



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Oferta formal de los servicios turísticos en las agencias de viaje
y su influencia en la satisfacción del turista nacional, en la
ciudad de Trujillo – 2018**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORES:

Arellano Acate, Thais Yojanni (ORCID: 0000-0001-8085-0299)

Astete Vivanco, Estefany Rosy (ORCID: 0000-0002-7880-3976)

ASESORA:

Mg. Rodríguez Chamorro, Shirley Lilette (ORCID: 0000-0002-4856-5022)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

TRUJILLO – PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedicamos esta tesis a Dios por brindarnos la fortaleza necesaria para mantenernos firmes en nuestras metas y creencias, por darnos ese amor y los motivos para poder continuar hacia adelante y tener sabiduría para poder nuestras propias decisiones.

Nuestros padres que se sacrificaron por nosotros para tener un futuro lleno de alegría, por darnos la educación adecuada y que siempre nos apoyaron en el camino que hemos tomado en el que es nuestro desarrollo personal y profesional. Además, por enseñarnos hacer unas personas con un buen futuro y cuando nos caemos hay que levantarnos y perseverar en que nuestros sueños se hagan realidad.

A nuestros hermanos por cada palabra de ánimo y sus grandes enseñanzas durante el proceso de aprendizaje.

Agradecimiento

A Dios, ser divino que nos mantiene constantes en seguir nuestros sueños.

A nuestros padres por el apoyo incondicional y enseñanzas brindadas que nos mantiene firmes.

A nuestros asesores por sus enseñanzas, consejos y apoyo en toda esta investigación.

Familiares y amigos que nos aportaron en el sentido emocional y psicológico con voz de aliento para continuar

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño de investigación:	16
3.2. Variables y operacionalización:.....	17
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis:	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES	30
VIII. PROPUESTA	31
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
Tabla 2: Procedimiento para recolección de datos	20
Tabla 3: Nivel de la oferta formal de los servicios turísticos de los intermediarios de viajes turísticos.....	22
Tabla 4: Nivel de satisfacción del turista nacional en la oferta formal con respecto a la atención que brinda los intermediarios de viajes turísticos en la ciudad de Trujillo.	23
Tabla 5: Influencia de las dimensiones de la oferta formal de los intermediarios de viajes turísticos en la ciudad de Trujillo.	24
Tabla 6: Matriz de Operacionalización de las Variables	31
Tabla 7: del Instrumento de Cronbash	38
Tabla 8: Base de datos Variable Oferta Formal de las Agencias de Viajes	39
Tabla 9: Base de datos Variable Satisfacción del Turista Nacional	61

Índice de figuras

Figura 1: Diagrama del diseño de investigación.....	16
---	----

RESUMEN

En esta investigación titulada “Oferta formal de los servicios turísticos en las agencias de viaje y su influencia en la satisfacción del turista nacional en la ciudad de Trujillo 2018, tuvo como objetivo determinar la influencia de la oferta formal de los servicios turísticos en la satisfacción del turista nacional en la ciudad de Trujillo 2018, la investigación es de tipo descriptiva ya que busca analizar de una manera detallada los sucesos que se presentan en una problemática y darle una solución, el diseño de investigación es no experimental ya que no se realiza una manipulación de variable, también se analiza de manera cualitativa, los instrumentos empleados fueron la técnica de encuesta dirigidos a los turistas nacionales, a las agencias de viaje y a los aeropuertos y terrapuertos concluyendo así que si existe una oferta turística inadecuada por parte de las agencias formales. Recomendamos capacitar e incentivar a las agencias de viaje formales acerca de la oferta que brindan sean las más adecuadas, la calidad y sobre todo genere seguridad a los turistas nacionales que van contratan servicios.

Palabras Clave: Oferta Turística, Agencias de Viaje, Satisfacción, servicios Turísticos.

ABSTRACT

In this research entitled "Formal offer of tourist services in travel agencies and their influence on the satisfaction of the national tourist in the city of Trujillo 2018, had as objective to determine the influence of the formal offer of tourism services in the satisfaction of the National tourist in the city of Trujillo 2018, the research is descriptive in that it seeks to analyze in a detailed manner the events that arise in a problem and give a solution, the research design is non-experimental since no manipulation is carried out of variable, it is also analyzed in a qualitative manner, the instruments used were the survey technique addressed to national tourists, travel agencies and airports and terrapuertos thus concluding that there is an inadequate tourism offer by formal agencies. We recommend training and encouraging formal travel agencies about the offer they offer, the most appropriate, quality and above all, generate security for national tourists who hire services.

Keywords: Tourist Offer, Travel Agencies, Satisfaction, Tourist service

I. INTRODUCCIÓN

La investigación lleva como título Nivel de satisfacción de los visitantes nacionales en el servicio de orientación turística del Distrito de Trujillo, tiene como autores a Arellano Acate, Thais Yojanni y Astete Vivanco, Estefany Rosy teniendo como asesor(a)s Armas Chang, Mirtha y Rodríguez Chamorro, Shirley.

Las agencias de viaje hoy en día, se han convertido en un indispensable factor necesario para lograr el crecimiento del Turismo en los diferentes destinos turísticos que posee nuestro mega diverso país. Asimismo, Trujillo es una de las ciudades en el Perú que va en desarrollo alentador para generar más visitas turísticas, realizando actividades turísticas, arqueológicas, gastronómicas, etc.

En la actualidad un 70 % de Agencias de viajes informales, aún siguen trabajando de manera irresponsable, infraccionando las normas, requisitos establecidos por la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo. Logrando así afectar la calidad de los servicios que se brindan al turista, ya que estos están dispuestos a conocer los atractivos más conocidos, destinos que deseen conocer significativamente. Al brindar un buen servicio de calidad, mediante el turismo se puede generar grandes ingresos económicos a la comunidad local, ya que cada visitante adquiere vuelos aéreos, paquetes turísticos, hoteles, traslados, guiado, etc. En cada destino se va a llegar a conocer.

No obstante, las agencias de viaje son aquellos negocios que están dentro de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. A la vez, las agencias cumplen con las normas y es necesario la validez del código de ética, debemos guiar para que as personas sean más abiertas con respecto en todas las actividades turísticas, cumpliendo en cuidar el interés de cada persona, ofrecer los servicios siempre con verdad, sin estafa, siempre escuchar a la apersona si no le agradas. A nivel internacional en el Perú, es un lugar que se está desarrollando por motivo que las agencias son medios de todo esto, son fuentes esenciales porque ofrecen paquetes y pasajes aéreos para que el turista consiga vuelos y pueda conocer los lugares a los cuales quieren ir. A nivel local hay de 196 agencias de Viajes en la ciudad de Trujillo que están operando y siguen vigentes, En la Plaza de

Armas de Trujillo donde existen 173 agencias de viajes que son (5) Mayoristas, (141) Minoristas, y (30) Tour Operadores. Por ello se dan cuenta que hay más turistas nacionales que internacionales. Existe una habilidad en las ventas que brindan al turista para que pueda decidir lo que están pensando hacer. El problema es que los llamadores de servicios turísticos frecuentan en el centro turístico de Trujillo y en la vía peatonal buscan clientes para ofrecer un servicio, pero las personas tanto se quejan que están agobiados y no cumplen con lo que dicen, en otros casos solo desean beneficiarse ellos mismos sin darse cuenta que daña la imagen que perciben los turistas y no el bienestar de la persona. Se decidió que hay que conocer cuales son los servicios que se ofrece al turista. Después del problema se formula las siguientes preguntas: ¿Cuál son los servicios turísticos que se pueden ofrecer al turista nacional en las agencias de Viaje en la Ciudad de Trujillo?, ¿Cumplen las Agencias de Viaje con el manual de Buenas Prácticas para satisfacer las exigencias del turista nacional? y ¿Cuál es la satisfacción del turista nacional cuando ya adquirió un servicio con un intermediario turístico?

Esta postura además de contribuir un reto, obliga que las agencias de viaje y el sector turístico, se comprometan de manera obligatoria a lograr que se llegue a brindar las prestaciones de calidad mediante los servicios que se establecen a la hora de adquirir un paquete turístico, que elija cada visitante turístico, logrando así que el turista termine con una grandiosa experiencia alcanzando satisfacer las necesidades que este haya adquirido mediante la prestación realizada.

Al conocer que los turistas buscan destinos que estén a la Moda, como lo son en EE. UU, ya que es un país desarrollado en tecnología y generando grandes ingresos en el sector turismo es posible que el personal que brinda el servicio 100% capacitado en las funciones que se va a dedicar al turista que adquiera el servicio turístico, elegido para satisfacer sus necesidades. Logrando ofrecer un servicio de buena calidad, identificando al turista con el destino que este ya eligió.

Según Martínez(2014), menciona las Agencias de viajes internacionales y el desarrollo del turismo en Nueva Loja dice que toda agencia debe satisfacer al cliente y que debe cumplir sus necesidades para que el cliente se sienta seguro en sus viajes, concluye que, los clientes se les deben tratar con bondad cumpliendo las normas que los intermediarios de viajes turísticos.

Además, el aporte de (Ramírez, 2015) en su artículo titulado, Fases en el comportamiento de los turistas extranjeros que visitan la ciudadela de Machu Picchu esta investigación se determinara que los factores relevantes la satisfacción que muestra los turistas y la recomendación que puedan visitar el sitio turístico de Cusco, utilizando métodos multivalentes.

Al conocer cuáles son las razones que un turista nacional visite Cuzco, es porque es uno de los destinos favoritos de todos los visitantes del mundo y es obligatorio tener que llegar a visitarlo. Al ser destacado por su diversidad cultural y folclórica, la gran variedad gastronómica que ha trascendido de generación en generación en los pobladores así mismo lograr que los turistas disfruten los platos típicos de los antiguos pobladores y lo mejor que están elaborados con insumos naturales, nativos de la zona. Asimismo, conocer Machu Picchu reconocido y galardonado como Patrimonio de la humanidad según la Unesco.

Con respecto a todo lo mencionado se investigará: ¿Cómo influye la oferta formal de los servicios turísticos en las agencias de viaje y la satisfacción del turista nacional, en la ciudad de Trujillo - 2018?

La investigación se justificó bajo los siguientes criterios: Beneficio al sector local generando así un mayor turismo, brindando un mejor servicio de calidad a las agencias de viaje en la ciudad de Trujillo percibe que los turistas generan experiencias inolvidables. Por ello, es de suma importancia que el servicio turístico se mantenga, se desarrolle en condiciones óptimas para generar una satisfacción al turista nacional.

El informe de investigación se justificó de la siguiente manera: Aspecto práctico, vale decir que los intermediarios de viajes turísticos se encontrarán beneficiados por generan más ventas asimismo su marca será reconocida. Y a su vez detectar la informalidad que existe en las intermediarias de viajes turísticos asimismo a diversificar la oferta turística. Metodológica, en el presente proyecto de investigación se va a poder realizar la utilización de los instrumentos que se realizaran bajo teorías respaldadas mediante las encuestas, observación directa con el propósito de identificar los objetivos plasmados en la investigación.

El objetivo general fue determinar la influencia de la oferta formal de los servicios turísticos en la satisfacción del turista nacional, en la ciudad de Trujillo - 2018.

Objetivos Específicos: Determinar el nivel de la oferta formal de los servicios turísticos en las agencias de viaje, en la ciudad de Trujillo - 2018. Determinar el nivel de satisfacción del turista nacional en la oferta formal con respecto a la atención que brinda las agencias de viaje, en la ciudad de Trujillo. Determinar la influencia de las dimensiones de la oferta formal de las agencias de viaje, en la ciudad de Trujillo - 2018. Por último, proponer un plan de mejora para la satisfacción del turista nacional en la oferta formal de los servicios turísticos de las agencias de viaje, en la ciudad de Trujillo - 2018.

En esta tesis se planteó las siguientes hipótesis. H_1 , Existe influencia positiva en la oferta formal de los servicios brindados hacia el turista nacional en la Ciudad de Trujillo 2018. H_0 , Existe influencia negativa en la oferta formal de los servicios turísticos en la satisfacción del turista nacional en la ciudad de Trujillo 2018.

II. MARCO TEÓRICO

Para validar la investigación, se encontraron antecedentes referentes al tema a tratar de carácter internacional, los cuales se precisan a continuación:

Según Cabanilla (2015) afirma que cuyo El turista tiene que satisfacerse para que se halla tratado en que las ciudades tienen que posicionarse y ha tenido reconocimientos para visitar New York porque apunta a que esta ciudad es un destino de desarrollo constante. (Pág. 106).

Según Giovanna (2014), menciona las Agencias de viajes internacionales y el desarrollo del turismo en Nueva Loja dice que toda agencia debe satisfacer al cliente y que debe cumplir sus necesidades para que el cliente se sienta seguro en sus viajes, concluye que, los clientes se les deben tratar con bondad cumpliendo las normas que los intermediarios de viajes turísticos de la provincia de Sucumbio. La investigación es descriptiva porque los datos fueron hallados mediante cuestionarios y entrevistas a turistas, hoteles, etc. Se concluye que Este negocio crece más el turismo con mayor influencia en el Norte y Sur, en donde hay operadores, puras agencias, artesanías y restaurantes con calidad. (p.86).

Al lograr identificar los gustos y necesidades del turista, se adquiere un turista más heterogéneo, fieles al destino al gusto y costumbre que se tiene en cada sociedad, de acuerdo a modas conforme con la demanda de mercado ya que los gustos, motivaciones y necesidades del viajero que cambian – evolucionan constantemente, es por eso que se debe tener en cuenta el interés especial de cada uno de ellos.

Según Mathews (2015). Afirma que la competitividad del Turismo en las Agencias de Viajes, es una organización ya sea pública o privada que consolida y mejora la posición en el medio que se desenvuelve, son definidas por recursos que obtienen rendimientos mayores.

De igual modo se cuenta con antecedentes nacionales:

A nivel local, Ortiz (2015). Su tesis titulada dice: La comparación turística de intermediarios de viaje formales e informales situadas en el centro histórico de la Ciudad de la Eterna Primavera, Esta investigación está basado en comparar la oferta y demanda que las agencias brindan de pasajes aéreos en la plaza de armas de Trujillo. Concluye, las promociones turísticas que ofrecen los intermediarios turísticos informales no cumplen con las estrictas normativas que se puede ofrecer al turista durante su estadía, mínimos para poder vender un tour, venta aérea de pasajes, etc.

En el ámbito local Según el (Manual de buenas prácticas para las agencias de viaje 2014) titulada, los turistas tienen necesidades y expectativas que hay que satisfacer además de la capacidad de los clientes al venderlas. Concluye que, esta frase es una de las principales frases que se tiene que hacer para que el cliente salga satisfecho y valla a regresar después de la satisfacción del turista, también existe expectativas que satisface con el trato que uno le proporciona al turista se le brinda los requisitos que ofrece una agencia de viajes.

Según Arcalla y Cayo (2016) menciona que La satisfacción del visitante de los servicios turísticos en Puno 2016 determinaron que las calidades de paquetes ofrecidos dieron como resultados satisfacer al cliente en todo lo que se trate al hospedaje, restaurante, transportes y guías, finaliza que hay una abertura en los turistas. Vega (2016) menciona que hay turistas nacionales y que han aumentado, finaliza, que es esencial para que las agencias brinden tours y pasajes aéreos nacionales e internacionales.

Además, el aporte de (Ramírez, 2015) en su artículo titulado, Fases en el comportamiento de los turistas extranjeros que visitan la ciudadela de Machu Picchu esta investigación se determinara que los factores relevantes la satisfacción que muestra los turistas y la recomendación que puedan visitar el sitio turístico de Cusco, utilizando métodos multivalentes.

Para fortalecer la investigación, se indagaron los siguientes conceptos, para enriquecer e implementar en la investigación:

Crea ventajas para que la agencia en el turismo intervenga 2 simples categorías, los internos y los externos en las agencias del turismo.

Se clasifican en 2 factores:

- Factores Internos; se realiza tanto la parte administrativa como la parte de los servicios, en el sector de intermediación incentivan una mayor eficacia en la toma de decisiones y se le considera que es capaz de ofrecer un buen servicio a los clientes.
- Factores externos, es una empresa que hace referencia al desarrollar estudios de mercado para direccionar fuerzas de venta en las agencias de viaje acordes con el cliente (pág. 23).

En los Servicios Turísticos de los intermediarios de viaje turísticos es una definición de lo que servicios Según Bayón (2016) afirma que, "Servicio turístico es el resultado de esfuerzo, aptitudes y coordinación, pero todos ellos se concentran de un mismo trabajo que se hace efectivo a través de la prestación de servicios y / o producto".

Por otra parte, Prieto (2013) explica que "Los tipos de servicios turísticos las agencias de viaje ofrecen son, el alojamiento es un lugar donde las personas se hospedan, puede ser un refugio para los días de la estancia, dentro de esto encontramos los hoteles, hostales, resorts, etc.". (Pág. 79)

Por otro lado, García (2015) indica que "propone que las agencias de viaje se dediquen profesional y comercialmente en exclusividad al sector de intermediación y organización de los servicios turísticos, pudiendo realizar prestación de los mismos". (p. 29).

Por último, los paquetes turísticos en el que puedes adquirir a un precio económico ya sea todo un full Day o de solo en la mañana o en la tarde que son servicios que incluye todo dentro de un paquete turístico.

Asimismo, Bayón (2016), afirma que: "Intermediarios de viaje se clasifican en empresas turísticas Mayoristas, que ofrece el producto al cliente, trabaja

directamente con los hoteles, líneas aéreas para elaborar paquetes turísticos y organiza servicios turísticos. Minoristas, trata de que ofrecer directamente el servicio que se va a vender como transporte, alojamiento, alimentación, destino, full time, visitas guiadas, entre otros. 5 comercializan el producto a las agencias de viaje mayoristas y estos centros de intermediación brindan un servicio de buena calidad hacia el visitante” (p. 69).

Del mismo modo, Cora (2015), afirma que: “El informador turístico debe ser competente y contar con la formación necesaria para prestar un servicio de información eficaz. Además, debe ser educado, amable y respetuoso con el usuario” (P.12).

Los tipos de servicios turísticos las agencias de viaje ofrecen son, el alojamiento es un lugar donde las personas se hospedan, puede ser un refugio para los días de la estancia, dentro de esto encontramos los hoteles, hostales, resorts, etc. Empresas de transporte donde puedes viajar a lugares es mejor ir en bus un autobús o si es en medio marítimo ir en un crucero y si es aéreo en un avión.

Concluye, las promociones turísticas que ofrecen los intermediarios turísticos informales no cumplen con las estrictas normativas que se puede ofrecer al turista durante su estadía, mínimos para poder vender un tour, venta aérea de pasajes, etc. Logrando no cumplir con el reglamento establecido por direcciones turísticas logrando deteriorar la imagen del servicio que se ofrece en el sector turístico de Trujillo, brindando un abominable servicio durante todo el tour visitado, a través de transporte, guiado, alojamiento, alimentación entre otras prestaciones.

La importancia que esta tesis nos da a conocer los detalles y la mala práctica que ofrecen de brindar una prestación aceptable que el visitante pueda recomendar, dicho así los intermediarios de viajes informales no son adecuados, logrando un fastidio al visitante, las instalaciones son muy minúsculas e inseguras, asimismo no tienen personal calificado con personas con experiencia en el rubro de servicios Turísticos.

Para la investigación se consideraron las siguientes teorías relacionadas a la primera variable:

Así mismo dice que no se debe olvidar que los servicios turísticos de los intermediarios de viaje es una definición de lo que servicios, Por otro lado, Bayón (2016) afirma que, “Servicio turístico es el resultado de esfuerzo, aptitudes y coordinación, pero todos ellos se concentran de un mismo trabajo que se hace efectivo a través de la prestación de servicios y / o producto” (p.29).

Los tipos de servicios turísticos las agencias de viaje ofrecen son, el alojamiento es un lugar donde las personas se hospedan, puede ser un refugio para los días de la estancia, dentro de esto encontramos los hoteles, hostales, resorts, etc. Empresas de transporte donde puedes viajar a lugares es mejor ir en bus un autobús o si es en medio marítimo ir en un crucero y si es aéreo en un avión.

Los restaurantes que trata de los alimentos que pueden incluir cuando quieres ir a un lugar turístico y viene con contacto con demás agencias de viaje y restaurantes y su objetivo es satisfacer al turista. Por último, los paquetes turísticos en el que puedes adquirir a un precio económico ya sea todo un full Day o de solo en la mañana o en la tarde que son servicios que incluye todo dentro de un paquete turístico.

García (2015) “Propone que las agencias de viaje se dediquen profesionalmente y comercialmente en exclusividad al sector de intermediación y organización de los servicios turísticos, pudiendo realizar prestación de los mismos”. (p.115).

Los intermediarios turísticos de viaje se clasifican en empresas Mayoristas, brindando producto al cliente, trabaja directamente con los hoteles, líneas aéreas para elaborar paquetes turísticos y organiza servicios turísticos. Minoristas, trata de que comercializan el producto a los intermediarios de viajes mayoristas y estos centros de intermediación no pueden ofrecer productos u otros servicios a intermediarios directos. Tour Operadores, trata de operar servicios recomendados dentro de lugar para que sean negociables a cualquier visitante que desee conocer mayoristas o minoristas.

Las funciones que ejercen son, Mediadora, gestiona y medir la reservación, la promoción y marketear la marca turística que se va a ofrecer en tal punto que el

turista conozca realmente lo que este va a adquirir en un momento real, para satisfacer sus necesidades mediante la estadía en el destino. El objetivo que desempeña es acercar el producto al cliente y multiplicar los puntos de venta. Los minoristas y mayoristas. Asesora, suministra la información al cliente que contiene brindando el destino y servicios que se obtiene, el objetivo es asesorar al pasajero, buscando las mejores opciones para que tu viaje sea placentero, tengas una experiencia inolvidable.

Los beneficios para poder contratar a una agencia de viajes formal Según Medina (2017) "Asesoría especializada en Turismo ya que una vez tengas la idea del tipo de turismo que deseas realizar y el destino, entonces podrás charlar con tu agente de viajes para una mejor orientación sobre el lugar y sus conveniencias". Si no tienes ni la menor idea a dónde ir, pues también ellos te pueden orientar desde cero. Solo debes ser transparente y hablar de lo que te gustaría conocer y el especialista se encargará de guiarte por el amplio catálogo de rutas turísticas a realizar y las mejores temporadas.

Además, si tus vacaciones serán en el extranjero podrás aclarar tus dudas sobre el proceso de trámites de visas, vacunas o también la contratación de seguros de viajes o tarjetas de asistencia al viajero. Todas tus dudas serán aclaradas bajo el respaldo de un profesional del turismo. Siguiendo el tiempo de oro y evitas el estrés: Con una agencia de viajes ya no tendrás que gastar tu tiempo en todas las reservas que implica un viaje, ya sea a nivel nacional o un viaje internacional.

Tu agente de viajes tomará la iniciativa y pro-actividad para realizar un itinerario que sea adecuado a tus intereses y también para tu presupuesto. Y esto es así porque tiene a su alcance los accesos a una variedad de sistemas informáticos o globalizadores de la industria turística. De manera que pueden ofrecerte estupendos precios disponibles y que estén alineados a tu conveniencia. Estos sistemas de gestión de reservas para agencias de viajes permiten un intercambio de datos vía Internet bajo múltiples capas de seguridad para que las reservaciones sean totalmente confidenciales.

Así podrán comprar boletos y reservas en empresas como aerolíneas, buses, trenes, hoteles y muchos otros negocios relacionados a la industria del turismo. Es decir, tú estarás libre de preocupaciones y por supuesto exento de cuadros

de estrés. Solamente debes dejarte guiar y disfrutar el viaje. El tercero son los paquetes turísticos en oferta: Esto es genial y muy conveniente ya que la agencia de viajes te ofrece paquetes completos a precios de promoción, que por lo general tienen una temporalidad, son viajes grupales y con un límite de espacios mínimos.

Estas promociones se desarrollan a nivel local y nacional, son perfectas para celebrar durante los feriados largos o fines de semana largos que pueden ocurrir durante el año. Solo debes suscribirte a los boletines de la empresa turística o seguir sus redes sociales para que te obtengas información actualizada de esta promoción. Ten en cuenta que toda empresa turística que se precie de moderna, debe necesariamente estar atenta a sus canales de redes sociales y toda comunicación que provenga del Internet.

Ya que esta forma de comunicación digital está tomando cada vez mayor impulso en la sociedad, y una empresa de turismo profesional no puede estar de espaldas a esta realidad. La cuarta es la seguridad y garantía lo mejor de contratar una agencia de viajes formal es que cuentas con el apoyo las 24 horas de tu agente de viajes.

La atención personalizada ocurre antes, durante y después de tus vacaciones. Te brinda todo el apoyo necesario y el respaldo de tu inversión por una empresa legalmente constituida, y que te entregará comprobantes de pago y toda la información documental que sustente lo que estás pagado en tu paquete turístico. Y se menciona «inversión» y no «gasto», porque en realidad estás invirtiendo dinero para tener una mejor salud mental y física, tu mente estará más abierta a nuevas cosas que has conocido y experimentado. Por lo tanto, luego de tu viaje bien planificado por una agencia de viajes, obtienes bienestar general te dará mayor creatividad e inteligencia para ser más productivo a tu retorno al trabajo, negocios o estudios.

Satisfacción del turista, Ebrard (2017) menciona que, “Define que hay ciertos niveles de satisfacción, como la Insatisfacción que Trata cuando los clientes no se satisfacen con los productos que las agencias ofrecen. Satisfacción, Trata de que los clientes si salen satisfechos con los servicios que ofrece las agencias.

Complacencia, Trata cuando las necesidades del cliente se sobrepasan y llegan a ser un poco confuso para las personas que quieren esos productos” (p.20).

Teoría de la Satisfacción “Satisfacción, es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio a cerca de un rasgo del producto o servicio o un producto y servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo” La importancia de conocer cuáles son las principales causas que tiene el visitante de acuerdo a la estadía que este desea visitar. Al conocer cuáles son las necesidades que el turista desea satisfacer, lo recomendable es ofrecer un servicio de acuerdo a lo que este desea con el fin de detallar y promocionar el servicio o bien que se va a prestar.

Determinar cuáles son las razones que un turista nacional visite equis destino turístico, es porque lo ha planeado, o se enteró por algún familiar, amigo, vecino, y lo haya entusiasmado en visitar el destino, ya que en la actualidad todo visitante realiza actividades de ocio, vacaciones fuera o dentro de su país emisor, es por eso que se tiene que dar a conocer con exactitud qué es lo que este busca de acuerdo a las preferencias que este tiene de acuerdo a lo que desea conocer.

Por otro lado, Rosander (2017), explica que: “No es posible definir la calidad del servicio como satisfacción de los clientes, puesto que esta definición llevaría a todas las empresas a cumplir exactamente con lo que cada uno de sus clientes desea. Sin embargo, son las empresas las que elaboran sus productos o servicios y son ellas las que determinan la manera apropiada para satisfacer las necesidades de sus clientes basados en su propia percepción” (p.84). Importancia de brindar un servicio eficiente al turista, es brindando una detallada información, una amable y educada atención ser respetuoso con el visitante, para que este se sienta cómodo y pueda generar ingresos en el destino. Actualmente uno busca que el sistema que este diseñado, al que uno va a conocer este diseñado, en lo que este quiere adquirir, porque gasta su tiempo, dinero, con el fin de tener una mejor estadía, y sobre todo y lo más importante pero menos importante es recibir un buen servicio en el destino soñado, por uno al recibir el tour o estadía en el destino propuesto para pasarlo con la familia, amigos o pareja.

Muchos visitantes buscan opciones que sean satisfactorias, fuera de lo común que esta suba la demanda de experiencias en el destino, que desea conocer, generalmente muchos visitantes buscan opciones de alojamientos más pequeñas y coquetas donde se pueda recibir la atención más personalizada, cálido y respetuoso con el usuario. Del mismo modo, Larrea (2015) “Advierte que la satisfacción del cliente es una parte fundamental para la obtención de la calidad, y que esto logra una ventaja competitiva para las empresas. Donde la única forma de prevalecer en el mercado es enfocándose en los intereses de sus clientes” (p.26).

Así mismo no se debe olvidar que Alet (2002) “Los clientes se han vuelto más exigentes en lo referente al servicio, la diferenciación y los tiempos de respuesta, por lo tanto, plegarse a los deseos, así como también de las expectativas del cliente puede ser la mejor consigna que las empresas deben seguir.” (p.63) Servicios de información y atención desarrollada al visitante en el sector turístico son herramientas de marketing de turismo. Con el fin de detallar que es lo que se desea llegar a conocer con el fin de brindar un servicio A1.

Modelo de la satisfacción del cliente El modelo de la satisfacción del cliente de Kano(2014) “La Gestión de calidad y una técnica de comercialización que se puede utilizar para medir la satisfacción del cliente.

El modelo de Kano de satisfacción de cliente 10 distingue seis categorías de las cualidades de la calidad, de las cuales las tres primeras tienen influencia sobre la satisfacción del cliente” (p.87)

Al prestar un servicio es necesario contar con los servicios básicos y específicos que se van a prestar, brindando servicios tecnológicos, para estar comunicados directamente con sus familiares, amigos y estar conectados con las redes sociales.

De igual forma Kano(2014) “Esta característica de producto, a la inversa, era la esperada por el cliente. Tres de las teorías más conocidas: las teorías de SIGMUND, Freud, MASLOW, Abraham y HERZBERG, Frederick presentan distintas implicaciones para el análisis de la satisfacción del cliente” (p.12)

Identificar lo que se va a ofrecer de acuerdo a lo que solicite el visitante, en el sistema que este quiera conocer, es decir que debemos conocer las necesidades que se desea llegar a conocer en el destino, siempre y cuando ofreciendo un servicio de calidad al visitante.

Según Kano(2014) Teoría de la calidad “La calidad es un proceso, es decir, no es estática puesto que la impresión de los clientes cambia continuamente; por otro lado, en la mente del operario si la fábrica produce calidad puede estar orgulloso de su trabajo” (p.47)

La Organización Mundial del Turismo (2015) “Define un destino turístico como aquel lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico. Dentro de este enfoque de demanda otra sería la aportación de Bull que define el destino turístico como la ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo, de ahí que se diga que el destino turístico se conciba únicamente como una zona geográfica perfectamente delimitada” (p.102)

Un destino al ser destacado por su diversidad cultural y folclórica, la gran variedad que este puede tener, la diversidad gastronómica, folclórica y cultural, que va trascendiendo de generación en generación en los pobladores y son rescatados manteniendo vivo lo que se llevó a cabo en los tiempos de nuestros antepasados.

La definición de turista según la OMT (2015) “Toda persona que se desplaza dos o más países distintos viajeros internacionales, o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual viajero interno. El turista de vacaciones: la razón de viaje es la recreación” (p.64)

Cada visitante tiene una forma diferente de ver el lugar, la estadía, el transporte, que este quiera adquirir en un determinado momento de su vida, es decir un visitante local, nacional e internacional es un habitual viajero que genera ingresos netos al destino que este quiera llegar a conocer.

Según la OMT (2015): “Turista de negocios: el motivo de su viaje es ligada con su oficio. Turista es toda persona que se desplaza de un lugar a conocido dentro de su mismo país o a un desconocido fuera del país. La actividad principal de un

turista es realizar actividades (paseos, deportes, etc.) pero no es remunerado” (p.80)

Una de las cosas más importantes para el éxito de los destinos y empresas que brindan servicios turísticos, es extender los gustos y necesidades de turistas más modernos y estar acorde a lo que se va a vender en el mercado. Las motivaciones y necesidades de los viajeros cada vez son más estrictos con el fin de que dedican su tiempo y deciden qué lugar está acorde a lo que están por visitar.

Loren (2015) afirma que “Un estado psicológico resultado de un proceso de compra y de consumo, hay ciertos niveles de satisfacción, como la Insatisfacción que Trata cuando los clientes no se satisfacen con los productos que las agencias ofrecen. Satisfacción, Trata de que los clientes si salen satisfechos con los servicios que ofrece las agencias. Complacencia, Trata cuando las necesidades del cliente se sobrepasan y llegan a ser un poco confuso para las personas que quieren esos productos” (pág. 20).

Los destinos y las empresas turísticas, tienen que estar informados de cómo evolucionan los hábitos de consumo y las tendencias de cada uno de los mercados estratégicos, que ofrecen servicios turísticos a nivel mundial. Los destinos y flujos turísticos como mercados emergentes como países asiáticos que tienen gustos y costumbres diferentes a países latinoamericanos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación:

3.1.1. Tipo de investigación:

Se considero En Tipo de Investigación Correlacional “Busca establecer asociación entre dos conceptos o variables, y no solo describir cada una de ellas” (Hernández, et al. P.93).

3.1.2. Diseño de investigación:

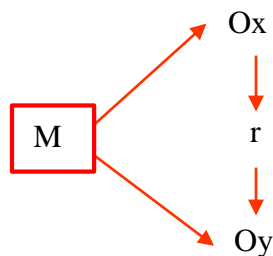
No experimental: En palabras de Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Es un estudio que se realizara sin la manipulación de las variables y se analizarán los fenómenos en su forma natural”. (pág. 152)

Transversal: Hernández “Es un solo momento en el tiempo que se recolectara datos, su objetivo es describir las variables y analizar la incidencia en un momento dado” (p.154).

Representado por el siguiente esquema.

Diseño Transversal:

Figura 1: *Diagrama del diseño de investigación*



M: Turistas nacionales

Ox: Agencias de Viajes

Oy: Satisfacción del turista

r: Relación entre las variables

3.2. Variables y operacionalización:

3.2.1. Variables:

- Variable independiente: Oferta Formal
- Variable dependiente: Satisfacción del Turista.

3.2.2. Operacionalización:

Variable independiente: Oferta Formal

- Definición conceptual:

ROUBAND (1994) Oferta por escrito y autorizada debidamente por el ofertante: En el que proyecta, elabora y Oferta comercializa formales servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.

- Definición operacional:

La variable será medida a través de una encuesta a los turistas nacionales donde se registrará toda la información necesaria que lleguemos a obtener, de las agencias de viaje formales de la ciudad de Trujillo. Para identificar las dimensiones de Infraestructura, Recursos tecnología y Humanos recursos humanos.

- Indicadores:

- ✓ Infraestructura
- ✓ Recursos Humanos
- ✓ Imagen Percibida
- ✓ Tecnología
- ✓ Costos.

- Escala de medición:

- ✓ Ordinal

Variable dependiente: Satisfacción del Turista.

- Definición conceptual:

Alén y Fraiz (2006) Satisfacción determina la calidad del servicio, otros que es la calidad la que incide en la satisfacción percibida por el usuario y un tercer grupo considera que la relación es de mutua influencia entre ambos factores.

- Definición operacional:

La variable será medida a través de una encuesta a los turistas nacionales para medir la conceptualización de preguntas separadas y medir los rangos de satisfacción donde se registrará toda la información necesaria que lleguemos a obtener, para identificar las dimensiones de imagen percibida y costos.

- Indicadores:

- ✓ Imagen Percibida
- ✓ Costos

- Escala de medición:

- ✓ Ordinal

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis:

Población:

La población está conformada por 1 952 243 que son los arribos de turistas nacionales, en la ciudad de Trujillo en el año - 2017. (Fuente MINCETUR).

Muestra:

El método de muestreo es probabilístico, porque se pretende hacer estimaciones de una variable (calidad de servicio) en la población.

Fórmula para estudio descriptivo cuya variable es tipo cualitativa y su población es finita.

Muestreo:

La muestra de estudio está conformada por 267 turistas nacionales.

Unidad de análisis:

La unidad de análisis es turista nacional de una agencia de viaje y se calculó basándose en la siguiente fórmula matemática para una población conocida:

- Los criterios de inclusión son los turistas nacionales de 18 – 65 que sean turistas frecuentes de las agencias de viaje que durante el transcurso del año 2018 haya comprado con un paquete turístico en la ciudad de Trujillo o en cualquier agencia de viaje.
- Los criterios de exclusión son personas menores de edad y clientes no frecuentes. Personas que decidan no participar de la investigación por motivos propios y personales.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tabla 1: Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas	Instrumentos
Encuestas	Cuestionario, para conocer sobre la oferta formal de las agencias de viaje y satisfacción del turista en la Ciudad de Trujillo.
Prueba Piloto	Conformada por 10 Turistas Nacionales que hayan adquirido un servicio turístico, en una Agencia de Viaje
Medición	SPSS v. 26 y Alfa de Cronbach.

Validez y Confiabilidad

La validez del instrumento aplicado fue validada por 3 jurados expertos (3 asesores especialistas).

El instrumento fue validado por tres expertos:

- Edith Muñoz Sanchez DNI: 18033860
- Antonio Antay Bolaños DNI: 08853814
- Alex Adrianzen Jimenez DNI: 27715521

3.5. Procedimientos

El procedimiento se dio a base de una encuesta, que se realizó en la ciudad de Trujillo, basadas en la escala de Likert de 5 alternativas, codificándolas de la siguiente, manera: muy satisfecho, satisfecho, indiferente, insatisfecho y poco satisfecho, y será completada aproximadamente por el encuestado en 7 minutos.

El alfa de Cronbach se requiere una sola aplicación del instrumento, la cual es también conocida como una prueba piloto, y se basa en la medición de las respuestas del sujeto con los ítems del instrumento.

Tabla 2: Procedimiento para recolección de datos

A	1.527709599
K (NÚMERO DE ÍTEMS)	27
VI (VARIANZA DE CADA ÍTEM)	27.4925
VT (VARIANZA TOTAL)	53.8275

- Si el coeficiente es superior a 0.5 y cercano a 1, entonces se tiene una alta confiabilidad del instrumento; en este caso el valor encontrado fue 1.5 el cual indica que la escala cuenta con fiabilidad altamente positiva.

3.6. Método de análisis de datos

El uso de estadísticas descriptivas: se mostrará la distribución de los datos, por indicadores y variables, en tablas con sus respectivos valores, descripción e interpretación, las cuales, se diseñaron utilizando el SPSS Estadistics en inglés.

3.7. Aspectos éticos

Todos los autores dentro del desarrollo de este trabajo de investigación, evitando toda manifestación de plagio, respetando así las ideas de cada autor, las cuales, sirvieron como aporte y base de esta investigación en las bases teóricas y los antecedentes de investigación. Además, no se manipulo los datos a conveniencia del autor, ni de ninguna persona o grupo de interés, ya que, la sincera esencia de la presente investigación es dar a conocer los resultados e información de una forma objetiva y veras.

IV. RESULTADOS

Objetivo específico 01: Determinar el nivel de la oferta formal de los servicios turísticos en los intermediarios de viajes turísticos, en la ciudad de Trujillo - 2018.

Tabla 3: Nivel de la oferta formal de los servicios turísticos de los intermediarios de viajes turísticos.

			OFERTA	SATISFACCION
Rho de Spearman	OFERTA	Coeficiente de correlación	1,000	,432**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	267	267
	SATISFACCION	Coeficiente de correlación	,432**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	267	267

Fuente: Obtenido de la base de datos del cuestionario sobre la Encuesta Aplicada a Turistas Nacionales 2018 en el SPSS 26.

Interpretación: Acerca de la correlación existente entre la oferta formal de los servicios turísticos de los intermediarios de viajes turísticos, se puede determinar que es altamente significativamente en un nivel de 0.432; es decir que la oferta ofrecida al turista se realiza positivamente de acuerdo a la satisfacción que tiene el turista en el destino turístico que adquirió en los intermediarios de viajes turísticos.

Objetivo N° 02: Determinar el nivel de satisfacción del turista nacional en la oferta formal con respecto a la atención que brinda los intermediarios de viajes turísticos, en la ciudad de Trujillo - 2018

Tabla 4: Nivel de satisfacción del turista nacional en la oferta formal con respecto a la atención que brinda los intermediarios de viajes turísticos en la ciudad de Trujillo.

		Satisfacción	Imagen	Costos	
Rho de Spearman	SATISFACCION	Coeficiente de correlación	1,000	,961**	,488**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	267	267	267
	imagen	Coeficiente de correlación	,961**	1,000	,150*
		Sig. (bilateral)	,000	.	,014
		N	267	267	267
	costos	Coeficiente de correlación	,488**	,150*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,014	.
		N	267	267	267

Fuente: Obtenido de la base de datos del cuestionario sobre la Encuesta Aplicada a Turistas Nacionales 2018 en el SPSS 26.

Interpretación: Acerca del nivel de satisfacción del turista nacional en la oferta formal con respecto a la atención que brinda los intermediarios de viajes turísticos en la ciudad de Trujillo, se puede determinar que es altamente significativa en un nivel de 0,488; es decir que la satisfacción que tiene el turista en el destino turístico está relacionada positivamente con la imagen y costos que ofreció los intermediarios de viajes turísticos.

Objetivo N° 03: Determinar la influencia de las dimensiones de la oferta formal de los intermediarios de viajes turísticos en la ciudad de Trujillo 2018

Tabla 5: *Influencia de las dimensiones de la oferta formal de los intermediarios de viajes turísticos en la ciudad de Trujillo.*

		OFERTA	infraestructura	tecnología	recursos	
Rho de Spearman	OFERTA	Coeficiente de correlación	1,000	,779**	,837**	,883**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000
		N	267	267	267	267
	infraestructura	Coeficiente de correlación	,779**	1,000	,466**	,570**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000
		N	267	267	267	267
	tecnología	Coeficiente de correlación	,837**	,466**	1,000	,669**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000
		N	267	267	267	267
	recursos	Coeficiente de correlación	,883**	,570**	,669**	1,000
		N	267	267	267	267

Fuente: *Obtenido de la base de datos del cuestionario sobre la Encuesta Aplicada a Turistas Nacionales 2018 en el SPSS 26.*

Interpretación: *Acercas de las dimensiones de la oferta formal los intermediarios de viajes turísticos en la ciudad de Trujillo, se puede determinar que es altamente significativa en un nivel de 0,799; es decir que los turistas consideran que las los intermediarios de viajes turísticos de la ciudad de Trujillo, si cumplen significativamente en lo que se ofrece y brinda al turista en el destino turístico elegido, de acuerdo en infraestructura, tecnología y recursos humanos.*

V. DISCUSIÓN

A través del tiempo las agencias de viaje innovadoras firmemente están en la búsqueda de nuevas herramientas que les permita vender más y que estos ingresos perduren con el tiempo junto con los intermediarios de viajes turísticos para conseguir dicho propósito, para ello se crea una relación que retroalimenta toda táctica que la agencia este tratando de ejecutar, actualmente conseguir relaciones estrechas y duraderas con el turista son una estrategia que toma más fuerza con la variable Oferta Formal de las agencias de viaje, esta variable que se tiene que implementar en todas las áreas de la empresa también debe ser monitoreada constantemente para saber qué relación está teniendo la variable y el objetivo que es satisfacer las necesidades en los servicios turísticos que ofrecen las agencias de viaje al turista nacional en la ciudad de Trujillo. Al conocer que es lo que busca el turista en el destino, las agencias de viaje tienen que poner manos a la obra para poder satisfacer todas las necesidades y motivaciones del turista, es por eso que se necesita que sean los profesionales del turismo en establecer dichas funciones, con el fin de prestar servicios de calidad en la atención al cliente que opto por adquirir un servicio en su centro de establecimiento comercial.

Ante el problema que se obtiene, se planteó la presenta investigación con el objetivo de evidenciar desde la perspectiva del turista nacional, la variable oferta formal de los intermediarios de viajes turísticos en los servicios turísticos. Teniendo como objetivo general de investigación determinar la influencia de la oferta formal de los servicios turísticos en la satisfacción del turista nacional en la ciudad de Trujillo 2018. El resultado de la encuesta aplicada permitió calcular una relación entre las dimensiones de la variable oferta formal de las agencias de viajes servicios turísticos, las cuales son infraestructura, tecnología y recursos humanos.

Las limitaciones que existieron fue en la poca disposición que poseían los turistas nacionales, en responder preguntas además en la disposición del tiempo que estos tenían, ya que estaban de paso por la plaza de Armas, o tal vez estaban en tiempo de ocio con su familia, amigos, o pareja, etc. Para ello se trató de coordinar bajo un horario juntos aceptando con el turista para determinar un

momento específico, siempre y cuando indicando de que se trataría el tema, saludando y principalmente no incomodando para que este tenga mucha paciencia y escurpulosidad para lograr recolectar la información requerida de nuestro tema de investigación.

Los resultados obtenidos en la tabla 3.2 de las agencias de viajes de la ciudad de Trujillo, en la dimensión imagen percibida según la encuesta aplicada a los 267 turistas nacionales, y de acuerdo al rango establecido de la prueba de correlación de Spearman que esta tiene un coeficiente relación de 0,488; Y dentro de dicha dimensión de acuerdo a la se deduce que el indicador que más prevalece es: El guía siempre está dispuesto a ayudar a sus pasajeros, obteniendo una calificación de “Muy satisfecho”; al conocer que el indicador que logro alcanzar un inferior calificativo fue: “El counter comunica con exactitud las actividades que se realizara en el destino elegido; con una calificación “Poco Satisfecho” en otros términos se manifestó que los visitantes nacionales expresan que el guía de la localidad están a toda disponibilidad de cooperar al grupo de visitantes que ellos están a cargo de orientar en la locación turística destinada, generalmente en la oficina el asesor de viajes en ocasiones no instruye con precisión las actividades, horarios, ya que a la hora de realizar la compra del paquete, servicio, alojamiento, city tours, traslados, etc. del destino seleccionado por el pasajero en la AA.VV, este llega apurado, o como dicho tradicionalmente con la “hora que lo gana” este solo pregunta sobre Costo – Destino que opto por visitar.

Las agencias de viajes de la ciudad de Trujillo según la encuesta aplicada a los 267 turistas nacionales, en la dimensión recursos humanos, de acuerdo con el rango establecido de la prueba de correlación de Spearman que esta tiene un coeficiente relación de 0,488, esta dimensión fue calificada con un nivel “satisfecho”. Los resultados obtenidos en esta investigación, según la tabla 3.3 se puede deducir que los turistas nacionales establecen el nivel de calidad de la asistencia, asesoría de las AA.VV de acuerdo a lo paralelo entre las expectativas y sensaciones de la consideración que otorga la agencia a la persona que adquiere el servicio. Vale decir que como sustenta el autor Perez(2016) Para relevar necesidades del usuario antes de diseñar un nuevo producto o servicio,

luego de haber realizado y brindado el servicio, como medio para conocer el nivel de Satisfacción alcanzada y las oportunidades de mejora que surgen de las mismas calificando como: Dimensiones relevadas, destino, servicio e infraestructura(P.36). Esto quiere decir que para lograr satisfacer las necesidades del visitantes, se debe tener en cuenta que la planta turística cuento con atención calificada, servicio personalizado A1, con el fin de que el turista recomiende y vuelva a adquirir un servicio en la AA.VV que este considera que es la que cumple con todas sus expectativas requeridas.

Desde otro punto de vista, los autores Guerrero y Ramos(2017) Tanto como los atractivos, sirven para el desarrollo de la industria que son los que motiva la visita, desplazamiento y con ello a la demanda. Se debe diferenciar los atractivos turísticos que motiva a la visita del turista de las actividades turísticas(Naturales, culturales, eventos) que bajo a la perspectiva de los recursos, conciernen a la forma de uso de ese recurso por parte del visitante en las diferentes actividades que este puede realizar paseos, baños, observación de aves o ballenas, contemplación de una obra de arte en un museo.(P.98) Podemos conocer que la calificación obtenida por los turista nacionales es totalmente diferente a la que brindad un turista extranjero, ya que estos mismos son más exigentes, porque el mismo ambiente donde ellos se desarrollan ya cumplen con estándares altamente calificados, su propia cultura y el servicio que ofrecen en su lugar natal es superior, primer mundo, eficiente y lo que satisface realmente aquí en nuestro destinos turístico es la empatía, contemplación del destino y sin dejar de ser menos importante la seguridad, para que este pueda desplazarse naturalmente en el destino que este prefirió, entre otros muchos que pueden estar denominados como destinos de “Moda”

Finalmente, según Garrido(2015) La importancia del desarrollo de las normas de calidad se ha producido gracias a la concientización por parte de las empresas del sector turístico, siguiendo las siguientes ventajas competitivas, como prestigio, tanto clientes como proveedores saben que este establecimiento ha decidido buscar la satisfacción del cliente con el fin de tener mejoras en su trabajo, además la diferenciación, este distintivo a decidido buscar la satisfacción del establecimiento que han demostrado los niveles de calidad que llega a

cumplir; promoción, al obtener un reconocimiento por parte de una marca internacionalmente conocido.

Según Berlinches Cerezo (2006) calidad de servicio se mide por el nivel de satisfacción de los turistas, y él es el único evaluador de las agencias de viajes de acuerdo con su opinión y no por su ubicación (una zona céntrica) de la agencia o por su tipo de clasificación. Esto quiere decir que las AA.VV, tienen que establecer un servicio de calidad a su visitante, pasajero que este va a adquirir un servicio que opto por visitar en una fecha, temporada, especialmente para llegar a tener un recuerdo que será marcado de por vida, llegando a establecer recuerdos, anécdotas sean buenas o malas que este comunicara con sus amigos, familiares, enamorada(o), vecinos, etc.

Finalmente, la investigación aporta un gran conocimiento para el uso de nuevas herramientas que permitan generar una relación duradera con los turistas nacionales gracias a la mejora del servicio brindado por las agencias de viajes en la ciudad de Trujillo, generando un equilibrio de sostenibilidad, generar más ingresos para la localidad, trabajo para el sector que cuenta los atractivos turísticos además que más empresas del sector turístico, opte por establecer una planta turística en los destinos más concurridos .

VI. CONCLUSIONES

Al finalizar, se determinó que ofrecen los intermediarios turísticos del mismo Trujillo. En esta herramienta de correlación de Spearman donde el coeficiente es de 0,432, significa que hay que capacitar a clientes fidelizados para que puedan brindar un buen servicio al turista. Por tal está dentro de los elementos importantes que son los centros de intermediación turística que la información se da por medio de volantes, folletos, publicidad, banners, etc., pero el único problema es que no tienen minivans a pesar de que los clientes dicen que son limpios y amables. (Tabla 3).

En recursos humanos la persona adecuada es la encargada de ofrecer los servicios, productos, brindar la atención, el registro a los clientes, los tours locales y nacionales, los pasajes aéreos nacionales e internacionales, responder a los correos, a las llamadas; además los counter son los encargados de decir siempre con la verdad, jamás de con mentiras porque después se van a estar quejando. (Tabla 3 y 4).

En la oferta formal los turistas que visitan Trujillo son más nacionales y cuentan con una edad de 18 a 65 años de diferentes índoles que tienen como motivación los lugares al cual visitaron. (Tabla 4).

Con respecto en la seguridad a los clientes son asegurados, cuidados por la misma asociación que le ofreció el paquete, en cuanto a la capacidad que cuenta el personal, las personas dicen que responden bien a sus quejas y que brinda una mayor cortesía con una excelente sonrisa. (Tabla 3,4 y 5).

Sin embargo en ciertos casos, algunos empleados no les inspiraban confianza y además no les era seguro realizar transacciones con las agencias. (Tabla 1,2 y 3).

VII. RECOMENDACIONES

Lo primero es proveer las quejas, las excusas, todo lo que la gente tiene que decir aun si no les agrada debes escuchar, después hay realizar mediciones para poder descubrir su punto débil y para que no puedan afectan la imagen del turista y de los centros de intermediación turística.

Es importante que los minivans puedan ofrecer a los turistas, y hay que recomendar al área de la Municipalidad y al área de Sub Gerencia de Turismo realice inspecciones 3 veces al mes con cada uno de sus observaciones de cada tipo de establecimiento, debe tener una documentación ordenada de los intermediarios turísticos.

Debe haber en toda empresa un trámite adecuado para comenzar con la licencia de funcionamiento y con la carta de sanidad que es obligatorio que led a la municipalidad, copia de Ruc, la copia de DNI y el de la SUNAT, debe aprender una 2da lengua y capacitar a los encargados de las agencias para que puedan saber cuáles son los requisitos de un centro de intermediación turístico.

VIII. PROPUESTA

PLAN DE MEJORA: CAPACITACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN PARA LAS AGENCIAS DE VIAJE FORMALES EN LA CIUDAD DE TRUJILLO.

Introducción:

Trujillo en la actualidad es una de la ciudad con más visitas de turistas nacionales que viajan con la familia, amigos, parejas. Pero considerando que el motivo de viaje que realizan los vacacionistas es netamente para salir de su Zona de Confort, con el fin de realizar un full Day, visitar Balneario de Huanchaco, Chan Chan, entre otros destinos atractivos que cuenta la ciudad de la eterna primavera.

Además, que el turista nacional invierte en conocer más, de la arquitectura, gastronomía, cultura, realizar actividades de aventura, etc. Asimismo, que el intermediario realiza su tour satisfaciendo las necesidades que este quiere llegar a conocer. Ya que generalmente visitan más la ciudad en los meses de enero y Julio, ya que es un destino accesible, que cuenta con una planta turística en condiciones A1, siendo este uno de los destinos de moda, desarrollando con nuevas propuestas para poder vender a Trujillo, no solo como un destino de paso, si no que el turista se interese en gastar en un buen servicio, hospitalidad, amabilidad y sobretodo que encuentre Seguridad en el destino que este va a conocer.

La problemática que aqueja este sector son los llamadores de servicios turísticos que frecuentan en el centro turístico de Trujillo y en la vía peatonal buscan clientes para ofrecer un servicio lo cual está generando problemas que afecta al turismo en dicha ciudad, la gerencia de comercio y exterior de Turismo, los representantes de la subgerencia de turismo hicieron un comunicado a todas las empresas que esperan que las agencias de viaje tengan todos sus documentos para no clausurar dichas agencias y no contrataren jaladores que afecten el turismo.

Objetivo general

Proponer un plan de concientización que minimice la presencia de jaladores en las agencias de viaje formales incentivando la formalización de estas agencias en la Ciudad de Trujillo 2018.

Objetivos Específicos

Analizar el sector de las agencias de viaje para la formalización de las agencias de viaje formales, realizar capacitaciones de concientización a las agencias de viaje proponer un seguimiento a través de inspecciones a las agencias de viaje que realiza la Gercetur.

Meta 1: que se logre formalizar el 50% de las agencias de viaje formales en la ciudad de Trujillo

Estrategias de la Meta 1, primero llamar ya sean los gerentes, los representantes o encargados de los centros de intermediación, a alguien que se encuentre a cargo, aunque sea a su propio personal para luego enviar las invitaciones por medio de los correos electrónicos y dentro de un tiempo determinado se le vuelve a llamar para saber si se les ha llegado la invitación.

Meta 2: lograr que el 60% de los dueños y socios de las agencias de viaje se capaciten para poder abrir un negocio formal

Estrategias de la Meta 2, luego de llamar debemos entregar por medio de volantes la información que se ha enviado a sus correos electrónicos, luego hay que conseguir un lugar para capacitarlos, al terminar la capacitación esas mismas personas van a la Sub Gerencia de Turismo a preguntar acerca de cómo inscribirse ya sea una agencia de viaje, restaurante u hospedaje.

Meta 3: Inscribir a las personas que quieren tener su propia agencia de viaje

Estrategias de la Meta 3, las personas interesadas van a preguntar acerca de los requisitos o pasos para formar su propio centro de intermediación. Lo primero es preguntar por el local y si no lo tienen hay que conseguirlo, puede ser chico, no es necesario que sea grande o también puede ser en su propia casa, luego de conseguir el local buscas tus instrumentos que son tu computadora, tu teléfono, tu televisor, tu impresora; el presupuesto que es lo más importante para poder conseguir tu negocio y el personal, aunque sea uno tiene que estar capacitado, los demás pueden ser novatos, pero es necesario siempre que tengan experiencia.

Meta 4: Llevar a cabo 6 inspecciones a las agencias de viaje que están fuera del distrito y 3 inspecciones si están dentro del distrito

REFERENCIAS

- Apavit (2016) "Beneficios de contratar a una agencia de viaje formal", PvPerú.
Recuperado de. <https://www.peruenvideos.com/contrate-agencia-viajes-para-viaje-fiestas-patrias/>
- Ballesteros C. (2012), "Las Agencias de Viajes". Universidad de Guayaquil
Recuperado:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/636/1/AGENCIAS%20DE%20VIAJES.pdf>
- Bayón, F. (2004). Operación y Procesos de Producción en el Sector Turístico. España: Síntesis.
Bayón, F. (2004). Operaciones y Procesos de Producción en el Sector Turístico. España: Síntesis.
- Berlinches Cerezo, A. (2006). Calidad - Las nuevas ISO 9000:2000 "Sistemas de gestión de la calidad". España: Thomson.
- Caltur (2007), "Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística". Recuperado:
[file:///C:/Users/pc%20usuario/Downloads/publicacion_609%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc%20usuario/Downloads/publicacion_609%20(1).pdf)
- Chuquimajo, D. (2015). Relación entre la Inteligencia emocional y el clima organizacional en docentes de los centros de educación básica alternativa públicos del distrito de Chorrillos – Lima 2015. (Tesis de magister). Universidad Privada Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Diario El Comercio (2015) El presidente de APAVIT, Publio Santander, "Más de la mitad de las agencias de viaje son informales". Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/mitad-agencias-viajes-son-informales-184830>
- Diario Oficial del Bicentenario El Peruano. (2016). Diario Oficial El Peruano
Obtenido de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-004-2016-mincetur-1391743-1/>

Entorno Turístico. (s.f.). Obtenido de Tipos de servicios y productos que ofrecen las agencias de viajes: <http://www.entornoturistico.com/tipos-de-servicios-y-productos-que-ofrecen-las-agencias-de-viajes/>

Franco, R, María (2017) “La informalidad turística y su incidencia en el desarrollo del sector, en el cantón Salinas Provincia de Santa Elena, año 2016”, Universidad Estatal Península de Santa Elena Ecuador. Recuperado.<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4123/1/UPSE-TDT-2017-0015.pdf>

Grönroos, C. (1990). Marketing y gestión de servicios. Madrid: Diaz de Santos

Lavado, S. (2016). La Calidad del en las agencias de viajes y turismo del centro histórico de la ciudad de Trujillo en el turista nacional. (Tesis de licenciatura). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.

Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística Gestión de Servicio. (2007). Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR. (M. d. Turismo, Ed.) Obtenido de ww2.mincetur.gob.pe: http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/MBP_GT_VERSION_FINAL_190707/MBP_Guias_de_Turismo_y_Operacion_Turistica.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2004). Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo. Aprueban Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo DECRETO SUPREMO N° 026-2004-MINCETUR. Perú.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). Sistema de Información Estadística de Turismo. Obtenido de <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content3>.

PROMPERU presenta Perfil del Vacacionista Nacional 2015. (16 de septiembre de 2016). Promperu. Obtenido de http://www.promperu.gob.pe/Repos/pdf_novedades/2192016105558_863.pdf

- Quispe, S. (2016). Oferta informal de servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del turista en la calle procuradores de la ciudad del cusco – 2016. (Tesis de licenciatura). Universidad Andina del Cusco, Cusco, Perú.
- Ranera ,M (2015)“*Planificación, programación y operación de viajes combinados*”. Españ- Madrid, edit. Elearning.
- Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. (Enero-agosto de 2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigación. Villahermosa, Estado de Tabasco, México.
- Rivas García, J. (febrero de 2011). Organización, Gestión y Creación de Empresas Turísticas. Artículo 1.1 de la OMT. España: Septem Ediciones.
- Ruiz Vega, A. V., Vásquez Casielles, R., & Díaz Martín, A. M. (2015). La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural. *Papers de Turisme*, 19, pp. 17-33.1995. España.
- Sancho, A. (s.f.). Introducción al Turismo. Obtenido de Burkart y Medlik 1981.
- Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). Introducción al Turismo. Madrid. Obtenido de Organización Mundial del Turismo.

ANEXOS

ANEXO 1: Operacionalización de las variables

Tabla 6: *Matriz de Operacionalización de las Variables*

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Oferta formal	Oferta por escrito y autorizada debidamente por el ofertante: En el que proyecta, elabora y comercializa servicios turísticos, a nivel nacional e internacional. ROUBAND (1994)	La variable será medida a través de una encuesta a los turistas nacionales donde se registrará toda la información necesaria que lleguemos a obtener, de las agencias de viaje formales de la ciudad de Trujillo. Para identificar las dimensiones de Infraestructura, tecnología y recursos humanos.	Infraestructura	Instalaciones	ordinal
				Diseño arquitectónico	
				Señalización	
				Condición de los buses	
				Vigilancia	
			tecnología	Equipamiento	
				Publicidad y promociones	
				Redes Sociales	
				Respuestas e-mail	
				Frecuencia de comunicación	
			recursos humanos	Vestimenta	
				Eficiencia en la atención	
				Información proporcionada en un lenguaje comprensible.	
				Temperamento y habilidades sociales con las que cuenta.	
Satisfacción del turista	Satisfacción determina la calidad del servicio, otros que es la calidad la que incide en la	La variable será medida a través de una encuesta a los turistas nacionales para medir la conceptualización de preguntas separadas y medir	imagen percibida	Calidad percibida del destino turístico.	
				Calidad percibida de los recursos turísticos.	
				Calidad percibida en los servicios turísticos.	
				Nivel de satisfacción en relación a la seguridad.	

	<p>satisfacción percibida por el usuario y un tercer grupo considera que la relación es de mutua influencia Entre ambos factores. Alén y Fraiz (2006)</p>	<p>los rangos de satisfacción donde se registrará toda la información necesaria que lleguemos a obtener, para identificar las dimensiones de imagen percibida y costos</p>	<p>costos</p>	<p>Paquetes turísticos. Temporada, en la compra de paquetes turísticos en el destino elegido. Variedad de productos turísticos entre los que el cliente pueda elegir.</p>	
--	---	--	---------------	---	--

Nota: Fuente elaboración propia. Adaptado de: Metodología de la investigación. (Hernández, et al, 2014, p. 93)

ANEXO 2: Cuestionario

La Siguiente entrevista tuvo como finalidad, recabar información para el trabajo de investigación de Pre – Grado de la Universidad Cesar Vallejo. Estableciéndose para cada una de ellas, preguntas que permitan recaudar la información necesaria para la investigación. Recordando que la información suministrada por usted es de carácter confidencial y únicamente de fines investigativos.

Datos Generales

1. Nacionalidad: Nacional ()

2. Sexo: Masculino () Femenino ()

3. Edad: ()

4. ¿Motivación De Viaje A Los Turistas Que Transitan Por La Ciudad De Trujillo?

Turismo () De Paso () Trabajo

() Información ()

5	4	3	2	1
Insatisfecho	Poco satisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho

Oferta Formal								
D	Indicador	N°	Preguntas	Muy satisfecho	Satisfecho	Indiferente	insatisfech	Poco insatisfech
Infraestructura	Instalaciones	01	¿Las instalaciones de la oficina son visualmente atractivas?					
	Diseño arquitectónico	02	¿Se siente cómodo con el diseño arquitectónico que tiene la Agencia de viaje?					
	Señalización	03	¿Se siente satisfecho que la oficina de la agencia de viajes cumpla con las señalizaciones adecuadas?					
	Condición de los buses	04	¿Considera que los vehículos de transporte son modernos?					

		05	¿Considera usted que los vehículos de transporte están debidamente limpios y ordenados?					
	Vigilancia	06	¿Qué tan satisfecho se siente con la vigilancia que cuenta la Agencia de Viaje?					
Tecnología	Equipamiento	07	Los equipos (computadora, impresora, tv; etc.) de la oficina tienen aspecto moderno?					
		08	Los instrumentos que utiliza el guía (micrófono, megáfono, puntero, etc.) están en buen estado y son de aspecto moderno?					
	Publicidad y promoción	09	¿La agencia de viajes se comunica con usted sin causarle molestias e incomodidades al momento de ofrecer promoción y publicidad?					
	Redes Sociales	10	¿Considera usted que la agencia de viaje comparte contenido interesante en sus redes sociales?					
	Respuestas e-mail	11	¿Usted se siente satisfecho con la rapidez en la respuesta por e-mail con la agencia de viaje?					
	Frecuencia de comunicación	12	¿Con que frecuencia se comunica con su agencia de viaje a través del call-center?					
Recursos Humanos	Vestimenta	13	¿Qué tan satisfecho esta con el counter de acuerdo a la presentación, limpio y ordenado?					
	Temperamento y habilidades sociales	14	¿Los colaboradores de la agencia de viaje suelen ser corteses con usted?					
	Eficiencia en la atención.	15	¿El counter en la oficina le proporciona un buen servicio con información detallada?					
		16	¿El Counter expone con exactitud todo el itinerario que se llevará a cabo en el destino turístico?					
	Conocimiento profesionalidad	16	¿El counter y el guía tienen los conocimientos y el profesionalismo necesario para responder sus dudas?					

Lenguaje comprensible	17	¿El counter le brinda atención en un lenguaje comprensible?					
	18	¿El guía le brinda atención en un lenguaje comprensible?					
	19	¿Los colaboradores de la agencia de viajes suelen explicar, de manera clara y detallada todos lo que se solicitó?					

Satisfacción al Turista								
D	Indicador	Nº	Preguntas	Muy satisfecho	Satisfecho	Indiferente	Poco satisfecho	
Imagen Percibida	Puntualidad	01	¿Cuándo el counter promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?					
		02	¿El counter en la oficina realiza (La atención, el registro, etc.?)					
		03	¿El guía cumple puntualmente con los horarios establecidos, en el itinerario?					
	Calidad Percibida	04	¿Los colaboradores de la agencia de viajes comprenden sus necesidades específicas, de acuerdo a lo que se solicita?					
		05	¿Con relación a la calidad del servicio, se cumplió correctamente todo lo ofrecido?					
	Atención Personalizada	06	¿La agencia le proporciona atención personalizada?					
		07	¿El personal de la agencia de viajes lo atiende con amabilidad y le presta mucha atención haciéndolo sentir más importante para la agencia?					

		08	¿Considera que la información acerca de usted, que la agencia de viajes está segura y en total privacidad?					
Servicio Rápido		09	El counter en la oficina le proporciona un servicio rápido, limpio y detallado en la presentación que realiza para vender un servicio turístico?					
		10	¿La agencia de viajes tiene horarios adecuados para facilitar el acceso de información a los clientes?					
Efectividad de solución de reclamos o quejas		11	¿El personal de la agencia de viajes recibe sus reclamos con mucha amabilidad e importancia?					
		12	¿Las quejas y/o reclamos son solucionadas de manera rápida y efectiva?					
Interés por el turista		13	¿Se siente satisfecho cuando tiene un problema durante el tour o viaje el guía muestra interés por solucionarlo?					
		14	El guía siempre está dispuesto a ayudar a los turistas que tiene bajo su responsabilidad en el destino elegido?					
		15	¿Por el aniversario de la agencia de viajes recibió algún regalo por parte de la agencia?					
Nivel de Satisfacción en relación a la seguridad		16	¿Qué tan satisfecho se siente con el comportamiento de los colaboradores de la agencia de viaje, le inspiran confianza?					
		17	¿Qué tan satisfecho se siente relación a la seguridad, obtenida por la agencia de viaje y destino turístico?					

		18	¿Hubo inconvenientes acerca del desarrollo de las actividades turísticas por parte de la agencia?					
		19	¿Se siente seguro en sus transacciones con la agencia de viajes?					
Costos	Variedad de Servicios Turísticos	20	¿Se siente satisfecho por la variedad de servicios turísticos al lugar que va a viajar?					
	Cambios gracias a las sugerencias	21	¿Usted ha evidenciado algún cambio gracias a sus sugerencias brindadas de la agencia de viajes?					
	Temporada	22	Califique el precio que ofrece la agencia de acuerdo al lugar que se va a visitar y la temporada que el turista eligió?					
	Referencia	23	¿Recomendaría la agencia de viaje a un amigo, para que adquiera algún servicio turístico?					

Muchas gracias por su colaboración.

Encargadas de la investigación:

Arellano Acate, Thais

Astete Vivanco, Estefany

Anexo 03: Ficha Técnica del Instrumento de Recolección de Datos

Nombre: Cuestionario sobre oferta formal de las agencias de viaje y satisfacción del turista.

Autores: Arellano Acate, Thais Yojanni y Astete Vivanco, Estefany Rosy.

Procedencia: Trujillo – Perú.

Administración: Individual o colectiva

Materiales: Papel impreso y lápiz

Duración: 7 minutos aproximadamente

Puntuación: Calificación Manual

Nivel Lector: Primaria Completa

Dimensiones: Oferta Formal de las Agencias de Viajes

- Infraestructura
- Tecnología
- Recursos Humanos

Dimensiones: Satisfacción del Turista

- Imagen Percibida
- Costos

Anexo 04: Alfa de Cronbach

Se requiere una sola aplicación del instrumento, la cual es también conocida como una prueba piloto, y se basa en la medición de las respuestas del sujeto con los ítems del instrumento.

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_T} \right)$$

α	1.527709599
K (Número de Items)	27
Vi (Varianza de cada Item)	27.4925
Vt (Varianza Total)	53.8275

Si el coeficiente es superior a 0.5 y cercano a 1, entonces se tiene una alta confiabilidad del instrumento; en este caso el valor encontrado fue 1.5 el cual indica que la escala cuenta con fiabilidad altamente positiva.

Anexo 5: Tabla 7: Base de datos para cálculo de Alfa de Cronbach

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Suma	
1	5	4	3	1	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	107
2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	103
3	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	98
4	5	4	5	4	1	5	4	4	4	5	1	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1	4	4	4	97
5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	1	4	4	4	1	4	3	4	4	5	4	3	4	4	1	4	4	99
6	3	4	3	4	4	3	1	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	97
7	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	3	3	3	4	5	4	3	3	4	5	1	4	4	4	85
8	3	4	3	4	4	3	4	4	1	5	4	4	5	4	1	4	2	4	1	3	1	1	4	4	3	5	2	4	87
9	4	5	1	3	5	4	3	4	5	1	4	5	1	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	101
10	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	101
11	1	4	4	4	4	4	4	2	1	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	5	4	1	93
12	4	1	5	4	4	5	1	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	101
13	3	3	4	2	4	4	4	4	1	4	4	3	3	4	4	4	3	4	1	2	1	3	4	4	4	4	3	4	88
14	5	4	4	3	1	4	3	4	4	1	3	4	1	4	4	1	1	3	3	3	3	4	2	3	1	4	1	4	78
15	4	4	1	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	1	1	3	3	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	87
16	1	4	3	4	4	1	4	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	94
17	3	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	5	3	4	1	3	5	3	4	5	3	4	96
18	5	3	3	4	4	3	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	1	4	4	4	94
19	4	1	3	3	4	3	3	5	3	3	3	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	96
20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	3	3	5	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4	106
varianza	1.4	1.3	1.4	0.75	1.1	1.2	0.9	0.65	1.5	1	1.0	1.5	1.3	1.14	1.09	1.05	0.73	0.35	1.23	0.89	1.45	0.55	0.49	0.74	1	0.76	1		

Anexo 06: Tabla 8: Base de datos Variable Oferta Formal de las Agencias de Viajes

N° de Encuestados	Dimensión 1: Infraestructura						Total D 1	Dimensión 2: Tecnología						Total D 2	Dimensión 3: Recursos Humanos							Total D3	TOTAL
	Ite m 1	Ite m 2	Ite m 3	Ite m 4	Ite m 5	Ite m 6		Ite m 7	Ite m 8	Ite m 9	Ite m 10	Ite m 11	Ite m 12		Ite m 13	Ite m 14	Ite m 15	Ite m 16	Ite m 17	Ite m 18	Ite m 19		
1	5	1	3	1	3	3	16	3	5	3	5	5	2	23	3	4	1	3	5	1	3	20	58
2	3	1	1	4	3	4	16	2	5	2	2	2	3	16	1	4	3	5	3	3	5	24	49
3	1	4	2	1	2	2	12	4	3	5	4	3	1	20	3	3	1	4	1	5	4	21	58
4	5	3	3	2	3	5	21	1	2	2	5	3	3	16	5	2	3	4	5	2	1	22	53
5	5	2	5	3	1	5	21	4	5	4	5	2	1	21	1	5	2	1	1	1	1	12	70
6	1	1	2	2	1	2	9	2	4	5	4	4	1	20	4	4	4	3	4	2	4	25	46
7	5	1	4	5	5	3	23	3	5	2	3	1	4	18	2	1	5	1	4	3	5	21	63
8	2	2	5	4	1	2	16	4	3	5	1	3	4	20	4	5	3	3	1	4	3	23	62
9	5	4	2	4	4	3	22	5	4	3	4	4	1	21	1	1	1	1	1	3	2	10	63
10	3	3	1	5	5	4	21	4	4	2	5	4	3	22	2	2	2	2	4	5	5	22	68
11	1	4	1	4	2	2	14	4	3	3	2	2	2	16	1	1	5	3	5	2	3	20	53
12	2	5	1	3	1	3	15	2	5	1	4	2	4	18	1	4	3	4	3	1	5	21	60
13	5	4	4	2	4	4	23	3	2	3	4	1	3	16	1	3	5	3	1	5	2	20	59
14	4	3	2	1	3	1	14	5	5	3	3	5	4	25	1	3	4	5	5	5	2	25	59
15	2	2	1	4	4	2	15	2	1	1	1	2	4	11	3	5	4	4	3	2	2	23	47
16	1	5	5	2	3	3	19	4	4	1	1	2	1	13	4	4	3	1	3	2	4	21	52
17	3	4	1	2	5	2	17	1	2	4	3	1	5	16	2	1	1	4	2	3	5	18	53
18	3	3	5	4	5	4	24	2	3	3	3	4	5	20	5	5	2	4	4	4	2	26	62
19	4	2	1	5	2	2	16	5	1	3	4	1	1	15	3	1	3	5	1	1	1	15	52
20	1	3	2	5	1	1	13	4	2	3	2	3	5	19	4	5	4	3	4	4	2	26	57
21	2	5	5	2	5	4	23	3	4	4	3	3	5	22	5	4	1	5	4	3	4	26	65

22	3	3	5	5	5	2	23	3	5	5	3	5	4	25	4	3	4	4	2	3	5	25	71
23	5	1	1	3	1	2	13	1	5	1	5	1	1	14	3	1	3	2	5	3	5	22	51
24	2	4	2	4	3	1	16	2	3	5	1	4	5	20	3	4	4	3	5	3	5	27	58
25	5	1	1	3	3	5	18	1	5	1	3	5	2	17	2	2	2	2	3	3	2	16	66
26	1	1	4	3	2	1	12	3	1	1	4	5	2	16	2	4	2	2	5	2	1	18	46
27	3	5	4	1	1	3	17	2	1	5	4	4	4	20	5	3	3	4	1	1	3	20	58
28	2	4	4	1	1	1	13	1	3	2	4	1	3	14	1	4	4	1	1	1	3	15	50
29	4	3	4	5	3	4	23	2	4	5	1	5	5	22	3	3	4	2	1	3	5	21	64
30	5	1	2	3	5	3	19	5	3	1	3	4	5	21	5	2	4	2	1	3	1	18	56
31	2	4	3	4	2	1	16	3	5	3	2	5	5	23	3	1	2	4	5	3	1	19	59
32	2	1	5	3	2	2	15	1	5	5	3	2	5	21	4	4	4	1	1	2	1	17	58
33	1	2	1	3	4	2	13	1	1	5	2	5	1	15	5	2	3	4	5	3	4	26	48
34	2	2	3	2	1	2	12	3	4	2	4	2	5	20	3	1	2	1	4	2	3	16	48
35	2	1	5	5	4	5	22	5	1	2	5	5	2	20	5	2	3	5	5	5	3	28	60
36	1	4	2	4	5	2	18	2	4	4	5	2	2	19	4	2	2	3	1	3	2	17	54
37	1	3	5	4	2	2	17	4	4	4	4	1	4	21	5	2	2	3	5	4	1	22	60
38	4	3	5	1	5	2	20	1	4	2	3	2	1	13	2	4	3	3	4	5	5	26	50
39	4	4	1	2	3	1	15	3	3	4	4	3	3	20	1	1	5	3	4	4	2	20	59
40	3	1	1	5	5	5	20	2	4	2	1	2	4	15	5	3	2	5	3	4	3	25	60
41	2	2	1	3	1	2	11	5	4	1	2	5	2	19	4	2	2	3	5	2	5	23	59
42	2	5	2	1	3	2	15	3	5	2	5	3	2	20	5	2	5	4	4	5	2	27	57

43	4	2	3	2	5	5	21	1	4	2	1	4	1	13	1	2	3	4	4	5	1	20	53
44	1	1	4	2	5	1	14	4	4	5	4	4	3	24	4	1	3	2	5	1	4	20	59
45	4	3	2	3	2	5	19	5	1	3	4	4	1	18	1	5	3	1	1	5	5	21	56
46	4	1	1	5	2	1	14	2	5	4	1	4	4	20	4	3	3	1	2	2	5	20	55
47	3	2	4	2	4	3	18	4	1	3	4	2	3	17	4	5	2	2	1	2	4	20	56

48	1	2	4	4	3	3	17	3	2	4	1	5	4	19	3	1	2	5	1	4	2	18	58
49	5	4	5	4	1	3	22	1	4	4	3	5	4	21	2	2	4	5	1	2	5	21	65
50	3	3	2	5	2	5	20	5	5	5	1	4	3	23	5	2	5	4	1	4	4	25	65
51	5	1	5	5	3	1	20	4	2	2	4	2	4	18	1	2	2	4	3	3	5	20	62
52	1	4	5	4	2	5	21	4	5	2	2	1	4	18	3	5	2	1	3	5	4	23	61
53	1	5	1	3	2	2	14	2	3	4	1	2	1	13	4	4	2	4	5	1	4	24	42
54	4	5	4	5	4	3	25	2	5	1	5	5	3	21	5	1	3	4	3	3	3	22	72
55	5	5	1	1	5	5	22	2	5	3	3	5	2	20	4	4	5	5	5	5	3	31	70
56	3	1	2	1	3	4	14	1	1	1	3	4	1	11	5	2	5	2	1	2	1	18	46
57	5	4	2	3	5	3	22	3	1	1	5	1	4	15	4	3	2	1	4	3	4	21	52
58	3	1	1	5	5	2	17	5	5	2	5	5	1	23	2	3	3	4	5	2	4	23	61
59	1	1	5	1	1	2	11	3	3	5	2	2	3	18	4	3	1	5	3	1	2	19	49
60	3	3	3	2	2	2	15	5	1	5	2	1	4	18	1	2	1	5	4	1	2	16	61
61	3	2	2	2	2	1	12	2	5	3	3	5	2	20	5	2	3	3	3	3	1	20	52

62	3	2	3	3	5	1	17	4	4	2	1	1	1	13	5	2	5	1	5	3	1	22	50
63	1	2	2	4	4	5	18	4	4	2	1	4	1	16	3	2	3	4	2	2	4	20	56
64	2	3	2	3	5	5	20	1	2	3	5	2	2	15	1	5	2	3	2	1	2	16	62
65	2	1	5	2	5	3	18	3	1	1	3	2	2	12	2	2	1	1	5	5	2	18	52
66	5	2	2	5	5	3	22	1	4	5	1	3	1	15	5	4	1	2	3	1	1	17	59
67	4	4	3	3	5	1	20	4	2	1	3	2	4	16	5	3	3	5	1	3	2	22	57
68	2	4	4	2	5	4	21	4	1	5	3	3	1	17	3	1	4	3	1	2	3	17	63
69	2	1	2	5	1	2	13	2	2	1	5	2	3	15	2	4	3	5	4	2	4	24	45
70	4	2	3	1	5	5	20	1	3	4	3	3	3	17	4	5	2	5	4	1	4	25	57
71	5	2	5	3	1	5	21	3	2	4	3	5	5	22	5	5	4	4	5	4	2	29	59
72	2	3	2	2	4	2	15	1	4	1	1	2	3	12	1	4	4	4	3	1	5	22	46
73	4	4	4	4	3	5	24	1	5	1	5	1	1	14	3	2	1	4	1	4	4	19	57

74	1	5	4	4	5	3	22	3	3	5	4	5	4	24	2	2	5	3	5	3	1	21	66
75	2	1	4	1	5	2	15	2	1	3	2	1	1	10	2	2	3	3	3	4	2	19	43
76	5	3	5	1	5	2	21	3	3	2	5	2	4	19	1	5	2	4	3	5	1	21	64
77	1	4	1	4	5	3	18	3	3	1	1	1	2	11	2	5	3	5	1	3	2	21	51
78	5	1	5	3	3	1	18	4	1	4	2	4	3	18	2	1	5	5	1	4	4	22	63
79	4	5	5	1	1	5	21	3	5	5	2	4	1	20	5	1	3	1	4	5	3	22	66
80	2	4	5	1	2	1	15	4	3	2	1	2	5	17	5	1	5	3	2	3	3	22	51
81	5	2	1	2	4	2	16	5	3	3	3	1	3	18	4	4	4	3	3	4	2	24	56
82	1	4	2	2	1	5	15	2	3	4	5	4	1	19	5	4	1	5	1	4	2	22	59
83	1	1	1	4	3	1	11	5	2	5	5	1	4	22	1	5	1	1	4	2	1	15	54
84	4	1	5	4	5	2	21	4	3	1	2	5	4	19	5	2	1	5	3	5	5	26	65
85	3	2	4	5	1	5	20	5	2	2	2	5	3	19	5	5	5	2	4	2	5	28	63
86	4	3	5	2	5	2	21	4	4	5	3	4	2	22	2	1	1	4	5	3	5	21	67
87	5	3	2	2	3	4	19	2	2	4	4	5	3	20	3	1	4	2	3	1	1	15	61
88	1	1	4	4	2	2	14	4	5	4	5	4	5	27	3	4	4	1	4	1	4	21	65
89	2	5	1	5	2	4	19	4	1	2	3	2	2	14	3	2	2	2	1	5	5	20	55
90	4	1	3	1	3	4	16	1	4	4	3	4	3	19	5	4	3	5	1	5	5	28	48
91	5	3	1	5	3	4	21	1	2	5	5	5	2	20	3	3	5	2	4	2	1	20	64
92	2	1	1	5	2	2	13	4	1	5	2	4	2	18	2	1	4	2	3	5	3	20	60

93	2	2	4	2	5	2	17	4	4	4	5	5	4	26	4	2	2	3	4	4	3	22	63
94	1	3	1	3	2	5	15	1	1	2	3	2	5	14	3	4	5	3	5	5	2	27	48
95	4	5	3	3	2	4	21	4	3	2	1	3	4	17	1	5	4	1	3	3	5	22	55
96	4	1	4	3	4	1	17	2	1	4	2	3	2	14	4	4	2	1	5	2	4	22	50
97	5	4	1	1	2	2	15	2	5	2	5	2	2	18	2	3	2	5	5	3	1	21	53
98	4	4	1	5	3	5	22	3	4	2	5	5	2	21	2	2	3	5	4	4	5	25	60
99	3	4	5	1	4	2	19	3	1	5	4	5	4	22	3	4	1	1	3	3	2	17	58

100	4	2	2	4	5	1	18	2	4	3	1	5	3	18	2	5	5	1	1	1	5	20	56
101	2	4	2	2	3	3	16	3	2	2	5	5	4	21	4	1	3	1	2	2	3	16	55
102	4	1	5	5	3	1	19	5	4	1	1	5	1	17	2	4	4	2	1	2	4	19	60
103	3	4	2	3	2	3	17	5	5	5	5	2	4	26	2	1	2	5	5	3	1	19	73
104	3	5	2	3	1	4	18	5	3	2	5	3	4	22	1	2	4	3	4	2	4	20	56
105	5	3	1	2	1	3	15	1	5	5	1	5	5	22	2	4	1	2	2	3	4	18	63
106	3	1	5	5	1	4	19	1	1	3	4	1	3	13	1	5	3	2	4	5	4	24	62
107	5	4	1	2	5	1	18	5	4	2	4	4	2	21	2	3	4	2	2	5	4	22	59
108	2	4	4	3	3	4	20	4	2	2	1	1	4	14	2	2	5	5	4	4	5	27	53
109	2	5	1	4	1	3	16	2	5	5	2	5	3	22	4	5	3	3	4	5	1	25	51
110	1	4	4	2	5	2	18	3	4	2	1	2	5	17	4	3	2	4	1	4	1	19	59
111	5	5	3	2	2	4	21	2	3	2	2	5	2	16	4	4	4	2	3	4	1	22	57

112	2	4	4	4	5	1	20	5	1	5	3	4	5	23	5	1	3	2	5	4	5	25	62
113	5	4	2	2	5	4	22	1	4	1	2	3	2	13	3	3	4	1	5	2	3	21	54
114	2	2	3	4	3	4	18	4	1	4	4	2	4	19	4	2	4	5	1	4	5	25	67
115	4	4	2	2	1	2	15	4	3	3	4	4	5	23	1	4	5	4	4	5	1	24	59
116	1	1	3	4	5	4	18	2	4	4	2	2	5	19	5	3	3	5	1	4	3	24	63
117	4	2	2	5	4	1	18	4	4	4	2	1	1	16	5	1	1	5	4	3	3	22	60
118	1	3	3	3	3	3	16	5	3	4	1	1	4	18	4	2	2	4	5	3	4	24	55
119	5	3	2	5	2	5	22	3	3	1	4	4	1	16	4	1	1	5	5	4	2	22	59
120	5	4	4	3	4	1	21	1	4	4	3	1	3	16	1	3	1	1	4	2	1	13	61
121	1	5	3	4	4	3	20	4	3	5	2	2	5	21	1	4	5	1	5	4	3	23	64
122	4	4	4	3	5	2	22	3	2	5	2	2	2	16	1	5	5	5	5	3	5	29	61
123	4	1	4	1	3	3	16	4	2	3	5	1	4	19	1	3	3	4	5	3	1	20	62
124	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	3	1	23	3	2	1	2	2	4	5	19	70
125	5	5	1	3	3	1	18	2	2	4	1	5	2	16	1	3	4	4	1	3	1	17	57

126	4	1	4	4	5	2	20	5	4	3	1	3	5	21	2	3	5	3	2	2	2	19	56
127	5	4	3	4	2	4	22	3	4	4	3	3	3	20	4	2	5	3	2	1	3	20	66
128	1	4	2	4	4	3	18	2	3	4	4	3	4	20	2	1	4	1	4	3	2	17	55
129	4	4	1	5	5	1	20	5	1	4	5	1	1	17	2	2	5	1	3	2	2	17	62
130	5	5	4	3	1	4	22	1	3	1	5	5	3	18	5	2	3	4	1	2	3	20	67

131	2	3	5	1	4	2	17	1	5	4	5	4	3	22	4	2	1	3	2	2	4	18	59
132	2	5	2	3	4	4	20	5	3	2	1	3	2	16	5	2	3	4	5	3	2	24	59
133	2	4	4	4	3	1	18	1	5	2	1	5	1	15	4	3	5	3	5	5	5	30	57
134	4	2	2	5	3	3	19	4	5	3	2	2	2	18	3	2	1	5	1	3	1	16	51
135	1	5	1	3	1	1	12	5	5	1	4	4	3	22	5	5	5	1	3	3	4	26	53
136	5	5	4	2	4	3	23	4	3	4	5	4	5	25	5	5	4	4	2	5	5	30	69
137	1	1	3	2	1	3	11	4	5	1	1	2	3	16	4	2	3	1	2	4	4	20	53
138	1	1	3	2	5	3	15	5	3	2	1	5	5	21	1	1	4	3	4	4	2	19	55
139	3	5	3	2	2	5	20	1	4	1	3	4	3	16	4	2	1	3	1	1	1	13	65
140	2	4	4	3	3	5	21	4	1	2	4	3	5	19	1	5	2	4	5	5	2	24	61
141	1	3	4	4	1	2	15	3	3	4	2	3	2	17	2	1	4	4	3	2	4	20	44
142	2	4	3	2	5	3	19	5	5	5	5	1	1	22	2	2	5	3	2	4	1	19	60
143	3	5	5	5	3	3	24	4	1	4	1	2	5	17	3	4	2	1	5	2	2	19	61
144	1	2	1	4	2	3	13	3	5	3	1	5	2	19	5	5	3	5	3	4	5	30	58
145	4	2	5	4	3	5	23	4	5	3	3	4	4	23	5	5	3	1	2	1	4	21	64
146	4	5	3	4	5	5	26	4	4	3	4	1	4	20	5	3	5	3	3	4	3	26	66
147	4	4	3	5	2	4	22	3	3	3	2	2	2	15	3	5	3	5	2	4	4	26	50
148	2	2	2	4	3	3	16	1	1	2	2	4	2	12	4	1	4	3	3	3	3	21	51
149	5	3	3	1	1	5	18	2	2	1	5	5	1	16	4	2	2	1	5	2	5	21	51
150	3	1	1	3	5	2	15	1	1	3	5	3	3	16	1	5	4	3	4	5	2	24	53
151	4	5	3	4	4	1	21	4	3	2	1	2	1	13	4	3	2	1	5	5	3	23	61

152	2	4	5	2	4	3	20	5	5	2	1	2	1	16	3	2	5	3	5	4	1	23	62
153	3	1	1	4	2	5	16	1	5	5	5	1	5	22	5	2	5	2	4	5	4	27	57
154	5	3	1	2	2	1	14	2	4	2	3	1	4	16	3	2	1	2	4	1	4	17	50
155	3	5	1	2	3	3	17	2	1	3	1	1	4	12	3	3	1	4	5	4	3	23	46
156	3	2	4	2	1	5	17	5	5	3	2	4	1	20	3	1	2	3	1	4	1	15	61
157	5	1	5	5	1	1	18	1	5	2	5	4	1	18	3	2	3	4	5	4	3	24	53
158	4	1	5	5	5	3	23	1	5	3	4	4	2	19	2	1	5	4	2	2	1	17	63
159	3	3	5	3	5	2	21	2	4	2	5	2	5	20	5	3	5	2	4	3	3	25	62
160	1	5	1	2	1	3	13	1	2	5	5	2	4	19	4	5	5	2	2	4	5	27	52
161	5	1	2	1	3	5	17	1	2	5	4	1	1	14	2	3	4	3	3	3	2	20	52
162	1	5	1	2	4	1	14	1	2	1	2	3	5	14	5	5	1	4	4	3	1	23	47
163	4	3	5	5	1	1	19	1	1	2	2	3	5	14	1	1	4	5	3	5	5	24	48
164	4	2	5	4	3	2	20	4	2	2	5	1	3	17	4	1	3	1	1	3	1	14	62
165	3	5	1	2	5	2	18	3	5	2	2	5	3	20	2	1	4	5	3	2	2	19	63
166	3	4	1	5	1	4	18	1	2	1	1	1	3	9	5	4	3	2	1	3	3	21	53
167	3	3	5	4	3	2	20	5	1	5	2	3	4	20	5	4	5	2	5	3	2	26	58
168	2	1	5	3	5	2	18	3	2	1	5	1	3	15	1	5	4	1	5	1	2	19	53
169	1	4	1	5	4	1	16	5	3	5	4	4	5	26	5	5	5	5	2	2	5	29	63
170	2	4	3	2	5	5	21	4	1	1	5	3	3	17	5	4	1	2	5	1	3	21	57

171	2	1	4	4	4	3	18	2	2	5	5	1	4	19	2	3	1	1	2	2	1	12	55
172	2	3	2	5	2	4	18	2	5	2	3	3	1	16	2	3	5	1	4	2	2	19	60
173	3	5	2	5	2	1	18	5	5	2	5	3	1	21	2	5	1	2	1	4	5	20	57
174	3	2	1	5	1	5	17	3	3	2	1	2	2	13	5	5	1	4	3	5	3	26	54
175	2	2	4	3	5	3	19	4	2	4	1	2	1	14	1	2	2	2	5	3	3	18	53
176	1	4	1	4	1	1	12	4	1	1	2	5	5	18	4	4	1	3	4	1	3	20	48
177	5	1	2	1	1	3	13	1	4	4	3	5	4	21	1	1	4	2	2	1	2	13	47

178	3	4	3	1	3	4	18	1	4	5	3	4	1	18	1	5	5	1	5	2	4	23	54
179	5	2	1	5	1	5	19	5	4	5	2	4	5	25	4	2	3	2	2	3	1	17	67
180	2	1	2	2	2	5	14	3	5	4	3	2	2	19	3	1	3	5	4	3	3	22	47
181	5	3	1	2	4	2	17	2	4	2	4	4	4	20	4	4	5	5	1	5	3	27	64
182	5	1	4	4	5	5	24	1	4	2	4	3	5	19	1	4	4	5	5	2	5	26	66
183	5	2	1	1	1	5	15	5	3	3	5	3	1	20	5	1	3	1	5	3	1	19	61
184	5	4	3	3	5	4	24	1	2	2	2	1	3	11	1	4	5	2	2	4	2	20	57
185	5	2	1	1	3	3	15	2	4	3	2	1	4	16	3	2	5	1	3	1	2	17	47
186	5	4	2	4	3	3	21	3	4	4	3	1	1	16	1	1	4	4	5	5	4	24	60
187	1	5	1	4	2	1	14	1	1	1	5	2	2	12	2	1	1	4	5	3	1	17	48
188	2	1	3	1	1	5	13	3	4	5	2	3	3	20	3	5	3	1	1	4	4	21	55
189	4	2	1	5	2	2	16	2	1	3	5	4	5	20	3	2	1	3	5	5	2	21	61

190	3	5	4	4	2	3	21	4	5	4	3	1	2	19	4	4	1	5	1	4	1	20	67
191	2	4	5	2	2	3	18	5	1	1	4	1	3	15	4	4	1	5	3	3	1	21	47
192	4	4	3	3	4	4	22	3	4	4	5	3	2	21	5	4	4	1	1	3	1	19	64
193	5	5	5	5	2	1	23	5	3	1	1	4	4	18	2	3	1	2	3	3	1	15	60
194	5	4	1	1	2	2	15	1	2	1	1	3	4	12	4	5	5	2	5	1	3	25	49
195	5	2	2	2	1	3	15	1	1	1	3	3	5	14	3	1	5	5	1	5	5	25	41
196	1	1	2	3	5	2	14	4	1	1	1	2	3	12	3	5	3	4	4	4	3	26	46
197	2	5	4	3	2	4	20	5	4	5	3	3	5	25	1	1	2	4	1	4	5	18	62
198	4	4	5	5	5	5	28	5	4	2	5	3	4	23	3	1	2	3	2	5	4	20	68
199	4	1	2	4	1	5	17	1	2	5	4	3	4	19	4	3	4	4	3	1	2	21	61
200	5	1	4	4	1	4	19	4	3	3	5	3	3	21	1	5	3	2	4	2	2	19	61
201	1	2	2	5	1	3	14	2	4	3	4	5	4	22	1	2	1	2	4	5	3	18	59
202	2	3	1	5	1	2	14	1	4	4	2	5	5	21	4	4	3	3	5	3	4	26	50
203	1	1	4	5	2	4	17	1	2	5	4	1	3	16	1	2	5	1	5	2	2	18	52

204	5	3	5	3	1	3	20	2	4	1	5	3	1	16	5	3	3	4	5	2	2	24	58
205	3	1	4	2	2	2	14	1	5	2	1	2	4	15	1	2	2	3	5	4	3	20	54
206	4	4	2	1	5	5	21	4	1	5	5	5	1	21	3	5	3	2	3	1	1	18	59
207	4	2	5	1	4	2	18	2	1	4	4	4	3	18	3	4	1	1	1	1	2	13	58
208	4	1	1	5	2	5	18	3	5	5	3	3	5	24	4	2	2	1	4	4	1	18	66

209	4	4	4	1	5	2	20	2	2	4	2	1	1	12	4	5	4	4	1	4	1	23	58
210	3	4	4	2	5	1	19	2	1	3	4	4	5	19	1	2	4	1	1	2	3	14	64
211	3	4	4	2	3	3	19	3	2	3	5	4	2	19	5	3	5	5	4	2	3	27	60
212	3	2	4	5	5	5	24	2	3	2	3	3	3	16	5	1	1	3	5	4	4	23	58
213	2	1	1	5	3	3	15	2	5	4	2	2	4	19	3	4	2	4	5	5	3	26	49
214	3	1	1	1	4	5	15	4	3	5	5	1	4	22	5	1	1	5	2	3	5	22	61
215	1	3	4	2	2	3	15	4	5	2	4	1	5	21	1	1	1	1	2	5	5	16	59
216	5	4	2	2	3	5	21	4	5	5	2	4	1	21	4	2	4	5	1	2	5	23	59
217	5	2	1	1	5	3	17	4	5	5	3	4	5	26	4	1	3	5	5	2	2	22	63
218	4	2	3	4	1	3	17	3	2	5	2	5	3	20	5	3	2	4	2	2	4	22	60
219	4	1	1	4	3	3	16	2	5	2	5	3	5	22	1	5	5	1	4	4	5	25	62
220	5	1	2	5	5	2	20	1	3	1	3	4	3	15	2	4	5	4	5	2	5	27	61
221	1	2	1	4	4	1	13	2	2	2	3	3	3	15	2	2	1	1	2	2	4	14	49
222	4	5	3	4	2	5	23	5	2	3	4	4	1	19	3	1	3	4	4	4	2	21	69
223	1	2	4	4	4	3	18	3	3	2	3	3	5	19	1	1	5	2	1	5	4	19	53
224	4	3	5	2	5	3	22	1	3	5	5	2	3	19	5	5	2	2	3	2	3	22	59
225	2	1	2	4	5	2	16	3	4	1	1	5	4	18	3	1	1	3	2	1	1	12	51
226	5	1	4	1	4	1	16	1	4	2	2	2	1	12	2	4	3	2	3	3	3	20	54
227	3	5	1	4	5	3	21	2	2	2	2	5	5	18	2	3	2	1	2	5	2	17	59
228	3	2	2	2	4	2	15	5	2	4	1	5	5	22	2	3	3	2	3	3	1	17	56
229	2	4	1	4	2	4	17	4	5	4	1	2	2	18	3	5	3	5	4	2	3	25	60

230	2	4	4	4	2	1	17	1	4	5	5	1	5	21	4	5	3	1	3	4	1	21	58
231	4	5	1	4	1	5	20	2	3	3	2	1	2	13	4	3	5	5	3	1	2	23	56
232	4	1	3	2	3	1	14	5	5	5	1	2	5	23	2	2	2	5	1	1	2	15	62
233	1	5	4	5	4	2	21	3	2	1	3	3	4	16	1	1	1	4	4	5	3	19	59
234	3	1	1	2	1	5	13	3	2	4	2	5	3	19	5	1	3	1	3	5	4	22	56
235	5	5	1	1	2	3	17	3	1	4	4	4	1	17	1	5	5	5	2	3	4	25	52
236	4	4	4	4	3	3	22	2	1	4	5	5	3	20	3	1	2	1	3	3	4	17	64
237	5	3	4	1	4	2	19	4	1	2	4	5	2	18	4	3	5	4	2	3	1	22	55
238	3	5	1	2	3	1	15	4	2	3	5	4	2	20	4	4	4	4	4	3	1	24	35
239	5	4	1	2	2	2	16	5	2	3	2	3	4	19	4	5	2	5	4	4	2	26	35
240	3	1	2	5	3	3	17	5	2	2	2	5	2	18	4	5	4	3	5	2	3	26	35
241	3	5	4	1	4	3	20	1	1	5	2	2	2	13	2	3	5	3	3	4	2	22	33
242	3	5	3	5	3	1	20	2	5	5	2	5	3	22	3	5	2	2	1	3	2	18	42
243	2	2	1	1	5	1	12	3	3	4	4	1	5	20	2	5	2	2	1	2	1	15	32
244	2	1	3	1	4	3	14	5	2	2	2	4	2	17	3	4	5	4	2	4	2	24	31
245	4	5	3	3	4	2	21	5	2	1	2	5	5	20	2	3	3	4	4	5	2	23	41
246	2	4	3	2	3	1	15	2	1	4	1	4	2	14	4	2	1	3	2	3	2	17	29
247	1	4	3	5	5	4	22	2	2	3	1	2	4	14	3	3	5	2	2	3	2	20	36
248	4	3	2	5	2	5	21	4	4	5	4	3	1	21	4	2	4	5	5	1	2	23	42

249	1	1	4	5	1	3	15	4	5	5	1	4	3	22	2	4	4	3	4	3	4	24	37
250	3	4	1	5	5	2	20	5	3	2	5	3	3	21	3	3	5	5	5	1	4	26	41
251	3	2	3	4	1	3	16	1	1	2	5	4	2	15	4	2	1	5	5	2	2	21	31
252	2	1	1	2	3	4	13	3	2	3	2	1	3	14	2	5	5	5	4	4	2	27	27
253	4	2	1	4	2	4	17	2	3	4	4	5	3	21	2	3	2	1	2	4	2	16	38
254	1	5	3	4	5	3	21	1	3	4	4	5	2	19	3	2	1	4	2	1	5	18	40
255	3	1	5	4	4	5	22	4	3	1	2	4	1	15	4	3	4	1	3	1	1	17	37
256	2	4	5	3	5	2	21	3	2	1	4	1	1	12	2	5	5	2	2	5	5	26	33
257	2	4	5	4	3	3	21	2	2	3	4	4	2	17	3	5	1	4	1	4	2	20	38
258	3	2	1	2	4	1	13	4	2	2	2	3	1	14	1	1	1	5	4	4	3	19	27
259	3	5	2	3	4	3	20	4	2	1	1	4	1	13	4	4	5	1	3	5	3	25	33
260	2	3	4	4	3	2	18	1	5	3	1	3	3	16	5	5	2	3	1	1	3	20	34
261	4	5	2	4	3	1	19	1	2		5	5	4	17	1	5	2	3	2	5	5	23	36
262	3	1	3	1	5	1	14	2	1	4	1	4	4	16	5	2	4	2	5	2	5	25	30
263	4	4	1	1	3	1	14	2	2	4	1	2	4	15	2	2	2	3	5	5	3	22	29
264	5	1	5	5	2	1	19	1	2	2	5	4	1	15	1	5	5	2	5	2	4	24	34
265	1	2	5	4	2	5	19	4	5	5	2	4	3	23	2	4	3	3	1	1	4	18	42
266	3	4	4	1	3	4	19	4	2	5	4	4	1	20	3	3	1	1	4	5	5	22	39
267	5	3	2	3	1	5	19	4	4	5	4	1	4	22	2	1	4	2	2	5	2	18	41

Anexo 07: Tabla 9: Base de datos Variable Satisfacción del Turista Nacional

N° de Encuestados	Dimensión1: Imagen Percibida																	Total D1	Dimensión 2: Tecnología				Total D2	TOT AL
	lte m 1	lte m 2	lte m 3	lte m 4	lte m 5	lte m 6	lte m 7	lte m 8	lte m 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17		item 18	item 19	item 20	item 21		
1	1	3	2	2	3	1	3	2	1	2	3	1	3	3	3	2	2	37	4	3	4	3	14	51
2	1	1	1	3	1	3	3	1	2	2	2	2	1	2	1	3	1	30	2	2	3	1	8	38
3	1	2	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	1	1	38	2	4	4	3	13	51
4	1	2	1	3	1	3	3	1	1	2	3	2	3	3	1	2	2	34	1	4	2	2	9	43
5	2	3	1	2	1	2	2	3	3	3	3	2	1	1	2	3	1	35	2	2	3	1	8	43
6	1	3	1	1	2	1	3	1	1	1	3	2	2	1	1	2	1	27	1	4	4	1	10	37
7	3	2	3	2	3	1	3	1	2	3	3	2	3	3	2	1	1	38	4	1	4	2	11	49
8	2	3	3	3	2	1	1	2	2	1	2	3	3	1	3	3	3	38	3	4	4	2	13	51
9	1	3	3	2	3	1	2	1	2	1	3	2	2	1	3	3	3	36	4	2	1	3	10	46
10	2	1	2	3	1	2	1	3	2	2	3	2	1	3	1	3	3	35	3	3	4	1	11	46
11	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	2	2	1	3	31	3	1	1	1	6	37
12	3	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	2	2	2	37	4	3	1	1	9	46
13	1	2	3	2	1	3	3	2	1	2	3	3	3	2	1	3	2	37	3	1	3	3	10	47
14	3	3	2	1	3	2	2	2	1	3	1	2	2	1	3	1	1	33	1	3	3	1	8	41
15	2	2	1	3	1	1	3	1	3	1	1	2	3	3	1	3	3	34	2	3	3	3	11	45
16	2	1	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	1	1	2	3	3	32	1	4	4	1	10	42
17	1	1	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	26	1	2	1	1	5	31
18	3	2	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	3	1	1	2	3	37	2	4	2	1	9	46
19	3	1	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	3	3	36	4	3	1	4	12	48
20	1	2	1	1	1	3	2	1	3	1	2	1	3	3	2	3	3	33	3	2	4	4	13	46

21	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	3	2	2	3	2	3	1	35	2	4	2	2	10	45
22	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	3	1	3	3	1	2	32	4	3	4	3	14	46
23	2	2	2	1	3	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1	2	3	35	4	2	3	4	13	48
24	2	2	3	3	2	3	2	3	1	1	3	2	1	1	2	3	3	37	4	2	3	3	12	49
25	3	2	1	1	3	2	3	3	1	2	3	2	1	3	3	1	1	35	4	1	2	1	8	43
26	2	3	2	1	2	1	1	3	2	1	3	3	3	1	1	1	1	31	1	2	2	1	6	37
27	1	1	3	1	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	30	2	3	4	3	12	42
28	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	1	1	3	24	2	3	3	2	10	34
29	3	2	3	3	2	3	1	2	2	3	2	3	1	2	3	3	2	40	1	4	2	3	10	50
30	1	2	2	3	1	3	2	3	3	3	3	1	1	3	3	3	1	38	3	1	3	4	11	49
31	2	3	2	3	3	1	1	1	2	3	2	1	3	3	1	3	2	36	4	2	3	2	11	47
32	3	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	1	3	3	1	3	35	1	2	2	2	7	42
33	1	3	2	3	2	2	1	2	1	3	1	3	1	1	3	3	1	33	2	4	1	3	10	43
34	1	1	2	3	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	24	2	2	3	2	9	33
35	2	3	1	1	2	3	2	3	3	3	2	1	2	3	1	1	2	35	1	3	3	1	8	43
36	3	3	1	1	3	3	1	2	2	3	3	2	1	1	1	2	1	33	3	4	1	1	9	42
37	2	2	1	1	2	2	1	2	3	3	3	2	3	2	1	2	2	34	3	3	3	3	12	46
38	1	2	3	1	3	3	3	1	1	1	2	1	1	2	3	3	1	32	3	4	2	2	11	43
39	2	2	2	1	3	3	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	30	4	4	4	3	15	45
40	3	2	1	2	3	3	1	3	1	3	3	1	1	1	2	1	1	32	2	2	4	2	10	42
41	3	1	2	2	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	1	1	2	38	2	3	2	3	10	48
42	3	1	2	1	1	1	3	3	3	3	2	3	1	1	3	1	3	35	3	3	2	2	10	45
43	2	3	2	1	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	1	3	3	38	1	1	1	4	7	45

44	3	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	1	30	1	3	1	1	6	36
45	3	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	3	3	29	3	3	3	3	12	41
46	1	3	2	3	3	2	2	2	1	3	1	3	1	2	1	1	3	34	1	3	4	2	10	44
47	2	2	2	1	2	2	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	2	34	3	3	1	4	11	45

48	3	3	2	1	1	2	3	1	2	2	1	1	2	2	3	2	1	32	2	3	1	3	9	41
49	2	1	1	3	2	3	2	1	1	3	1	3	1	1	1	1	2	29	1	1	2	3	7	36
50	1	1	1	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1	1	2	3	2	28	3	1	4	4	12	40
51	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	3	2	1	28	1	2	1	2	6	34
52	2	2	2	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	38	3	2	4	2	11	49
53	2	1	1	1	2	1	2	3	1	1	2	3	3	3	3	3	1	33	2	4	1	1	8	41
54	3	3	3	2	2	1	1	3	3	2	3	2	1	1	3	2	3	38	2	1	1	4	8	46
55	2	1	3	3	1	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	2	2	30	2	4	1	4	11	41
56	3	2	1	2	3	3	1	3	1	1	1	2	1	3	3	2	2	34	1	4	3	3	11	45
57	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	1	3	3	3	2	2	33	1	3	3	3	10	43
58	1	1	3	3	3	1	2	1	2	2	1	1	3	1	1	2	2	30	1	4	2	3	10	40
59	1	1	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	1	1	36	4	4	4	3	15	51
60	3	3	1	1	3	2	2	1	2	3	1	1	1	2	2	1	2	31	4	2	3	2	11	42
61	3	3	3	2	3	1	1	3	2	1	2	2	3	2	1	3	3	38	1	2	2	2	7	45
62	1	2	3	2	3	3	2	3	1	1	3	2	2	1	3	3	2	37	4	1	3	1	9	46
63	2	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	2	2	1	2	2	2	28	3	3	3	2	11	39
64	1	1	3	3	3	2	1	3	2	1	1	1	3	1	3	3	1	33	2	3	3	1	9	42
65	1	3	3	3	3	2	1	3	2	2	1	2	2	1	3	3	1	36	2	3	3	3	11	47

66	1	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	2	1	1	3	2	2	26	2	2	2	1	7	33
67	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	3	2	36	2	4	1	3	10	46
68	3	1	3	2	1	1	2	2	2	3	3	1	3	2	2	2	3	36	3	4	3	2	12	48
69	1	2	2	1	1	1	1	3	1	2	3	3	3	2	2	1	2	31	4	4	3	3	14	45
70	1	1	2	1	3	3	2	1	1	3	2	1	1	3	3	2	2	32	3	4	2	4	13	45
71	2	2	3	2	1	2	2	3	1	3	2	2	1	1	2	1	1	31	4	4	4	3	15	46
72	2	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	1	3	1	1	35	3	3	4	4	14	49
73	1	1	3	3	2	2	2	3	1	1	3	3	3	2	2	1	3	36	2	2	2	4	10	46

74	1	3	1	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	35	2	4	4	1	11	46
75	2	2	3	3	1	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	3	2	40	4	3	3	4	14	54
76	2	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	36	3	1	2	4	10	46
77	1	3	1	2	2	3	3	1	3	1	1	1	3	3	3	2	1	34	3	1	1	2	7	41
78	1	2	3	2	2	3	3	3	3	2	1	1	2	3	2	2	1	36	2	2	3	3	10	46
79	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	3	1	2	32	1	4	3	2	10	42
80	2	3	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	3	1	1	2	1	33	2	3	2	2	9	42
81	1	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	41	4	4	4	4	16	57
82	2	1	1	2	3	1	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	3	37	3	4	1	2	10	47
83	3	2	2	3	3	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	34	1	2	1	4	8	42
84	3	1	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	1	2	1	3	36	4	2	1	4	11	47
85	1	2	3	1	1	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	2	2	34	4	3	3	4	14	48
86	2	2	3	3	2	1	2	1	1	2	3	2	3	3	1	3	3	37	3	1	4	1	9	46
87	3	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1	2	3	28	4	2	2	2	10	38

88	1	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	1	2	1	1	2	1	35	3	4	1	4	12	47
89	1	1	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	3	1	3	3	36	1	4	4	1	10	46
90	2	1	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	3	3	3	2	35	4	1	3	4	12	47
91	3	3	2	1	2	3	1	3	1	2	2	1	2	3	1	1	1	32	1	1	3	4	9	41
92	3	2	2	2	2	3	3	1	3	1	3	2	3	1	3	2	1	37	2	3	4	4	13	50
93	2	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	2	3	1	2	1	1	28	4	2	1	3	10	38
94	2	2	3	1	1	1	3	2	3	2	1	1	2	1	3	3	2	33	2	4	4	3	13	46
95	1	3	1	3	1	2	3	2	3	1	3	1	3	2	3	1	1	34	1	3	4	1	9	43
96	3	1	1	3	3	2	3	1	1	2	3	3	3	3	1	2	2	37	1	2	1	2	6	43
97	1	3	2	2	3	3	1	1	2	1	3	2	1	3	3	2	3	36	3	3	3	1	10	46
98	1	1	2	1	1	1	3	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	32	4	4	2	3	13	45
99	1	3	2	2	1	1	2	1	3	3	3	2	1	2	2	1	3	33	4	4	1	4	13	46

100	3	3	3	2	2	1	3	3	1	2	1	2	2	3	2	3	3	39	1	2	4	2	9	48
101	3	3	1	3	3	3	3	1	2	3	1	3	1	1	2	2	1	36	3	2	1	4	10	46
102	2	1	2	2	3	3	3	1	1	3	2	3	1	2	2	1	2	34	1	3	3	2	9	43
103	3	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	2	2	2	3	29	2	2	3	2	9	38
104	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	1	2	37	3	4	3	4	14	51
105	1	1	1	3	1	3	2	3	1	2	3	3	1	3	2	1	3	34	4	2	1	3	10	44
106	3	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	3	3	1	2	3	30	2	4	2	2	10	40
107	2	1	1	2	3	3	2	1	3	1	3	2	2	1	3	2	2	34	1	2	2	4	9	43
108	1	3	3	3	1	1	3	2	3	3	2	1	2	2	3	1	2	36	4	2	3	3	12	48
109	2	2	3	3	2	3	2	3	3	1	3	1	3	3	1	3	2	40	2	4	4	3	13	53

110	3	2	3	3	1	2	3	1	2	2	1	1	1	3	3	3	3	37	4	2	2	4	12	49
111	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	2	1	3	3	2	2	32	2	4	4	2	12	44
112	3	2	1	2	3	3	3	3	1	3	1	1	1	3	2	3	3	38	4	2	4	2	12	50
113	2	1	3	2	3	3	3	1	1	3	3	1	1	1	2	1	2	33	4	3	4	1	12	45
114	1	2	3	3	1	1	1	3	2	3	2	3	3	2	1	1	3	35	1	2	3	1	7	42
115	2	3	1	3	1	2	1	1	1	2	3	1	3	3	1	1	1	30	1	4	3	2	10	40
116	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	3	2	1	3	2	1	36	3	3	4	4	14	50
117	3	1	1	3	2	1	2	3	1	1	3	3	2	2	3	3	1	35	4	1	3	4	12	47
118	1	1	2	3	1	2	3	1	2	1	2	2	2	1	1	3	3	31	1	2	2	2	7	38
119	2	1	1	2	1	3	2	3	2	3	1	1	3	1	1	2	1	30	4	3	2	2	11	41
120	1	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	2	2	3	1	3	31	4	4	1	4	13	44
121	3	1	1	3	3	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	41	2	3	3	4	12	53
122	2	2	1	1	1	3	2	3	3	2	2	1	3	1	2	2	1	32	2	2	4	2	10	42
123	2	3	3	1	1	3	2	2	1	3	3	3	1	3	2	3	1	37	4	1	1	1	7	44
124	1	2	1	1	3	1	1	2	3	1	2	3	2	1	1	1	3	29	4	1	4	1	10	39
125	2	1	3	1	3	3	1	1	3	2	1	2	3	3	1	2	3	35	1	4	2	1	8	43

126	3	3	1	2	3	1	1	1	2	2	2	3	1	1	2	3	1	32	1	2	3	3	9	41
127	1	1	3	2	2	3	2	1	1	1	3	1	3	2	1	1	2	30	3	1	3	2	9	39
128	1	1	3	2	1	1	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	37	3	2	3	2	10	47
129	3	2	1	3	3	1	1	2	3	2	3	3	3	2	3	2	1	38	2	3	4	2	11	49
130	3	2	3	2	3	1	3	3	2	1	3	1	1	3	1	1	3	36	1	1	4	2	8	44
131	1	1	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	2	2	1	1	3	32	4	2	1	2	9	41

132	1	3	2	1	1	3	1	3	1	3	1	1	3	1	1	2	3	31	3	1	1	1	6	37
133	3	1	3	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	1	1	3	2	30	3	4	4	2	13	43
134	3	2	1	3	2	3	1	1	2	2	2	3	2	1	2	1	2	33	2	4	4	2	12	45
135	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	3	1	2	40	1	1	1	3	6	46
136	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	3	2	1	2	30	1	4	2	1	8	38
137	2	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	2	36	2	3	4	4	13	49
138	1	1	2	1	2	3	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	3	29	2	3	2	4	11	40
139	3	2	3	3	2	2	3	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1	35	1	2	2	2	7	42
140	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	2	28	1	3	4	3	11	39
141	2	1	1	3	1	2	2	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	31	1	2	1	4	8	39
142	3	2	3	2	2	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2	2	2	33	3	1	3	4	11	44
143	3	2	3	1	3	1	2	3	1	3	2	2	2	1	3	2	3	37	3	3	2	3	11	48
144	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	1	3	2	1	1	2	37	2	4	3	3	12	49
145	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	3	3	35	1	4	4	3	12	47
146	3	1	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	39	3	3	2	3	11	50
147	2	1	1	1	3	3	1	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	28	4	4	4	4	16	44
148	2	3	2	3	1	1	1	2	3	2	1	2	2	3	1	3	3	35	3	1	3	3	10	45
149	2	3	3	1	2	3	1	1	3	1	3	1	2	3	1	3	3	36	2	2	2	2	8	44
150	1	3	1	3	3	3	3	2	2	1	2	1	1	2	3	1	1	33	4	1	2	2	9	42
151	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	2	1	3	1	1	3	29	1	3	1	4	9	38

152	1	1	2	3	1	2	3	2	1	2	3	1	2	3	3	2	2	34	3	2	1	3	9	43
153	3	1	1	2	1	3	1	2	3	3	3	1	3	3	1	3	3	37	4	1	3	3	11	48

154	1	2	1	1	3	1	3	2	1	1	1	1	1	3	2	2	3	29	3	1	1	1	6	35
155	3	3	1	3	1	3	3	1	3	1	2	2	3	1	2	2	3	37	4	4	4	4	16	53
156	3	3	2	1	2	1	3	1	3	2	3	3	1	1	1	3	2	35	2	3	1	3	9	44
157	1	2	2	3	1	1	2	2	3	3	1	3	1	1	3	2	3	34	4	1	2	2	9	43
158	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	1	3	3	3	1	1	2	33	1	3	1	4	9	42
159	2	1	1	2	1	1	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	28	4	3	1	2	10	38
160	1	1	2	1	3	1	2	3	3	2	1	2	3	3	3	2	3	36	4	3	1	3	11	47
161	3	2	3	2	3	1	3	2	3	1	3	3	3	1	2	1	1	37	3	2	1	4	10	47
162	2	3	3	3	1	2	1	2	1	3	1	3	1	2	1	2	3	34	1	4	3	3	11	45
163	2	1	2	2	3	1	2	3	2	3	1	1	2	2	2	3	1	33	2	2	1	2	7	40
164	1	2	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	3	3	3	29	1	3	2	1	7	36
165	3	1	2	3	3	1	3	2	2	1	3	2	3	2	3	1	2	37	3	2	3	4	12	49
166	1	2	3	1	1	3	1	3	1	1	2	2	3	2	1	2	2	31	1	2	4	2	9	40
167	1	1	2	2	1	2	2	1	1	3	1	3	3	1	1	2	1	28	1	2	4	3	10	38
168	1	3	2	2	2	1	1	3	2	1	3	3	2	2	3	2	3	36	4	1	3	1	9	45
169	3	1	3	3	3	1	1	3	3	1	2	2	3	3	2	1	2	37	3	2	4	3	12	49
170	1	3	3	1	3	3	1	1	2	1	2	1	3	1	2	3	2	33	4	1	2	1	8	41
171	3	1	3	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	1	1	1	1	32	3	2	3	4	12	44
172	1	1	2	2	2	2	2	3	3	1	3	1	2	2	2	3	2	34	1	2	2	3	8	42
173	1	3	1	3	2	2	2	1	3	2	2	3	1	2	1	2	3	34	3	2	1	4	10	44
174	1	1	1	2	1	3	1	1	3	2	2	2	1	3	3	2	3	32	1	4	1	1	7	39
175	2	2	2	3	3	3	1	2	3	2	2	1	1	1	3	3	1	35	3	1	2	4	10	45
176	2	1	3	2	1	3	1	2	1	3	2	2	3	1	2	3	1	33	1	3	4	3	11	44

177	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	44	4	1	2	3	10	54
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---	---	---	---	----	----

178	2	2	1	1	1	2	2	2	3	3	1	3	1	2	1	1	1	29	1	2	4	1	8	37
179	1	3	2	1	1	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	35	3	3	3	2	11	46
180	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	2	35	4	1	3	2	10	45
181	3	2	2	2	2	3	1	1	3	2	2	3	3	3	2	3	1	38	3	2	3	2	10	48
182	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	36	2	4	1	1	8	44
183	3	3	3	1	2	1	1	2	1	3	3	2	3	1	2	1	2	34	2	1	3	2	8	42
184	1	1	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	1	2	2	36	4	2	1	3	10	46
185	1	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	3	2	32	1	3	3	2	9	41
186	3	3	1	1	1	3	2	1	1	3	3	1	1	3	3	1	2	33	1	1	2	2	6	39
187	3	1	1	2	2	1	3	2	3	3	2	3	1	1	3	2	2	35	1	3	4	4	12	47
188	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	3	1	2	3	1	33	1	3	2	4	10	43
189	1	2	1	1	3	1	3	3	2	3	2	1	3	1	3	3	3	36	4	1	2	2	9	45
190	3	3	3	1	3	1	3	2	3	3	1	2	3	2	2	2	3	40	2	4	2	2	10	50
191	1	3	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	1	2	34	2	4	1	1	8	42
192	1	3	1	3	2	3	1	1	2	1	1	2	1	3	2	1	2	30	1	2	2	2	7	37
193	2	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	3	40	4	4	1	1	10	50
194	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	2	2	2	2	39	2	4	2	4	12	51
195	1	3	2	2	1	1	1	2	1	3	2	1	1	3	2	2	3	31	2	2	4	2	10	41
196	2	1	2	2	1	3	2	3	2	1	3	3	1	1	2	2	1	32	3	1	2	1	7	39
197	2	1	3	2	2	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	1	1	37	4	4	1	4	13	50
198	1	2	2	2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	3	37	4	3	2	1	10	47

199	2	2	3	3	2	1	3	2	3	1	3	2	2	2	1	3	1	36	4	4	3	1	12	48
200	3	2	3	2	1	2	3	1	1	1	3	1	3	3	1	3	1	34	2	4	1	2	9	43
201	2	2	3	2	1	2	1	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	28	4	1	1	4	10	38
202	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	1	1	3	3	2	1	3	36	4	3	2	4	13	49
203	3	3	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	1	3	1	1	1	31	1	1	1	3	6	37

204	2	1	1	1	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	1	1	35	3	3	3	1	10	45
205	2	3	3	3	2	3	1	2	1	3	1	1	3	1	2	2	2	35	3	4	2	1	10	45
206	3	3	3	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	1	1	2	2	34	2	3	4	4	13	47
207	1	3	3	1	1	3	2	3	3	3	2	1	2	3	3	3	2	39	3	3	4	1	11	50
208	1	3	1	1	2	3	3	2	1	3	3	3	1	2	2	1	1	33	4	4	3	1	12	45
209	1	2	1	3	1	3	2	1	1	3	3	3	3	2	2	1	2	34	4	2	2	4	12	46
210	3	2	3	3	1	3	2	1	1	2	3	3	1	3	3	3	1	38	1	2	1	1	5	43
211	3	1	1	1	2	3	2	2	1	2	1	3	2	2	1	1	2	30	2	3	4	3	12	42
212	1	3	1	2	3	1	2	3	3	2	3	2	3	1	2	1	1	34	4	2	1	4	11	45
213	3	2	1	3	3	3	2	2	3	1	2	2	3	1	2	3	2	38	4	4	1	1	10	48
214	3	2	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	2	3	2	2	29	2	4	2	3	11	40
215	3	2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	1	3	2	1	3	2	39	1	4	1	3	9	48
216	3	3	2	1	2	1	3	2	3	1	3	3	3	3	3	1	3	40	2	4	4	3	13	53
217	3	1	3	1	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	3	32	1	2	1	2	6	38
218	3	1	3	1	1	2	3	1	1	3	2	1	3	1	1	3	1	31	2	3	3	1	9	40
219	1	3	2	1	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	3	3	2	35	2	4	2	2	10	45
220	1	3	3	1	1	2	3	3	2	3	1	3	1	1	3	3	2	36	1	1	3	2	7	43

221	2	3	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	2	3	3	2	3	38	1	2	4	2	9	47
222	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	37	4	4	3	3	14	51
223	3	1	1	3	3	1	3	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1	33	2	2	1	4	9	42
224	3	2	3	2	3	1	3	1	2	3	2	1	2	3	1	3	3	38	4	4	2	4	14	52
225	3	1	3	1	1	1	2	3	2	3	2	1	2	1	1	3	2	32	1	1	2	1	5	37
226	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	3	3	1	3	1	2	30	1	2	4	1	8	38
227	3	1	2	1	3	1	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	2	35	4	2	3	2	11	46
228	1	3	2	3	1	3	2	3	3	1	1	1	3	3	1	2	1	34	2	3	3	2	10	44
229	2	2	3	2	3	3	1	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1	33	4	2	4	2	12	45

230	3	2	3	2	1	3	1	3	2	3	3	3	3	2	1	1	2	38	1	2	2	1	6	44
231	1	3	2	1	2	3	2	2	1	3	3	3	2	2	3	2	2	37	1	3	4	3	11	48
232	2	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	31	3	1	4	1	9	40
233	2	2	2	3	3	2	3	1	2	1	3	3	3	1	3	3	3	40	1	1	1	2	5	45
234	3	3	1	2	1	3	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	34	3	2	3	1	9	43
235	3	1	2	3	2	3	3	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	36	4	2	2	1	9	45
236	2	2	3	3	1	1	2	3	3	1	1	2	1	3	2	3	1	34	2	3	3	4	12	46
237	3	2	3	3	3	2	1	3	3	3	2	1	3	1	1	2	3	39	3	3	4	1	11	50
238	3	1	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	1	3	1	3	2	32	2	4	4	4	14	46
239	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	2	3	2	1	1	2	32	4	3	2	3	12	44
240	1	2	1	2	3	2	2	1	1	2	3	3	1	2	3	3	1	33	2	1	4	2	9	42
241	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	3	3	30	4	3	1	2	10	40
242	1	1	3	3	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	3	1	3	30	2	4	1	2	9	39

244	1	2	1	2	3	1	3	1	3	2	1	2	2	1	3	2	1	31	3	3	1	4	11	42
245	1	3	3	1	1	1	3	3	2	3	1	2	2	3	2	2	1	34	4	4	4	2	14	48
246	1	3	3	1	2	1	3	2	2	2	2	1	3	3	2	1	1	33	1	4	3	3	11	44
247	1	3	1	2	3	2	2	3	3	2	1	3	3	2	2	2	1	36	2	3	2	1	8	44
248	1	3	3	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	1	3	37	2	1	1	3	7	44
249	2	3	3	1	3	3	2	3	1	2	1	1	1	3	2	1	2	34	2	4	3	4	13	47
250	2	1	2	1	3	2	1	3	3	2	3	1	3	2	3	1	3	36	2	2	3	3	10	46
251	2	3	1	2	1	1	2	3	1	1	2	3	1	2	2	3	1	31	3	1	4	3	11	42
252	1	2	3	3	1	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	1	2	39	3	2	3	2	10	49
253	1	3	3	2	2	1	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	31	3	3	3	1	10	41
254	1	3	1	2	3	2	3	2	2	3	3	1	3	2	1	2	3	37	1	2	2	2	7	44
255	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	25	3	4	4	2	13	38
256	1	3	3	2	1	1	1	1	2	3	3	1	2	2	2	1	2	31	4	3	4	2	13	44
257	2	3	1	1	2	2	3	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	34	3	2	3	1	9	43
258	3	2	2	1	2	3	1	1	2	3	3	3	3	1	3	3	3	39	1	3	3	4	11	50
259	3	2	2	3	1	2	2	1	3	2	3	1	2	2	2	1	2	34	1	2	2	1	6	40
260	1	1	2	2	2	2	2	1	2	3	1	3	3	3	1	3	2	34	3	3	1	3	10	44
262	2	2	3	2	1	2	3	1	2	1	2	2	3	2	3	2	3	36	2	3	3	1	9	45
263	1	1	2	1	2	1	3	3	1	3	3	2	3	1	3	2	3	35	3	2	4	4	13	48
264	1	1	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	2	1	3	1	3	36	2	4	2	2	10	46
265	1	3	2	2	3	1	3	3	2	1	2	1	3	3	3	3	3	39	3	2	1	2	8	47
266	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	33	1	2	1	4	8	41
267	2	3	1	2	1	3	2	1	1	3	2	3	2	3	1	3	3	36	1	2	1	3	7	43

ANEXO 7 : FICHA DE VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO

CONSTANCIA DE VALIDACION:

Yo, Alex Edmundo Adrián Jiménez titular del
 DNI, N° 27715521 de profesión
Economista ejerciendo
 actualmente como docente TP en la
 institución Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en la Uni de Trujillo que visita Trujillo

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			X	
Amplitud de contenidos			X	
Redacción de los ítems			X	
Claridad y Precisión			X	
Pertinencia			X	

En Trujillo, a los 13 días del mes de Noviembre del 2018.



CONSTANCIA DE VALIDACION:

Yo, ANTONIO ANTAÑ BOLAÑOS titular del
DNI, N° 08853814 de profesión
ABOGADO ejerciendo
actualmente como DOCENTE FACULTAD DE DERECHO en la
institución UCV-Trujillo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del
instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en
UCV-Trujillo.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenidos			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y Precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 13 días del mes de Noviembre del 2018.


ANTONIO ANTAÑ BOLAÑOS
DOCTOR EN DERECHO

CONSTANCIA DE VALIDACION:

Yo, MARIA EDITH MUÑOZ SANCHEZ titular del
DNI, N° 18033860 de profesión
GUIA DE TURISMO ejerciendo
actualmente como GUIA DE TURISMO y PAST PRESIDENTE en la
institución ASOCIACION DE GUIAS DE TURISMO DE LA LIBERTAD.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del
instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en
Agencias de Viaje.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			X	
Amplitud de contenidos			X	
Redacción de los ítems			X	
Claridad y Precisión			X	
Pertinencia			X	

En Trujillo, a los 13 días del mes de Noviembre del 2018.