

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LOS MUSEOS DE SUCRE

Juan Pablo Campos Huaylla
campos.juan@usfx.bo

Luciana Alexis Martínez Durán
lucianaalexismartinezduran12@gmail.com

María Isabel Paredes García
paredes.maria@usfx.bo

Romer Garcia Yanarico
r.garciayanarico@gmail.com

Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca

FECHA DE RECEPCIÓN: 24 de julio
FECHA DE APROBACIÓN: 29 de julio

RESUMEN

El turismo en la ciudad de Sucre, data desde la época colonial, sin embargo, institucionalmente es considerado como una actividad prioritaria desde la década de los setenta. Desde entonces, el flujo turístico fue incrementando, teniendo como principales focos turísticos los museos. Sucre es la ciudad con mayor cantidad de museos de Bolivia. El objetivo de la presente investigación es analizar la calidad y satisfacción del servicio de los museos en la ciudad de Sucre, para lo que se empleó el enfoque cuantitativo, el alcance descriptivo, los métodos analítico, bibliográfico y estadístico; se aplicó la técnica de la encuesta, identificando una población de 107.705 visitantes anuales, el 80,85% visitantes nacionales y el 19,15% extranjeros. El muestreo empleado fue probabilístico, sin reemplazo y estratificado obteniendo un total de 383 encuestas. Se analizó el nivel de calidad y satisfacción mediante el Modelo de Evaluación de la Calidad del Servicio Quality (SERVQUAL) considerando cinco dimensiones: Empatía, Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de Respuesta y Elementos Tangibles, evaluados en la escala de Likert de cinco puntos, conformando así el instrumento con 56 ítems. Mediante el Índice de Calidad del Servicio (ICS) los resultados obtenidos determinaron que: Según los turistas nacionales, el Índice de Calidad Percibida del servicio de museos global es de -0,61, por lo que, la calidad en la prestación del servicio presenta deficiencias significativas, estableciendo brechas entre lo que esperan recibir y lo que realmente reciben los clientes del servicio. Respecto a los turistas extranjeros, el Índice de Calidad Percibida del servicio de museos global es de 0,51, por tanto, la calidad en la prestación del servicio se presenta como un servicio de calidad estableciendo brechas positivas entre lo que esperan recibir y lo que realmente reciben los clientes del servicio llegando a superar sus expectativas.

PALABRAS CLAVE

Satisfacción, Calidad, Servicio, Museos, Sucre, Modelo SERVQUAL.

ABSTRACT

Tourism in the city of Sucre dates back to colonial times, however, institutionally, tourism in Sucre has been considered a priority activity since the 1970s. Since then, the tourist flow has increased, with museums as the main tourist focuses. Sucre is the city with the largest number of museums in Bolivia. The objective of this research is to analyze the quality and satisfaction of the museum service in the city of Sucre, using the quantitative approach, with the type of descriptive research, the method was used analytical, bibliographical and statistical where the survey technique was applied, identifying a population of 107,705 annual visitors in the city of Sucre, 80.85% are national visitors and 19.15% are foreigners. The sampling used was probabilistic, without replacement and stratified, obtaining a total of 383 surveys. The level of quality and satisfaction of the museum service in the city of Sucre was analyzed using the Quality Service Quality Assessment Model (SERVQUAL) considering five dimensions: Empathy, Reliability, Security, Responsiveness and Tangible Elements, evaluated in a five-point Likert scale, thus making up the instrument with 56 items. Through the Service Quality Index (ICS), the results obtained determined that: As for domestic tourists, the Perceived Quality Index of the global museum service is -0.61. Therefore, the quality of museum service provision in the city of Sucre presents significant deficiencies, establishing gaps between what service clients expect to receive and what they actually receive. Regarding foreign tourists, the Perceived Quality Index of the global museum service is 0.51. Therefore, the quality in the provision of museum services in the city of Sucre is presented as a quality service, establishing positive gaps between what customers expect to receive and what they actually receive, exceeding their expectations.

KEYWORDS

Satisfaction, Quality, Service, Museums, Sucre, SERVQUAL model.

INTRODUCCIÓN

Los atractivos turísticos que Sucre oferta son basados en el patrimonio arquitectónico colonial, la riqueza paleontológica de Cal Orck'ó y el Distrito Ocho con la presencia de grupos étnicos y restos arqueológicos.

La historia del turismo en la ciudad de Sucre se remonta a la época colonial, pero fue a partir de la década de los setenta que el turismo se estableció como una actividad prioritaria a nivel institucional. Desde entonces, el flujo de turistas aumento. Sin embargo, debido a la crisis sanitaria sufrida en el año 2020, el turismo en Sucre ha recibido un duro golpe en cuanto a la cantidad de visitantes nacionales y extranjeros no obstante en la gestión 2022 llegaron a la capital 63.169 turistas más que en 2021, lo cual significa un incremento de 142%. (Correo del Sur, 2023)

Según (Travers, 2006), un museo funciona invariablemente como parte de la economía. Su servicio está principalmente relacionado con la conservación y la revalorización del patrimonio cultural, pero también puede acometer otras tareas, objetivos y acciones. Muchos museos, por sí mismos, son destinos turísticos importantes y, por lo tanto, proporcionan actividad económica relacionada con la industria del turismo y el comercio minorista.

Los museos de Sucre exponen, gestionan, archivan y conservan el patrimonio nacional histórico-cultural, además de producir y transmitir información. Dentro de esa área, los museos de la capital documentan y conservan el patrimonio cultural. Entre los museos más visitados en la ciudad por los turistas nacionales y extranjeros es el Parque Cretácico y la Casa de la Libertad. Sucre es la ciudad con mayor cantidad de museos de Bolivia con alrededor de 27, según indicó Roxana Acosta, jefa departamental de Turismo. (Correo del Sur, 2023)

Para muchos turistas locales y extranjeros, los museos de Sucre son las atracciones más importantes y sin ellos, más de un viaje no se llevaría a cabo. Por lo tanto, los museos juegan un papel relevante en el aumento de la cuota del turismo e influyen positivamente en esta industria en sus ámbitos de origen, formando parte del impacto económico de una manera directa.

Es por ello que resulta imprescindible, dada la exigencia cada vez más grande de los turistas, conocer cuáles son sus expectativas y percepciones. Los museos no pueden permanecer estáticos, hacerlo sería comprometer su existencia, la acérrima competencia entre otros museos ubicados en otros departamentos debe provocar que los museos de Sucre brinden un mejor servicio a sus clientes, y ello se puede lograr no sólo con tener la mejor atracción turística, sino que es necesaria también una mejor distribución del servicio, relación con el cliente y mayor conciencia de que es lo que espera y que es lo que reciben los visitantes de los museos.

En la actualidad, los museos se encuentran con el reto de integrar los conceptos de calidad en sus propios sistemas organizativos y servicios de consumo cultural orientados a la satisfacción de la ciudadanía, por lo que llegan a necesitar la gestión de la calidad.

Por tanto, para (Hereza Lebrón, 2006) como organizaciones orientadas a la ciudadanía, los museos deben iniciar la implantación de la calidad en la gestión de los mismos, no como una actuación aislada, sino planificada y desarrollada en el tiempo, hasta que se integre progresivamente en el propio modelo de gestión del museo. Por lo que la inexistencia de un indicador o gestión de calidad imposibilita el desarrollo de sistemas de gestión de la excelencia que garanticen la mejora continua de los servicios culturales satisfaciendo además las necesidades de todos los grupos de interés relacionados con el museo.

Razón por la cual, urge analizar la importancia de la calidad del servicio de museos y como afecta su percepción a la satisfacción de los visitantes de los museos de Sucre.

METODOLOGÍA

Se ha realizado una investigación de tipo exploratoria-descriptiva, se utilizó el método analítico que nos permitió tener un análisis a profundidad de las dimensiones de la calidad del servicio y obtener y entender los motivos, procesos y efectos sobre el nivel de satisfacción del servicio de museos, el método bibliográfico que nos permitió la obtención de información contenida en diferentes documentos e información existente y el método estadístico que permitió la representación, simplificación y análisis de los resultados numéricos y optimización para las interpretaciones más certeras.

Se aplicó la técnica de la encuesta que fue dirigida a los visitantes y administradores de los museos para poder conocer sus percepciones y expectativas de calidad del servicio, donde se identificó una población de 107.705 visitantes anuales en la ciudad de Sucre de los cuales el 80,85% pertenece a los visitantes nacionales y el 19,15% a los visitantes extranjeros dando como resultado un muestreo probabilístico, sin reemplazo y estratificado obteniendo un total de 383 encuestas. En cuanto a la encuesta aplicada a los administradores de los museos, se aplicó a todos los museos existentes de la ciudad de Sucre, siendo un total de 27 museos.

Para determinar el nivel calidad y satisfacción ser servicio de museos de la ciudad de Sucre se utilizó el Modelo de Evaluación de la Calidad del Servicio Quality (SERVQUAL) que ha sido utilizado ampliamente hasta hoy en día para realizar estudios en diversos tipos de servicios como salud, supermercados, educación universitaria, hotelería y telecomunicaciones, etc.

Su importancia radica en que permite conocer la satisfacción del usuario determinada por la brecha entre sus expectativas y lo que percibe al recibir el servicio, además de su uso generalizado en diferentes ámbitos del sector. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, A Conceptual Model of Service Quality and Its , 1985)

Se simplificó el modelo multidimensional SERVQUAL en cinco dimensiones: Empatía, Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de Respuesta y Elementos Tangibles. Cada dimensión se evalúa en una escala de Likert conformando así el instrumento con ítems. De esta manera, cuando las expectativas son superadas, el servicio puede considerarse de excepcional calidad. Cuando no se cumplen las expectativas del usuario, se califica como deficiente y finalmente, cuando se cumple exactamente el nivel de expectativas del usuario, se define como un servicio de calidad satisfactoria. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, 1988)

Gráfico N.º 1 Servqual



Fuente: Elaboración propia en base al modelo Servqual.

Después del análisis de la información recolectada y recopilada, se realizó otro análisis cuantitativo, que consistente en determinar las brechas resultantes de las diferencias de las medias entre las percepciones y expectativas de los visitantes

de los museos de la ciudad de Sucre en cada dimensión, a partir de los ítems que integran cada dimensión, se procede a calcular el Índice de Calidad del Servicio (ICS) del modelo Servqual.

ICS = Percepciones – Expectativas

El Índice de Calidad del Servicio representa a la diferencia que existe entre lo que el cliente o visitante espera obtener del servicio de museos y lo que ha recibido de este.

Gráfico N.º

2 Puntuación de SERVQUAL

$P - E = 0$ Existe calidad en el servicio
$P - E > 0$ Existe un excelente o extraordinario nivel de calidad
$P - E < 0$ Existe un déficit o falta de calidad (calidad deficiente)

Fuente: (Duarte Castillo, 2017)

Como resultado, las brechas o diferencias entre percepciones y expectativas conducen a tres resultados: percepciones superiores a las expectativas, lo que indica altos niveles de calidad; percepciones inferiores a las expectativas, lo que indica bajos niveles de calidad; y percepciones que están a la altura de las expectativas, lo que indica niveles modestos de calidad.

Considerando lo mencionado anteriormente se identificó y adaptó 28 ítems los cuales se agruparon en las dimensiones:

Gráfico N.º 3

Dimensiones del modelo Servqual

Dimensión	Descripción	N.º Ítems
Aspectos Tangibles	Condición y apariencia de las instalaciones de los museos y de su personal (guías y administrativos).	6
Fiabilidad	Capacidad y conocimientos de los guías y administrativos para ejecutar el servicio prometido.	6
Seguridad	Disposición y capacidad de guías y personal administrativo, para inspirar credibilidad y confianza.	6
Capacidad de respuesta	Atención, conocimientos y reacción de los guías y administrativos para brindar un servicio rápido y solución de problemas.	5
Empatía	Capacidad de comprensión e interés de los museos por los visitantes y sus diferentes necesidades e inquietudes	5

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

Para medir el nivel de satisfacción y calidad percibida de los turistas nacionales y extranjeros se consideró las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL las cuales son:

Seguridad, Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta y Empatía, para lo cual se identificó y adaptó 28 ítems los cuales se agruparon en las dimensiones correspondientes en un

cuestionario donde se dividieron en dos partes: Nivel de expectativas y Nivel de satisfacción, las cuales tienen el propósito determinar la calidad del servicio de museos de la ciudad de Sucre. Esta encuesta se dividió en proporciones equivalentes al número de visitantes, se aplicó 310 encuestas a turistas nacionales y 73 encuestas a turistas extranjeros ya que la muestra es estratificada, es decir mediante proporciones. Para el cuestionario se utilizó alternativas de respuesta con una escala Likert, considerando de 1 a 5 donde:

EXPECTATIVA 1=Nada importante 2=Poco importante 3=Indiferente 4=Importante 5=Muy importante
SATISFACCION 1=Totalmente insatisfecho 2=Insatisfecho 3=Indiferente 4=Satisfecho 5=Totalmente satisfecho

Calidad del servicio a turistas nacionales

Gráfico N.º4

Calidad del servicio a turistas nacionales

DIMENSIÓN	EXPECTATIVAS	PERCEPCIÓN
ASPECTOS TANGIBLES	4,00	3,50
FIABILIDAD	4,15	3,53
SEGURIDAD	4,06	3,61
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,19	3,49
EMPATÍA	4,01	3,22
PROMEDIO TOTAL	4,08	3,47

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las Expectativas, los valores promedio obtenidos para las diferentes dimensiones que se han considerado, de acuerdo al modelo Servqual, están entre 4 (Aspectos Tangibles) y 4,19 (Capacidad de Respuesta). El promedio total de las Expectativas, de forma global, para la prestación del servicio de museos es de 4,08. En cambio, los valores promedio de las percepciones de cada una de las dimensiones están entre de 3,22 (Empatía) y 3,61 (Seguridad). Se obtiene un valor promedio, considerando la prestación del servicio de manera global de 3,47.

Los visitantes nacionales tienen altas expectativas,

resaltando la dimensión Capacidad de Respuesta y Fiabilidad, valorando muchos más los aspectos como la disposición, rápida y oportuna asignación de guías y la resolución de dudas, quejas, reclamos o sugerencias de manera eficiente y respetuosa, sin embargo, ambos aspectos los visitantes nacionales le encuentran gran deficiencia.

No obstante, también se tiene bajas expectativas que a pesar de ello obtiene una baja percepción del servicio, y se concentran en las dimensiones de Aspectos Tangibles y Empatía, elementos como la buena iluminación, cuadros informativos y señaléticas adecuadas interna y externa,

disponibilidad de accesos alternativos para los visitantes con capacidades diferentes y la identificación de las necesidades y deseos de los visitantes para mejorar la atención, no logran superar las expectativas de los visitantes aun siendo estas muy bajas.

Calidad del servicio a turistas extranjeros

Gráfico N.º 5

Calidad del servicio a turistas extranjeros

DIMENSIÓN	EXPECTATIVAS	PERCEPCIÓN
ASPECTOS TANGIBLES	3,83	4,33
FIABILIDAD	4,00	4,03
SEGURIDAD	4,00	4,14
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,14	4,19
EMPATÍA	3,80	3,42
PROMEDIO TOTAL	3,95	4,02

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las Expectativas, los valores promedio obtenidos para las diferentes dimensiones que se han considerado, de acuerdo al modelo Servqual, están entre 3,80 (Empatía) y 4,14 (Capacidad de Respuesta). El promedio total de las Expectativas, de forma global, para la prestación del servicio de museos es de 3,95. En cambio los valores promedio de las percepciones de cada una de las dimensiones están entre de 3,42 (Empatía) y 4,33 (Aspectos Tangibles). Se obtiene un valor promedio, considerando la prestación del servicio de manera global de 4,02.

Los visitantes extranjeros tienen expectativas más bajas que de los turistas nacionales, sin embargo, aún se siguen considerando altas sus expectativas, resaltando las dimensiones Capacidad de Respuesta y Seguridad, valorando mucho más los aspectos de disposición del personal para responder cualquier duda de manera amable y cordial, además de la resolución de quejas, sugerencias o reclamos de manera eficiente y respetuosa, diferentes maneras de pago del servicio de manera confiable y la presencia de señalizaciones para el cuidado integral de los visitantes. Los turistas extranjeros lograron superar sus expectativas de manera

óptima en la mayoría de los ítems.

No obstante, se encuentra una gran deficiencia en cuanto a las percepciones en las dimensiones de Empatía y Fiabilidad, siendo las más bajas los elementos como la identificación de los deseos y necesidades diferentes de los visitantes extranjeros, la verificación de la comprensión de la información brindada en los recorridos, la exposición óptima de los elementos y atractivos de los museos y el cumplimiento del horario establecido, no logrando superar con creces sus expectativas.

Percepción del personal de los museos sobre el servicio brindado hacia los visitantes de la ciudad de Sucre.

Para determinar la percepción sobre el servicio de museos brindado a los turistas nacionales y extranjeros se consideró las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL las cuales son: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta y Empatía, para lo se utilizó los mismos 28 ítems ya anteriormente identificados, los cuales se adaptaron y agruparon en las dimensiones correspondientes.

Se representaron los 28 ítems en un cuestionario con una columna: Percepción, la cual tiene el propósito de determinar la percepción del personal sobre el servicio de museos brindado en la ciudad de Sucre. Esta encuesta se aplicó a 27 de museos vigentes de la ciudad, donde el responsable de responder la encuesta fue el administrador de cada museo correspondiente.

Gráfico N.º 6

Museos de Sucre

Museos de Sucre			
Museos de la fundación BCB	Museos universitarios	Museos religiosos	Museos públicos
Casa de la Libertad	Museo Colonial Charcas	Museo de la Catedral	Palacio de la Florida
	Museo Antropológico	Museo Santa Clara	Palacete del Guereo
	Museo Costumbrista Casa Mariano Dehesa	Museo de la Recoleta	Parque Cretácico
	Museo Historia Natural	Museo Santa Teresa	Museo Archivo de la Educación Boliviana
MUSEF - Museo Nacional de Etnografía y Folklore	Museo de Anatomía	Templo-Museo San Francisco de Asís	Museo Militar Mariscal Antonio José de Sucre
	Museo Dr. Alfredo Gutiérrez	Templo-Museo San Lázaro	Castillo de la Glorieta
		Templo-Museo San Felipe Neri	Museo de Arte Textil - Cetur

Fuente: Elaboración propia

Para el cuestionario se utilizó alternativas de respuesta en la escala Likert, considerando de 1 a 5, donde:

PERCEPCIÓN 1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Neutro 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo

Después del análisis de la información recolectada y recopilada, se realizó otro análisis cuantitativo, que consiste en determinar las diferencias de las medias entre las percepciones del personal de los museos y las percepciones de los visitantes de los museos en cada dimensión, a partir de los ítems que integran cada dimensión con el propósito de conocer si realmente las percepciones sobre el servicio de museos que brindan éstos concuerda con la percepción que tienen los visitantes de los museos.

Percepción del personal de los museos

Gráfico N.º 7 Percepción del personal de los museos

DIMENSIÓN	PERCEPCIÓN MUSEOS
ASPECTOS TANGIBLES	4,22
FIABILIDAD	4,69
SEGURIDAD	4,25
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,53
EMPATÍA	4,37
PROMEDIO TOTAL	4,41

Fuente: Elaboración propia

Las percepciones del personal de los museos consideran los valores promedio obtenidos para las diferentes dimensiones entre 4,22 (Aspectos Tangibles) y 4,69 (Fiabilidad). El promedio total de las percepciones de forma global es de un valor de 4,41.

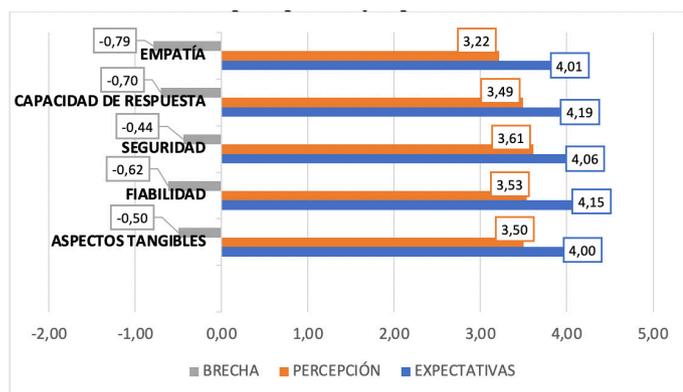
Los museos perciben su servicio brindado de manera óptima en general, resaltando la dimensión de fiabilidad, asegurando que tienen la capacidad de transmitir los conocimientos para ejecutar el servicio prometido, teniendo la calificación más alta que los museos cumplen con el horario establecido, el museo es acogedor, cálido y tranquilo para los visitantes y que atienden a un número adecuado de turistas en cada grupo.

Sin embargo, en la dimensión que tienen el menor puntaje llega a ser Aspectos tangibles y Seguridad, encontrando algunas deficiencias como que el personal no está debidamente identificado (credenciales), no cuentan con todas las señaléticas requeridas y la ausencia de otros medios de pago.

Índice de Calidad Percibida de los visitantes nacionales

Gráfico N.º 8

Brechas de las percepciones y expectativas de los turistas nacionales



Fuente: Elaboración propia

Las valoraciones promedio sobre las Expectativas

de las dimensiones, en la prestación del servicio de museos está como el más importante la Capacidad de Respuesta (4,19), seguida de las dimensiones de Fiabilidad (4,15), Seguridad (4,06), Empatía (4,01) y, por último, los Aspectos Tangibles (4).

En cuanto a las Percepciones, la dimensión más valorada es Seguridad con un valor promedio de 3,61 seguida la dimensión Fiabilidad con (3,53), Aspectos Tangibles (3,50), Capacidad de Respuesta (3,49) y Empatía (3,22).

El Índice de Calidad Percibida de las diferentes dimensiones está entre -0,44 a -0,79 cuyo valor promedio para toda la prestación del servicio de museos es de -0,61 estableciéndose, de acuerdo a la escala asumida en el modelo y al ser valores negativos, la existencia de un déficit o falta de calidad (calidad deficiente) en la prestación del servicio de museos en la ciudad de Sucre.

Índice de Calidad Percibida de los visitantes extranjeros

Gráfico N.º 9

Brechas de las percepciones y expectativas de los turistas extranjeros

Museos de Sucre			
Museos de la fundación BCB	Museos universitarios	Museos religiosos	Museos públicos
Casa de la Libertad	Museo Colonial Charcas	Museo de la Catedral	Palacio de la Florida
	Museo Antropológico	Museo Santa Clara	Palacete del Guereo
	Museo Costumbrista Casa Mariano Dehesa	Museo de la Recoleta	Parque Cretácico
MUSEF - Museo Nacional de Etnografía y Folklore	Museo Historia Natural	Museo Santa Teresa	Museo Archivo de la Educación Boliviana
	Museo de Anatomía	Templo-Museo San Francisco de Asís	Museo Militar Mariscal Antonio José de Sucre
	Museo Dr. Alfredo Gutiérrez	Templo-Museo San Lázaro	Castillo de la Glorieta
		Templo-Museo San Felipe Neri	Museo de Arte Textil - Cetur

Fuente: Elaboración propia

Las valoraciones promedio sobre las Expectativas de las dimensiones, en la prestación del servicio de museos está como el más importante la Capacidad de Respuesta (4,14), seguida de las dimensiones de Fiabilidad (4), Seguridad (4), Aspectos Tangibles (3,83) y, por último, Empatía los (3,80).

En cuanto a las Percepciones, la dimensión más valorada es Aspectos Tangibles con un valor promedio de (4,33) seguida de la dimensión Capacidad de Respuesta con (4,19), Seguridad

(4,14), Fiabilidad (4,03) y Empatía (3,42).

El Índice de Calidad Percibida de las diferentes dimensiones está entre -0,38 a 0,51 cuyo valor promedio para toda la prestación del servicio de museos es de 0,07 estableciéndose, de acuerdo a la escala asumida en el modelo y al ser valores positivos a excepción de la dimensión de Empatía se establece que los turistas extranjeros perciben calidad en la prestación del servicio de museos en la ciudad de Sucre.

Percepción de los encargados de los museos y de los visitantes nacionales

Gráfico N.º 10

Brechas de las percepciones de los visitantes nacionales y el personal de los museos

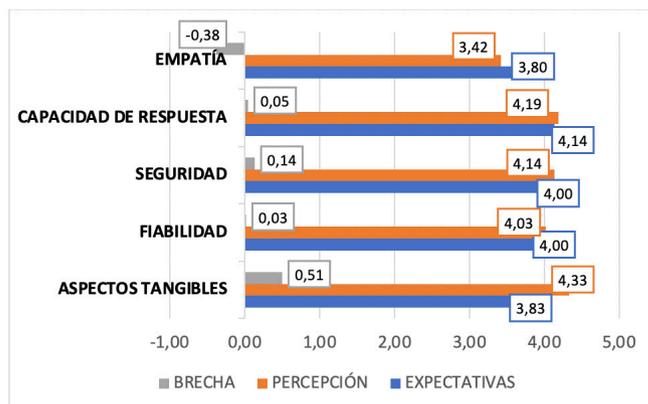
DIMENSIÓN	PERCEPCIÓN MUSEOS	PERCEPCIÓN VISITANTES	Brecha
ASPECTOS TANGIBLES	4,22	3,50	-0,72
FIABILIDAD	4,69	3,53	-1,16
SEGURIDAD	4,25	3,61	-0,64
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,53	3,49	-1,04
EMPATÍA	4,37	3,22	-1,15
PROMEDIO TOTAL	4,41	3,47	-0,94

Fuente: Elaboración propia

El promedio total de las percepciones de los museos de forma global es de un valor de 4,41, sin embargo, el promedio total de las percepciones de los visitantes nacionales de forma global resulta en un valor de 3,47.

Gráfico N.º 11

Brechas en las percepciones de los visitantes nacionales y el personal de los museos



Como se puede observar en el cuadro, los valores de las dimensiones son considerados todos resultados negativos, los mismos se encuentran alrededor de -1,16 (Dimensión Fiabilidad) y -0,64 (Dimensión Seguridad). Se encuentra una diferencia global de -0,94, se puede establecer que las percepciones que tienen los museos en la entrega del servicio son óptimas, sin embargo, los visitantes nacionales de los museos tienen otra percepción, donde el servicio de museos tiene un valor percibido mucho menor.

Percepción de los encargados de los museos y de los visitantes extranjeros

Gráfico N.º 12

Brechas de las percepciones de los visitantes extranjeros y el personal de los museos

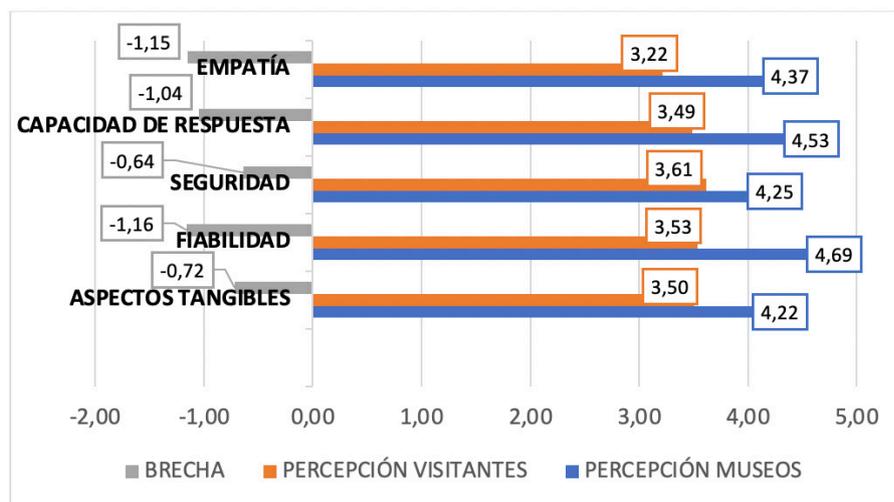
DIMENSIÓN	PERCEPCIÓN MUSEOS	PERCEPCIÓN VISITANTES	Brecha
ASPECTOS TANGIBLES	4,22	4,33	0,11
FIABILIDAD	4,69	4,03	-0,67
SEGURIDAD	4,25	4,14	-0,11
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4,53	4,19	-0,34
EMPATÍA	4,37	3,42	-0,95
PROMEDIO TOTAL	4,41	4,02	-0,39

Fuente: Elaboración propia

El promedio total de las percepciones de forma global es de un valor de 4,41, sin embargo, el promedio total de las percepciones de los visitantes extranjeros de forma global resulta en un valor de 4,02.

Gráfico N.º 13

Brechas de las percepciones de los visitantes extranjeros y el personal de los museos



En cuanto a los valores del cuadro, son considerados casi todos resultados negativos, los mismos se encuentran alrededor de -0,95 (Dimensión Empatía) y 0,11 (Dimensión Seguridad). Se observa una diferencia global de -0,39, se puede establecer que las percepciones que tienen los museos en la entrega del servicio son óptimas, sin embargo, los visitantes nacionales de los museos tienen otra percepción, donde el servicio de museos tiene un menor valor percibido.

CONCLUSIONES

La diferencia de las expectativas y percepciones de los turistas nacionales contienen puntajes negativos en cada una de las dimensiones y a nivel global del servicio con un valor de -0,61 que evidencia una calidad deficiente en la prestación de servicios en los museos en la ciudad de Sucre es decir el servicio que brindan está por debajo de la calidad de servicio que esperan recibir los visitantes, los mismos que se encuentran insatisfechos. Las dimensiones con las brechas más deficientes son de Empatía y Capacidad de respuesta.

La valoración de las expectativas y percepciones de los turistas extranjeros contienen puntajes positivos en casi todas las dimensiones y a nivel global sobre el servicio, con un valor positivo de 0,51, que evidencia presencia de calidad. El servicio que realmente reciben supera las expectativas del servicio que esperan por lo tanto los visitantes extranjeros se encuentran satisfechos. La única dimensión que tiene brecha negativa o deficiente es la dimensión de Empatía.

Las brechas en las percepciones de los visitantes nacionales y extranjeros y de los museos en la prestación del servicio en cada dimensión, determinó una diferencia global de -0,94 y -0,39 respectivamente que establece la disonancia entre percepciones sobre el servicio de museos que brindan los museos con la percepción que tienen los visitantes de los museos. Cabe resaltar que los turistas nacionales presentan menor discrepancia entre su percepción del servicio recibido y percepción de los museos.

Referencias Bibliográficas

Correo del Sur. (8 de Enero de 2023). Correo del Sur. Obtenido de https://correodelsur.com/local/20230108_sucre-flujo-turistico-crece-en-un-142-el-ano-2022.html#:~:text=El%20sector%20tur%C3%ADstico%20es%20uno,de%20la%20Gobernaci%C3%B3n%20de%20Chuquisaca.

Correo del Sur. (16 de abril de 2023). Correo del Sur. Obtenido de https://correodelsur.com/local/20230416_el-flujo-de-turistas-extranjeros-se-incrementa-67-por-ciento-en-sucre.html

Duarte Castillo, C. R. (2017). Satisfacción de los padres o tutores sobre la calidad de atención recibida en hospitalización pediátrica, Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Biblioteca Virtual em saúde, Centros Cooperantes LILACS.

Hereza Lebrón, P. (2006). La gestión de la calidad en los museos. Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España, 179-188.

Parasuraman. (2004). Assessing and improving service performance for maximum impact: insights from a two-decade-long research journey. Performance Measurement and Metrics.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its . Journal of Marketing.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1988). A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing.

Travers, T. (2006). Museums and Galleries in Britain: Economic, social and creative impacts. London.