrevistados.	El nivel de calidad de los servicios turísticos brindados para la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI 2023 en La Paz, es bajo de acuerdo a los resultados de la guía de observación aplicada a los servicios de Alimentación y Agencia de viajes.

Nota: El cuadro de comparación de resultados cuantitativos y cualitativos muestra los resultados del nivel de calidad de los servicios turísticos brindados para la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI 2023 en La Paz desde los enfoques cuantitativo y cualitativo.

Los resultados indican que el nivel de calidad de los servicios turísticos brindados para el CLEI 2023, es bajo.

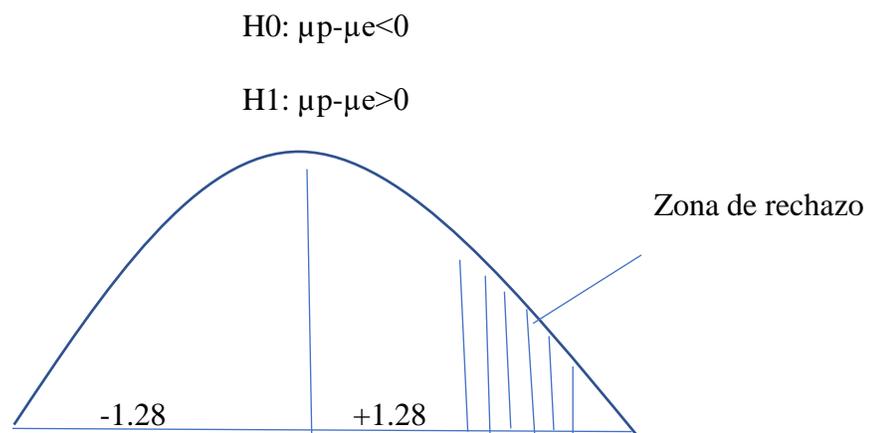
Tabla 55

Cálculo de Hipótesis Estadística

SERVICIO	n	\bar{x} (P-E)	S(P-E)
HOSPEDAJE	60	-0.5282	0.1993
TRANSPORTE	60	-0.5873	0.1602
ALIMENTACIÓN	60	-0.6330	0.2357
AGENCIA DE VIAJE	60	-0.7518	0.227
PROMEDIO	60	-0.6251	0.205

Nota: Los cálculos están basados en los resultados de los promedios de las brechas respecto al modelo SERVQUAL de los servicios turísticos y los resultados de la diferencia de la Desviación Estándar Muestral.

Nivel de Confianza: 80% $\alpha = 1.28$ $\alpha/2 = 0.64$



Con los datos obtenidos se debe calcular el estadístico de prueba Z para rechazar o aceptar la hipótesis nula.

$$Z = \frac{x_2 - x_1}{\frac{s_2 - s_1}{\sqrt{n}}} = \frac{-0.6251}{\frac{0.205}{\sqrt{60}}} = \frac{-0.6251}{\frac{0.205}{7.74}} = -0.6251/0.0265 = -23.58$$

El estadístico $Z = -23.58$, cae en la zona de aceptación. Lo que significa que no se debe rechazar la hipótesis nula. Para un nivel de confianza del 80%, el nivel de calidad evaluada del servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana CLEI, 2023, es baja.

Hipótesis: En los servicios turísticos proporcionados (transporte, hospedaje, agencias de viaje y alimentación) por parte de los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023, según los resultados cuantitativos y cualitativos se evidencio que el nivel de calidad, es bajo. En este contexto, nuestra hipótesis es nula:

- H_0 : El nivel de Calidad del Servicio que brindan los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023 evaluado a través del Modelo Servqual, revela un rendimiento de bajo nivel en relación a las expectativas y percepciones de los turistas extranjeros.

La hipótesis nula muestra que las expectativas de los turistas superan la realidad experimentada, lo que llevo a una percepción generalizada de insatisfacción. Mediante la aplicación del Modelo SERVQUAL, se exploró la discrepancia entre las expectativas y la calidad percibida.

3. Limitaciones

Se enfrentaron ciertas limitaciones durante el proceso de encuestar, principalmente derivadas de la falta de una lista precisa con la cantidad exacta de turistas extranjeros. Además, se observó que muchos de los visitantes tenían estancias breves en el país y, en algunos casos, no asistieron al evento durante todo su desarrollo. La disponibilidad limitada de tiempo por parte de los entrevistados fue otro desafío, ya que, al tratarse de una encuesta de dos partes, resultó complicado ubicar a aquellos turistas extranjeros que ya habían completado la primera sección y necesitaban participar en la segunda para expresar sus percepciones. Con el objetivo de recopilar información relevante, se llevó a cabo la primera parte de la encuesta antes de que se desarrollara el evento de manera virtual mediante un formulario, mientras que la segunda parte de la encuesta se realizó los días 18, 19 y 20 de octubre.

4. Conclusiones

La presente investigación, centrada en evaluar la calidad de los servicios proporcionados por los prestadores turísticos durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) en La Paz, 2023, mediante la aplicación del Modelo Servqual y sus cinco dimensiones, ha culminado con resultados que revelan un bajo nivel de calidad de servicio.

Los resultados obtenidos revelaron que la calidad del servicio ofrecido por los prestadores turísticos en el contexto del CLEI La Paz, 2023, no cumple con las expectativas de los participantes.

La hipótesis nula (H0) que sostiene que el nivel de Calidad del Servicio brindado por los prestadores turísticos no cumple con las expectativas y percepciones de los turistas extranjeros ha sido respaldada por los hallazgos obtenidos mediante el Modelo Servqual. Esta discrepancia entre las expectativas de los participantes y la calidad percibida ha llevado a una percepción generalizada de insatisfacción. En otras palabras, los turistas esperaban un nivel de servicio superior al que experimentaron durante la conferencia.

Las dimensiones evaluadas a través del Modelo Servqual —tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, presentaron deficiencias, lo que indica áreas específicas que requieren una atención inmediata y mejoras sustanciales. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y acciones por parte de los prestadores turísticos y las autoridades responsables de la organización de eventos de este tipo.

La baja calidad de los servicios turísticos durante la CLEI La Paz, 2023, según los resultados obtenidos mediante el Modelo Servqual, destaca la necesidad de estrategias y medidas correctivas para elevar el estándar de calidad y ofrecer experiencias más satisfactorias a los participantes de este importante evento de informática en Latinoamérica.

5. Recomendaciones

Respecto a las recomendaciones de la presente investigación, una de las más importantes que se deben tomar en cuenta es la evaluación de la calidad de los servicios turísticos de manera periódica en temporadas altas y bajas, ya que de esa manera se podrá tener una visión más completa de lo que el turista extranjero percibe del servicio.

Los resultados obtenidos en la investigación sobre "La Calidad de los Servicios que Brindan los Prestadores Turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023 a través del Modelo Servqual", se hace evidente la necesidad de abordar y mejorar significativamente el nivel de calidad del servicio proporcionado por los prestadores turísticos en el contexto de la CLEI 2023. Dada la conclusión de que la calidad actual es baja, se sugieren las siguientes recomendaciones para elevar la experiencia de los participantes:

- **Capacitación del Personal:** Implementar programas de capacitación para el personal de los prestadores turísticos, centrándose en la comprensión y cumplimiento de las expectativas del cliente, así como en la mejora de habilidades interpersonales.
- **Comunicación Efectiva:** Mejorar los canales de comunicación entre los prestadores turísticos y los participantes de la CLEI. Garantizar que la información sobre servicios, horarios y ubicaciones sea clara y accesible para minimizar la posibilidad de malentendidos.
- **Infraestructura y Equipamiento:** Evaluar y mejorar la infraestructura y el equipamiento proporcionado por los prestadores turísticos. Asegurarse de que las instalaciones estén en óptimas condiciones y equipadas para satisfacer las necesidades de los participantes.
- **Gestión de Tiempo:** Implementar estrategias para optimizar la gestión del tiempo, especialmente en situaciones donde los participantes tienen estancias breves. Facilitar procesos eficientes para maximizar el tiempo de participación en el evento.

- **Tecnología Innovadora:** Integrar tecnologías innovadoras para mejorar la eficiencia y la experiencia del participante. Aplicaciones móviles, sistemas de información en tiempo real y otras soluciones tecnológicas que pueden facilitar la participación y la interacción.
- **Retroalimentación Continua:** Establecer mecanismos de retroalimentación continua, tanto de los participantes como de los prestadores turísticos, para identificar áreas específicas que requieren mejora y ajustar las prácticas en consecuencia.
- **Sostenibilidad Ambiental:** Fomentar prácticas sostenibles en la prestación de servicios turísticos. Implementar medidas que reduzcan el impacto ambiental, promoviendo la sostenibilidad y la responsabilidad social durante este tipo de eventos.
- **Alianzas Estratégicas:** Establecer alianzas estratégicas con proveedores locales para enriquecer la oferta de servicios turísticos. Esto puede incluir colaboraciones con restaurantes, transporte local y actividades culturales para diversificar las opciones disponibles.

Los resultados de la presente investigación deben ser compartidas con los organizadores y los prestadores de servicios turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI, 2023. Así también, con la directiva 2024 del mismo evento, para fortalecer y mejorar de manera continua el aspecto turístico dentro de este evento internacional.

Estas recomendaciones, basadas en los hallazgos de la investigación, tienen como objetivo elevar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos durante la Conferencia Latinoamérica de

Informática CLEI, 2023, contribuyendo así a una experiencia más satisfactoria para los participantes y fortaleciendo la reputación del evento en futuras ediciones.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso Almeida, M., Barcos Redín, L., & Martín Castilla, J. I. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Síntesis (Madrid, España).

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/36255>

ASALE, R.-, & RAE. (s. f.). *Conferencia / Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 3 de septiembre de 2023, de <https://dle.rae.es/conferencia>

Azor, S. S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en hostelería*. Editorial Elearning, S.L.

Calpa, A. C. S. (2013). Turismo Educativo. *Revista de Investigaciones UNAD*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.22490/25391887.1170>

Camisón, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55513988/gestion-de-la-calidad.pdf?1515706738=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGestion_de_la_calidad_Conceptos_enfoques.pdf&Expires=1693964350&Signature=eEYOXsGDEuncYNwG~9G0fJLN57o2jJiQkVCASwFg8W6Wfm~cJdhMCje4do9DvGLDYFZpDiYKij8RrbziOz9IRHTL97gayLBdB77dnTPQWP4x2tNu0Rckjtf5oidrfr50sTCQI7ia6x8GgDvQURmrfqjClqv2vGQnuFsOvZlbW2Pc8skuRK8nIkLtBqVJ7K-IxuU8J23CyCpXCZwh~e5497IaZWIKnZRh-6MVMcj7umCBD6All4jaTR76N6hh3HX7WvKVhMzGIIsfd-O3lBjSuB7Rg6BJBDdt1EWvTB3WpnOVw4~u~-

stftx1iEL1FUgBhI5TNfkzB~shWujPLPhgqbA__&Key-Pair-
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

CANOTUR. (s. f.). *Reglamentos de prestadores turísticos*. Recuperado 6 de septiembre de 2023, de <http://canotur-bolivia.com/reglamentos-especificos/>

Carrasco Fernandez, S. (2023). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*. Ediciones Paraninfo, S.A.

Carrera de Informática-UMSA. (2023). *CUADRAGÉSIMA NOVENA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA*. CLEI-2023. <https://clei.umsa.bo/>

Cayo, N., & Arcaya, L. (2013). GRADO DE SATISFACCION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS EN LA CIUDAD DE PUNO 2011—PERÚ. *COMUNICACION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 4(1), 28-37. <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449844866003.pdf>.

CLEI. (2023). *BREVE RESEÑA HISTORICA*. CENTRO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS EN INFORMATICA. <https://clei.org/historia-de-clei/>

Collado, C. F., & Baptista Lucio, P. (1998). *Metodología de la Investigación*. 5ta edición, 497.

Colmenares Delgado, O. A., & Saavedra Torres, J. L. (2007, septiembre 15). *Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio (MKT)* [Artículo original]. *Técnica Administrativa* issn 1666-1680. <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>

- del Bosque, I. R., & Martín, H. S. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551-573.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.02.006>
- Duque Oliva, E. J., & Canas Baquero, J. (2014). Validación del modelo SERVPERF en el ámbito de internet: Un caso colombiano. *SUMA DE NEGOCIOS*, 15(12), 115-123.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700333#bib0025>.
- Falces Delgado, C. E., Siera Diez, B., Becerra Grande, A., & Briñol Turnes, P. (1999). Hotelqual una escala para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento. *Estudios Turísticos*, 139, 95-110. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2196115>.
- Ford, R. C., Sturman, M. C., & Heaton, C. P. (2012). *Managing quality service in Hospitality*. Dave Garza.
- García, J. R. (2014). *Organización, gestión y creación de empresas turísticas*. Septem Ediciones.
- Gavin .R., F., & Brent Ritchie, J. R. (1991). *Measuring Service Quality in the Travel and Tourism Industry*. *Journal of Travel Research*.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=8c7d54c2262eb0028ef017ede3024c3c8680d2dd>
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editorial Brujas.

- Gronroos, C. (1984). A service Quality Model and Its Marketing Implications. 1984, 18(4).
 file:///C:/Users/PC/Downloads/AServiceQualityModelandItsMarketingImplications.pdf
- f.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010).
Metodologia de la investigacion.
- Hoffman, D., & Bateson, J. E. (2012). *Marketing de servicios* (Cuarta).
https://issuu.com/cengagelatam/docs/marketing_de_servicios_4ed_hoffman
- Hudson, S. (2013). *Customer service in tourism and hospitality*. Oxford : Goodfellow Publishers
 Lim. <http://archive.org/details/customerservicei0000huds>
- Kotler, P., Bowen, J. t., Makes, J. C., Garcia de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011).
Marketing Turistico (5ta ed.). Madrid-España.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61402567/80-marketing-turistico-kotler20191202-61177-1vy17t2.pdf?1575330154=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_turistico_9_7_8_8_4_8_3_2_2_7.pdf&Expires=1694010039&Signature=RBQMUNKb7VjN3ueCen7ZWvbAgUxcM1b9mWhdq9sw6R4a20-WA~URgmNzfN6J0oUE-munT6l1cuoLTBzn87JBIU7NwdLhPOdngR3eF9walyvTrfrx9j1YiQZQqwnzB0eudmj-6BYB7mJHx-MsQJF-Zi5FNAX7f2qjeQ0vvla8i4qdBBedqfBI20~bEGHoiV53jlgmItI2PlzVhGlZfV5nhgb92Qhne~TzdOQekl~NckDameYZrZcDFMsQ5r6KAJxyWjMjcw0LT8GSxS7ojBH8lB

- G0gh0SH11bygDgVvazTODRAEJ9rntOn4mSJ-
p7uTvh84HVL2O9WqwvmqssjR~Jg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.
<https://doi.org/10.1177/004728750003800308>
- Kwan-Chung, C. K., Urbieto-Almada, M. B., González-Ayala, G. G., Gorostiaga-Tippach, J. M., Cáceres-Ocampos, M. E., & Ruiz Díaz-Vega, M. (2022). Perception of the quality of service provided by the travel agency Apleno S.A. - Paraguay using the servqual model. *Revista Científica de la UCSA*, 9(2), 103-111.
<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.02.103>
- Ley General de Turismo, «Bolivia te Espera», Pub. L. No. 292, 22 (2012).
http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/busquedag1?data%5BGobierno%5D%5Bid_gobierno%5D=&data%5BTipoNorma%5D%5Bid_tipo_norma%5D=1&q=turismo&s=1
- Maure Agüero, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la economía*, 82. <https://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>
- Melgarejo, L. M. V. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 8, Article 8.
- Mesa, J. C. P. (2016). *Operaciones y gestión de empresas turísticas*. Universidad Almería.
- Michelle, G. R. J. (2011). *TESIS DE GRADO “MEDICIÓN DE NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA EXTRANJERO RESPECTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LA.*

- Navas Chérrez, J. A. (2017). “*Medición de la calidad del servicio en los alojamientos turísticos a través de la escala Servqual*”. [Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26857/1/602%20MKT.pdf>
- ONU Turismo. (s. f.). Recuperado 3 de marzo de 2024, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Otero Cordones, C. (2003). *Evaluación de la calidad de destinos turísticos de sol y playa: Una aplicación a la costa del sol* [Http://purl.org/dc/dcmitype/Text, Universidad de Málaga].
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=217425>
- Parasuram, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL instrument. *J Retailing*, 67.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
<https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Pinto Llosa, J. R. (2017). *La calidad del servicio en la bodega Santa Elena del distrito de Pocollay en el año 2017, a través del modelo Servqual*. Universidad privada de Tacna.
- Reglamento General a la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, Pub. L. No. D.S. 2609 (2015).
<http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscar/2609>

- Ríos, J., & Santomà Vicens, R. (2008). Calidad de servicio en la industria hotelera desde la perspectiva del SERVQUAL. *RECERCAT (Dipòsit de la Recerca de Catalunya)*.
<https://recercat.cat/handle/2072/375977>
- Rodriguez Guzman, E. C. (2018). “*Calidad del servicio turistico hotelero mediante la escala Servqual* ” [Universidad Mayor de San Andres].
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/19349/TUR-530.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saldaña, J. P. C., & Urcia, L. A. A. D. L. G. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN POSTGRADO*. Lulu.com.
- Sampieri, H., Collado, F., & Lucio, B. (2004). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. 2004, tercera edicion, 533.*
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., & Ramos, S. (1994). *Introduccion al Turismo*. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Secretaría Municipal de Planificación GAMLP. (2022). *PLAN TERRITORIAL DE DESARROLLO INTEGRAL PARA VIVIR BIEN DEL MUNICIPIO DE LA PAZ 2021-2025: Vol. I-VI*. <https://sim.lapaz.bo/ptdi/2021-2025/documentos.html>
- Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján-Vera, P. E., & Trelles Pozo, L. R. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque Peru. *2021, 3(4), 12.*

- Tamayo Tamayo, M. (1996). El proceso de la investigación científica. En *El proceso de la investigación científica* (pp. 231-231).
<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-179950>
- Tinco Alanoca, P. J. (2015). *La percepción de la calidad del servicio de transporte público turístico La Paz-Coroico* [Thesis].
<http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/14064>
- Torrez, M., & Vásquez, C. (2018). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis. *Revista Científica Compendium*, 18(35), 76.
<https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/64>.
- Torrez Perez, M. E. (1997). *Institucionalizacion de la Calidad en los Servicios turisticos en Cuba*. [Universidad Nacional Autonoma de Mexico].
<http://132.248.9.195/ppt1997/0247786/Index.html>
- Tosun, C., Temizkan, S. P., Timothy, D. J., & Fyall, A. (2007). Tourist shopping experiences and satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 9(2), 87-102.
<https://doi.org/10.1002/jtr.595>
- Tribe, J., & Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19(1), 25-34. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00094-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00094-0)
- Vajčnerová, I., Žiaran, P., Ryglová, K., & Andráško, I. (2014). Quality Management of the Tourist Destination in the Context of Visitors' Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 12, 718-724. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00398-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00398-0)

Vasquez Romero, M. V. (2019). *Aplicación del modelo servqual para la medición de la calidad de servicio desde el punto de vista del cliente para generar estrategias que mejoren el nivel de calidad percibida en el Servicio que otorga la asociación departamental de guías de Turismo Oruro (a.d.g.t.o.)* [Universidad de Aquino Bolivia].
<https://www.studocu.com/bo/document/universidad-de-aquino-bolivia/ingenieria-comercial/tesis-servqual-proyecto-de-grado/40432726>

Verain, L. (2015). *Tourist motives, Expectations and Satisfaccion*. 70.

ANEXOS

Anexo 1

Resolución Honorable Consejo Universitario 408/2022. Aprobación de la Realización de la Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, 2023.



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
HONORABLE CONSEJO UNIVERSITARIO
La Paz - Bolivia

RESOLUCIÓN

HONORABLE CONSEJO UNIVERSITARIO No. 408/2022

La Paz, 19 de octubre de 2022

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Que, el Honorable Consejo Universitario reunido en sesión ordinaria de la fecha ha tomado conocimiento de la nota FCPN.INF DIR.No. 1338/2022 enviada por el Ph.D. José María Tapia Baltazar, Director de la Carrera de Informática con Vo.Bo. del M.Sc. Grover Alex Rodríguez Ramírez, Decano de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales, mediante la cual solicita la homologación de la Resolución del Honorable Consejo Facultativo No. 1254/2022.

Que, la Resolución del Honorable Consejo Facultativo de Ciencias Puras y Naturales No. 1254/2022, resuelve aprobar la realización de la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), para la gestión 2023, con sede en Bolivia, organizado por la Carrera de Informática de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la Universidad Mayor de San Andrés.

Que, el Centro Latinoamericano de Estudios en Informática (CLEI), tiene por objeto promover el desarrollo de la información en Latinoamérica a través de intercambio científico, técnico y educacional entre los miembros participantes, así como el estudio de sus efectos en la sociedad.

Que, la organización de la Conferencia Latinoamericana de Estudios en Informática tiene sede en los diferentes países miembros de manera itinerante, es decir, cada año pasa a un país, este año en Colombia y el próximo 2023 corresponde a Bolivia, después de 20 años.

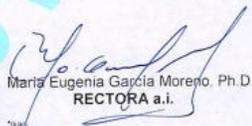
Que, es importante además señalar que esta actividad fue aprobada mediante Resolución No. 03/2022 de la Asamblea Docente – Estudiantil de la Carrera de Informática dependiente de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales.

Que, el Honorable Consejo Universitario en consideración a los antecedentes del caso y la solicitud de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales, ha determinado dictar la presente Resolución.

POR TANTO
SE RESUELVE:

Artículo Único. **HOMOLOGAR**, la determinación asumida por el Honorable Consejo Facultativo de Ciencias Puras y Naturales mediante Resolución No. 1254/2022, de 20 de septiembre de 2022; aprobando la realización de la **CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA (CLEI)**, para la gestión 2023, con Sede en Bolivia, evento que será organizado por la Carrera de Informática dependiente de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la Universidad Mayor de San Andrés.

Regístrese, comuníquese y archívese.


María Eugenia García Moreno, Ph.D.
RECTORA a.i.


M.Sc. Mardo Aurelio Velasco Olivarez
SECRETARIO GENERAL UMSA

Anexo 2

Citación Nro. 21/23. Comisiones CLEI, 2023.

 **UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**
FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES
CARRERA DE INFORMÁTICA
La Paz - Bolivia



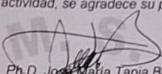
CITACIÓN N°. 021/2023
La Paz, 08 de agosto de 2023

CITACIÓN

La Dirección de la Carrera de Informática, convoca a las (13) **TRECE COMISIONES DEL "CLEI-BOLIVIA UMSA 2023"**, a reunión, programada para el día **viernes 11 de agosto de 2023**, en la Dirección de la Carrera de Informática, piso 5, bajo el siguiente orden del día y cronograma de horarios:

✓ **INFORME DE AVANCE DE COMISIONES**

Por la importancia de la actividad, se agradece su participación y puntualidad.


Ph.D. José María Tapia Baltazar
DIRECTOR
CARRERA DE INFORMÁTICA



NÓMINA DE COMISIONES
ORGANIZACIÓN CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA
"CLEI-BOLIVIA UMSA 2023"

NRO	COMISIÓN	HORARIO
1	HOTELERIA, TURISMO Y TRANSPORTE	09:30
2	COMUNICACIÓN Y PRENSA Y AUSPICIOS	09:45
3	LOGÍSTICA Y REFRIGERIO	10:00
4	SISTEMAS Y SOPORTE TÉCNICO ACREDITACIÓN	10:15
5	CENA DE GALA	10:30
6	ACTIVIDADES CULTURALES	10:45
7	CONFERENCIAS Y PROGRAMA	11:00
8	PROTOCOLO, TRADUCCIÓN Y MAESTROS DE CEREMONIA	11:15
9	PLENARIAS Y MESAS REDONDAS CLEI-CCBOL	11:30
10	TALLER Y PROGRAMACIÓN COMPETITIVA (LOCAL) Y FINAL LATINOAMERICANA DE PROGRAMACIÓN	11:45
11	COMISIÓN DE SEÑALÉTICA	12:00
12	OPEN-INFO	12:15
13	CONGRESO TAC	12:30

CARRERA DE INFORMÁTICA
ACREDITADA RESOLUCIÓN C.E.U.B. 71/2014

Av. Villazón N° 1995, Monoblock Central, Segundo Patio, Edif. Carrera de Informática
Teléfono: 2440338 - 2440325 - 2441422. Fax: 2441422 - La Paz - Bolivia

Anexo 3
Citación Nro. 022/2023. Organización CLEI con EMISTUR



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
 FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES
 CARRERA DE INFORMÁTICA
 INSTITUTO DE INVESTIGACIONES EN INFORMÁTICA
 La Paz - Bolivia



CITACIÓN N°. 022/2023
 La Paz, 11 de agosto de 2023

CITACIÓN

La Dirección de la Carrera de Informática, convoca a la **COMISIÓN ADMINISTRATIVA OPERATIVA DE ORGANIZACIÓN DE LA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA "CLEI-BOLIVIA UMSA 2023"**, a reunión, programada para el día **martes 15 de agosto a horas 09:30 a.m.**, en la Dirección de la Carrera de Informática, piso 5, bajo el siguiente orden del día:

- ✓ ORGANIZACIÓN CLEI 2023 CON EMISTUR
- Por la importancia de la actividad, se agradece su participación.

Ph.D. José María Tapia Baltazar
DIRECTOR
CARRERA DE INFORMÁTICA

COMISIÓN ADMINISTRATIVA OPERATIVA DE ORGANIZACIÓN DE LA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA "CLEI-BOLIVIA UMSA 2023"

Msc. Wendy Echalar Dávila COORDINADORA EMISTUR	
PhD. Marisol Tellez Ramirez DOCENTE CARRERA DE INFORMÁTICA	
Carolina Velasco Gallardo ADMINISTRATIVO	
Ing. Óscar Luis Guzmán Jordan ADMINISTRATIVO	
Eugenia Yanarico Catacora ADMINISTRATIVO	
Brenaly Aliaga Vasquez ADMINISTRATIVO	

Anexo 4

Resolución Facultativa Nro.1254/2022 Facultad de Ciencias Puras y Naturales. Aprobación de la Realización Conferencia Latinoamericana de Informática, 2023.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES
DECANATO
La Paz - Bolivia


RECIBIDO
26 SEP 2022

RESOLUCIÓN
HONORABLE CONSEJO FACULTATIVO No.1254/2022

A, 20 de septiembre de 2022

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Que, el Honorable Consejo Facultativo en sesión ordinaria de la fecha, ha tomado conocimiento de la nota FCPN-INF.DIR. No. 1260/2022, enviada por el Dr. José María Tapia Baltazar, Director de la Carrera de Informática, solicitando se apruebe la realización de la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), para la gestión 2023, con sede en Bolivia, organizado por la Carrera de Informática de la Universidad Mayor de San Andrés.

Que, la Dirección de la Carrera de Informática, ha comunicado que el Consejo de Carrera no puede sesionar debido a la falta de representación docente.

Que, el Honorable Consejo Facultativo de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales, en uso de sus atribuciones, ha determinado emitir la presente Resolución.

POR TANTO
SE RESUELVE:

Artículo Único. - Aprobar la realización de la **CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA (CLEI)**, para la gestión 2023, con sede en Bolivia, organizado por la Carrera de Informática de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la Universidad Mayor de San Andrés.

Regístrese, comuníquese y archívese.


MSc. GROVER ALEX RODRIGUEZ RAMIREZ
Decano de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales y
Presidente del Honorable Consejo Facultativo

GARR/ehc
RUT: 1311 - INF_2022
c.c.: Archivo, Informática (2), Centro Est. Inf.



BIOLOGÍA • CS. QUÍMICAS • ESTADÍSTICA • FÍSICA • INFORMÁTICA • MATEMÁTICA

Anexo 5
Oferta Económica Servicio de Alimentación

"Atención de Eventos Gloria"
Vinos de Honor Talleres, Sembreros, Refrigerios, etc.

La Paz, 12 de octubre de 2023

Señores
FACULTAD DE CIENCIAS PURAS
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
Presente

OFERTA ECONOMICA
REF.:SERVICIOS DE CÁTERIN

PROVISION DE SERVICIOS DE ATENCION DE REFRIGERIOS Y ALIMENTACION CON DESTINO A LA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMATICA (CLEI)

Nº	Cant	DESCRIPCION	Unit.	Total
1	800	REFRIGERIOS TUCUMANA O EMPANADA DE POLLO GASEOSA, JUGO Y/O AGUA Envase PET, EN CONTENEDOR BIODEGRADABLE	12.50	10.000
2	800	REFRIGERIOS JAWITA O LLAUCHA GASEOSA, JUGO Y/O AGUA. Envase PET, EN CONTENEDOR BIODEGRADABLE	12.50	10.000
TOTAL			Bs.	20.000

SON: VEINTE MIL 00/100 BOLIVIANOS

EL PRECIO INCLUYE IMPUESTOS DE LEY.
FORMA DE PAGO CONTADO SIGEP.
VALIDES DE LA OFERTA : 30 DIAS


Gloria Z. Villarte Valdivezo
GERENTE
NIT. 1835072013

Dirección: AV. Arce Nro 2595
Telf. 76766479 La Paz - Bolivia

Anexo 6 Contrato de servicios con EMISTUR

<p style="text-align: center;"> CONTRATO DE SERVICIOS "USO DE TRANSPORTE TURÍSTICO PARA TRASLADO DE PERSONAS AL CLEI (CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMATICA) HACIA EL CAMPO FERIA CHUQUIAGO MARKA"</p> <p>Conste por el presente contrato de prestación de servicios, que en caso necesario podrá ser elevado a la categoría de instrumento público con el solo reconocimiento de firmas y rúbricas, suscrito entre las partes abajo firmantes, al tenor y contenido de las siguientes cláusulas y condiciones:</p> <p>PRIMERA (PARTES) - Intervienen en el presente contrato, la Lic. Eugenia Yanarico Catacora con C.I. 6179366 L.P., docente de la carrera de Informática, quien en adelante se denominará EL CLIENTE y el Emprendimiento de Información y Servicios Turísticos, de la Universidad Mayor de San Andrés, que en adelante se denominará EMISTUR, representada por su Coordinadora, Lic. Wendy Jenny Echalar Dávila, con cédula de identidad N.º 3686318 PT., bajo las siguientes cláusulas:</p> <p>SEGUNDA (OBJETO DE CONTRATACIÓN) - EMISTUR otorgará AL CLIENTE, el servicio de transporte turístico en el bus panorámico acordado el día VIERNES 13 de octubre de la presente gestión para realizar el servicio:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p style="text-align: center;">TRASLADO DE PERSONAS AL CAMPO FERIA CHUQUIAGO MARKA DIA LUNES 16 DE OCTUBRE Detalles de Operación del servicio</p><p>Itinerario: 8:30 a.m. - Concentración dentro del garaje del Monoblock UMSA 13:30 p.m. - Finalización de servicio Calle J.J. Perez</p><p>Duración: 5 horas Precio: 750 bs. total</p></div> <p>TERCERA (DETALLE DEL SERVICIO) - El servicio se hará de acuerdo al siguiente detalle:</p> <ul style="list-style-type: none">• Traslado de congresistas, staff de protocolo y otros.• Las salidas que se requieran deberán establecerse dentro del horario acordado. <p>CUARTA (COSTO DEL SERVICIO) - El costo por el servicio de transporte en cláusula anterior es de Bs. 750 (setecientos cincuenta 00/100), importe por el cual ambas partes expresaron su conformidad.</p> <p>QUINTA (CONDICIONES DE PAGO) - A la firma del contrato se pagará el 50% del monto de costo de servicio de transporte, el restante 50% se entregará en efectivo antes de la realización del tour el día de la operación de servicio.</p> <p>SEXTA (CANCELACIÓN O MODIFICACIÓN DEL SERVICIO) - En caso de cancelación, EL CLIENTE deberá informar por escrito con 48 horas de anticipación, de lo contrario EMISTUR cobrará el 100% del anticipo, en concepto de NO SHOW.</p> <p>En el caso de la modificación de servicio, se deberá informar con 48 horas de anticipación para no perder el anticipo entregado.</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>SÉPTIMA (CONFORMIDAD DE PARTES) - El cliente y EMISTUR, conformes con todas las cláusulas señaladas firman el presente contrato a los 15 días del mes de septiembre de 2023.</p> <p style="text-align: center;"> Lic. Wendy Echalar Dávila COORDINADORA-EMISTUR UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS</p> <p style="text-align: center;"> Lic. Eugenia Yanarico Catacora CARRERA DE INFORMATICA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;"></p>
--	--

Anexo 7

Pase a Bordo, La Paz-Santa Cruz. Dr. Cernuzzi Luca, Chair General Conferencia Latinoamericana de Informática CLEI, 2023.



BoA
Boliviana de Aviación

Security nb: 10 - Ticket: 04591788699203


Pase a Bordo

Cernuzzi / Luca

DESDE A

Despegue **09:30** | **LPB**  **VVI** | Aterrizaje **10:35**
21 Oct 2023 | | 21 Oct 2023

La Paz El Alto Intl | Santa Cruz Viru Viru Intl

Vuelo	Asiento	Hora de Abordaje	Puerta	Grupo
OB664	9D	09:00	Check monitors	Grupo3

TRAVEL INFORMATION

 <p>Información acerca del pase a bordo Por favor preséntese en la puerta de embarque 30 minutos antes del horario de la salida su vuelo.</p>	 <p>Verifique Equipaje Permitido Vuelos Nacionales 20kg Vuelos Internacionales 30kg Vuelos MIA/MAD 2pzas de 23kg c/u Vuelos MIA/MAD clase ejecutiva 3pzas de 23kg</p>	<p>Viajero Frecuente None</p> <p>Clase de Reserva</p>
 <p>Documentos de viaje Es responsabilidad del pasajero portar y revisar que todos los documentos requeridos de viaje se encuentren en vigencia para poder completar el viaje.</p>	 <p>Franquicia de equipaje de mano Además de computadora portátil y/o cartera de mano equipaje de mano permitido 1 pieza con : 5kg, 7kg, 10 kg dependiendo del tipo de aeronave.</p>	<p>BOOKING REFERENCE 2A6ZUT</p> <p>Boleto ETKT 045917886999203</p>
 <p>Información Adicional HIGHLIGHTED SSR AND SK</p>		

NEXT STEPS

 <p>Recomendación importante Reserve el tiempo suficiente para Check-In de su equipaje, control de seguridad y Embarque.</p>	 <p>Solo con equipaje de mano Pasajeros que viajen solo con equipaje de mano diríjase directamente a la puerta de embarque.</p>	 <p>Gracias por su preferencia Gracias por elegir a Boliviana de Aviación, le deseamos un feliz viaje.</p>
 <p>Hora del cierre para equipaje facturado Para depositar su equipaje, por favor facturarlo en mostradores 45 minutos antes de la salida en vuelos</p>	 <p>Boarding Por favor preséntese en la puerta de embarque 30 minutos antes del horario de la salida su vuelo.</p>	

Anexo 9

Voucher para el servicio de Hospedaje Hotel Madero, Dr. José Lisandro Aguilar Castro, presidente CLEI, 2023.

beedgo
beedgo.com: Hoteles a precios insuperables



595223390
CÓDIGO DE RESERVA



Madero Hotel & Suites
La Paz - Bolivia
+591-69995119

ENTRADA	SALIDA	NOCHES
20	24	4
AGOSTO Desde las 14:00	AGOSTO Hasta las 12:00	ESTADÍA

Jose Lisandro Aguilar Castro

HABITACIÓN	CHECKIN	CHECKOUT	PRECIO
Suite ejecutiva matrimonial • Desayuno	20/08/2023	24/08/2023	BOB 1,400.00
			TOTAL BOB 1,400.00 BOB



SCAN ME



Map showing location of Hotel Copacabana in La Paz, Bolivia. Landmarks include Calle Nicolás Acosta, Avenida 20 de Octubre, Calle Federico Zuazo, and Monótopos Central UMSA.

Anexo 10

Proforma y lista Servicio de Hospedaje. Hotel Rey Palace.



La Paz 06 de Noviembre de 2023

PROFORMA DE PAGO DE HOSPEDAJE

Señores:

UMSA - INFORMATICA

Presente. –

A tiempo de saludarlos muy cordialmente, envío detalle de pago:

Nº	T.HAB	Nº HAB	NOMBRE DEL HUISPED	INGRESO	SALIDA	CANTIDAD NOCHES	PRECIO UNITARIO	TOTAL HOSPEDAJE	ALMUERZO 14/10/23	TRANSFER IN	TRANSFER OUT	TOTAL
1	SIMPLE	206	LUCA CERNUZZI	13/10/2023	21/10/2023	8	240	1920	35			1955
2	SIMPLE	102	HECTOR CANCELA BOSI	14/10/2023	21/10/2023	7	240	1680		90		1770
3	SIMPLE	406	JOSE LISANDRO AGUILAR CASTRO	13/10/2023	23/10/2023	10	240	2400	35			2435
4	SIMPLE	606	ROBERTO ASIN	14/10/2023	20/10/2023	6	240	1440		90		1530
5	SIMPLE	307	JOSÉ MIGUEL ROJAS SILES	15/10/2023	21/10/2023	6	240	1440				1440
6	SIMPLE	202	FABER DANILO GIRALDO VELASQUEZ	14/10/2023	21/10/2023	7	240	1680		90		1770
7	SIMPLE	302	ELOY GONZALES	14/10/2023	23/10/2023	9	240	2160				2160
8	SIMPLE	402	SILVANA RONCAGLIOLO	14/10/2023	21/10/2023	7	240	1680		90		1770
9	SIMPLE	601	CARLA TARAMASCO	15/10/2023	20/10/2023	5	240	1200		90	90	1380
10	DOBLE	802	CARLOS DANIEL LUNA GARCIA	13/10/2023	22/10/2023	5	240	1200	35		90	1325
11			RODRIGO MARTIN SANTOS	13/10/2023	21/10/2023	6	280	1680	35			1715
12	SIMPLE	801	WILLIAM GIRALDO	17/10/2023	22/10/2023	5	240	1200		90		1290
13	SIMPLE	705	CHRISTIAN DANIEL VON LUCKEN	15/10/2023	21/10/2023	6	240	1440				1440
14	SIMPLE	401	RAFAEL MELGAREJO HEREDIA	17/10/2023	21/10/2023	4	240	960		90		1050
15	DOBLE	103	ERNESTO CUADROS VARGAS	15/10/2023	19/10/2023	4	280	1120		90	40	1250
16			YVAN JESUS TUPAC VALDIVIA	14/10/2023	21/10/2023	1	240	240				240
17	SIMPLE	203	DIEGO ALFONSO ANDRADE STACEY	15/10/2023	21/10/2023	6	240	1440		90		1530
19	SIMPLE	303	SERGIO SEGURA	15/10/2023	20/10/2023	5	240	1200		90	90	1380
TOTAL								26080	140	900	310	27430



Contacto

Directo

65605577 Hotel Rey Palace reservas@hotelesreypalace.com
Sopocachi. Av. 20 de octubre y Landaeta N° 1947 22418705

Anexo 11

Afiche promocional Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI, 2023.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES
CARRERA DE INFORMÁTICA

XLIX CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA

16 al 20 de Octubre 2023
La Paz - Bolivia

CONFERENCISTAS CLEI

- Ph.D. Roberto Asín (Bolivia-Chile)
- Ph.D. Rodrigo Santos (Argentina)
- Ph.D. Gustavo Betarte (Uruguay)
- Ph.D. Daniel Lupi (Argentina)
- Ph.D. Eliane Martins (Brasil)
- Ph.D. Sergio Segura (España)
- Ph.D. Eloy Gonzales (Bolivia-Nueva Zelanda)

CONFERENCISTAS CCBOL

- Ph.D. José Miguel Rojas (Bolivia-Reino Unido)
- Ph.D. Ernesto Cuadros (Perú)
- Ph.D. William Giraldo (Colombia)
- Ph.D. Héctor Cancela (Uruguay)
- Ph.D. Faber Giraldo (Colombia)

+ un centenar de expositores Internacionales.

ORGANIZAN: <https://clei.umsa.bo/>

Anexo 12

Logotipo oficial Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI 2023.



Anexo 13

Encuesta de Evaluación de la Calidad de los Servicios Turísticos



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



COD: SERV 000

ENCUESTA DE EVALUACION DE LA CALIDAD DEL LOS SERVICIOS TURISTICOS

Estimado (a) participante. Estamos interesados en conocer su opinión sobre la calidad de los servicios turísticos brindados para la Conferencia Latinoamericana de informática CLEI-2023. Para lo cual se han desarrollado diferentes preguntas, para conocer sus expectativas y percepciones.

Sus respuestas son totalmente confidenciales. Agradecemos su participación.

Nombre:

Genero:

Femenino

Masculino

Nacionalidad:

Lugar de residencia:

Edad:

Profesión:

P1 ¿Es la primera vez que visita la ciudad de La Paz?

SI

NO

P2 ¿Cuál es el nombre del centro de hospedaje en el cual se encuentra?

R.

P3 ¿Cuál es el gasto promedio por noche en donde se encuentra hospedado?

a) 20 -50 dólares

b) 51 - 100 dólares

c) más de 100 dólares

P4 ¿Cuál es el medio de transporte (avión, bus) que utilizo para llegar a La Paz- Bolivia?

R.

P5 ¿Cuál es el gasto promedio del servicio de transporte?

a) 20 -50 dólares

b) 51 - 100 dólares

c) más de 100 dólares

P6 ¿Cuál es el nombre de la Agencia de viaje que le brindo los servicios para visitar los atractivos turísticos de La Paz -Bolivia?

R.

P7 ¿Cuál es el gasto promedio de los tours?

a) 20 -50 dólares

b) 51 - 100 dólares

c) más de 100 dólares

P8 ¿Cuál es el nombre de los restaurantes que le brindaron el servicio de alimentación?

R.

P9 ¿Cuál es el gasto promedio por día de alimentación?

a) 5 -10 dólares

b) 11 - 20 dólares

c) más de 20 dólares

Anexo 14

Cuestionario Evaluación Modelo SERVQUAL-EXPECTATIVAS

EXPECTATIVAS-INSTRUCCIONES

En base a sus expectativas que usted tiene, antes de llegar a la ciudad de La Paz, califique los servicios turísticos. Considerando 1 como la menor calificación y 5 la mayor calificación.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

MARCAR CON UNA "X" ,SEGÚN CORRESPONDA

	TRANSPORTE					HOSPEDAJE					ALIMENTACION					AGENCIA DE VIAJES				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Aspectos tangibles:																				
¿Espera que en el servicio cuente con equipos modernos?																				
¿Espera que las instalaciones físicas de la empresa se encuentren en buen estado?																				
¿Espera que los empleados de la empresa mantengan una apariencia pulcra?																				
¿Espera que los empleados de la empresa estén bien identificados, con vestimenta que represente a la empresa?																				
Fiabilidad :																				
¿Espera que los empleados de la empresa realicen de forma correcta su trabajo?																				
¿Espera que el personal muestre interés sincero en resolver su problema ,cuando se le presente en algún momento?																				
¿Espera que los empleados (choferes, recepcionistas ,meseros ,guías ,etc.)muestren integridad y transparencia?																				
¿Espera que las empresas de inicien y concluyan con el servicio a tiempo y sin contratiempo?																				
¿Espera que la empresa se identifique correctamente ?																				
Capacidad de respuesta:																				
¿Espera que la empresa esté capacitado para resolver algún problema?																				
¿Espera que el personal de la empresa le pueda brindar un servicio rápido?																				
¿Espera que el personal siempre pueda ayudarlo?																				
¿Espera que el personal siempre se encuentre disponible para atender sus solicitudes ?																				
Seguridad:																				
¿Espera que los empleados de la empresa ,le brinden confianza?																				
¿Espera sentirse seguro en las instalaciones ,transacciones ,hotel, lugares turísticos que realice la empresa ?																				
¿Espera que los empleados lo atiendan cortésmente?																				
¿Espera que los empleados de la empresa tengan conocimiento en primeros auxilios para ayudarlo?																				
¿Espera que los empleados de la empresa demuestren, seriedad, responsabilidad al realizar su trabajo?																				
Empatía:																				
¿Espera que las empresas le ofrezcan una atención personalizada?																				
¿Espera que la empresa se preocupe por sus intereses?																				
¿Espera que los empleado de la empresa entienda sus necesidades específicas?																				
¿Espera que la empresa esté disponible en horarios oportunos																				

Anexo 15

Cuestionario Evaluación Modelo SERVQUAL-PERCEPCIÓN

PERCEPCIONES-INSTRUCCIONES

En base a sus experiencias, califique las percepciones que tuvo al recibir los diferentes servicios turísticos. Considerando 1 como la menor calificación y 5 la mayor calificación.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo , Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

MARCAR CON UNA "X", SEGÚN CORRESPONDA

	TRANSPORTE					HOSPEDAJE					ALIMENTACION					AGENCIA DE VIAJES				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Aspectos tangibles:																				
¿La empresa tenía equipos modernos?																				
¿Las instalaciones físicas de la empresa se encuentren en buen estado?																				
¿ Los empleados de la empresa tenían una apariencia pulcra?																				
¿Los empleados de la empresa estaban bien identificados, con vestimenta que represento a la empresa?																				
Fiabilidad :																				
¿Los empleados de la empresa realizaron de forma correcta su trabajo?																				
¿El personal mostro interés sincero en resolver algún problema ?																				
¿Los empleados (choferes, recepcionistas, meseros, guías ,etc.) mostraron integridad y transparencia durante la prestación del servicio?																				
¿La empresa inicio y concluyo con el servicio a tiempo y sin contratiempo?																				
¿La empresa se identificó correctamente ?																				
Capacidad de respuesta:																				
¿La empresa estaba capacitada para resolver algún problema?																				
¿El personal de la empresa brindo un servicio rápido?																				
¿El personal siempre estuvo dispuesto a ayudarlo?																				
¿El personal se encontró disponible para atender sus solicitudes ?																				
Seguridad:																				
¿Los empleados de la empresa ,le brindaron confianza?																				
¿Se sintió seguro en las instalaciones, transacciones ,hotel, lugares turísticos que realizo la empresa ?																				
¿Los empleados lo atiendan cortésmente?																				
¿Los empleados de la empresa tenían conocimiento en primeros auxilios para ayudarlo?																				
¿Los empleados de la empresa demostraron ,seriedad, responsabilidad al realizar su trabajo?																				
Empatía:																				
¿La empresa le ofreció una atención personalizada?																				
¿La empresa se preocupó por sus intereses?																				
¿Los empleado de la empresa entendieron sus necesidades específicas al momento de adquirir el servicio?																				
¿La empresa estaba disponible en horarios oportunos?																				

Anexo 16

Portada Formulario Google Encuesta de Evaluación de la Calidad de Servicios Turísticos CLEI 2023



ENCUESTA DE EVALUACION DE LA CALIDAD DEL LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA EL CLEI 2023

Estimado (a) participante .Estamos interesados en conocer su opinión sobre la calidad de los servicios turísticos brindados para la Conferencia Latinoamericana de informática CLEI-2023.

Para lo cual se han desarrollado diferentes preguntas, para conocer sus expectativas y percepciones .

Sus respuestas son totalmente confidenciales.

Agradecemos su participación.

Elige el idioma/Choose the language *

Español

English

[Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Anexo 17

Certificado Sub Comisión de Turismo CLEI, 2023, por realizar las Encuestas.



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
LA PAZ - BOLIVIA



FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES
CARRERA DE INFORMÁTICA

POSTGRADO EN INFORMÁTICA

CERT. FCPN. PGI. N° 01/2023

CERTIFICADO

LA SUSCRITA, M.Sc. GLORIA FATIMA CARDENAS ROBLES, COORDINADORA DEL POSTGRADO EN INFORMÁTICA DEPENDIENTE DE LA CARRERA DE INFORMÁTICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS Y ENCARGADA DE LA SUB – COMISIÓN DE HOTELERÍA, TURISMO Y TRANSPORTE DE LA CONFERENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMÁTICA CLEI-2023.

CERTIFICA:

Que, los universitarios: Harold Luis Santander Allende con CI: 8325553 LP y Linda Brenaly Allaga Vásquez con CI: 12799653 LP, universitarios de la carrera de Turismo dependiente de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Mayor de San Andrés, realizaron, **encuestas sobre la calidad de servicios que brindan los Prestadores de servicios turísticos para la conferencia Latinoamericana de informática (CLEI), a través del modelo Servqual del 16 al 21 de octubre La Paz, 2023** a los participantes extranjeros del mismo.

Es todo lo que puedo informar en honor a la verdad, y a solicitud verbal de los interesados.

La Paz, 3 de noviembre 2023


M.Sc. Gloria Fatima Cardenas Robles
COORDINADOR
POSTGRADO EN INFORMÁTICA
F.C.P.N. - UMSA



ELF/pc
c.c. Archivo

Av. Villazon No 1995 Monoblock Central - Edif. Antiguo Lado FEDSIDUMSA * Telf: 2-443367 * Web: <https://pgi.edu.bo>
postgrado@informatica.edu.bo - postgrado@fcpn.edu.bo - Facebook: Postgrado_Informatica_FCPN_UMSA - LA PAZ - BOLIVIA

Anexo 18

Tabulación de Datos Encuesta de Evaluación de la calidad de los servicios turísticos CLEI 2023

ENCUESTA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS CLEI 2023.														
Código de Encuesta	Género	Nacionalidad (País o Región)	Lugar de Residencia (País)	Edad	Profesión/Ocupación	P1 SI/NO	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
SERV001	Femenino	Brasil	Brasil	25	Docente	SI	LAS BRISAS	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	MAYA	a) 20-50 dólares	EL PRADO; MOZARELLA; MADRINAS; 8K; LA VACA.	b) 11-20 dólares
SERV002	Femenino	Brasil	Brasil	19	Estudiante	SI	LAS BRISAS	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	MAYA	a) 20-50 dólares	EL PRADO; MOZARELLA; MADRINAS; 8K; LA VACA.	b) 11-20 dólares
SERV003	Masculino	Brasil	Brasil	36	Desarrollador de Software	SI	EL REY PALACE	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	NINGUNO	No corresponde	CAFÉ DIVERSO; POLLOS COPACABANA	a) 5-10 dólares
SERV004	Femenino	Brasil	Brasil	19	Estudiante	SI	LAS BRISAS	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	MAYA	b) 51-100 dólares	EL PRADO; MOZARELLA; MADRINAS; 8K; LA VACA.	b) 11-20 dólares
SERV005	Masculino	Perú	Perú	32	Estudiante	SI	N/S N/R	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	b) 51-100 dólares	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R	b) 11-20 dólares
SERV006	Femenino	Brasil	Brasil	19	Estudiante	SI	LAS BRISAS	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	MAYA	a) 20-50 dólares	EL PRADO; MOZARELLA; MADRINAS; 8K; LA VACA.	b) 11-20 dólares
SERV007	Femenino	Brasil	Brasil	25	Docente	SI	LAS BRISAS	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	MAYA	a) 20-50 dólares	EL PRADO; MOZARELLA; MADRINAS; 8K; LA VACA.	b) 11-20 dólares
SERV008	Femenino	Brasil	Brasil	19	Estudiante	SI	LAS BRISAS	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	MAYA	b) 51-100 dólares	EL PRADO; MOZARELLA; MADRINAS; 8K; LA VACA.	b) 11-20 dólares
SERV009	Masculino	Costa Rica	Costa Rica	42	Docente	SI	MADERO SUITES	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MADERO	b) 11-20 dólares
SERV010	Masculino	Brasil	Brasil	44	Docente	SI	N/S N/R	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	YATI	c) más de 20 dólares
SERV011	Masculino	Argentina	Argentina	27	Estudiante	NO	Presidente	b) 51-100 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	N/S N/R	b) 11-20 dólares
SERV012	Femenino	Uruguay	Uruguay	22	Estudiante	SI	EXCELSIOR SUITES	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	NINGUNO	No corresponde	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV013	Masculino	Perú	Perú	23	Estudiante	SI	CARRETERO	b) 51-100 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	N/S N/R	b) 11-20 dólares

SERV014	Masculino	Brasil	Brasil	22	Estudiante	SI	MADERO SUITES	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R
SERV015	Masculino	Colombia	Colombia	22	Estudiante	SI	Presidente	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	b) 51-100 dólares	N/S N/R	c) más de 100 dólares	N/S N/R	c) más de 20 dólares
SERV016	Masculino	Colombia	Colombia	19	Estudiante	NO	Presidente	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	b) 51-100 dólares	NINGUNO	No corresponde	PRESIDENTE, LA LLAJUITA, BURGUER KING.	c) más de 20 dólares
SERV017	Masculino	Perú	Perú	22	Estudiante	SI	N/S N/R	b) 51-100 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Tours Bolivia	b) 51-100 dólares	POLLOS COPACABANA	b) 11-20 dólares
SERV018	Masculino	Perú	Perú	48	Ingeniero	SI	EDIFICIO G y V	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	NINGUNO	No corresponde	N/S N/R	c) más de 20 dólares
SERV019	Masculino	Perú	Perú	50	Ingeniero	SI	N/S N/R	b) 51-100 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	N/S N/R	b) 11-20 dólares
SERV020	Femenino	Paraguay	Paraguay	30	Ingeniero	SI	AIRBNB	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	NINGUNO	No corresponde	Mercados	b) 11-20 dólares
SERV021	Masculino	Venezuela	España	38	Ingeniero	SI	EL REY PALACE	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	N/S N/R	EMISTUR	N/S N/R	HUACATAYA	N/S N/R
SERV022	Femenino	Ecuador	Ecuador	67	Psicólogo	SI	EL REY PALACE	a) 20-50 dólares	AVIÓN-AVIANCA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	c) más de 100 dólares	HUACATAYA	b) 11-20 dólares
SERV023	Masculino	Paraguay	Paraguay	30	Docente	SI	EL DORADO	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	EL CRIOLLO	b) 11-20 dólares
SERV024	Masculino	Paraguay	Paraguay	47	Investigador	SI	PANAMERICA	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	N/S N/R	ELI'S, EL CRIOLLO	a) 5-10 dólares
SERV025	Masculino	Uruguay	Uruguay	57	Ingeniero	SI	EL REY PALACE	N/S N/R	AVIÓN-BOA	b) 51-100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	DUMBO, BROSSO, DOÑA REMEDIOS	b) 11-20 dólares
SERV026	Masculino	Ecuador	Ecuador	57	Docente	NO	EL REY PALACE	a) 20-50 dólares	N/S N/R	N/S N/R	EMISTUR	N/S N/R	MI CHOLA	b) 11-20 dólares
SERV027	Femenino	Perú	Perú	19	Estudiante	SI	LA CASA DE LA ABUELA	b) 51-100 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	N/S N/R	TORRES MALL	c) más de 20 dólares
SERV028	Masculino	Perú	Perú	20	Estudiante	SI	EL PRINCIPITO	b) 51-100 dólares	Bus	b) 51-100 dólares	EMISTUR	b) 51-100 dólares	MERCADO LA BOLITA	a) 5-10 dólares
SERV029	Femenino	España	España	37	Docente	SI	RITZ	b) 51-100 dólares	AVIÓN-LATAM	c) más de 100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MI CHOLA, RITZ	b) 11-20 dólares
SERV030	Femenino	Perú	Perú	23	Ingeniero	SI	N/S N/R	b) 51-100 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R	c) más de 20 dólares
SERV031	Masculino	Perú	Perú	23	Estudiante	SI	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R	b) 11-20 dólares
SERV032	Masculino	Perú	Perú	30	Estudiante	SI	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Bus	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R	MERCADO LA BOLITA	a) 5-10 dólares
SERV033	Masculino	Perú	Perú	21	Estudiante	SI	LA CASA DE LA ABUELA	b) 51-100 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MERCADO LA BOLITA	b) 11-20 dólares

SERV034	Masculino	Perú	Perú	23	Estudiante	SI	EL PRINCIPIITO	a) 20-50 dólares	Bus	b) 51-100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MERCADO LA BOLITA	c) más de 20 dólares
SERV035	Femenino	Perú	Perú	43	Ingeniero	SI	JHAZ	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R	N/S N/R
SERV036	Masculino	Paraguay	Paraguay	26	Ingeniero	SI	AIRBNB	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	NINGUNO	No corresponde	BROSSO, CAFÉ CIUDAD	c) más de 20 dólares
SERV037	Masculino	Argentina	Uruguay	50	Docente	SI	EL REY PALACE	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	NINGUNO	No corresponde	N/S N/R	N/S N/R
SERV038	Masculino	Perú	Perú	23	Estudiante	SI	LOS GARIT	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	CHIFA CHAN	a) 5-10 dólares
SERV039	Masculino	Perú	Perú	23	Estudiante	SI	HOSTAL COPACABANA	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	POLLOS COPACABANA	a) 5-10 dólares
SERV040	Masculino	Perú	Perú	51	Ingeniero	SI	EDIFICIO G y V	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	N/S N/R	MERCADO LA BOLITA	a) 5-10 dólares
SERV041	Femenino	Perú	Perú	51	Ingeniero	SI	EDIFICIO G y V	b) 51-100 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	NINGUNO	No corresponde	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV042	Masculino	Perú	Perú	22	Informático	SI	TIPS	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MI PERÚ	b) 11-20 dólares
SERV043	Masculino	Argentina	Argentina	21	Estudiante	SI	EL PRINCIPIITO	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	N/S N/R	b) 11-20 dólares
SERV044	Masculino	Argentina	Argentina	21	Estudiante	NO	NINGUNO	No corresponde	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	N/S N/R	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV045	Femenino	Brasil	Brasil	22	Estudiante	NO	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	NINGUNO	No corresponde	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV046	Femenino	Brasil	Brasil	21	Estudiante	NO	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	NINGUNO	No corresponde	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV047	Masculino	Argentina	Argentina	20	Estudiante	NO	NINGUNO	No corresponde	AVIÓN-BOA	b) 51-100 dólares	EMISTUR	b) 51-100 dólares	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV048	Masculino	Argentina	Argentina	21	Estudiante	SI	EL PRINCIPIITO	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV049	Masculino	Brasil	Brasil	21	Estudiante	NO	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	N/S N/R	c) más de 20 dólares
SERV050	Masculino	Brasil	Brasil	20	Estudiante	SI	VILLA PABÓN	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MERCADO LA BOLITA	b) 11-20 dólares
SERV051	Masculino	Brasil	Brasil	26	Estudiante	NO	MOMENT	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	EMISTUR	c) más de 100 dólares	MULTICINE	b) 11-20 dólares
SERV052	Masculino	Perú	Perú	22	Estudiante	NO	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV053	Masculino	Perú	Perú	19	Estudiante	NO	N/S N/R	a) 20-50 dólares	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 5-10 dólares
SERV054	Masculino	Brasil	Brasil	20	Estudiante	NO	NINGUNO	No corresponde	Bus	a) 20-50 dólares	N/S N/R	a) 20-50 dólares	N/S N/R	b) 11-20 dólares
SERV055	Masculino	Argentina	Argentina	23	Estudiante	NO	N/S N/R	b) 51-100 dólares	Bus	b) 51-100 dólares	N/S N/R	b) 51-100 dólares	N/S N/R	b) 11-20 dólares
SERV056	Masculino	Brasil	Brasil	29	Ingeniero	SI	AIRBNB	a) 20-50 dólares	AVIÓN-BOA	a) 20-50 dólares	EMISTUR	b) 51-100 dólares	POLLOS COPACABANA	a) 5-10 dólares
SERV057	Masculino	Costa Rica	Costa Rica	36	Docente	SI	MADERO SUITES	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MADERO	b) 11-20 dólares
SERV058	Masculino	Paraguay	Paraguay	42	Docente	SI	MADERO SUITES	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MADERO	b) 11-20 dólares
SERV059	Masculino	Uruguay	Uruguay	51	Docente	SI	MADERO SUITES	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MADERO	b) 11-20 dólares
SERV060	Masculino	Uruguay	Uruguay	40	Docente	SI	MADERO SUITES	b) 51-100 dólares	AVIÓN-BOA	c) más de 100 dólares	EMISTUR	a) 20-50 dólares	MADERO	b) 11-20 dólares

Anexo 19

Resultados Servicio de Transporte. Cuestionario Modelo SERVQUAL-EXPECTATIVAS

TRANSPORTE SERVQUAL EXPECTATIVA																							
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22
1	SERV001	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2	SERV002	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	SERV003	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
4	SERV004	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
5	SERV005	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
6	SERV006	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
7	SERV007	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
8	SERV008	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5
9	SERV009	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3
10	SERV010	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
11	SERV011	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	SERV012	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5
13	SERV013	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	SERV014	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4	3	5	5	5	3	4	3	4	3	3
15	SERV015	1	2	3	5	3	2	4	4	3	3	3	3	3	5	5	3	3	4	3	5	3	4
16	SERV016	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	2	5	3	5	4	3	3	3	4	4	4
17	SERV017	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5
18	SERV018	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
19	SERV019	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
20	SERV020	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	SERV021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	SERV023	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	SERV024	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	3
25	SERV025	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5	3	5
26	SERV026	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	SERV027	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4
28	SERV028	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
29	SERV029	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	2	2	3	2	2	3	3	5	3	3	2	2
30	SERV030	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	SERV031	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
32	SERV032	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	SERV033	3	4	2	4	5	4	4	5	5	2	1	4	5	5	4	4	5	1	2	4	1	1
34	SERV034	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	SERV035	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	SERV036	4	3	3	2	5	3	3	3	5	4	3	2	2	3	3	4	2	3	1	2	1	2
37	SERV037	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4
38	SERV038	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
39	SERV039	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
40	SERV040	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
41	SERV041	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	SERV042	2	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	3	5	5	5	3
43	SERV043	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
44	SERV044	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
45	SERV045	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4
46	SERV046	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
47	SERV047	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
48	SERV048	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
49	SERV049	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
50	SERV050	3	3	3	2	3	3	2	5	3	4	4	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	5
51	SERV051	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
52	SERV052	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
53	SERV053	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
54	SERV054	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	SERV055	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	4
56	SERV056	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4
57	SERV057	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3
58	SERV058	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3
59	SERV059	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3
60	SERV060	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3

TRANSPORTE SERVQUAL EXPECTATIVA																								
		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA						
		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	
\bar{x}		3.9000	4.1667	4.1833	4.0833	4.3500	4.1833	4.3833	4.1667	4.2833	4.2000	4.2000	4.2000	4.1667	4.2833	4.3833	4.2833	4.0833	4.2333	3.8000	4.0333	4.0667	4.0667	
S		0.9334	0.7847	0.8924	0.7656	0.7773	0.8129	0.7612	0.7847	0.6662	0.6840	0.8397	0.9881	0.8862	0.8045	0.8253	0.7612	0.9618	0.7449	0.9531	0.7584	0.8804	0.9543	
μ		4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
\bar{x}	S	μ				\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ	
		4.0833	0.8492	4		4.2733	0.7619	4			4.1917	0.8512	4			4.2533	0.8235	4			3.9917	0.8916	4	

Anexo 20

Resultados Servicio de Transporte. Cuestionario Modelo SERVQUAL-PERCEPCIÓN

TRANSPORTE SERVQUAL PERCEPCIÓN																								
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA						
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	
1	SERV001	4	5	5	5	5	4	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	
2	SERV002	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3
3	SERV003	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
4	SERV004	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
5	SERV005	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3
6	SERV006	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1
7	SERV007	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2
8	SERV008	3	2	4	3	3	2	3	3	4	2	3	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2
9	SERV009	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
10	SERV010	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
11	SERV011	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
12	SERV012	3	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	3	4	2	4	4
13	SERV013	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
14	SERV014	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	SERV015	4	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	5	4	4	3	2	3	3	3	3
16	SERV016	4	4	1	3	3	3	4	1	3	2	3	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
17	SERV017	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
18	SERV018	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	SERV019	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
20	SERV020	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
21	SERV021	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	SERV023	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
24	SERV024	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	SERV025	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	SERV026	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	SERV027	3	4	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
28	SERV028	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
29	SERV029	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	3	5	3	3	4	4	4
30	SERV030	2	2	2	2	4	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
31	SERV031	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4
32	SERV032	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
33	SERV033	1	1	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	5	2	4	1	3	5	1	3	5	4	4
34	SERV034	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
35	SERV035	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2
36	SERV036	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4
37	SERV037	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
38	SERV038	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	4	5	4	5	4	4	4	5
39	SERV039	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
40	SERV040	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
41	SERV041	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	SERV042	3	4	3	5	3	5	4	5	3	4	3	4	4	3	2	4	1	3	5	4	4	2	2
43	SERV043	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
44	SERV044	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
45	SERV045	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
46	SERV046	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
47	SERV047	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
48	SERV048	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4
49	SERV049	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2
50	SERV050	3	3	1	1	2	3	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	1
51	SERV051	2	1	1	3	4	1	4	1	4	1	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	SERV052	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3
53	SERV053	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
54	SERV054	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
55	SERV055	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
56	SERV056	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
57	SERV057	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
58	SERV058	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
59	SERV059	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
60	SERV060	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4

TRANSPORTE SERVQUAL PERCEPCIÓN																							
		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
\bar{x}		3.3667	3.5000	3.5500	3.4667	3.6500	3.7500	3.5667	3.5667	3.5333	3.5333	3.6333	3.6167	3.6833	3.5833	3.6167	3.7000	3.4333	3.6333	3.5833	3.4667	3.6333	3.5667
S		0.9200	0.9829	0.9987	1.0491	0.9536	0.9320	1.0475	1.1255	0.9823	1.0328	1.0246	1.1363	1.0495	0.9259	1.0100	1.0135	1.0793	0.9382	1.0133	0.8123	0.9737	0.9977
μ		3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3.5	4	4	3	4
\bar{x}	S	μ				\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ
		3.4708	0.9848	4		3.6133	1.0069	4			3.6167	1.0564	4			3.5933	0.9923	4			3.5625	0.9486	4

Anexo 21

Resultados Servicio de Hospedaje. Cuestionario Modelo SERVQUAL-EXPECTATIVA

HOSPEDAJE SERVQUAL EXPECTATIVA																							
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD					EMPATÍA			
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22
1	SERV001	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
2	SERV002	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	SERV003	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
4	SERV004	2	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	SERV005	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
6	SERV006	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
7	SERV007	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
8	SERV008	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
9	SERV009	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
10	SERV010	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	SERV011	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	SERV012	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
13	SERV013	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
14	SERV014	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	3	4	3	4	3	4
15	SERV015	3	3	4	5	3	2	1	2	3	4	3	4	3	5	5	5	4	3	4	5	5	4
16	SERV016	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	3	4
17	SERV017	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
18	SERV018	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
19	SERV019	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4
20	SERV020	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
21	SERV021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	SERV023	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	SERV024	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	3
25	SERV025	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5
26	SERV026	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	SERV027	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4
28	SERV028	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
29	SERV029	3	3	5	3	4	3	3	2	5	4	2	3	3	4	4	3	3	5	3	4	3	3
30	SERV030	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
31	SERV031	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
32	SERV032	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	SERV033	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	2	1	4	5	5	4	4	5	1	3	4	5
34	SERV034	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
35	SERV035	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	SERV036	3	3	5	3	5	4	3	3	5	5	5	3	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4
37	SERV037	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
38	SERV038	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
39	SERV039	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4
40	SERV040	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
41	SERV041	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	SERV042	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	3	4
43	SERV043	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
44	SERV045	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
45	SERV046	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
46	SERV048	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
47	SERV049	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3
48	SERV050	3	4	3	2	3	3	2	5	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	5
49	SERV051	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
50	SERV052	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4
51	SERV053	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
52	SERV055	3	4	3	4	4	2	2	3	4	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3
53	SERV056	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4
54	SERV057	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
55	SERV058	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
56	SERV059	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
57	SERV060	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5

HOSPEDAJE SERVQUAL EXPECTATIVA																										
		TANGIBLE				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD					EMPATÍA						
		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22			
X̄		3.9649	4.2281	4.3158	4.2632	4.3509	4.2807	4.2807	4.2456	4.3860	4.2105	4.2807	4.2632	4.2632	4.4912	4.4561	4.4737	4.2632	4.4211	4.0526	4.3333	4.2807	4.3333			
S		0.6805	0.7324	0.7828	0.7912	0.7194	0.8609	0.9211	0.8298	0.7009	0.7731	0.8184	0.8768	0.7447	0.6846	0.6832	0.8260	0.8969	0.7547	0.8111	0.6637	0.7259	0.7155			
μ		4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4			
X̄	S	μ				X̄	S	μ				X̄	S	μ				X̄	S	μ				X̄	S	μ
			4.1930	0.7553	4	4.3088	0.8067	4				4.2544	0.7999	4				4.4211	0.7725	5				4.2500	0.7354	4

Anexo 22

Resultados Servicio de Hospedaje. Cuestionario Modelo SERVQUAL-PERCEPCIÓN

HOSPEDAJE SERVQUAL PERCEPCIÓN																							
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD					EMPATÍA			
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	SERV001	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
2	SERV002	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5
3	SERV003	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	3	5	4	4	5	5
4	SERV004	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	SERV005	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	2	3
6	SERV006	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2
7	SERV007	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3
8	SERV008	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	2	3
9	SERV009	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
10	SERV010	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
11	SERV011	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
12	SERV012	3	2	3	1	3	3	2	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	2	3
13	SERV013	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	SERV014	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	SERV015	3	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4	2	3	4	2	3	1	1	1	2
16	SERV016	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5
17	SERV017	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	SERV018	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
19	SERV019	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5
20	SERV020	2	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	SERV021	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	SERV023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	SERV024	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	SERV025	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
26	SERV026	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
27	SERV027	2	3	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
28	SERV028	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
29	SERV029	5	5	5	5	5	3	4	2	5	4	2	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5
30	SERV030	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
31	SERV031	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3
32	SERV032	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
33	SERV033	1	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	2	5	2	3	1	3	5	1	3	5	4
34	SERV034	3	2	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
35	SERV035	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	3	2
36	SERV036	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4
37	SERV037	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3
38	SERV038	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
39	SERV039	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	2	3	4	5
40	SERV040	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2
41	SERV041	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	SERV042	4	4	3	5	3	5	4	5	3	5	3	3	3	5	5	2	4	5	5	4	5	5
43	SERV043	4	3	3	5	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
44	SERV045	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	2
45	SERV046	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
46	SERV048	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
47	SERV049	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2	3	3
48	SERV050	3	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1	3	2	3	1	2	1	2	2	2	2	1
49	SERV051	3	3	5	1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
50	SERV052	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4
51	SERV053	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4
52	SERV055	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
53	SERV056	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5
54	SERV057	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
55	SERV058	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
56	SERV059	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
57	SERV060	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4

HOSPEDAJE SERVQUAL PERCEPCIÓN																							
		TANGIBLE				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD					EMPATÍA			
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
\bar{x}		3.4211	3.5439	3.9123	3.6316	3.8772	3.8596	3.9825	3.8421	3.8596	3.7895	3.8070	3.9298	3.9298	3.6140	3.7719	3.7018	3.6140	3.8421	3.6491	3.7368	3.6316	3.7895
s		0.9053	0.9272	1.0050	1.1438	0.8466	0.8750	0.9727	0.9597	0.8544	0.9011	0.9717	0.9975	0.9231	1.0134	0.9823	1.0516	0.9403	0.9781	1.0772	0.9359	1.0629	1.0813
μ		3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
\bar{x}	s	μ				\bar{x}	s	μ			\bar{x}	s	μ			\bar{x}	s	μ			\bar{x}	s	μ
		3.6272	1.0095	4		3.8842	0.8983	4			3.8640	0.9452	4			3.7088	0.9909	4			3.7018	1.0362	4

Anexo 23

Resultados Servicio de Alimentación. Cuestionario Modelo SERVQUAL-EXPECTATIVA

ALIMENTACIÓN SERVQUAL EXPECTATIVA																							
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22
1	SERV001	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
2	SERV002	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	SERV003	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	4	2	3	2	3
4	SERV004	3	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
5	SERV005	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
6	SERV006	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4
7	SERV007	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
8	SERV008	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
9	SERV009	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
10	SERV010	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	SERV011	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	SERV012	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
13	SERV013	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
14	SERV014	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4
15	SERV015	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	2	4	4	5	5
16	SERV016	3	4	5	4	5	4	3	4	2	1	4	3	2	4	3	5	2	4	4	4	3	4
17	SERV017	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
18	SERV018	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	SERV019	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4
20	SERV020	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	SERV021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	SERV023	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
24	SERV024	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	3
25	SERV025	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5
26	SERV026	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	SERV027	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4
28	SERV028	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
29	SERV029	5	2	4	3	4	3	2	3	5	2	3	3	2	3	3	3	3	5	3	3	3	1
30	SERV030	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	SERV031	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
32	SERV032	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	SERV033	3	4	3	4	4	4	3	5	3	5	2	1	3	5	5	4	4	5	1	2	4	3
34	SERV034	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	2	3	4	3
35	SERV035	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	SERV036	3	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	SERV037	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4
38	SERV038	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	SERV039	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
40	SERV040	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
41	SERV041	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	SERV042	4	3	5	4	4	4	5	5	5	3	2	3	4	5	5	5	5	3	5	4	3	4
43	SERV043	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
44	SERV044	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	SERV045	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
46	SERV046	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
47	SERV047	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
48	SERV048	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
49	SERV049	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
50	SERV050	4	4	3	2	2	2	2	4	2	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	4	4	4
51	SERV051	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
52	SERV052	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
53	SERV053	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
54	SERV054	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	SERV055	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
56	SERV056	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4
57	SERV057	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
58	SERV058	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
59	SERV059	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
60	SERV060	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5

ALIMENTACIÓN SERVQUAL EXPECTATIVA																							
		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22
\bar{x}		3.9000	4.0500	4.1500	4.0167	4.1667	4.1833	4.2167	4.1000	4.1833	4.0000	4.0167	4.2500	4.0000	4.1667	4.2333	4.2500	4.0000	4.2667	3.8667	4.1667	4.1500	4.1000
S		0.7962	0.9284	0.9173	0.9112	0.7847	0.9112	0.8654	0.8772	0.9112	0.8437	0.8535	0.9136	0.8830	0.7628	0.8511	0.7041	0.9915	0.7561	0.8919	0.8268	0.7988	0.8577
μ		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
\bar{X}	S	μ			\bar{X}	S	μ			\bar{X}	S	μ		\bar{X}	S	μ		\bar{X}	S	μ			
		4.0292	0.8888	4	4.1700	0.8662	4			4.0667	0.8749	4		4.1833	0.8197	4		4.0708	0.8478	4			

Anexo 24

Resultados Servicio de Alimentación. Cuestionario Modelo SERVQUAL-PERCEPCIÓN

ALIMENTACIÓN SERVQUAL PERCEPCIÓN																							
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	SERV001	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3
2	SERV002	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
3	SERV003	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	5	3	5	3	3	3	4
4	SERV004	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	SERV005	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4
6	SERV006	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3
7	SERV007	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2
8	SERV008	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2
9	SERV009	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
10	SERV010	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4
11	SERV011	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
12	SERV012	3	2	3	1	4	3	2	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	2	4
13	SERV013	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	SERV014	3	4	4	3	4	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	4	3	5	3	4	3	5
15	SERV015	3	4	4	3	4	5	5	4	5	3	2	3	2	5	4	3	4	5	4	4	5	4
16	SERV016	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3
17	SERV017	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	SERV018	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	SERV019	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
20	SERV020	2	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	SERV021	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	SERV023	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
24	SERV024	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	SERV025	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
26	SERV026	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	SERV027	3	3	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
28	SERV028	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
29	SERV029	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4
30	SERV030	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
31	SERV031	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
32	SERV032	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
33	SERV033	1	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	2	5	2	1	1	3	5	1	3	5	4
34	SERV034	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3
35	SERV035	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	3	2
36	SERV036	3	5	5	5	5	4	5	2	4	3	2	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	5
37	SERV037	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
38	SERV038	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1
39	SERV039	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
40	SERV040	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2
41	SERV041	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	SERV042	3	3	5	4	4	3	5	5	3	4	3	4	5	4	5	3	2	4	3	3	4	4
43	SERV043	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4
44	SERV044	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
45	SERV045	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
46	SERV046	2	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
47	SERV047	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
48	SERV048	3	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
49	SERV049	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1
50	SERV050	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
51	SERV051	1	2	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
52	SERV052	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	1	4	5	3	2	3	2	3	3	3	3	4
53	SERV053	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3
54	SERV054	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
55	SERV055	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
56	SERV056	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
57	SERV057	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
58	SERV058	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
59	SERV059	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
60	SERV060	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4

ALIMENTACIÓN SERVQUAL PERCEPCIÓN																							
		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
\bar{X}		3.1167	3.2667	3.4833	3.3500	3.7333	3.6167	3.5667	3.4167	3.5167	3.4000	3.4500	3.5333	3.5500	3.5167	3.6000	3.6000	3.4167	3.5833	3.4167	3.4333	3.4667	3.5000
S		1.0430	1.0555	1.1570	1.1619	1.0062	1.0750	1.1255	1.0938	1.0495	1.0118	1.2133	1.0651	1.2272	1.0655	1.1379	1.0609	1.0299	1.1092	1.1092	1.0635	1.0651	1.1571
μ		3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3.5	4	4	4	4	4	4	3	3.5	4
\bar{X}	S	3.3042	1.1068			3.5700	1.0688	4			3.4833	1.1277	3		3.5433	1.0764	4			3.4542	1.0930	3	

Anexo 25

Resultados Servicio de Agencia de Viajes. Cuestionario Modelo SERVQUAL- EXPECTATIVA

AGENCIA DE VIAJE SERVQUAL EXPECTATIVA																							
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA				
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22
1	SERV001	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	SERV002	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	SERV004	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	SERV005	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
5	SERV006	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
6	SERV007	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
7	SERV008	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
8	SERV009	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
9	SERV010	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	SERV011	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	SERV013	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	3	3	3	4	5	3	4	3	4	5	3
12	SERV014	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4
13	SERV015	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	4	5	4	3	2	1	2	4	5	5
14	SERV017	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
15	SERV019	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	3	4
16	SERV021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	SERV023	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
19	SERV024	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	3
20	SERV025	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5
21	SERV026	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	SERV027	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4
23	SERV028	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
24	SERV029	3	3	5	3	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	1
25	SERV030	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5
26	SERV031	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	5
27	SERV032	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	SERV033	3	4	2	4	4	4	4	5	5	5	2	1	2	5	5	4	4	5	1	2	4	2
29	SERV034	2	3	4	4	3	3	4	4	5	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4
30	SERV035	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	SERV038	1	1	1	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	2
32	SERV039	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	2	5	5	5	5	4	3	4
33	SERV040	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
34	SERV042	2	4	5	4	4	1	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	4	3	2	3	4
35	SERV043	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
36	SERV044	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
37	SERV047	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
38	SERV048	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
39	SERV049	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
40	SERV050	4	3	3	2	2	2	2	5	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	5
41	SERV051	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	SERV052	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
43	SERV053	3	3	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4
44	SERV054	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	SERV055	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	2	3	4	4
46	SERV056	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4
47	SERV057	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
48	SERV058	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
49	SERV059	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
50	SERV060	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4

AGENCIA DE VIAJE SERVQUAL EXPECTATIVA																							
		TANGIBLE				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA				
		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22
\bar{x}		3.9600	4.1600	4.1400	4.1200	4.1200	4.0800	4.2600	4.3800	4.4400	4.1600	4.0800	4.0400	4.0400	4.3800	4.2600	4.3400	4.1400	4.2600	3.8800	4.1200	4.1000	4.1000
S		0.9026	0.9116	0.8809	0.7730	0.7730	0.9655	0.8526	0.7796	0.7329	0.7918	0.7239	0.9249	0.8320	0.7253	0.8283	0.7982	0.9478	0.8992	0.9613	0.7990	0.6468	0.8631
μ		4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
	\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ			\bar{x}	S	μ		\bar{x}	S	μ		\bar{x}	S	μ		
		4.0950	0.8659	4		4.2560	0.8302	4			4.0800	0.8167	4		4.3800	0.8283	4		4.0500	0.8252	4		

Anexo 26

Resultados Servicio de Agencia de Viajes. Cuestionario Modelo SERVQUAL-PERCEPCIÓN

AGENCIA DE VIAJE SERVQUAL PERCEPCIÓN																							
DIMENSIONES		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
Nro	CÓDIGO DE ENCUESTA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	SERV001	3	2	4	2	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	SERV002	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
3	SERV004	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	SERV005	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2
5	SERV006	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4
6	SERV007	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3
7	SERV008	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2
8	SERV009	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
9	SERV010	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
10	SERV011	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
11	SERV013	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
12	SERV014	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	SERV015	1	2	3	4	2	2	3	3	3	5	5	5	5	3	5	4	3	1	4	4	4	4
14	SERV017	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
15	SERV019	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
16	SERV021	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17	SERV022	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	SERV023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	SERV024	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	SERV025	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
21	SERV026	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	SERV027	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4
23	SERV028	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
24	SERV029	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	1
25	SERV030	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
26	SERV031	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
27	SERV032	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
28	SERV033	1	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	2	1	1	3	5	1	3	5	4
29	SERV034	2	3	4	5	2	3	4	4	5	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
30	SERV035	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2
31	SERV038	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2
32	SERV039	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3
33	SERV040	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2
34	SERV042	2	3	2	1	5	4	3	2	1	3	2	3	1	2	1	2	3	5	3	5	1	1
35	SERV043	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
36	SERV044	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5
37	SERV047	3	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4
38	SERV048	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
39	SERV049	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
40	SERV050	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
41	SERV051	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
42	SERV052	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	5	4	3	2
43	SERV053	3	4	4	1	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	3	4
44	SERV054	4	3	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3
45	SERV055	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
46	SERV056	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
47	SERV057	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3
48	SERV058	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
49	SERV059	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
50	SERV060	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3

AGENCIA DE VIAJE SERVQUAL PERCEPCIÓN																							
		TANGIBLE				FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATÍA					
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
\bar{X}		3.1000	3.1400	3.5000	3.3000	3.3800	3.5600	3.5800	3.4000	3.5200	3.3600	3.4200	3.6000	3.6200	3.3000	3.4200	3.5600	3.4200	3.5200	3.3600	3.5200	3.5600	3.2000
S		1.0621	1.0662	1.0824	1.1289	1.0608	1.0223	1.0168	0.9845	1.0270	1.0562	1.0608	1.1072	1.0933	1.0724	1.0934	1.0884	1.0788	1.0797	1.0760	1.0577	1.0804	1.1066
μ		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3.5	3	3
\bar{X}	S	μ				\bar{X}	S	μ			\bar{X}	S	μ		\bar{X}	S	μ		\bar{X}	S	μ		
		3.2600	1.0621	3		3.4880	1.0461	3			3.5000	1.0562	3		3.4440	1.0861	3		3.4100	1.0760	3		

Anexo 27
Guía de Entrevista



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION.
CARRERA DE TURISMO
GUÍA DE ENTREVISTA



La calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la conferencia Latinoamericana de informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del modelo Servqual

El propósito de la entrevista es conocer su experiencia durante el evento CLEI 2023.

¿Cuál fue el rol que desempeñó durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023?

P1 ¿Qué opina sobre la calidad de los servicios turísticos (alimentación, hospedaje, transporte y agencias de viaje) que brindaron los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática 2023 en La Paz?

P2 Desde su punto de vista ¿Cómo podría evaluar la calidad de los servicios turísticos durante el evento, considerando aspectos como la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía, aspectos tangibles y la seguridad proporcionados por los proveedores de servicios turísticos?

P3 ¿Cuáles eran sus expectativas respecto a los servicios turísticos antes de su experiencia?

P4 En su experiencia, ¿Los prestadores de servicios turísticos lograron satisfacer sus expectativas?

P5 Desde su punto de vista ¿La calidad de los servicios turísticos influyó en la experiencia de los participantes durante el evento CLEI 2023?

P6 ¿Podría compartir algunas recomendaciones, que considere importante para mejorar la calidad de los servicios turísticos en las próximas conferencias?

Anexo 28
Entrevista 1



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



La calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la conferencia Latinoamericana de informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del modelo Servqual

El propósito de la entrevista es conocer su experiencia durante el evento CLEI 2023.

¿Cuál fue el rol que desempeñó durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI) La Paz, 2023?

El rol que desempeñe durante la conferencia latinoamericana de informática CLEI La paz, 2023. Bueno he tenido dos roles. He participado en la organización y así también estado como participante en el evento, ya como miembro, asistiendo al evento y a las ponencias. Todo eso como participante, pero sí he participado también en la organización.

P1 ¿Qué opina sobre la calidad de los servicios turísticos (alimentación, hospedaje, transporte y agencias de viaje) que brindaron los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática 2023 en La Paz?

El respecto a la alimentación, pienso que ha sido buena. Lo que sí ha faltado un poquito, digamos, fue darse más a las necesidades de los participantes, por ejemplo, en el tema de bebidas. Muchas veces ellos pedían más agua que jugos o bebidas. Pienso que para futuros eventos lo que hay que hacer es tomar en cuenta previa, si prefieren jugos, gaseosas o bien prefieren refrescos más naturales, pienso que la segunda opción siempre es la mejor, porque muchos pedían agua y se acababan. En el tema alimenticio pienso que los primeros días sí ha habido un poquito de deficiencia y al final sí se ha mejorado porque inclusive ya de repente se han ido ajustando a las necesidades de alimentación de las personas que han venido. Muchos han dicho: nosotros no consumimos muchas cosas, que son pesadas entonces es como que he se han ido ajustando a las necesidades de los clientes. Respecto al tema turístico, pienso que igual a los primeros días no ha habido una adecuada orientación, porque las personas de Emistur no han estado presentes en los eventos más importantes y siempre debería haber una persona que informe en el momento. Por ejemplo, al entregar todo lo que es el material del

Congreso, que este una persona de la agencia, informando sobre todos los paquetes que se habían preparado para las personas que han venido. Al final sí se han organizado 3 Tours en los cuales sí se conoció la ciudad. Asistieron varias personas, pienso que no ha sido bueno porque las personas más importantes, como los conferencistas han podido asistir los últimos 3 días a los Tours, pero las personas que no eran conferencistas no asistieron a los tours había conferencistas que solo exponían y después muchos ya tenían que retornar a sus países. Las personas de Emistur no han estado presentes desde el inicio acompañando en la bienvenida o la recepción de las personas que estaban llegando. Esa sería mi apreciación.

P2 Desde su punto de vista ¿Cómo podría evaluar la calidad de los servicios turísticos durante el evento, considerando aspectos como la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía, aspectos tangibles y la seguridad proporcionados por los proveedores de servicios turísticos?

Creo que has estado bien, entiendo que te han proporcionado los buses turísticos y hayan acompañado guías e informado. Yo creo que por esa parte estuvo muy buena la organización. En la prestación de los servicios turísticos han estado a tiempo. En cuanto a seguridad no se ha sobrepasado la capacidad de los buses, todos cómodamente sentados. Y bien de esa parte yo creo que ha funcionado bien.

P3 ¿Cuáles eran sus expectativas respecto a los servicios turísticos antes de su experiencia?

Como te digo, yo pensaba que ellos iban a estar más presentes en todos eventos, desde el inicio, me hubiera gustado que tengan un stand del Emistur, que esté disponible durante todo el evento, ya sea en un lugar adecuado, donde todos tengan acceso ,podría haber sido en la entrada de la carrera de informática ,que era donde todos llegaban .Faltó más presencia después estuvo bien, en el tema de alimentación , se pudo ajustar un poquito más .Al final si me ha gustado los últimos tres días han sido bien apropiados pero los primeros días no se han cumplido con las expectativas de los asistentes por el tema de los refrigerios, que podía haberse ajustado un poquito más desde el inicio de repente haciendo una degustación previa de todo el menú que se iba a servir durante el almuerzo para las conferencistas como en los refrigerios para los participantes.

P4 En su experiencia, ¿Los prestadores de servicios turísticos lograron satisfacer sus expectativas?

Sí, en la prestación de los servicios y en la ejecución de los programas sí han sido bastante empáticos amables puntuales y organizados en cuanto a la alimentación no lograron satisfacer mis expectativas los primeros días.

P5 Desde su punto de vista ¿La calidad de los servicios turísticos influyó en la experiencia de los participantes durante el evento CLEI 2023?

Al final si influyó porque lo que pasa es que los servicios turísticos han sido proporcionado los últimos tres días ,no desde el principio .Los primeros días no han habido prácticamente servicios turísticos entonces si las personas han conocido algo son por sus propios medios pero en los últimos 3 días se ha programado y se han ejecutado los servicios entonces ha influido porque pienso que las personas se han ido contentas, todas las personas que han tenido la oportunidad de tomar los servicios turísticos creo que se fueron contentas.

P6 ¿Podría compartir algunas recomendaciones, que considere importante para mejorar la calidad de los servicios turísticos en las próximas conferencias?

Sí una, la presencia de la agencia durante todo el evento, que esté presente de manera física para que al momento cualquier participante o cualquier conferencia que desea aclarar conceptos o quizás proporcionarle información completa sobre los lugares para visitar en La Paz. Que sí haya una persona que pueda informar y orientar de forma presencial y verbal a todas las personas a todos los participantes, esa sería la principal sugerencia.

Anexo 29
Entrevista 2



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



La calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la conferencia Latinoamericana de informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del modelo Servqual

El propósito de la entrevista es conocer su experiencia durante el evento CLEI 2023.

¿Cuál fue el rol que desempeñó durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023?

Al ser la representante de Bolivia en la Conferencia Latinoamericana de Informática. Estaba encargada de ponerme en contacto con todos los autores y miembros CLEI y organizar el cronograma y en el desarrollo del evento, en colocar los lineamientos académicos.

¿Qué opina sobre la calidad de los servicios turísticos (alimentación, hospedaje, transporte y agencias de viaje) que brindaron los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática 2023 en La Paz?

Es muy importante la calidad de los servicios de los diferentes prestadores turísticos ya que reflejan la parte cultural de la ciudad. Aparte de la presentación en las diferentes conferencias muchos de nuestros visitantes buscan conocer un poco más de la ciudad a través de su gastronomía y sus diferentes lugares turísticos. La calidad es importante en este tipo de eventos porque nos visita gente del extranjero y la alimentación debe adecuarse a ellos ,en cuanto al transporte la mayoría llegó al aeropuerto ,la alimentación de todos los que participaron en el CLEI está a cargo de empresas para los refrigerios y el almuerzo de los miembros del CLEI .En cuanto al hospedaje se trató de acomodarlos lo más cerca de la universidad para que no tuvieran problemas al momento de asistir a los eventos ya que la mayoría de los eventos se desarrollarían en el centro de la ciudad .

Desde su punto de vista ¿Cómo podría evaluar la calidad de los servicios turísticos durante el evento, considerando aspectos como la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía, aspectos tangibles y la seguridad proporcionados por los proveedores de servicios turísticos?

La calidad de los servicios fue buena, los diferentes autores, conferencistas y miembros del CLEI que fueron partícipes del tour que estaban a cargo del Emistur no presentaron algún problema. En su hotel el personal no dudó en ayudarlos con respecto a la alimentación que hubo varias sugerencias en la página y en cuanto al transporte solo utilizaron para trasladarse hasta el aeropuerto ya que se hospedaron en el centro de la ciudad. La empatía del personal siempre estuvo presente y en cuanto a seguridad los mismos encargados del protocolo estaban atentos para ayudar en cualquier emergencia que se presentara. Varios fueron a conocer y comer en diferentes restaurantes, pero ya por su propia cuenta. En la página web se proporcionó bastante información de los hoteles y lugares donde podían comer que se encontraban alrededor de donde se desarrollaron los eventos.

¿Cuáles eran sus expectativas respecto a los servicios turísticos antes de su experiencia?

Las expectativas con relación a los servicios turísticos eran el de que brindaran un buen servicio, si bien no se contactó con todos los servicios turísticos, se trató de elegir aquellos que cumplen los requisitos para albergar a los conferencistas, miembros CLEI, autores durante el periodo del evento. Sí cumplieron con las expectativas al estar siempre predispuestos a ayudar si existía algún problema durante el servicio.

En su experiencia, ¿Los prestadores de servicios turísticos lograron satisfacer sus expectativas?

Al final se trató de subsanar ciertos problemas en cuanto a coordinación. Fueron muy pocos los inconvenientes que se presentaron durante el evento. Se puede decir que los prestadores turísticos satisficieron las expectativas, pero no de todos.

Desde su punto de vista ¿La calidad de los servicios turísticos influyó en la experiencia de los participantes durante el evento CLEI 2023?

El servicio si influyo en las experiencias de los participantes, muchos de los conferencistas preguntaban sobre qué lugares visitar, a que lugares ir a comer, también en que hotel se encontraban hospedados.

¿Podría compartir algunas recomendaciones, que considere importante para mejorar la calidad de los servicios turísticos en las próximas conferencias?

En el momento de los tours muchos extranjeros estaban interesados en conocer lugares turísticos de Bolivia, pero debido al tiempo fue difícil organizar. Algunos no tuvieron tiempo de conocer porque se fueron rápido, en cuanto a la alimentación se debió optar por otras opciones alternativas para quienes no comen carne o sufren de alguna enfermedad.

Anexo 30
Entrevista 3



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



Tema: La calidad de los servicios que brindan los prestadores turísticos para la conferencia Latinoamericana de informática (CLEI) La Paz, 2023 a través del modelo Servqual.

El propósito de la entrevista es conocer su experiencia durante el evento CLEI 2023.

¿Cuál fue el rol que desempeñó durante la Conferencia Latinoamericana de Informática (CLEI), La Paz, 2023?

El cargo que ocupó actualmente es de ser presidente del CLEI y organizador de la Conferencia Latinoamericana de Informática 2023 en La Paz, mi papel fundamental consistió en garantizar que el evento cumpliera con todos los requisitos internacionales. Esto implicó analizar previamente la infraestructura, establecer directrices para el desarrollo del evento, coordinar eventos paralelos, brindar información relevante para que los expositores internacionales tuvieran detalles sobre hoteles, lugares de interés y actividades durante su tiempo libre.

¿Qué opina sobre la calidad de los servicios turísticos (alimentación, hospedaje, transporte y agencias de viaje) que brindaron los prestadores turísticos para la Conferencia Latinoamericana de Informática 2023 en La Paz?

La calidad de los servicios turísticos en La Paz fue buena. Ya tenía la oportunidad de conocer Bolivia antes de la pandemia. En esta ocasión, fui recibido con bien, en el hotel estaba cerca y el trato fue bueno. Las personas que nos atendieron al momento de refrigerio y almuerzo fueron atentas, dejaba mis cosas en el área sin ningún problema.

Desde su punto de vista ¿Cómo podría evaluar la calidad de los servicios turísticos durante el evento, considerando aspectos como la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía, aspectos tangibles y la seguridad proporcionados por los proveedores de servicios turísticos?

La experiencia con los servicios turísticos durante el evento fue muy positiva. Aunque hubo problemas iniciales con los refrigerios y almuerzos para la organización, se resolvieron rápidamente. Exploramos la ciudad en un bus de dos pisos y visitamos lugares que desconocía, lo que me encanto al momento

de conocer la ciudad, el lugar donde nos hospedamos era céntrico y de fácil acceso a varios lugares. No tuvimos percances en nuestra estadía en cuanto a la seguridad, fiabilidad y los demás.

¿Cuáles eran sus expectativas respecto a los servicios turísticos antes de su experiencia?

Antes del evento, tenía expectativas buenas en la atención y trato, la comida deliciosa, aunque sugeriría otras opciones. Los servicios fueron buenos durante el momento desde que llegue al aeropuerto.

En su experiencia, ¿Los prestadores de servicios turísticos lograron satisfacer sus expectativas?

Si, nos ofrecieron opciones para explorar la ciudad, y tanto estudiantes como docentes nos proporcionaron recomendaciones sobre lugares para comer. Las comisiones estaban organizadas.

Desde su punto de vista ¿La calidad de los servicios turísticos influyó en la experiencia de los participantes durante el evento CLEI 2023?

La calidad de los servicios turísticos influyó significativamente en la experiencia general de los participantes en el CLEI 2023. La atención constante y el esfuerzo del personal son resaltantes, dejándonos un recuerdo positivo de la ciudad y contribuyendo al éxito del evento.

¿Podría compartir algunas recomendaciones, que considere importante para mejorar la calidad de los servicios turísticos en las próximas conferencias?

Para mejorar futuras conferencias, sugiero proporcionar información sobre lugares no solo cercanos a la universidad, sino también opciones para actividades nocturnas. Además, sería beneficioso conocer otras alternativas más allá de restaurantes y hoteles, tomando en cuenta las recomendaciones locales de docentes y estudiantes.

Anexo 31
Guía de observación 1
Guía de Observación
Servicios de Alimentación

Lugar: Piso 6 Edificio de la Carrera de Informática.

Tiempo: 16 de octubre al 20 de octubre Mañana: 10:00 a 11:00 Almuerzo: 12:00-14:00 Tarde: 16:30-17:30.

Descripción del servicio: La organización de la Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI, 2023, realizó la contratación de dos empresas para el servicio de alimentación de los conferencistas extranjeros. Estas empresas fueron: “HUACATAYA” y “Atención de Eventos Gloria”. “HUACATAYA”, estaba a cargo del almuerzo y la otra empresa de los refrigerios del turno mañana y tarde.

Problemas o contratiempos observados: El primer día se observó que muchos no acabaron el plato fuerte del almuerzo, Picante Surtido. Muchos de los conferencistas extranjeros, no están acostumbrados a los sabores fuertes y picantes de nuestra gastronomía. Se rumoreaba que algunos presentaron problemas estomacales. También, no existía en el menú opciones vegetarianas, lo cual, ocasionó el descontento de algunos conferencistas.

Estos problemas observados fueron solucionados para el segundo día del evento, añadiendo a su menú una opción vegetariana: omelette de verduras.

Dentro de los conferencistas, se encontraba una persona que era diabética, por su condición, no pudo consumir alimentos y a partir del segundo día ya no volvió al lugar.

Los demás días, el servicio de alimentación se llevó a cabo con normalidad.

Aspectos Tangibles

No hubo una planificación en la distribución de mesas y sillas, fue improvisado ya que utilizaron sillas del auditorio y mesas de plástico.

No contaban con utensilios modernos, los alimentos no se mantenían calientes.

El personal presentaba una imagen limpia e higiénica.

Fiabilidad

No se registraron pérdidas de objetos personales por parte de los conferencistas extranjeros.

El personal de ambas empresas, no presentaban uniformes o identificaciones.

Capacidad de Respuesta

Con los problemas presentados el primer día, el personal de ambas empresas, resolvieron los inconvenientes, agregando una opción de comida vegetariana.

No agregaron platos para diabéticos.

Seguridad

No existía control de las personas que ingresaban a consumir sus alimentos.

Empatía

El horario de atención por parte de las empresas contratadas estaba de acorde a lo planificado. Hubo retrasos, sin embargo, fue debido a las actividades académicas del evento.

Las empresas se preocuparon por las necesidades de las personas vegetarianas.

La atención no fue personalizada por la naturaleza del evento.

Anexo 32
Guía de observación 2
Guía de Observación
Servicios de Agencia de Viajes
“CITY TOUR TRADICIONAL”

Lugar: Bus Turístico EMISTUR

Tiempo: miércoles 18 de octubre. Horario: 14:00 a 17:00.

Descripción del servicio: La organización de la Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI, 2023, realizó la contratación de EMISTUR, dependiente de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés. El costo preferencial es de 55 bolivianos por persona.

Problemas o contratiempos observados: Hubo un retraso de media hora en el inicio del servicio. No existieron otros problemas o contratiempos de relevancia.

Aspectos Tangibles

El bus turístico es panorámico, se observó que existe una gran satisfacción por parte de los visitantes extranjeros al estar en la parte superior del bus.

Se pudo observar que no se activaron la calefacción o el aire acondicionado.

Fiabilidad

No se registraron pérdidas de objetos personales por parte de los visitantes extranjeros.

El personal de EMISTUR, estaba debidamente identificado y uniformado.

Capacidad de Respuesta

El personal de EMISTUR aclaraba de manera oportuna las preguntas que tenían los visitantes extranjeros.

Se pudo observar que en la parte comunicativa existe deficiencias, ya que no pueden hablar de manera fluida, se traban.

Seguridad

El bus contaba con botiquín de primeros auxilios y herramientas necesarias frente a cualquier emergencia.

Empatía

Los guías se preocupaban por el bienestar de los visitantes extranjeros.

Se pudo observar que existían turistas extranjeros que no estaban cómodos con su vestimenta, algunos indicaban que no les dieron recomendaciones para tomar el tour.

Anexo 33
Cuadro de Fotografías. Turistas Extranjeros Conferencia Latinoamericana de Informática,
CLEI 2023



Anexo 34

Cuadro de Fotografías, Charlas Conferencia Latinoamericana de Informática, CLEI 2023.



Anexo 35
Cuadro de Fotografías. Servicio por parte de EMISTUR



Anexo 36

Información turística del Emistur para el CLEI-2023

CLEI
LA PAZ 2023
BOLIVIA

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS PURAS Y NATURALES
CARRERA DE INFORMÁTICA

EMISTURY
COMERCIALIZADORA DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS

INFORMACIÓN TURÍSTICA

**TOUR TRADICIONAL**
DURACIÓN: HALF DAY (16:00 - 20:00)
TURNO: Tarde SALIDAS: Martes 17
Recorriendo nuestra hermosa ciudad visitaremos el Valle de la luna, Mirador Killi Killi, Plaza Murillo y mucho mas.

TELEFÉRICOS - FERIA 16 DE JULIO
DURACIÓN: : HALF DAY (09:00 - 14:00)
TURNO: Mañana SALIDAS: Jueves 19
Visita una de las ferias mas grandes del mundo la "Feria 16 de Julio" a través del transporte moderno de los Teleféricos y concluyendo en Montículo un hermoso lugar de descanso.

**SAN FRANCISCO CULTURAL**
DURACIÓN: HALF DAY (09:00 - 14:00 y 14:00 - 18:00)
TURNO: Miércoles 18 Mañana - Viernes 20 Tarde
Conoce una de las iglesias mas importantes en la colonia la Basílica de San Francisco y a sus alrededores a nuestras caseritas en el Mercado Rodriguez y visita la tradicional "calle de las Brujas".

**TOUR PACEÑISIMO**
DURACIÓN: HALF DAY (09:00 - 14:00 y 14:00 - 18:00)
TURNO: Sábado 21 turnos mañana y tarde
Recordando la Fundación de La Paz conoce a Alonso de Mendoza y todos los datos curiosos en el Cementerio General, Plaza Murillo y los misterios de la Calle Jaen.

CONTÁCTANOS
 2 2612524
 +591 72075327

PRECIO DE LOS TOUR **70Bs**

ESCANEA PARA VER EL CATALOGO
