



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA**

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA  
AGENCIA DE VIAJES VIAJEROS TOURS UTILIZANDO  
ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS,  
CHIMBOTE 2017

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTOR

BR. LLANOS RAVELLO, RENZO JEANPIERE

CÓDIGO ORCID ID: 0000-0003-2668-9486

ASESORA

MGTR. CHÁVEZ PRÍNCIPE, NARDA KARINA

CÓDIGO ORCID ID: 0000-0002-9993-2216

CHIMBOTE - PERÚ

2020

## **AUTOR**

Br. Llanos Ravello, Renzo Jeanpiere  
CÓDIGO ORCID ID: 0000-0003-2668-9486  
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
CHIMBOTE, Perú

## **ASESOR**

Mgtr. Chávez Príncipe, Narda Karina  
CÓDIGO ORCID ID: 0000-0002-9993-2216  
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de  
administración, Chimbote, Perú.

## **JURADO**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda  
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5746-9374

MBA. Solano Castillo, Marlon Juniors  
CÓDIGO ORCID: 0000-0001-5584-0523

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar  
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda  
Presidenta

MBA. Solano Castillo, Marlon Juniors  
Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César  
Miembro

Mgtr. Chávez Príncipe Narda Karina  
Asesora

## AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme salud para continuar con mis metas profesionales.

A mis padres por el apoyo que me brindan cada día para mejorar.

A todas las personas que colaboraron en la elaboración de mi tesis, a la empresa “Viajeros Tour” por la información brindada y el apoyo durante toda la investigación.

Y un especial agradecimiento a la Mg. Narda Karina Chávez Príncipe, por el apoyo y asesoramiento durante la elaboración de la tesis.

## DEDICATORIA

*A Dios por seguir en mi camino*

*día a día y no rendirme.*

*Dedicado a mi madre Ruth*

*Mery por apoyarme durante*

*toda mi carrera y guiarme por*

*el buen camino.*

*A mi padre Paul Jhon por el apoyo*

*durante mi carrera y los consejos de*

*seguir. A mi pareja Milagros que me*

*apoya para no agobiarme y seguir*

*adelante.*

*A todos los profesores que durante*

*toda mi carrera han ido cambiando*

*mi forma de pensar, ahora como un*

*profesional.*

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general evaluar la calidad de servicio de la agencia de viajes Viajeros Tours utilizando estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017, el tipo de investigación fue descriptivo, de enfoque cualitativo – cuantitativo, conteniendo el desarrollo de un estudio de caso en una agencia de viajes; las dimensiones evaluadas han sido: gestión administrativa; equipamiento e infraestructura; gestión del servicio; gestión medioambiental y gestión sociocultural, en su totalidad se han evaluados 151 estándares, en la gestión administrativa la empresa cumple con el 21,2% de estándares, en la gestión de equipamiento e infraestructura cumple con el 6,6% de estándares, en la gestión de servicio cumple con el 20,5% de estándares, en la gestión medioambiental se muestra que cumple con el 4% de estándares, en la gestión socio cultural cumple con el 5,3% de estándares. Se concluye que la agencia de viajes debe mejorar su servicio para satisfacer a sus clientes.

**Palabras clave:** *Agencia de viajes, Buenas prácticas, Calidad.*

## ABSTRACT

This research had as a general objective to evaluate the quality of service of the travel agency Tours Travelers using standards derived from good practices in 2017, the type of research was descriptive, qualitative - quantitative approach, containing the development of a study of case in a travel agency; The dimensions evaluated have been: administrative management; equipment and infrastructure; Service management; environmental management and sociocultural management, in total 151 standards have been evaluated, in administrative management the company complies with 21,2% of standards, in the management of equipment and infrastructure meets 6,6% of standards, in the Service management complies with 20,5% of standards, in environmental management it is shown that it meets 4% of standards, in socio-cultural management it complies with 5,3% of standards. It is concluded that the travel agency must improve its service to satisfy its customers.

**Keywords:** *Travel agency, Good practices, Quality.*

## CONTENIDO

	Pág
TITULO DE LA TESIS.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
JURADO EVALUADOR .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	8
2.1.El servicio de las agencias de viajes.....	11
2.1.1. Características del servicio de agencias de viajes.....	14
2.1.2. Clasificación de las agencias de viajes.....	15
2.1.3. Funciones de las agencias de viaje.....	18
2.2.La calidad en el servicio de las agencias de viajes.....	20
2.3.Marco normativo y estándares de los servicios de calidad.....	23
2.4.Las buenas prácticas en el servicio de las agencias de viajes.....	26
III. METODOLOGÍA.....	33
3.1.Diseño de la investigación.....	33
3.2.Caso.....	34
3.3.Definición y operacionalización de las variables.....	35
3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.5.Plan de análisis.....	38
3.6.Matriz de consistencia.....	40
3.7.Principios éticos.....	42

IV. RESULTADOS.....	43
4.1. Resultados .....	43
4.1.5. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión administrativa de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.....	59
4.1.6. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.....	68
4.1.7. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.....	71
4.1.8. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas ambientales en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.....	76
4.1.9. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas socio-culturales en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.....	82
4.2. Análisis de resultados .....	88
5. CONCLUSIONES.....	92
5.1. Conclusiones.....	92
Referencias bibliográficas.....	94
Anexos.....	99

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Perfil del personal de la agencia de viajes “Viajeros Tours” De Chimbote en el año 2017.....	49
<b>Tabla 2.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la gestión administrativa de la empresa tour-operador “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote, del año 2017. ....	59
<b>Tabla 3.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura de la empresa tour-operador “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote, del año 2017. ....	68
<b>Tabla 4.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en la empresa tour-operador “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote, del año 2017. ....	71
<b>Tabla 5.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas ambientales a la empresa tour-operador “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote, del año 2017. ....	76
<b>Tabla 6.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas a la gestión socio-cultural a la empresa tour-operador “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017. ....	82
<b>Tabla 7.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la empresa tour-operador “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017....	85

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Propuesta de organigrama.....	45
<b>Figura 2.</b> Centro arqueológico Punkurí.....	46
<b>Figura 3.</b> Letrero indicativo a Hornillos.....	47
<b>Figura 4.</b> Caminata al Faro de la Isla Blanca.....	47
<b>Figura 5.</b> Sexo de los trabajadores del tour-operador “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	50
<b>Figura 6.</b> Lugar de procedencia de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	51
<b>Figura 7.</b> Edad de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote, del año 2017.....	52
<b>Figura 8.</b> Estudios de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	53
<b>Figura 9.</b> Especialidad vinculada con el puesto de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours”, localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	54
<b>Figura 10.</b> Área de la empresa donde laboran los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	55
<b>Figura 11.</b> Tiempo laborando de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	56
<b>Figura 12.</b> Capacitación de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	57
<b>Figura 13.</b> Tipo de capacitación de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	58
<b>Figura 14.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas a la planificación de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote.....	60
<b>Figura 15.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas practicas a la organización de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote.....	61

<b>Figura 16.</b> Cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas a la gestión de la calidad de la empresa agencia de viajes “Viajeros tours” localizada en el distrito de Chimbote, del año 2017. .....	62
<b>Figura 17.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de recursos humanos de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	63
<b>Figura 18.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas a la gestión de suministros y proveedores de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	64
<b>Figura 19.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas a la gestión de seguridad de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	65
<b>Figura 20.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas a la gestión financiera y contable de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	66
<b>Figura 21.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas a la gestión de comunicación y marketing de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. .....	67
<b>Figura 22.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas al exterior de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote.....	69
<b>Figura 23.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas a las oficinas de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizados en el distrito de Chimbote...	70
<b>Figura 24.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción de insumo de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	72
<b>Figura 25.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la información y asesoría al cliente de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	73
<b>Figura 26.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas a la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	74
<b>Figura 27.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la operación del servicio a la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	75
<b>Figura 28.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	77

<b>Figura 29.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de la energía de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	78
<b>Figura 30.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	79
<b>Figura 31.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	80
<b>Figura 32.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación al medio ambiente de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	81
<b>Figura 33.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas al apoyo a la cultura de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	83
<b>Figura 34.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas al apoyo a la comunidad local a la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote. ....	84
<b>Figura 35.</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año 2017.....	86
<b>Figura 36.</b> Cumplimiento general de los estándares derivados de las buenas prácticas de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” localizado en el distrito de Chimbote en el año2017. ....	86
<b>Figura 37:</b> Portada del Fans page de la empresa Viajeros Tours.....	123
<b>Figura 38:</b> Tour del pirata y guerrero Sechín.....	123
<b>Figura: 39:</b> Tour del eterno Sol – Casma.....	124
<b>Figura: 40:</b> Tour de la casona – Isla Blanca.....	124

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Operalización de las variables.....	48
<b>Cuadro 2.</b> Matriz de consistencia.....	53

## I. INTRODUCCIÓN

Viajar es una aventura que se convierte en el sueño de todo viajero en el afán de descubrir lugares desconocidos, para ello, es importante contar con empresas dedicadas a organizar viajes, siendo estas empresas las agencias de viajes.

El turismo se ha convertido en una actividad económica de gran importancia tanto en los países desarrollados como aquellos que están en vías de desarrollo, generando crecimiento económico en los países, así como bienestar a las personas, a través de la creación de nuevos puestos de trabajo.

En el sector turismo, las agencias de viajes actúan como intermediarias entre el cliente y determinados proveedores del rubro de viajes, tales como hoteles, restaurantes, empresas de transportes, entre otros, ofreciéndole al turista, servicios con mejores condiciones y las más convenientes para el viaje que desea emprender.

Como nos indican Martínez y Zambrano (2014) las agencias de viajes son empresas especializadas en el sector turismo que, de manera profesional, sirven de nexo entre el cliente y determinados prestadores de servicios del rubro del turismo, con la finalidad de atender el requerimiento del cliente a nivel local, regional, nacional o internacional. Las cuales se encargan de organizar, gestionar y mediar para la reservación, distribución y venta de servicios turísticos que requieran los clientes.

Martínez y Zambrano (2014) mencionan que, el objetivo principal de las agencias de viajes es el conseguir la satisfacción de las necesidades que demandan sus clientes en relación con el servicio contratados; y para ello, es importante que estas agencias cuenten con buenos profesionales, con una adecuada preparación cognitiva, cultural y con capacidades comunicativas e interpersonales para poder llegar a conocer las expectativas del cliente.

Algunos de los beneficios de contar con el servicio de una agencia de viajes son los siguientes: Optimizan el presupuesto, según la economía y necesidades del cliente. La información turística y las recomendaciones acerca de los destinos requeridos, son de primera

mano y de calidad, para un viaje sin complicaciones. Están preparadas para organizar el itinerario, solucionando las inquietudes. La experiencia del personal dedicado a brindar información en las agencias de viajes es garantía de un viaje sin contratiempos.

Por consiguiente, las agencias de viajes son importantes porque generan un gran porcentaje de ventas según los servicios solicitados por los turistas, al ser representantes activos de hoteles, restaurantes, medios de transporte, entre otros; asimismo, es necesario resaltar que, generan un gran porcentaje de ventas que de otra manera no se pudiese producir, puesto que desempeñan un rol preponderante en la promoción de los destinos turísticos de interés, además son generadoras de empleo.

Las buenas prácticas son las experiencias o intervenciones que se implementan para obtener un resultado positivo, eficaz y ventajoso, con la finalidad de obtener mejoras a las soluciones a los problemas o dificultades que se presentan en el trabajo día a día, para obtener la satisfacción requerida, logrando motivar a otras organizaciones.

Tomando en cuenta lo mencionado, se puede decir que las agencias de viajes ocupan un lugar estratégico en lo que es el desarrollo del sector turístico.

Peñaranda (2017) considera que, en los últimos años, el sector turismo por su gran potencial de generar riqueza, ha logrado consolidarse como un agente económico destacado, que aporta de manera significativa al Producto Bruto Interno del Perú (PBI).

Según Torriani (2017) las estimaciones del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), en el 2017, el turismo representó cerca del 3,3% del PBI y generó 1,1 millones de empleos directos e indirectos. Este sector emplea a casi 8% de la Población Económicamente Activa (PEA). Por consiguiente, el turismo es la tercera actividad económica que genera mayor número de empleos a nivel nacional.

Actualmente, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), en el Perú se han registrado 17 200 prestadores de servicios turísticos, entre agencias de viajes, restaurantes, alojamientos, guías de turismo, y más establecimientos del rubro.

En el 2017, más de 2 220 proveedores de servicios turísticos nuevos, se unieron formalmente al “Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados”. Esta cifra representa un incremento del 15% del total de prestadores, en comparación al año 2016.

De esta manera, Cusco es la región que posee el mayor número de prestadores registrados (6810), seguido por Lima (3639), Arequipa (993), Áncash (770) y San Martín (650).

Siendo la actividad turística un sector estratégico para el progreso de nuestro país, es de notable interés conocer cuál es la problemática que la aqueja. La actividad turística se ha ido desarrollando notablemente en los últimos años, por lo que las agencias de viajes se han multiplicado, sin embargo, en este sector es cada vez más frecuente la informalidad debido a los escasos mecanismos de control realmente efectivos por parte del gobierno.

Según la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT) (2017) estima que, a nivel nacional, entre el 55% a 60% de las agencias de viajes son informales y no están registradas por un ente oficial, siendo la causa de esta problemática, la competencia desleal, con el fin de obtener más clientes.

La Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo (2017) indica que más de la mitad de estas empresas, no son reconocidas y la mayor parte predominan en los principales lugares turísticos del país, tales como Cuzco, Arequipa, Trujillo y Huaraz; por lo que son de fácil acceso y pueden llegar a perjudicar la experiencia de viaje del cliente, al aparentar tener todo correctamente reglamentado.

Quispe (2016) comenta que, las agencias informales tienen un impacto negativo para el servicio turístico y crean una mala imagen no solo de las agencias de viajes, sino también del país. Lamentablemente, esta tasa de informalidad persiste porque para muchos de los consumidores, el factor económico es más importante que la seguridad.

No obstante Quispe (2016) agrega que, al reducir la informalidad, los turistas nacionales e internacionales tendrían una mejor experiencia de viaje, garantizando la seguridad, disminuyendo el riesgo a estafas o accidentes, y una mayor calidad en los servicios. Los prestadores formales ya no enfrentarían una competencia desleal, se generarían empleos de acuerdo a Ley y se incrementarían los ingresos de divisas al Perú.

Otra situación que aqueja a este sector, es que muchas de estas agencias, en su afán de captar más clientes, aplican métodos comerciales engañosos, brindan falsas ofertas y promociones que omiten detalles en los términos y condiciones de los servicios que ofrecen, vulnerando el derecho a la libre elección del consumidor.

Además, se sabe que el cliente moderno exige atención las 24 horas al día, durante todo el tiempo que dure su viaje, sin embargo, muchas agencias no disponen de los medios de comunicación adecuados para cubrir esto, por lo que causa incomodidad en el usuario al no poder satisfacer sus inquietudes.

Miranda y Valencia (2017) indican que, en una era donde existe un gran despliegue de tecnología digital, las agencias de viajes tradicionales ven a las agencias virtuales como una fuerte amenaza, por lo que han empezado a incorporar esta modalidad, ofreciendo el uso de elementos digitales, además de los servicios directos, pero a su vez, esta modalidad genera tres grandes problemas: la desconfianza, la inseguridad y la privacidad de la información.

Si bien el acceso a internet aporta autonomía a los viajeros para obtener la información necesaria que deseen y así planear sus itinerarios de manera directa con los proveedores turísticos, esto eliminaría la intermediación entre la oferta y la demanda, afectando el rol de intermediario de las agencias de viajes tradicionales.

La autonomía del consumidor es quizás el principal factor que conlleva a la posible desaparición de estos negocios tradicionales y al aumento de la informalidad. Según el INEI, en el año 2016, el 96,7% de viajeros nacionales realizaron su viaje por cuenta propia, solo el 2,2% optó por adquirir un paquete turístico de una agencia de turismo del lugar de residencia y el 1,2% del lugar visitado. Además, se puede apreciar que en comparación del año 2015 al 2016, existe un incremento del 0,5% con respecto a la modalidad de un viaje autónomo.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, otorga reconocimientos a las empresas prestadoras de servicios en el rubro del turismo, que logran aplicar los manuales de buenas prácticas, desarrollándolos adecuadamente, contribuyendo a la mejora de calidad de los servicios brindados y responden a las expectativas de la demanda turística. En este contexto se crea El Sello de Calidad Turística PERÚ, con la finalidad de diferenciar aquellas empresas que realicen servicios turísticos que adapten los estándares determinados en las Normas Técnicas

Peruanas, admitidas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencias, y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

El éxito de una agencia de viajes depende directamente de la satisfacción del usuario, por ello es importante atender toda esta problemática para garantizar una agradable experiencia al viajero y proyectar así una buena imagen del país.

En la Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo (DISRCETUR), según datos estadísticos, en la provincia del Santa, se encuentran registrados 27 empresas dedicadas al rubro de las agencias de viajes, distribuidos de la siguiente manera: en el distrito de Chimbote, existen 15 operadores turísticos y 4 empresas minoristas; en el distrito de Nuevo Chimbote, 4 operadores turísticos y 2 empresas minoristas; en el distrito de Nepeña, 1 operador turístico; en el distrito de Moro, 1 operador turístico. Por consiguiente, se percibe que existe una prevalencia de empresas que se desenvuelven como operadores turísticos, en comparación, con las empresas minoristas, ubicándose en su mayoría en el distrito de Chimbote.

Actualmente, en la localidad, se vienen desarrollando proyectos de inversión turística, para poder impulsar el turismo como un factor de crecimiento económico. Chimbote cuenta con pocas agencias de viajes inscritas, en la Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo, a los que el turista o pobladores de la ciudad puedan recurrir a solicitar servicios o paquetes turísticos. Es por ello, que las autoridades locales pertinentes deberían desarrollar adecuadamente los proyectos que se han planteado, invertir y promocionar los recursos y atractivos turísticos, de manera responsable y efectiva, para que así se vayan generando de manera progresiva más agencias, garantizando que nuestros recursos turísticos perduren en el tiempo, ya que son el reflejo de la historia de antiguas civilizaciones e importante patrimonio cultural.

La empresa en la que se llevó a cabo la investigación es “Viajeros Tours” ubicada en Galería la Gran Vía, oficina 15, segundo piso, en jirón Espinar 529, Chimbote, esta organización se creó en el año 2014, el fundador de Viajeros Tours es Marco Antonio Castillo García. En estos años viene realizando actividades de turismo fuera y dentro de Chimbote.

La empresa “Viajeros Tours” no realiza evaluaciones del servicio brindado, estando en un proceso de crecimiento, en vista de la problemática planteada se formuló la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuál es la calidad del servicio de la agencia de viaje Viajeros Tours de Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2017?*, siendo el objetivo general la evaluación a la calidad del servicio de la agencia de viajes “Viajeros Tours” a través del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017 y se propone como objetivos específicos: Describir las principales características de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal. Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial de la agencia de viajes “Viajeros Tours” en el año 2017. Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017. Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio de las agencias de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017. Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017. Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

La presente investigación se enfocó en evaluar las buenas prácticas en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de la ciudad de Chimbote del año 2017, contribuyendo a conocer como las agencias de viajes están aplicando las buenas prácticas para que los turistas se sientan satisfechos con el servicio que reciben. Esto puede ser útil para las agencias de viajes que hay en la ciudad de Chimbote, y se pueda mejorar su calidad de servicio. La importancia de la investigación radica en su contribución al generar información relacionada a las agencias de viajes, logrando identificar y corregir errores, minimizando los impactos negativos y maximizando los beneficios, mejorando la calidad del servicio que se brinda, aplicando las buenas prácticas, como herramientas efectivas para tener una actividad turística sostenible.

La investigación se desarrolló como un estudio de caso único, con un nivel descriptivo, se han empleado como técnicas de investigación la entrevista y la observación y como instrumentos la libreta de campo, dos guías de entrevista y cinco guías de observación, además de una cámara fotográfica.

El presente informe de investigación consta de cinco partes, en la primera se ha considerado la caracterización del problema, los objetivos y la justificación. En la segunda parte, se presentan los antecedentes y el marco teórico vinculado con la variable de investigación. En la tercera parte, se han plasmado los aspectos metodológicos; en la cuarta parte se presentan los resultados y su análisis y, por último, en la quinta parte las conclusiones.

Se obtuvo como resultado, que la agencia “Viajeros Tours”, cumple con 81 estándares de los 151 que fueron evaluados, por lo que tiene un nivel intermedio de cumplimiento con un 57,6% estándares, siendo las dimensiones que han obtenido un mayor porcentaje de cumplimiento la gestión administrativa, donde se cumplieron 32 estándares dando el porcentaje del 21,21%, mientras que en la gestión de servicios se cumplieron 31 estándares dando el porcentaje del 20,5%. Se concluye que, la empresa “Viajeros Tours” no cumple con casi la mitad de estándares evaluados, ya que es una empresa en proceso de crecimiento, contando con 4 empleados, de los cuales solo 2 tienen carrera universitaria completa; ante esta situación la empresa debe realizar las acciones necesarias a fin de implementar los estándares que no se vienen cumpliendo.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

Se ha realizado la indagación de las investigaciones realizadas tanto a nivel internacional como nacional y a continuación se presentan los antecedentes vinculados a la investigación:

Vela (2014) en su investigación *Evaluación de la calidad del servicio de la agencia de viajes "Kemir Tours" de Trujillo, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*, tuvo como objetivo, evaluar la calidad del servicio de la agencia de viajes Kemir Tours a través del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas. La metodología que aplicó fue un estudio de caso único, de tipo mixto, puesto que se han obtenido tanto datos de tipo cuantitativo como cualitativos. Los resultados generales obtenidos en esta investigación demuestran que se viene cumpliendo con el 85% de los estándares evaluados, permitiendo así que la calidad de los servicios que oferta esta empresa sea de calidad. Se observa que la agencia de viajes Kemir Tours cuenta con 5 colaboradores, la mayoría corresponden al sexo masculino (60%); el 60% de los colaboradores son de la Ciudad de Trujillo; el 60% son personas entre los 30 y 40 años. El personal de la agencia de viajes Kemir Tours cuenta con una persona que ha concluido sus estudios secundarios (20%). Encontrando un colaborador con estudios técnicos concluidos (20%), un trabajador con estudios superiores que es del área de counter (20%), y dos colaboradores que cuenta con Postgrado que son responsables del manejo y el buen funcionamiento de la empresa, cada uno de los colaboradores tienen vinculación con el puesto que desempeña y la mayoría han sido capacitados en técnicas de ventas (80%), sistema de manejo global (60%) y en costos (60%). Con la investigación que se realizó en la empresa "kemir Tour" se toman los estándares evaluados: En la gestión administrativa, han evaluado un total de 56 estándares, de los cuales la empresa cumple con el 91,07%, con el cumplimiento de 51 estándares; y no se cumplen 5 estándares con un total de 8.93%, dando un total del 100%. En la gestión de equipamiento e infraestructura, se han evaluado un total de 18 estándares de los cuales se cumple con el 83,33 %, que son 15 estándares, y no cumplen con el 16,67% que representa 3 estándares evaluados, dando el total del 100%. La gestión de servicio, evaluándose un total de 39 estándares de los cuales la agencia de viajes cumple con el 97%, lo que representa 38 estándares, y con el 3% no se cumple con 3 estándares evaluados. La gestión medioambiental, se han evaluado 23 estándares de los cuales la agencia de viajes cumple con el 96%, que son 22 estándares evaluados, y no cumplen con el 4% que representa 1 estándar evaluado. Gestión

sociocultural, se evaluaron un total de 12 estándares de los cuales se han cumplido con el 100%. Y por último los estándares totales evaluado a la empresa “Kemi Tour” cumple con el 93,2 % de los 148 estándares evaluados, siendo buena la calidad de sus servicios, lo cual no deja de lado que se trabaje de forma continua en mejorar los aspectos que no se han cumplido en el proceso de esta evaluación.

La investigación realizada por Barrenechea (2016) *Evaluación de la calidad del servicio de la agencia de viajes Huascarán del distrito de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2016*, tuvo como metodología tipo mixto (cualitativa – cuantitativa), las técnicas que ayudaron a la investigación son la observación, cuestionario estructurado, la entrevista y la revisión documental. En la investigación de las buenas prácticas; Gestión administrativa se obtuvo un resultado de 30 estándares que si cumplen con el 53,8%, y no cumplen 26 estándares con un resultado del 46,2%, de los 56 estándares. En equipamiento e infraestructura se obtuvo un resultado de 15 estándares que si cumplen con el 83,2%, y no cumplen con 3 estándares con un resultado del 16,8%, de los 18 estándares evaluados. Gestión de servicio se evaluaron 39 estándares de los cuales 33 si cumplen con un 84,6%, y no cumplen 6 estándares con un resultado porcentual en 15,4%. Gestión medio ambiental se evaluaron 23 estándares con un resultado de cumplimiento de 12 con el 52%, y no cumplen 11 estándares con el 48%. Gestión socio-cultural se evaluaron 12 estándares, de los cuales 7 si cumplen con el 58,1%, y no cumplen 5 con el 41,9%. Y los resultados generales de los estándares evaluados, de los 148 estándares evaluados se obtuvieron un resultado de 97 que si cumplen con un resultado porcentual del 65,4%, y 51 estándares que no cumplen con un resultado porcentual del 34,65 del total.

En la investigación de Romani (2017) *Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016*, respecto a la metodología empleada, la investigación es de tipo básica de diseño no experimental correlacionar de corte transversal; puesto que no se alteraron las variables para su estudio y el instrumento elaborado para recoger los datos necesarios se aplicó por única vez. La población ascendió a los 120 prestadores de servicios turísticos comprometidos con la mejora de la calidad turística. Se utilizó la técnica de encuesta

para la recolección de datos, para lo cual se diseñó un cuestionario de 34 ítems para la variable calidad turística y 25 ítems para la variable buenas prácticas. En el presente trabajo se realizó una investigación de las buenas prácticas al servicio turístico, se evaluaron las siguientes características: Calidad turística con un resultado de 120 estándares evaluados de los cuales 15 son malas con un resultado porcentual del 12,5%, 67 se obtuvo en un resultado regular con un porcentaje del 55,8% y 38 teniendo como buena calificación dando un porcentaje del 31,7%, dando el total 100%. En la evaluación de las buenas prácticas de servicio turístico, se evaluaron 120 estándares, obteniendo 51 en mal servicio con un resultado porcentual del 42,5%, 60 como regular dando el resultado porcentual del 50% y 9 como buen servicio dando un resultado porcentual del 7,5%, dando el 100%. En la evaluación de descripción de la dimensión de servicio turístico, se evaluaron 120 estándares, en donde se obtuvo 50 en mal servicio dando un resultado porcentual del 41,7%, 64 regular dando un resultado del 53,3% y 6 buena con el resultado porcentual del 5%, dando el 100%. En la última evaluación se evaluó la descripción de la dimensión instalaciones y equipo, se evaluó 120 estándares, 27 en mal servicio dando el resultado del 22,5%, 47 regular con el resultado del 39,2% y 46 buenas con un resultado del 38,3%, dando el 100%.

## **2.1.- El servicio de las Agencias de Viajes**

Un servicio es el resultado de actividades que buscan satisfacer las necesidades de los clientes, son prestaciones personales.

MINCETUR (2010) menciona que, los servicios son una serie de procesos en los que interviene el cliente, el soporte físico y el personal, teniendo como objetivo la satisfacción del cliente y obtener logros comerciales.

Por esta razón podemos deducir que este tipo de empresas pertenece al sector de servicios, ya que por medio de este tipo de empresa podemos elaborar planes e itinerarios de viajes con los servicios que se requiera como: aerolíneas, cruceros, hospedaje, etc.

De la Torre (1989) refiere que las agencias de viajes, son una corporación que presta servicios, hacia aquellos que deseen el servicio como también a los prestadores del servicio, con la finalidad de obtener algo a cambio.

Acerenza (1990) nos indica que, las agencias de viajes, son organizaciones que tienen como propósito la elaboración de los programas de viajes, así como también ofrecen servicios sueltos u organizados en paquetes, para luego entrelazar a las corporaciones y el consumidor, para la realización de actividades turísticas.

La Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (1992) puntualiza sobre las agencias de viajes, que son compañías de prestación de servicios turísticos que actúan como intermediarias entre las personas que deseen viajar o salir de su lugar de residencia, con las empresas que brindan servicios turísticos.

Rodriguez y Muzquiz (1991) nos indican que, a lo largo del tiempo, muchos autores han denominado a las agencias de viajes como empresas de soporte, pero las empresas también han generado ocupaciones tanto originales como nuevas.

Las agencias de viaje son empresas que conducen a personas a distintos territorios para realizar diversas actividades y conocer realidades distintas a las de su lugar de residencia habitual.

MINCETUR (2000) menciona en el artículo 3º sobre las agencias de viajes y turismo; que se trata de una persona natural o jurídica que se dedica exclusivamente a la actividad de mediador como también de coordinador, de asesor, a la elaboración de paquetes turísticos y ventas de los servicios que ofrecen.

Acerenza (1990) considera que las empresas de viajes ofrecen servicios orientados a satisfacer necesidades, deseos y exigencias de un mercado que está abocado en el rubro del turismo de los diferentes segmentos que abarca este sector, como viajes de negocios, de interés especial y vacacional.

Las agencias de viaje, crean una serie de productos para ser ofrecidos y posteriormente consumidos por las personas, por un precio adecuado.

Estas empresas ofrecen una variedad de servicios, Acerenza (1990) presenta la siguiente clasificación:

- **Servicios de información y asistencia**

No todos los servicios de una agencia de viajes siempre son remunerados de forma económica. Este servicio de brindar información a las personas se da de forma gratuita y permanente, la información que más se brinda es sobre los servicios adicionales de los viajes, como la gestión de visas o algunos otros documentos de viajes.

- **Venta de servicios sueltos**

Las agencias de viajes para vender este tipo de servicios siempre se ponen de acuerdo con los prestadores de estos servicios sueltos, esto provoca que el intermediario obtenga una comisión que varía dependiendo el servicio. Entra en acción un intermediario denominado agente autorizado para su comercialización. Los servicios que se venden por separado pueden ser: reservaciones de hoteles, venta de boletos de pasaje, asistencia médica, etc.

- **Venta de servicios organizados**

Este tipo de servicios se ofrece de manera conjunta, en otras palabras, se vende en paquetes para que el cliente obtenga todo el servicio en un solo acto y así se evite todo

el complicado proceso de trato por separado. Se tienen paquetes turísticos como: circuitos, cruceros, tours, viajes combinados. Pueden ser de dos tipos:

**a. Servicios organizados por la agencia**

Pueden ser:

**Organizados para viajes personalizados:** el paquete se realiza con la solicitud del cliente, o grupos de personas que desean algo distinto de acuerdo a sus preferencias personales; luego se ejecuta con la propuesta que ofrece la empresa.

A estos viajes se les llama forfait, aunque esta denominación se puede usar para cualquier tipo de viajes organizados.

**Organizados para viajes individuales:** Estos son preparados para aquellas personas que prefieren un viaje organizado, pero de forma particular.

**Organizados para viajes en grupo:** Estos viajes se realizan para personas que desean expediciones colectivas, no obstante, no tienen ningún tipo de relación entre ellos, más que la de viajar, igual que las que son preparadas para alguna empresa, institución particular o club.

**b. Servicios preparados por los organizadores de viajes**

Los servicios elaborados para los organizadores de viajes ya sea por agencias minoristas, tour operadores o los mayoristas tienen la finalidad de obtener comisiones de los servicios brindados por las agencias.

Acerenza (1990) señala que estos servicios muestran a sus clientes una variedad extensa de alternativas de viajes. Pero por razones de prestigio las empresas siempre prefieren crear sus propios paquetes y poner su marca en ellos. Pero para poder hacer esto, se le solicita a un tour operador una cotización de los servicios, cuando ya se logró el acuerdo, se comercia con los transportistas la sección aérea y lanza al mercado un programa con su propia marca.

### 2.1.1. Características del servicio de Agencia de Viajes

A continuación, se muestran las características del servicio de agencia de viajes. Manual CTN (2007):

- **Intangibilidad:** Como bien se sabe los servicios turísticos no se pueden sentir, probar, oír, oler o experimentar antes de ser adquiridos. Ya que solo pueden ser descritos de forma subjetiva, por esta razón no es posible saber si es que le va a agradar a los clientes antes de su prestación. Pero siempre se tiene que tratar que el servicio se vuelva lo más tangible posible, a través del personal, infraestructura, marca, precio, etc.
- **Consumo in situ:** Los clientes observan los procesos de servicio, que son brindados y consumidos simultáneamente en el lugar, esto también será evaluado por el cliente.
- **Inseparabilidad:** Como se sabe los servicios se producen y consumen en un mismo momento, vemos que el prestador del servicio juega un papel importante, porque es una interacción directa entre prestador de servicios y turista, esto será un aspecto importante en el resultado final.
- **Presentación personal:** Al momento de proporcionar el servicio siempre hay un alto contacto interpersonal, esto influenciará mucho en la opinión de los consumidores sobre el servicio recibido, ellos calificarán el servicio, si es de calidad o no.
- **Variabilidad:** Una característica de los servicios es que son altamente variables, ya que dependen mucho de los aspectos psicológicos, socio-económicos, demográficos de los proveedores como también de los consumidores, pero también se tiene que tomar en cuenta quien los brinda, como se realiza, donde y cuando.

- **Perecibilidad:** Los servicios siempre se ofrecen en fechas, horarios o temporadas específicas, ya que no pueden ser guardadas, por este motivo casi siempre se pide que se pague por adelantado, porque no pueden ser recuperables si es que el cliente no los llega a utilizar.
- **No transmiten propiedad:** Los servicios solo son adquiridos por un derecho temporal de uso, dependiendo de lo pactado en el contrato.

Acerenza (2010) indica que las empresas dedicadas a los viajes presentan ciertas cualidades, las que son:

- Las infraestructuras y las funciones que se realizan depende del espacio.
- Los costos operacionales están orientados al recurso humano.
- Aquello ingresos que se obtienen están sujetos a las comisiones que se obtienen de distintos distribuidores.
- Se pueden expandir de diferentes formas, ya sea horizontal, proporciona realizar otras sucursales como nivel internacional o nacional, o vertical donde se puede realizar trabajos supeditados a invertir en rubros tales como alojamiento, restaurantes u otro tipo de servicio referente a este rubro.

## **2.1.2. Clasificación de las agencias de viajes**

### **2.1.2.1. Clasificación de las agencias de viajes según su ámbito**

Albert (1999) señala que las clasificaciones de las agencias de viaje son complejas, ya que realizan diferentes funciones o distintas actividades por lo cual sus lineamientos y parámetros que ejecutan suelen ser confusas; para ser clasificados se debe tener en cuenta el ámbito en que se desarrolla, o básicamente el área geográfica donde realiza sus actividades. Para comprender sobre las clasificaciones de las agencias de viaje, y tener una mejor visión se les presenta las siguientes:

- a) **Tour-operadora:** Se les denomina a las agencias de viajes que organicen viajes o los operen, se les considera a aquellas empresas que conforman a grandes grupos

empresariales, que tienen una integración con otro tipo de sector turístico, como las aerolíneas, cadenas hoteleras, empresas de autocar, etc.

- b) **Mayorista:** Se dedican a realizar contratos en grandes cantidades, para posteriormente ser revendidas plaza a plaza a las agencias minoristas.
- c) **Minoristas:** Son empresas mediadoras que se dedican a ofrecer paquetes elaborados por las mayoristas. Para este tipo de empresas la función asesora es fundamental puesto que ellos son los que tienen contacto directo con los clientes. Los minoristas pueden elaborar sus propios paquetes, pero no pueden distribuirlos a otras empresas que no sean de su propia red.
- d) **Mayorista – Minoristas:** este tipo de agencias tiene la capacidad de elaborar paquetes y distribuirlos a diferentes empresas, de igual manera tienen la función de asesoramiento al cliente. Este tipo de empresas suelen ostentar un tamaño empresarial más grande que los otros tipos de agencias.
- e) **Emisoras:** Son agencias que se dedican al envío de clientes a áreas geográficas de distintos lugares, nacionales como extranjeras donde se ubican las agencias.
- f) **Receptivas:** Son empresas que se dedican a recibir a turistas que son de otras áreas geográficas, con la finalidad de ofrecer sus servicios.
- g) **Especializadas:** Son agencias que se dedican a ciertos segmentos de la demanda, con destinos o productos concretos que desee el turista. Estas agencias se especializan en ciertos segmentos: idiomas, trekking, turismo deportivo, turismo de aventura, congresos, ferias, turismo para las personas de la tercera edad, turismo para jóvenes, ecoturismo, etc.

- h) In Plant:** Empresas que se instalan en empresas-clientes con la finalidad de operar eficientemente y abarcar más territorios, ofreciendo sus productos o servicios a los empleados de éstas.
- i) Franquicias:** Empresas que obtienen posicionamiento de otras que le proporcionan su imagen y competencia en el mercado, su posicionamiento se obtiene por su marca, productos o servicios que brinda, compitiendo con otras empresas.
- j) Virtuales:** Son empresas que funcionan mediante el internet, empresas que ofertan sus productos o servicios por un medio que hoy en día es un punto clave en el comercio, los cuales son las redes sociales, páginas de navegación, entre otros.

#### **2.1.2.2. Clasificación de las agencias de viajes según reglamento**

MINCETUR (s/f) establece la siguiente clasificación para las agencias de viajes:

- Agencias de viajes y turismo minorista.
- Operador de turismo.
- Agencia de viajes y turismo mayorista.

A su vez en el Art. 3 nos define cada uno de las clases, considerando 3 tipos de empresas dedicadas al rubro de los viajes:

- **Agencia de viajes y turismo minorista:** Este tipo de empresas ofrecen y venden directamente al cliente, sus servicios y productos que el turista desee, puede realizar paquetes, pero no podrán vender a otras empresas.
- **Agencia de viajes y turismo mayorista:** Este tipo de agencia produce y organiza una variedad de servicios turísticos, pero no puede vender directamente al turista, tiene que ofrecer a las agencias de viajes y turismo minoristas.

- **Operadora de turismo:** Es la que proyecta, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del país de origen. (D.S. N° 026-2004).

### **2.1.2.3. Clasificación de las empresas según su tamaño**

Ley de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (2006):

#### **Pequeña y micro empresa:**

Se compone de la creación por una persona natural o jurídica, que este bajo la formación de una organización o una gestión empresarial, sus objetivos son el desarrollo de actividades de comercialización, extracción, prestaciones de servicios o bienes.

Reúnen las siguientes características con relación a los niveles de ventas anuales.

- La microempresa hasta el monto máximo de 150 UIT.
- Las pequeñas empresas deben tener un monto máximo señalado para las microempresas hasta 17000 UIT.

Casa Nueva, Caro y García (2000) señalan que, las condiciones más relevantes para realizar la actividad turística y para gestionarla, es el tamaño de la empresa. Normalmente las compañías turísticas que son de menor tamaño, tienen una serie de inconvenientes procedentes directamente de su dimensión, muy aparte de otras desventajas que están relacionados con este, y que lo presentan la mayoría de las PYMES.

Si bien las PYMES turísticas tienen sus desventajas, cuenta con una ventaja esencial, la cual es la flexibilidad que, si se trabaja adecuadamente, se puede establecer como la capacidad de poder adaptarse a los cambios en periodos de tiempo corto.

### **2.1.3. Funciones de las agencias de viajes**

Albert (1999) nos menciona sobre la responsabilidad de estas empresas con la sociedad, su misión con la sociedad es de brindar servicios que satisfagan las necesidades que tenga el mercado turístico.

Las funciones de las agencias de viajes son:

- a) **Función Asesora:** Asesora e informa al turista sobre las características que tiene cada destino, los proveedores, servicios y los viajes que se realizaran, ayudarles en la selección del mejor servicio.
- b) **Función Mediadora o Intermediaria:** Gestiona e intermedia en las reservas, venta de los servicios, de los productos a los turistas.
- c) **Función Productora:** Se encarga de comercializar, diseñar, organizar, operar los viajes y productos turísticos que la empresa ha creado y tiene a la venta por un precio establecido.

MINCETUR (2000) menciona que las empresas de turismo en el país donde se localizan, además de la función de ofrecer paquetes turísticos o producto del mismo rubro, efectúan otras diligencias según el reglamento Cap. III. Art. 6 que menciona lo siguiente:

- El impulso del turismo en diferentes ámbitos.
- La imagen de las empresas que intermedian el turismo, las cuales no son domiciliarios en el país.
- La imagen de empresas de líneas aéreas.
- El alquiler de vehículos con y sin conductor.
- Representación de diversas empresas dedicadas a brindar de servicios turísticos.
- La contratación de guías de turismo.
- El alquiler de medios de transporte aéreo, terrestre y acuático.
- El desarrollo de eventos de diverso tipo.
- Otras vinculadas a los viajes de turismo.

Por su parte, los operadores de turismo tienen entre sus funciones:

- El diseño, ejecución y comercialización de programas o paquetes turísticos y los demás servicios turísticos, a nivel internacional y nacional.
- El intermediario en las reservas y en las ventas de los boletos, pasajes en cualquier medio de transporte.
- Las contrataciones y reservas de hospedajes.

- Los traslados y recepción de los turistas.
- Ofrecer información y la orientación adecuada al turista.
- El cambio de divisas y ventas de cheques de viajeros.
- A través de terceros se puede realizar transporte de equipaje utilizando cualquier medio de transporte.
- Realizar trámites de pólizas de seguros de viajes, contra pérdidas o deterioro de los equipajes, que cubran los riesgos de los viajes.
- La recuperación del impuesto que el turista hace al contratar un servicio.
- La asesoría como la comercialización de programas de los servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.
- Intermediación en las ventas y reservas de los boletos de diferentes medios de transporte.
- Intermediario en la contratación y reservas del servicio de hospedaje.
- El traslado y recepción del turista.
- Ofrecer asesoría e información al turista.

## **2.2. La calidad en el servicio de las agencias de viajes**

La calidad puede definirse de muchas maneras dependiendo del contexto, pero se podría decir que es un conjunto de características inherentes a unos productos o servicios que cumplan los requisitos, y esto nos lleva a apreciarla como igual, mejor o peor que la competencia, pero también podríamos decir que es la adecuación al uso del cliente.

García y otros (2011), indican que: Cuando hablamos de calidad hablamos de una filosofía que se aplica las diferentes áreas de diferentes organizaciones que están enfocados en el buen desempeño, en estos tiempos vemos que la sociedad es más informada y exigente, por esta razón las empresas para sobrevivir deben aportar por el camino de la calidad.

Martin (2004), indica que, al hablar de calidad nos referimos al acercamiento que se pueda realizar entre las características establecidas y los productos o servicios logrados.

Crosby (1987), señala que la calidad es el cumplir con los requisitos que deben definirse con claridad para que no se puedan malinterpretar, por esta razón siempre tiene que haber una

evaluación continua para identificar que los requisitos se cumplen. El incumplimiento de los requisitos supone que el servicio no es de calidad.

Para García y otros (2011) la calidad es el nivel de excelencia que la empresa se ha marcado con la intención de satisfacer las expectativas de sus clientes. Se trata de implantar un sistema del que sea participe toda la organización y que permita descubrir las causas que producen defectos, con el objetivo de reducir costes y ganar en satisfacción del cliente.

La calidad busca satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes si no se logra cumplir estos requisitos se perderán clientes, lo que pondrá en riesgo la supervivencia de la empresa.

Acerenza (2010) indica que, la dirección de una agencia de viajes, suele ser compleja con respecto a la calidad, ya que lleva a tener múltiples fases donde el negocio que se desea realizar debe tener una planificación, organización, conducción y tener una administración de modo competitivo y capaz; por ello se debe tener un conocimiento de la actividad que se va a realizar, para poder mantenerse y desarrollar el negocio.

Para Ramírez (2002) la calidad no solo son los elementos de la empresa, señalando que el concepto de servicio garantizado implica al de calidad, el cual abarca una responsabilidad general de la empresa turística y de sus proveedores. Lo que es muy importante ya que la calidad depende en gran parte de los servicios o productos facilitados por terceras empresas.

#### **2.2.2.1. Tipos de calidad**

La norma ISO 9000; 2000, nos indica que, en la práctica, hay dos tipos de calidad:

- a) **Calidad externa**, quiere decir que, al proporcionar los productos o servicios, estos deben satisfacer las expectativas del cliente para así poder fidelizarlo, esto conlleva a que mejoremos en la participación en el mercado. El procedimiento está en escuchar a los clientes tanto como las necesidades que requiere los clientes.
- b) **Calidad interna**, es básicamente al mejoramiento de la operación interna de la empresa. La calidad interna es mejorar la descripción de la empresa, también detectar y limitar las funciones incorrectas. Los que se benefician de la calidad

interna son los empleados y la administración de la empresa.

Ledcovich (2009); piensa que, en la empresa siempre debe estar presente la calidad en todos los departamentos, si es que la compañía no tiene calidad, tampoco se podrá ofrecer un producto de buena calidad que satisfaga al consumidor.

La presente investigación está enfocada a la calidad interna de la agencia de viajes, habiéndose realizado una evaluación basada en estándares derivados de las buenas prácticas.

#### **2.2.2.2. Evaluación de la calidad del servicio de las agencias de viajes**

Podemos comprender que una evaluación de calidad es aquella actividad realizada por una empresa, organización o institución en general, para ver la calidad en que se encuentra, también se le conoce como control de calidad.

Ramírez (2002) cuando hablamos de calidad en el servicio turístico, debe evaluarse constantemente con el objetivo de mejorar.

Por otro lado, Martín (2004) explica que, la calidad del servicio de la empresa se medirá para verificar si la empresa está al nivel de la calidad requerida, tomando en cuenta los requisitos mínimos o estándares.

García y otros (2011) manifiestan que tal vez es probable que, indagemos como medir lo intangible como es el servicio. Nosotros tenemos que tomar medidas y establecer elementos cuantificables para poder medir el desempeño de nuestra empresa.

Ramírez (2002) también señala que al tener control nosotros podremos cumplir con nuestras metas de calidad, que nos permiten ejecutar planes para el apoyo y el mejoramiento de la calidad, la retroalimentación que se debe tomar en cuenta de las actividades turísticas.

De la Parra (1995) nos indica que, toda empresa necesita medir sus servicios, en las condiciones que se encuentran, que se necesita para mejorar, ya que es muy importante a la hora de evaluar, porque si no se evalúa no se sabrá las fallas que habrá dentro de cualquier empresa, como consecuencia no se podrá mejorar.

MINCETUR (2013) señala que la finalidad del proceso de evaluación es constatar si la compañía está aplicando los procesos, conocimientos y valores sistematizados como las buenas prácticas de las organizaciones turísticas, por otro lado, también permite evaluar el desempeño de las empresas turísticas.

De la Parra (1995) nos indica sobre la evaluación de la calidad que debe tener una serie de beneficios:

- Optimizar la satisfacción del cliente.
- Perfeccionar los servicios o productos.
- Optimizar los procedimientos y los procesos.
- Optimizar la disposición del lugar del trabajo y la institución.
- Lograr la eficacia de las actividades.
- Disminuir el agotamiento innecesario.
- Optimizar el clima laboral.
- Reorganizar mejor el liderazgo.

### **2.3. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de las agencias de viajes**

- **Marco normativo de las agencias de viajes a nivel nacional**

Como toda empresa que tiene una actividad económica, están sujetas a las leyes y reglamentos que orientan sus actividades.

#### **a) Ley General de Turismo 29408**

La Ley General de Turismo contempla en su Capítulo IV los deberes de las empresas que se dedican a brindar servicios vinculados con el turismo.

- Cumplir con los parámetros establecidos para su funcionamiento y el desarrollo de su actividad.

- Contribuir a cuidar el medioambiente y las costumbres de las comunidades, realizando sus actividades en el marco de lo establecido en las normas.
- Durante la prestación de los servicios se pueden presentar hechos que se relacionan con la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes u otro tipo de actividad delictiva, siendo obligación de la empresa realizar la denuncia ante las autoridades competentes.
- Brindar información detallada a los turistas antes de realizar el contrato de los servicios, incluyendo información sobre las condiciones del servicio y características del destino a visitar.
- Brindar su servicio dando cumplimiento a las condiciones previamente pactadas.
- Contar y mantener en óptimo estado la infraestructura y mantener capacitado al personal, demostrando un compromiso con la calidad.
- Desempeñar adecuadamente cumpliendo con las disposiciones en la seguridad, salud y la protección al cliente, durante las prestaciones de los servicios, de igual manera facilitar el acceso a clientes que tengan discapacidad.
- Comunicar a los clientes sobre las normas que tengan cada patrimonio natural y cultural, como de igual manera la preservación del medio ambiente y del patrimonio.
- Estar informando oportunamente y consistente en la actualización del sistema de información turística.

#### **b) Reglamento de las agencias de viajes**

MINCETUR (s/f) como ente oficial, ha determinado los requisitos o estándares mínimos que deben cumplir las agencias de viajes.

En el Decreto Supremo N° 026-2004. En el art. 9 sobre las condiciones que deben cumplir las agencias de viajes son:

- El establecimiento debe contar con acceso libre al público, para la mejor atención al cliente, pudiendo desarrollar sus actividades en la recepción de los establecimientos de hospedaje, de servicio de transporte, terminales terrestres o aéreos.
- Contar con el personal adecuado y calificado para la mejor atención al cliente, como también el mejor equipo para sus actividades, como computadoras, teléfono, etc.

En el Reglamento de Agencias de Viajes, se señala que de los requisitos mínimos que deben cumplir las agencias de viajes son:

Presentar una declaración jurada, que no tiene ningún costo alguno en el plazo de 30 días iniciada su actividad, como también las agencias de viajes están obligadas a comunicarle al órgano regional competente, cualquier modificación de los datos que se hayan considerado en la declaración jurada, el plazo para informar no debe ser mayor a 15 días calendario, contando a partir de la fecha que lo modifiko. Los datos que se tendrán en la declaración jurada:

- Razón o denominación social.
- Nombre comercial.
- Dirección.
- Nombre del representante legal.
- Número del registro único de contribuyentes (RUC).
- Teléfono.
- Fax.
- Correo electrónico (de ser el caso).
- Página web (de ser el caso).

### **2.3.2. Estándares de calidad en el servicio de las agencias de viajes**

Marketing Publishing (2007) considera que la única forma de controlar la calidad es definiendo objetivos, estándares y normas que establecen las condiciones de calidad de las empresas, en este sentido no se tendrá que estar en supervisión de los productos uno a uno, ya que las mismas empresas tiene todo establecido.

Así mismo, Marketing Publishing (2007) afirma:

Las normas, los estándares y los objetivos cumplen una triple función:

1. Las metas de la calidad se basan en las expectativas de los clientes.
2. Se utiliza para medir los niveles de calidad que las empresas logran.
3. Se les indica a los trabajadores, de acuerdo a las razones de las empresas, las características que deben tener los productos para que sean de calidad.

De la Parra (1995) nos dice que, en la empresa las normas están compuestas por tres partes principales que son:

- Finalidad a propósito.
- Describir lo que se espera.
- Hacer medible el servicio. (p.104)

Hospitality & Service University (s.f.) menciona que, el manual de estándares de servicio, que un estándar es un estatuto conmensurable que narra un nivel de servicio ansiado. Si el servicio cumple con los requisitos que satisfacen las expectativas del cliente, será un servicio confiable con mucha consistencia. Los estándares no solo son para quienes están involucrados en la atención al cliente sino también para los que miden el servicio y el desempeño de los empleados.

#### **2.4. Las buenas prácticas en el servicio de agencias de viajes**

En los últimos tiempos se ha dado a conocer sobre la importancia de utilizar las buenas prácticas en el ámbito del turismo.

Las buenas prácticas se entienden como un conjunto de acciones que han rendido buenos resultados en los servicios en un determinado contexto.

Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas (citado por MINCETUR, 2012) señala que una buena práctica ha sido comprobada su garantía y esta puede ser aplicada en otro contexto, esto nos servirá para estimular nuevas ideas, como también

para que actúe como guía para la obtención de una mayor eficacia y eficiencia, en pocas palabras es para que las empresas aprendan de las experiencias y aprendizajes de otras empresas.

MINCETUR (2012) indica que, la buenas prácticas no salieron de la nada o porque a alguien se le ocurrió, si no que han sido identificadas con la observación y el análisis de las experiencias exitosas, de esta manera nacieron las buenas prácticas, con ejemplos del día a día, así el empresario se inspire y mejore con la experiencia y tenga una mejor calidad en su servicio o producto.

Para el servicio Nacional de turismo de Chile – SERNATUR (2011) las buenas prácticas son ejercicios que previenen, corrigen y/o mejoran algunos aspectos del desarrollo turístico, siendo aplicables en todas las áreas de la empresa. Al respecto MINCETUR (2010) dice que son modelos de las experiencias positivas, que han obtenido resultados satisfactorios, que pueden ser adaptadas al contexto.

Para Van Duynen y Carré (2011) estas permiten la mejora constante de las empresas turísticas y se deberían aplicar en las áreas operativas y de gestión. Esto tiene que pasar por un proceso que es necesario, cambios de actitud y de gestión. Tomarlas como un estilo de vida y modo de pensar dentro de la organización para que esta logre un cambio en el sector turístico, como también en la sociedad.

#### **2.4.2.1. Beneficios de las buenas prácticas**

Van Duynen y Carré (2011) señalan que, al aplicar las buenas prácticas en las empresas, ciertamente se obtendrán beneficios para las organizaciones como para el cliente; teniendo en cuenta que la empresa obtendrá una mejora en la calidad de los servicios, como en su imagen del producto o destino que oferta. Por lo consiguiente habrá un importante incremento económico en la estructura de los costos, siendo así más eficaz el proceso de expandirse a mercados especializados, como también el mejoramiento de la capacidad de poder competir con otras empresas.

PROMPerú (2006) señala estos beneficios para la empresa:

- Acceder a mercados caracterizados por su mayor exigencia y especialización.

- Se irá mejorando la imagen que proyecta la empresa por la acción al respeto del medio ambiente y la sociedad.
- Controlar un mejor consumo de los recursos y hacer más efectivos los procesos productivos.
- Para tener un mejor estado del medio ambiente.
- Optimizar una buena relación con las comunidades locales.
- Si se toma en cuenta el respeto del medio ambiente y la sociedad, se mejorará la imagen de la empresa.

SERNATUR – Chile (2011) señala que, las buenas prácticas tienen entre sus beneficios:

- Reducir los costos variables.
- Incrementar la competitividad en la empresa, para el mejoramiento de la calidad de sus servicios y la responsabilidad con el cuidado del medio ambiente y la sociedad.
- Impulsar las buenas relaciones con las comunidades locales y las aledañas.
- Resguardar el medio ambiente y los recursos naturales.
- Tanto a los clientes, personal de la empresa y los proveedores, se les debe concientizar sobre la importancia de realizar las actividades con un enfoque de sustentabilidad.

#### **2.4.2.2. Características de las buenas practicas**

MINCETUR (2012) nos dice:

Para que las buenas prácticas puedan influir y servir de ejemplo para otras empresas, deben reunir una serie de características, las que se presentan a continuación:

- **Innovación o creatividad:** Siempre se tiene que proponer técnicas nuevas, novedosas, métodos que nos ayuden a ser más productivos, estilos de trabajo que sean ejecutados satisfactoriamente.
- **Eficacia/impacto:** se espera un gran éxito en el alcance de las metas propuestas y la obtención de resultados positivos.

- **Replicabilidad:** se tiene que compartir la experiencia a aquellos que lo llevaron a su éxito, para así adecuarse a nuevos contextos y factores diferentes.
- **Sostenibilidad:** Lograr la satisfacción de las necesidades actuales, pero sin comprometer la seguridad de generaciones futuras.
- **Pertinencia:** Se observa la experiencia realizada, para las oportunidades de negocios, las necesidades que el cliente requiere y la problemática del sector.
- **Eficiencia y ejecución:** Obtención de resultados buenos, consumiendo muy poco tiempo, energía y recursos.

### **2.4.2.3. Estándares en el servicio de las agencias de viajes derivados de las buenas practicas**

#### **2.4.2.3.1. Estándares de buenas prácticas en la gestión administrativa**

Para Casanueva y otros (2000)) la administración es el procedimiento de ejecutar actividades pertinentes con un grupo de personas, que sean capaces y eficientes en la elaboración de sus trabajos.

Rainforest Allience (s.f.) señala que es la base de toda la operación de la empresa, las personas tienen que ser responsables para obtener resultados positivos, la administración organiza a la empresa y gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades.

#### **2.4.2.3.2. Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura**

Martin (2004) comenta que así sea el factor humano el determinante, nunca hay que dejar de lado el aspecto de la infraestructura; siempre hay que estar atentos de las instalaciones, equipos y materiales que se encuentren dentro de la empresa, pero tampoco olvidar la higiene y seguridad.

#### **2.4.2.3.3. Buenas prácticas en la gestión de servicios**

En la actualidad es muy importante brindar un buen servicio a nuestros clientes, ya que eso hará que se hable bien de la empresa, instituto u organización, así los clientes se irán contentos, como también recomendaran la empresa.

#### **2.4.2.3.4. Buenas prácticas en gestión medioambiental**

En estos tiempos es muy importante la conservación del medioambiente, ya que estamos agotando los recursos naturales del planeta, por esta razón tenemos que formar estrategias y contribuir al cuidado del medio ambiente.

Para Casanueva, y otros (2000) la actividad turística en estos tiempos depende mucho de la naturaleza, como vemos con el turismo ecológico y medioambiental, pero antes el turismo era considerado un problema para el medio ambiente, porque no se respetaba nada y solo se explotaba para la solvencia económica, pero ahora gracias al turismo se está promoviendo el cuidado al medio ambiente y tener más conciencia sobre esto.

MINCETUR (2012) manifiesta que las buenas prácticas medioambientales son una serie de ejemplos y sugerencias que ayudan a que la empresa cuide o minimice su impacto en el medio ambiente, estas medidas evitarán que haya riesgos para el medio ambiente o acción parecida, y así tener un impacto ambiental positivo.

Casanueva, y otros (2000) nos mencionan las razones para la gestión medio ambiental:

- Los organismos del sector público tienden a requerir los servicios de empresas que tengan respeto al medio ambiente.
- Las concientizaciones ecológicas de los viajes hacen que se prefieran empresas que muestren un comportamiento amigable hacia el medio ambiente.
- El ecologismo posibilita crear una imagen positiva para la empresa ya que “Lo verde vende”.
- La gestión ambiental adecuada, del consumo de luz y agua, ayuda a la reducción de costes para la empresa.
- Se debe conseguir una mejor relación con la población y las autoridades, trabajando en conjunto para una imagen positiva y espíritu de cooperación.
- Aumentar la motivación de los colaboradores que tomen conciencia de la necesidad de una conducta ecológicamente amigable.

Casanueva, y otros (2000) manifiestan que en toda empresa debe existir un proyecto de protección medio ambiental, este proyecto debe orientar a la empresa y al personal para el cuidado del planeta. Esto se define como objetivos medioambientales de la organización. Para lograr cumplir estos objetivos medio ambientales tenemos que diseñar planes de acción, donde se describan las actividades exactas que se tiene que hacer y delegando las funciones.

Este proyecto se da en varios niveles:

- **La tecnología:** en este tiempo la tecnología está siendo de gran ayuda para el cuidado del medio ambiente.
- **La estructura:** Es importante adaptar la empresa a estos nuevos parámetros medioambientales, es necesario asignar un responsable del cuidado de medio ambiente en la organización.
- **Los recursos humanos:** Se tiene que involucrar a todos los miembros de la organización para tener éxito en el sistema de gestión medioambiental.
- **Comunicación e influencia sobre el entorno:** el comportamiento medioambiental no solo se debe quedar en la empresa, más bien es de mucha importancia compartir esta actitud, se debe propagar por todo el entorno para contribuir.

Rainforest Alliance (2006) menciona que, al cuidar el medio ambiente se reducen los costos haciendo más valiosos los servicios turísticos. Muchos más clientes prefieren las empresas que sean amigables con el cuidado del medio ambiente.

#### **2.4.2.3.5. Buenas prácticas en la gestión socio-cultural**

Rainforest Alliance (s.f.) señala que la empresa siempre debe considerar a la comunidad como un mercado, y que también se deben apoyar entre sí, ya que es otro agente de servicios, si tiene una comunicación adecuada, la empresa no solo crecerá sino también la comunidad para así poder cumplir con la responsabilidad social y beneficiarse mutuamente.

Por otro lado, Casanueva, y otros (2000) señalan que, lo que incide más en el sector turístico son los factores culturales y sociales.

Rainforest Alliance (2006), señala que la empresa no puede comportarse como alguien ajeno a la comunidad que solo llega a incomodar y destruir. Cada vez que se usa un recurso turístico se debe dar algo a cambio. La organización debe trabajar junto a la comunidad para que crezcan juntos, la empresa aportando a la comunidad haciéndola más atractiva para el turismo.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Diseño de la investigación

La investigación adoptó un diseño de caso único transversal, al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2010) indican que “Los diseños de investigación transversal, recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.” (p. 151)

Por otro lado, Hernández Sampieri y Mendoza (citado por Hernandez y otros 2010) indican:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (p. 546)

La investigación correspondió a un nivel exploratorio y descriptivo, Hernández Sampieri, y otros (2010)

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (p. 79)

Con relación al nivel descriptivo Hernández Sampieri, y otros (2010) señalan “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p. 80)

### **3.2.Caso**

El caso que se investigó fue la Agencia de viajes “Viajeros Tours”, una empresa turística, dedicada al rubro de agencia de viajes, ubicada en Manuel Ruiz “Galerías Chip” en la ciudad de Chimbote, con 03 años de servicio. Se investigó aspectos vinculados con su historia, organización, oferta y demanda y el perfil del personal; siendo la parte central la evaluación del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa; el equipamiento e infraestructura; la gestión del servicio; la gestión medioambiental y la gestión sociocultural.

### **3.3.Definición y operacionalización de las variables**

#### **a) Definición conceptual**

Para la investigación de la evaluación de la calidad del servicio está dada por el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas Mincetur (2012) señala: Según el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una buena práctica es una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra, tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta.

Es este sentido, las buenas prácticas son el resultado de experiencias exitosas, y a partir de ello puede ser aplicado en otras empresas como herramienta para lograr una mayor eficacia y eficiencia del servicio.

## b) Definición operacional

Operalización de las variables

Variable	Dimensión	Sub dimensión	Indicadores	Medición
Buenas prácticas en la gestión administrativa		Planificación	4 Estándares	Cumple/No cumple
		Organización	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de calidad	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de recursos humanos	15 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de suministros y proveedores	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de seguridad	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión financiera y contable	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de comunicación y marketing	12 Estándares	Cumple/No cumple
Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura		Exterior	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Oficinas	10 Estándares	Cumple/No cumple
Buenas prácticas en gestión del servicio		Diseño de paquetes Turísticos	7 Estándares	Cumple/ No cumple
		Información y asesoría al cliente	9 Estándares	Cumple/No cumple
		Reservas	15 Estándares	Cumple/No

			cumple
	Operación del servicio	9 Estándares	Cumple/No cumple
Buenas prácticas medioambientales	Uso del agua	5 Estándares	Cumple/No cumple
	Uso de energía	8 Estándares	Cumple/No cumple
	Consumo de productos	7 Estándares	Cumple/No cumple
	Gestión de residuos	3 Estándares	Cumple/No cumple
	Adaptación al medio	1 Estándar	Cumple/No cumple
Buenas prácticas socioculturales	Apoyo a la cultura local	4 Estándares	Cumple/No cumple
	Apoyo a la comunidad local	9 Estándares	Cumple/No cumple

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Los estudios de casos permiten emplear una serie de técnicas e instrumentos de investigación que permiten obtener tanto datos cuantitativos como cualitativos; las técnicas que se emplearon en la investigación han sido la observación, la entrevista y la revisión documental; para Canales, De Alvarado y Pineda (1986) la observación es “Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el problema que se estudia.” (p. 160); esta técnica se apoyó en el uso de cinco (5) guías de observación, las cuales han estado orientadas a evaluar el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativas; al equipamiento e infraestructura; a la gestión del servicio; a la gestión medioambiental y la gestión sociocultural, cada una de las cuales se descompone en sub dimensiones; las cuales fueron validadas a través del juicio de expertos en el tema de certificación en base a la aplicación de buenas prácticas. Además, se empleará la cámara fotográfica para el registro de las imágenes más significativas.

Otro instrumento empleado fue el cuestionario, Hernández y otros (2010) indican con relación al cuestionario “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.” (p. 217); el cuestionario está conformado de preguntas cerradas y abiertas; se aplicó con la finalidad de obtener información sobre las características del personal de la empresa, tanto administrativo como operativo; la modalidad de aplicación del instrumento fue a través de una entrevista personal, al respecto Hernández Sampieri, y otros (2010) señalan que “Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas.” (p. 239)

Para la recolección de los datos cualitativos se empleó la técnica de la entrevista semiestructurada, Hernández Sampieri, y otros (2010) indican que, las entrevistas cualitativas se definen como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Con relación a las entrevistas semiestructuradas, señalan que se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador

tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados.

La entrevista se aplicó al propietario del establecimiento con la finalidad de obtener información sobre la historia, organización, demanda y oferta del establecimiento, esta técnica se apoyó además de la guía de preguntas en el uso de una reportera y una libreta de campo.

### **3.5. Plan de análisis**

Para el procesamiento de los datos que se obtuvieron a partir de la aplicación de los cuestionarios al personal y las cinco guías de observación se empleó el programa Microsoft Excel, para el análisis de los datos se aplicó medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentaron en tablas y figuras estadísticas.

La información que se obtuvo a través de la aplicación de las guías de observación se organizó agrupando los resultados por cada una de las dimensiones de la variable en estudio y de manera global en tablas estadísticas.

Respecto a la información que se obtuvo por medio de la aplicación de la entrevista semiestructurada y de la observación, se realizó a través de un análisis cualitativo describiendo el comportamiento de cada una de las variables en estudio.

Previo a la recolección de datos se estableció contacto con el propietario del establecimiento con la finalidad de coordinar las fechas de las visitas tanto para las entrevistas, la aplicación de los cuestionarios al personal que labora en la empresa, como para la evaluación de la calidad del servicio en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas.

Etapas de la recolección de datos:

**Primera etapa:**

Entrevista con el propietario del establecimiento, quien proporcionó datos sobre:

- Historia de la empresa y su evolución
- Organización de la empresa
- Oferta y la demanda

**Segunda etapa:**

Se aplicó de los cuestionarios a todo el personal que labora en la empresa, con lo cual se obtuvo datos para estructurar el perfil del personal tanto administrativo como operativo.

**Tercera etapa:**

Se aplicó las cinco guías de observación para evaluar la calidad del servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas.

En todas las etapas de la recolección de datos se registró imágenes, con la autorización previa del propietario de la empresa.

### 3.6. Matriz de consistencia

Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	VARIABLES Y DIMENSIONES	Caso	Diseño	Instrumento
¿Cuál es la calidad del servicio de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en Chimbote, en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2017?	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Evaluar la calidad del servicio de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en Chimbote, en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las principales características de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en Chimbote, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal.</li> <li>• Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en la ciudad de Chimbote, en el año 2017.</li> <li>• Evaluar y describir el cumplimiento de</li> </ul>	<p>Evaluación de la calidad del servicio</p> <p>Cumplimiento de buenas prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión administrativa</li> <li>- Equipamiento e infraestructura</li> <li>- Gestión del servicio</li> <li>- Gestión medio ambiental</li> <li>- Gestión socio cultural</li> </ul>	Micro empresa dedicada al rubro de agencia de viajes.	<p><b>Tipo:</b> Estudio de caso único</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> Transversal</p>	<p>Guías de observación</p> <p>Guías de observación</p> <p>Cuestionario estructurado</p>

	<p>estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en la ciudad de Chimbote, en el año 2017.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en la ciudad de Chimbote, en el año 2017.</li> <li>• Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en la ciudad de Chimbote, en el año 2017.</li> <li>• Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural de la Agencia de Viajes Viajeros Tours en la ciudad de Chimbote, en el año 2017.</li> </ul>				
--	---	--	--	--	--

### 3.7.Principios éticos

La investigación se consideró los principios de beneficencia y no maleficencia, justicia, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, integridad científica y libre participación y derecho a estar informado.

- **Beneficencia de no maleficencia:** En todo el proceso de investigación, se aseguró el bienestar de todas las personas involucradas.
- **Justicia:** Se procedió de carácter razonable, justo y equitativo, en la elaboración de la investigación.
- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** En todas las fases para la elaboración de la investigación, se ha procedido cuidando el medio ambiente.
- **Integridad científica:** Se ha seguido de manera ética en la elaboración de todas las fases, para obtener la investigación final.
- **Libre participación y derecho a estar informado:** La obtención de la información se llevó a cabo respetando la libertad de expresión, las ideas y opinión de los participantes.

## **IV. RESULTADOS**

### **4.1.Resultados**

#### **4.1.1. Características de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017**

##### **Historia de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017**

La agencia de viajes “Viajeros Tours” tuvo sus inicios en el año 2014, la fundó Marco Antonio Castillo García, propietario de la empresa actualmente. La idea surgió primero como un interés sobre el turismo por parte del propietario de la empresa; comenzó cuando tenía un programa de televisión en la ciudad de Chimbote, y tuvo el interés de hacer un video sobre la Isla Blanca que se encuentra ubicada en el distrito de Chimbote. Zarpó a la isla con solo el interés de hacer un video para un reportaje, pero al llegar y realizar el video, se dio cuenta que el turismo le habría interesado al conocer más lugares localizados en la provincia del Santa, he ahí que comenzó a tomar el turismo como algo valioso para la localidad.

Comenzó a hacer viajes con grupos de amigos para conocer los lugares turísticos que cuenta la provincia del Santa. El interés fue creciendo poco a poco por el turismo, ocurriéndosele crear una página en la plataforma de Facebook llamada “Viajeros Tours”, colocaban fotos de los lugares que visitaban para que las personas puedan realizar estos viajes en la provincia del Santa y ayudar a la comunidad con el turismo.

No tuvo en cuenta que la demanda de las personas por saber cómo llegar a los lugares que “Viajeros Tours” promocionaba, se iba a incrementar; comenzó a hacer tours con grupos pequeños de personas, luego la demanda iba creciendo gracias al marketing entre personas, empezando a diseñar paquetes turísticos en la provincia del Santa, haciendo videos, llamando el interés de las personas por conocer estos lugares, que no llegan a ser atractivos turísticos, pero si recursos.

Hoy en día trabaja en conjunto con la Municipalidad para promover el turismo en la provincia del Santa, hacen viajes para conocer nuevos lugares que a los turistas les pueda llamar el interés por conocerlos, realizando paquetes turísticos. Como parte de su

visión, considera que la población con la ayuda del turismo pueda beneficiarse mutuamente y seguir brindando un servicio de calidad y cultura como lo siguen realizando hoy en día.

De sus inicios como una empresa que solo brindaba información por la plataforma de Facebook, pasó a tener un espacio como oficina en la misma casa del propietario. Pero al crecer la demanda, se presentó la oportunidad de alquilar un espacio que funciona como oficina y reservas en la galería la Gran Vía, oficina 15 segundo piso, ubicada en el jirón Espinar 529 Chimbote. Hoy en día tienen la meta de ir expandiéndose, la municipalidad al tener un convenio les brindara una caseta que se encuentra ubicada en el mismo centro de Chimbote, donde serán más visibles para brindar información a las personas que transiten.

A pesar de que las personas que viven en Chimbote no toman el turismo como importante fuente para el comercio, Marco Antonio y sus compañeros de la empresa, siguen en pie trabajando con esfuerzo y sacrificio por el turismo. Los mayores logros que han obtenido con mucho esfuerzo durante estos años es el crecimiento de su cartera de clientes, ir mejorando en el servicio que brindan, y ser una empresa reconocida a nivel local. Gracias a esta empresa se puede ver que el turismo puede ser una fuente importante para el comercio no solo para ellos sino también para las localidades, donde hay atractivos y recursos turísticos, y así beneficiarse ambas partes.

#### **4.1.2. Organización de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017**

En la actualidad la organización de la empresa “Viajeros Tours” no es muy compleja, ya que al ser una MYPE; solo cuenta con un admirador, y 3 estudiantes que apoyan a la empresa en las reservas, o cuando salen de excursión ayudando a organizar bien los grupos, demás cuenta con un trabajador que se encarga del área de marketing. El administrador es el que asume casi todas las funciones de la empresa.

- **Organigrama de la empresa tour-operador “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017**

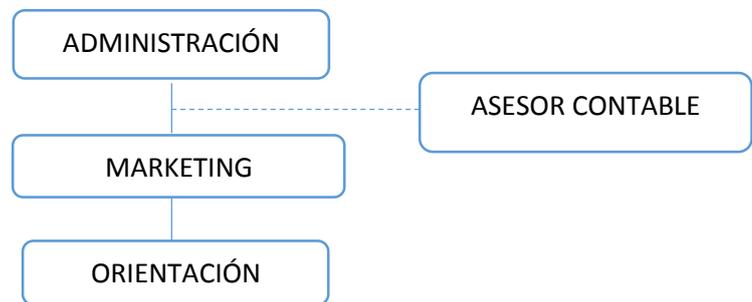


Figura 1: Elaboración propia con la información de la empresa.

Se le presentara las funciones de cada cargo:

- Administrador:** La administración se encuentra a cargo del propietario de la empresa tour-operador “Viajeros Tours”, quien desarrolla las siguientes funciones:
  - Administración.
  - Contratar personal.
  - Ofrecer los paquetes turísticos.
  - Brindar información a las personas.
  - Coordinar con los proveedores.
  - Encargado de las redes sociales.
  - Realizar los paquetes turísticos.
- Marketing:** el área de marketing está a cargo de un personal que tiene conocimiento sobre diseño y fotografía, que desarrolla las siguientes funciones:
  - Diseñar la publicidad de la empresa.
  - Diseña videos de promociones.
  - Tomar fotografías en las excursiones.
- Orientadores turísticos:** La función de los orientadores turísticos están a cargo de jóvenes estudiantes de la carrera de Administración Hotelera y Turismo en la universidad San Pedro, los cuales ellos desarrollan ciertas funciones:
  - Guiar a los turistas.

- Brindar información durante el trayecto de la excursión.
- Brindar seguridad a los turistas.
- Difundir los atractivos turísticos que cuenta la localidad.

#### 4.1.3. Oferta y demanda de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017

- **Oferta de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017**

Las ofertas que brinda la empresa “Viajeros Tours”, son diversos paquetes de servicios turísticos completos, diseñados por la misma agencia mediante una investigación de campo realizada, los cuales son ofrecidos con la responsabilidad y profesionalismo que ameritan, estando a cargo de personal contratado debidamente preparados, para garantizar que el servicio brindado sea de calidad.

Uno de los paquetes que ofrecen es, la Ruta Ancestral, que se localiza en el distrito de Nepeña, un hermoso valle con un gran valor histórico y deliciosa gastronomía, que emplea en su ruta el seguimiento del rastro en Huaca Culebra, una serpiente inmortalizada en la cima de una piedra. El tour al Valle de Nepeña también presenta la imponente ciudadela de barro de Pañamarca y el Templo de Punkurí, valiosos sitios arqueológicos que permiten comprender el pasado milenario y proyectar el presente y futuro.



Figura 2: Centro arqueológico Punkurí.

Hornillos cuenta con un tesoro natural, la catarata de Hornillos, está ubicada en el distrito de Moro, además cuenta con atractivos turísticos con infraestructuras rústicas, explorar senderos naturales y disfrutar de la gastronomía típica de la localidad, además, revivir la historia y tradición en la Iglesia Santo Domingo de Moro, la plaza cívica, entre otros



Figura 3: Letrero indicativo a Hornillos.

La Isla Blanca está ubicada en la Bahía de Chimbote. Su nombre característico se debe al color blanco del guano de las aves que habitan en ella. Los fines de semana son los días preferidos por los viajeros para recorrer este icónico lugar turístico Chimbotano. Viajeros Tours ofrece el paquete de la ruta marina de naturaleza y aventura, desembarca en la playa Las Conchuelas, continúa con la Ruta del Guano y las figuras de piedra en el Parque Lítico, llegan a El Faro, y culmina con la caminata al asiento Chimú.



Figura 4: Caminata al Faro de la Isla Blanca.

Una nueva aventura de naturaleza, cultura e historia es la Ruta Andina, conocido como el “tour saludable”, en la provincia de Pallasca, cuenta con baños termales de Tablachaca, un destino turístico en el que se puede disfrutar de las aguas medicinales y sus beneficios.

Otra de las maravillas de la naturaleza que brinda Pallasca, es el “Bosque de eucaliptos” donde la respiración se activa por la pureza del aire. Un bosque de eucaliptos con los árboles más altos de la región de Ancash. Además, se encuentra la “Cascada de Aguaytoro”, un lugar de ensueño, de aguas límpidas y mineralizadas, y que los pobladores suelen atribuirle propiedades medicinales.

- **Demanda de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

La demanda de la empresa está conformada por grupos de familias, amigos, empresas y personas interesados en realizar los paquetes o rutas que realiza la empresa “Viajeros Tours”. La demanda potencial de la empresa son grupos pequeños que ven interesantes sus paquetes de turismo que ofrecen mediante la plataforma de Facebook, la empresa hace excursiones a nuevos lugares para que las personas tengan una variedad de atractivos o recursos turísticos; para que las personas se interesen y sean una demanda grande y concurrente.

4.1.1. Perfil del personal de la agencia de viaje “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

TABLA 1: Perfil del Personal de la Agencia De Viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en

Datos generales																										
Sexo				Procedencia						Edad																
Masculino		Femenino		Local		Nacional		Otros países		20-30		31-40		41-50		51-60										
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%									
2	50	2	50	4	100	-	-	-	-	3	75	1	25	-	-	-	-									
Estudios																										
Nivel de estudios											Especialidad vinculada con el puesto															
PI		PC		SI		SC		STI		STC		SUI		SUC		PG		EVP		ENVP						
n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%					
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	25	2	50	1	25	-	-	2	50	2	50					
Desempeño en la empresa																										
Área				Tiempo laborando en la empresa								Capacitación				Tipo de capacitación										
ADM		REC		MAR		OTRO		7-12 meses		1-2 años		3-4 años		5-6 años		SI		NO		ADM		TURISMO		OTROS		
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	25	2	50	1	25	-	-	-	-	3	75	1	25	-	-	1	25	3	75	-	-	1	25	-	-	

Fuente: Entrevistas al personal, Noviembre 2017.

Nivel de Estudios: PI (Primaria inconclusa); PC (Primaria Completa), SI (Secundaria Inconclusa), SC (Secundaria conclusa), STI (Superior técnica inconclusa); STC (Superior técnica completa); SUI (Superior Universitaria Inconclusa); SUC (Superior universitaria completa), PG (Pos grado) Especialidad Vinculada con el puesto: EVP (Especialidad vinculada con el puesto); ENVP (Especialidad no vinculada con el puesto) Área: ADM (Administrativa); REC (Recepción); MAR (Marketing).

La Tabla 1 contiene los resultados obtenidos de las entrevistas que se realizaron al personal de la empresa “Viajeros Tours” que se localiza en la provincia de Chimbote; se presenta los resultados mediante gráficos.

#### **DATOS GENERALES:**

#### **Sexo de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

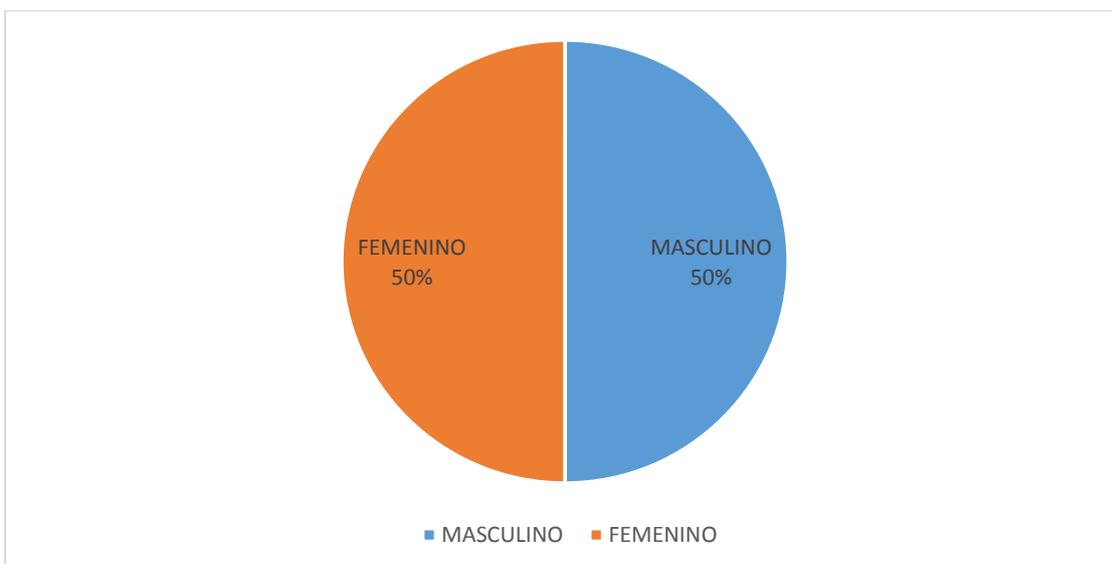


Figura 5: Sexo de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

En la Figura 5 se muestran los resultados sobre el sexo de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours”, donde indica que, de los 4 trabajadores, 2 corresponden al sexo masculino con el 50% y 2 al sexo femenino con el 50%.

**Procedencia de los trabajadores de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

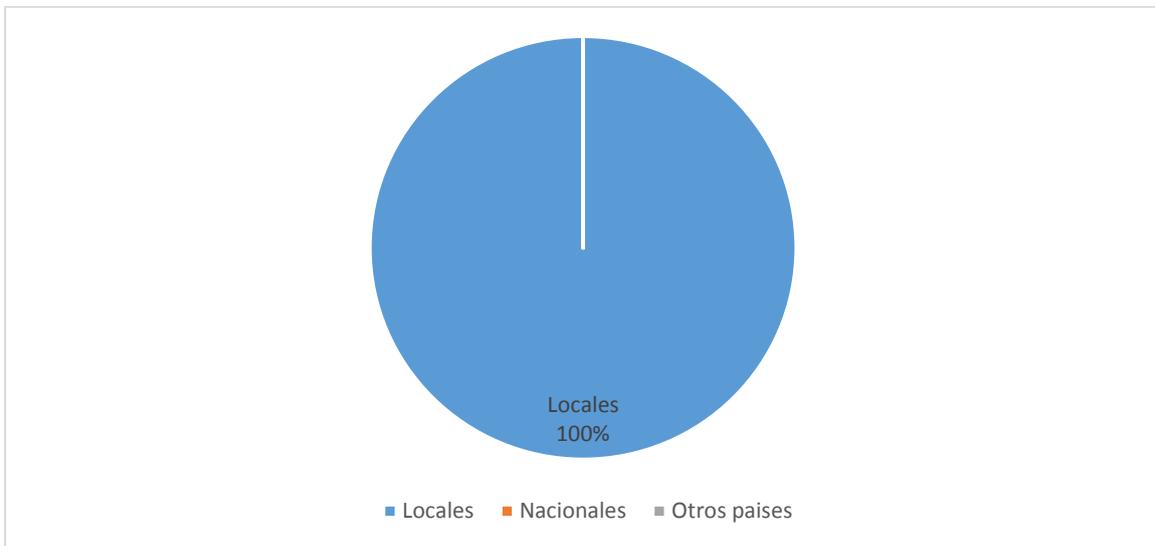


Figura 6: Lugar de procedencia de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

La Figura 6 señala la residencia de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours”, donde se indica que, de los 4 trabajadores, los 4 son del distrito de Chimbote dando como un resultado del 100%.

**Edad de los trabajadores de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

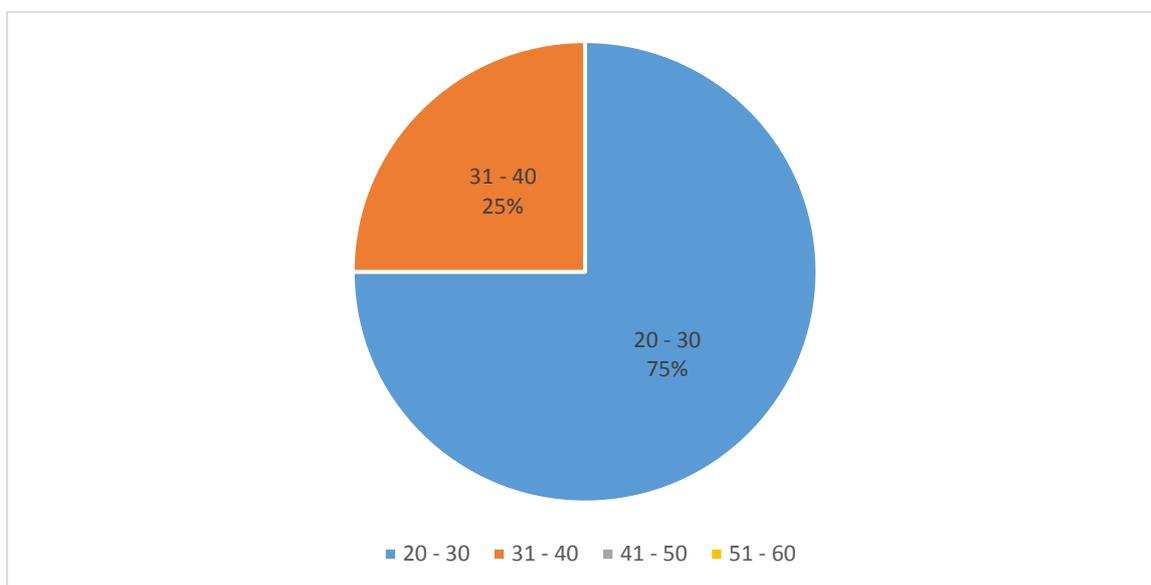


Figura 7: Edad de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

Fuente: Tabla 1

En la Figura 7 se muestran los resultados sobre la edad del personal que trabaja en la empresa “Viajeros Tours”, dando con el resultado que 3 de los 4 trabajadores tienen la edad entre los 20 – 30 años, dando un resultado del 75% y 1 de los trabajadores tiene la edad entre 31 – 40 años dando un resultado del 25%.

## Estudios:

### Nivel de estudios de los trabajadores de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

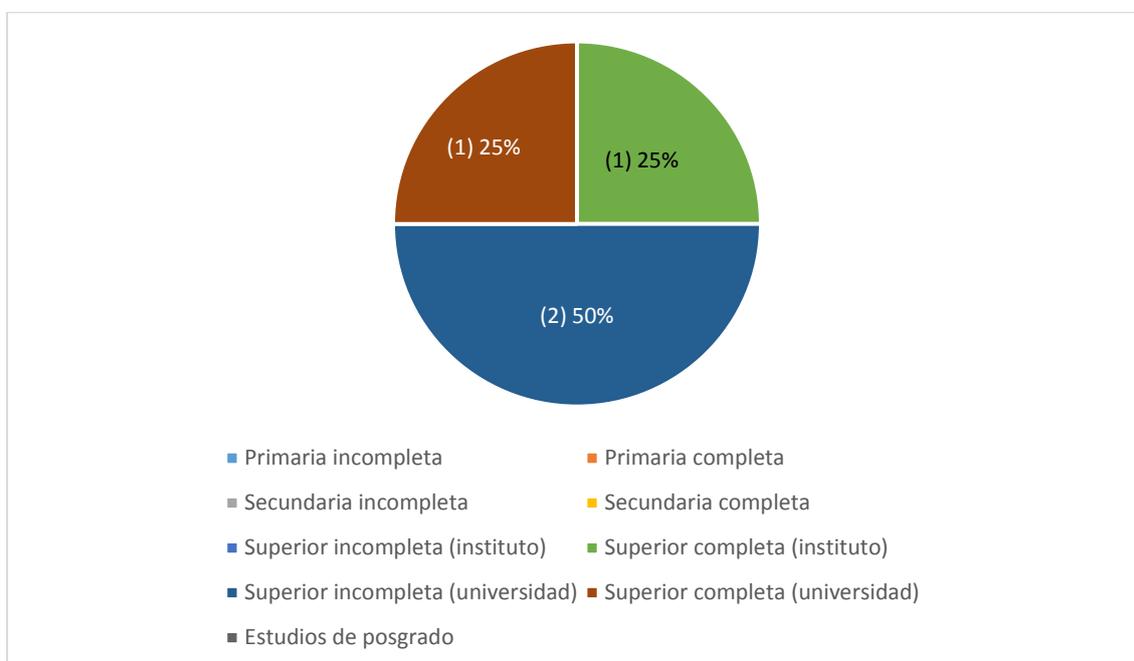


Figura 8: Estudios de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

La Figura 8 muestra los resultados sobre el nivel de estudios de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours”, donde indica que, de los 4 trabajadores, 1 trabajador tiene nivel superior completo (instituto) da un resultado del 25%, 2 de los 4 trabajadores tienen nivel superior incompleto (universidad) dando un resultado del 50%, mientras que superior completa (universidad) sólo posee 1 trabajador dando un resultado del 25%.

**Especialidad vinculada con el puesto de los trabajadores de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**



Figura 9: Especialidad vinculada con el puesto de los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

En la Figura 9 se muestran los resultados sobre la especialidad de los trabajadores vinculada con su puesto de trabajo de la agencia de viajes “Viajeros Tours”, de los 4 trabajadores, 2 tienen una especialidad vinculada con el puesto del trabajo, dando el resultado del 50% y 2 no tienen ninguna especialidad vinculada al puesto del trabajo, por estar cursando estudios universitarios aun no culminados, dando el resultado del 50%.

## Desempeño de la empresa

Área de la empresa donde laboran los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

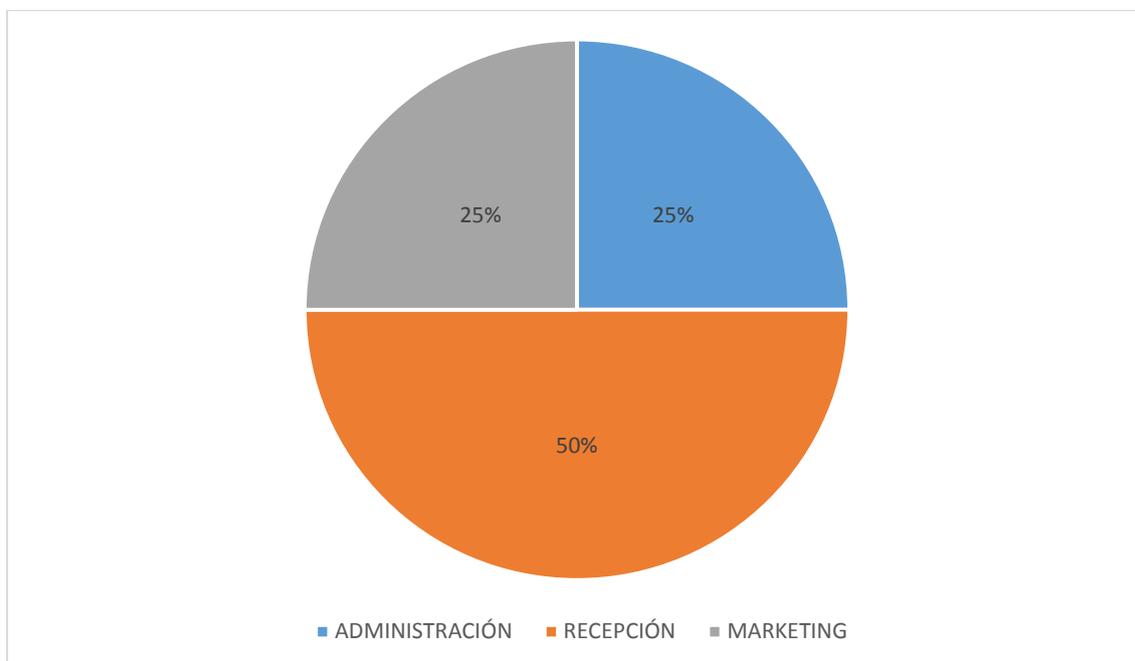


Figura 10: Área de la empresa donde laboran los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” del distrito de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

En la Figura 10 se muestran los resultados sobre las áreas en que se desempeñan los trabajadores de la empresa “Viajeros Tours”, de los 4 empleados, 1 está desempeñándose en el área administrativa con un resultado del 25%, 2 se encuentran en el área de recepción con un resultado del 50% y 1 se desempeña en el área de marketing dando un resultado del 25%.

**Tiempo de los trabajadores laborando en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

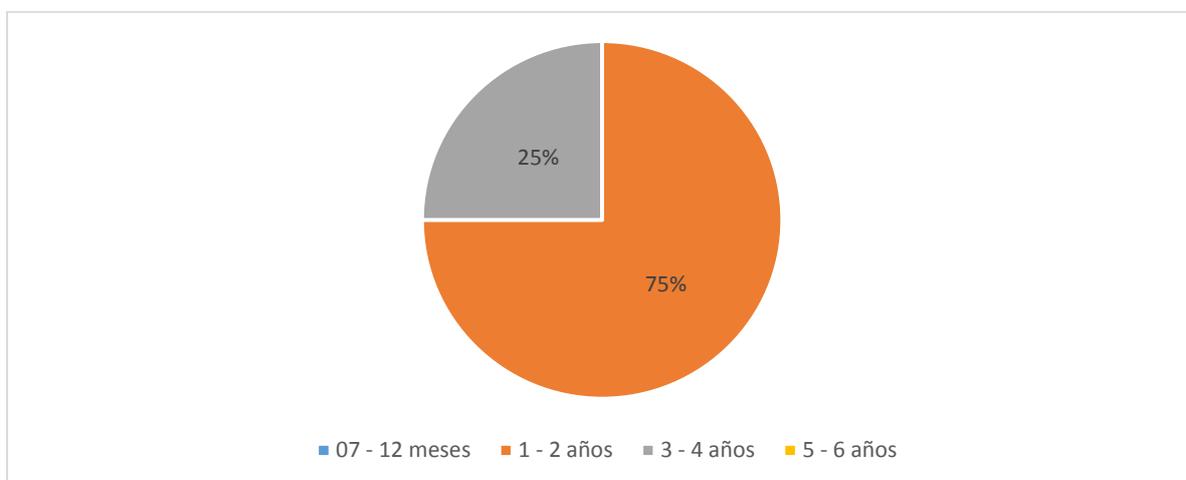


Figura 11: Tiempo de los trabajadores laborando en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

En la Figura 11 se aprecian los resultados sobre el tiempo de los trabajadores laborando en la empresa “Viajeros Tours”, de los 4 trabajadores, 3 están desempeñándose de 1-2 años en la empresa con un resultado del 75% y 1 se está desempeñando de 3-4 años en la empresa dando un resultado del 25%.

**Capacitación de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

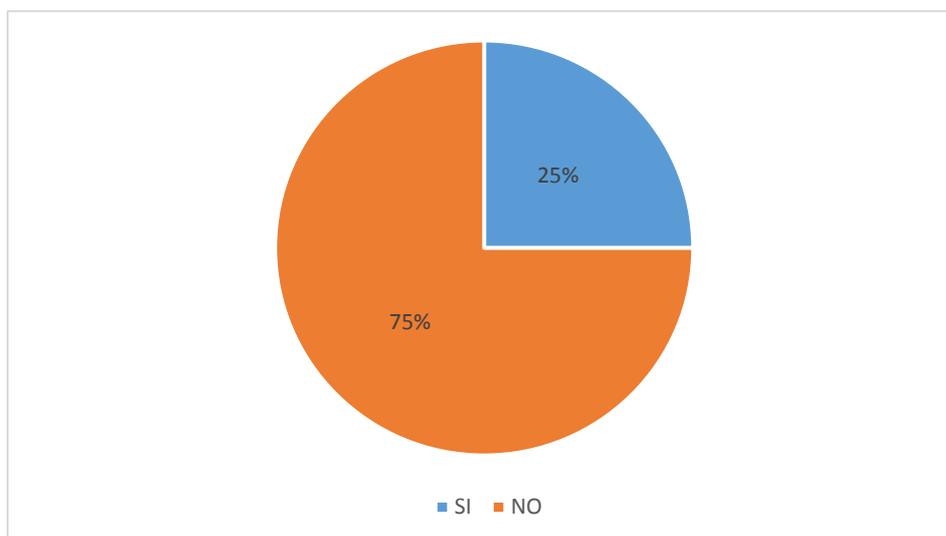


Figura 12: Capacitación de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” del distrito de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

En la Figura 12 se muestra que el personal de la agencia de viajes “Viajeros Tours” del distrito de Chimbote, cuenta con 1 persona capacitada dando un resultado del 25% y 3 de los trabajadores no tienen ninguna capacitación dando un resultado del 75%.

**Tipo de capacitación de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

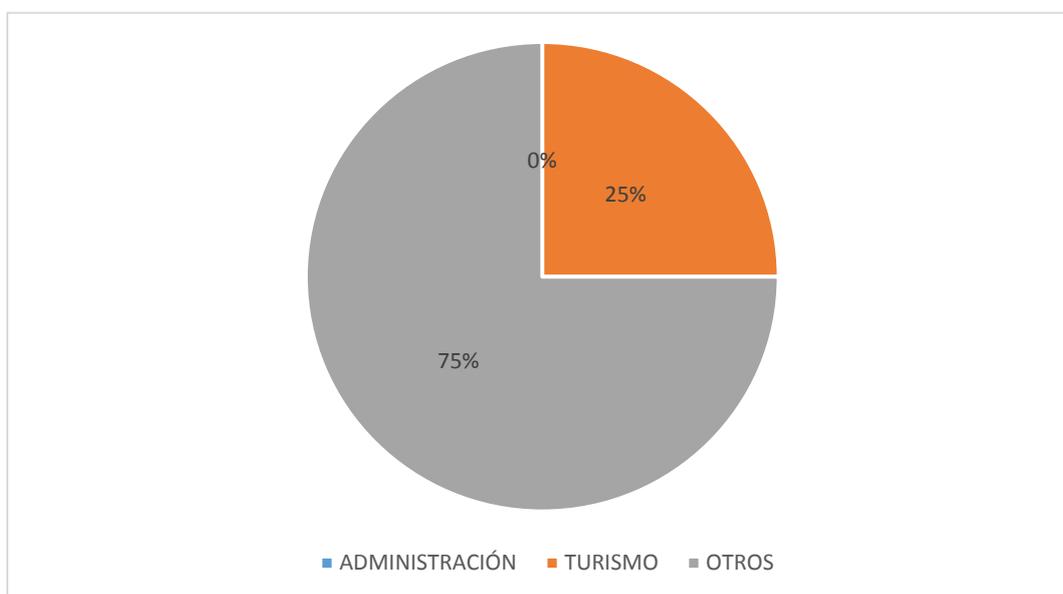


Figura 13: Tipo de capacitación de los trabajadores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 1

La Figura 13 nos muestra los tipos de capacitación que han tenido los trabajadores en la empresa “Viajeros Tours” donde muestra que, de los 4 trabajadores, 1 tiene capacitación es turismo dando como resultado del 25% y 3 no tienen ninguna capacitaciones dando un resultado del 75%.

**4.1.4. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión administrativa de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.**

A continuación, se presentará la tabla de los resultados donde se muestra la información concerniente al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas a la empresa “Viajeros Tours” localizada en la provincia de Chimbote.

Tabla 2: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la gestión administrativa de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluidos	Cumple	No cumple	Evaluidos
Planificación	2	2	4	3,6%	3,5%	7,1%
Organización	0	3	3	0%	5,4%	5,4%
Gestión de calidad	2	4	6	3,6%	7,1%	10,7%
Gestión de recursos humanos	9	6	15	16,1%	1,7%	26,8%
Gestión de suministros y proveedores	3	2	5	5,4%	3,5%	8,9%
Gestión de seguridad	6	2	8	10,7%	3,6%	14,3%
Gestión financiera y contable	2	1	3	3,6%	1,8%	5,4%
Gestión de comunicación y marketing	8	4	12	14,3%	7,1%	21,4%
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	<b>56</b>	<b>57,1%</b>	<b>42,9</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Fichas de observación octubre 2017.

**1. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la planificación de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

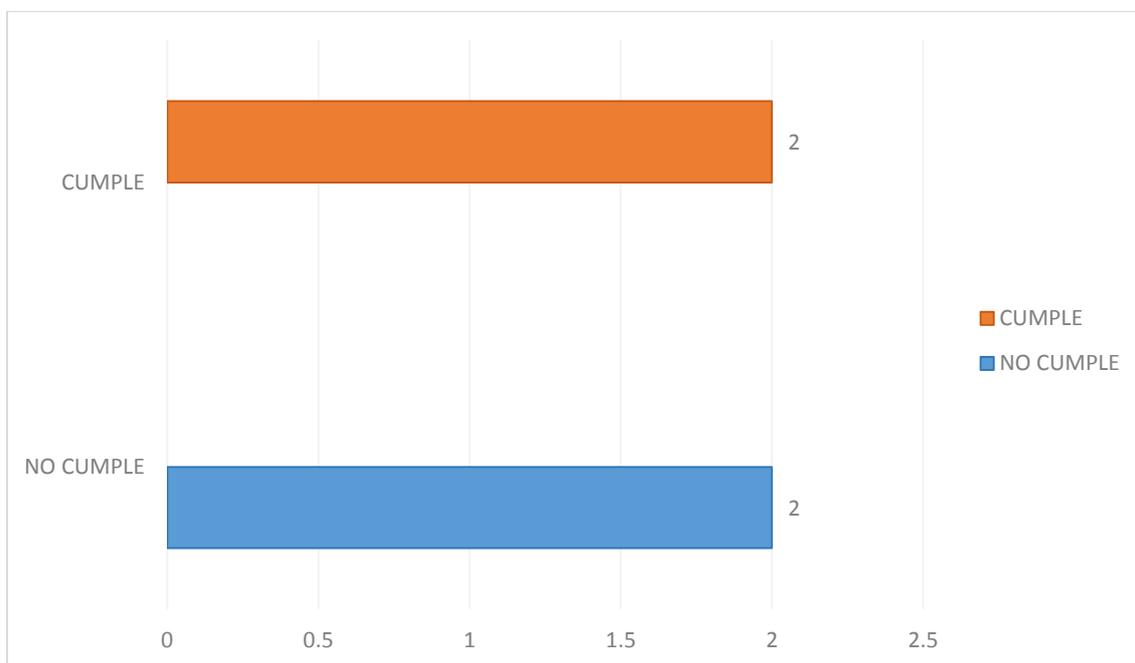


Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de planificación de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 2

Se nos muestra en la Figura 14 los estándares derivados de las buenas prácticas en la planificación de la empresa “Viajeros Tours”, donde de los 4 estándares evaluados, 2 cumplen, la empresa cuenta con política establecida para su empresa, aunque no cumple con 2 estándares evaluados ya que no cuenta con planes operativos para sus distintas áreas, de igual manera no cuenta con un plan de negocios actualmente.

**2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de organización de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

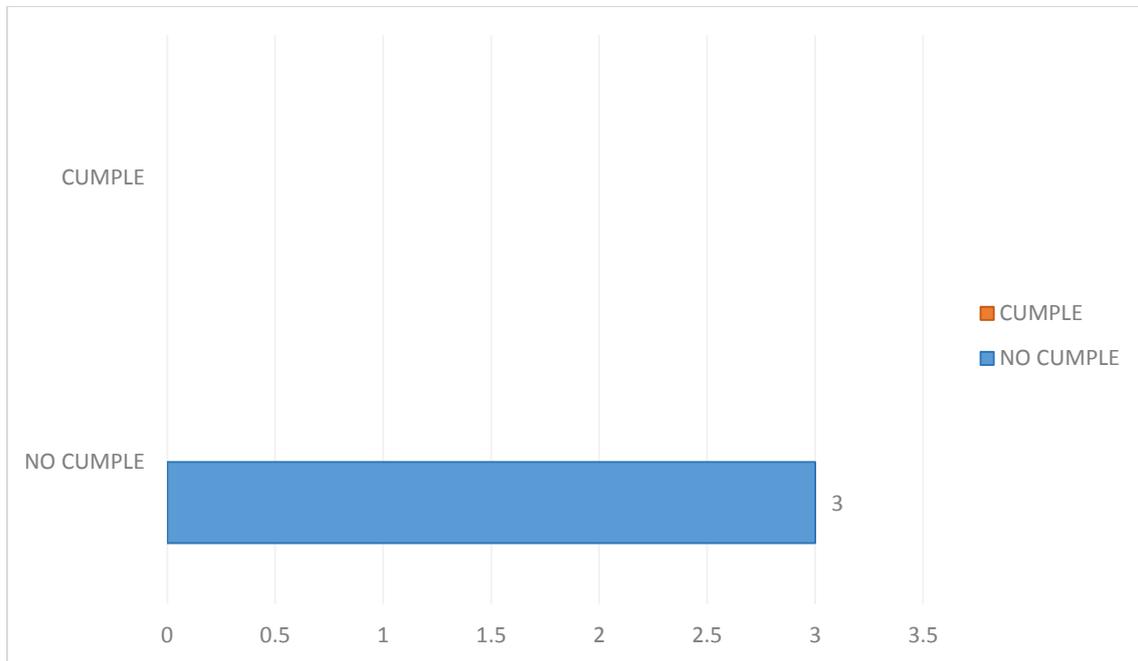


Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de organización de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 2

Se nos muestra en la Figura 15, el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la organización de la empresa “Viajeros Tours”, se evaluaron 3 estándares, de los cuales no cumple los 3 estándares, carecen de un manual de organizaciones y de funciones, no toman en cuenta los documentos de estándares, procesos y requisitos que necesita los servicios, necesitan de igual manera de un manual de procesos y procedimientos.

### 3. Cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de la calidad de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

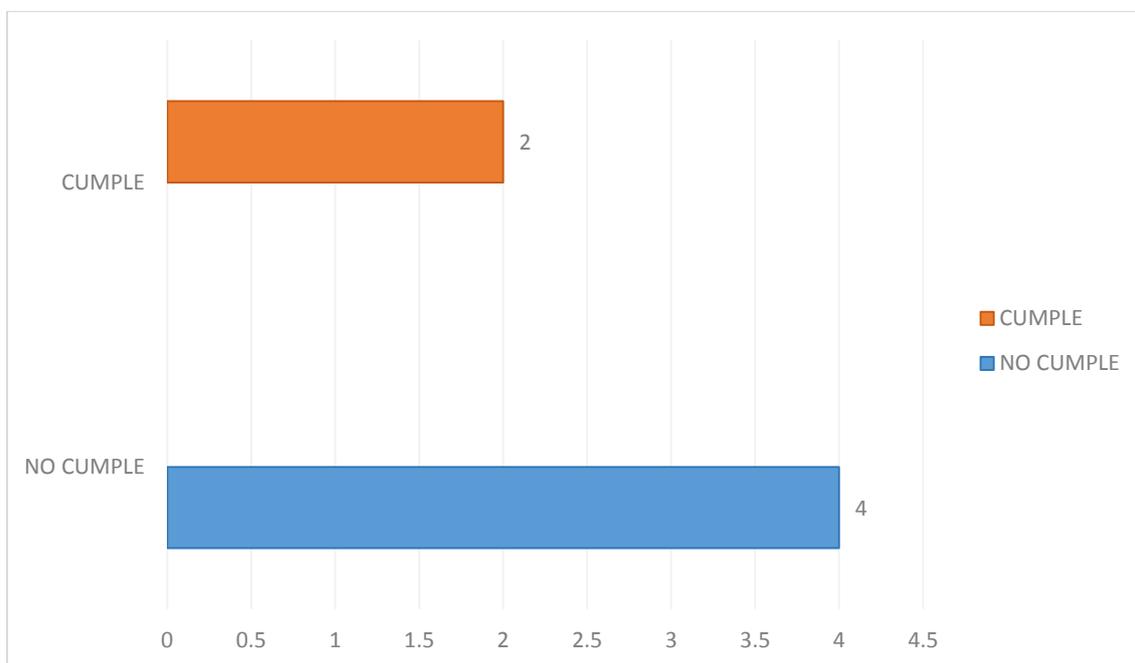


Figura 16: Cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de la calidad de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

Fuente: Tabla 2

En la Figura 16 nos especifica si la empresa cumple con los estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de calidad, fueron evaluados 6 estándares de la gestión de calidad, en donde cumplen con 2 de los estándares; la empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios que brindan, también mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones, y cuenta con 4 estándares que no llegan a cumplir, no cuenta con un sistema de control de calidad del servicio, no realiza auditorías internas periódicas, de igual manera no cuenta con un formato para el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente y no mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias de los usuarios, solo se guían de los comentarios en la plataforma del Facebook.

#### 4. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de recursos humanos de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

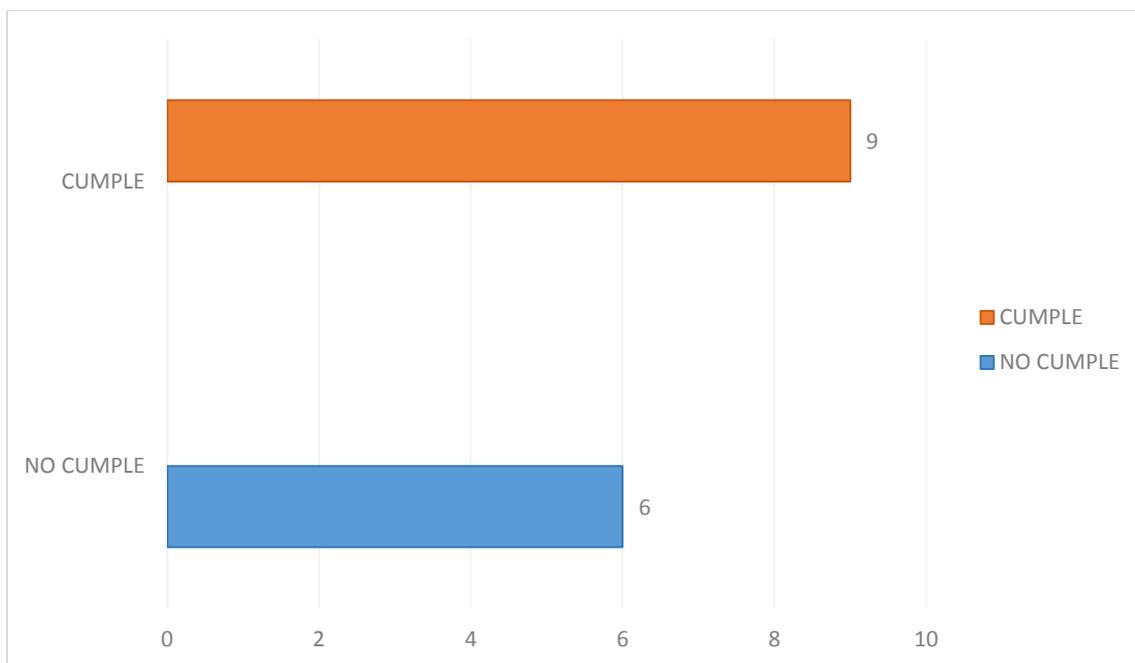


Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de recursos humanos de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 2

Se nos muestra en la Figura 17, los 15 estándares evaluados a la empresa “Viajeros tours”, de los cuales la empresa cumple con 9 estándares los cuales son: precisa los complementos de los sitios de trabajo; resume el proceso de selección del personal; tiene archivos de los datos personal de los trabajadores; como también un esquema en material de inducción para el personal; llevan a cabo encuentros con periodicidad a fin de tratar argumentos relacionados con el trabajo; se da igualdad de oportunidad a los empleados; como fomenta y difunde entre sus empleados las prácticas de valores y los principios morales; informan al personal para que comuniquen sus indicaciones sobre el servicio; pero hay ciertas estándares que no llegan a cumplir como que no evalúa periódicamente el rendimiento del personal; no cuenta con un programa de capacitación; no hay estrategias de motivación; al ser una empresa en proceso de crecimiento, no cumplen con

los horarios de jornada; las remuneraciones solo son en salidas al campo no cuentan con un sueldo fijo y no tienen beneficios por ley.

**5. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de suministros y proveedores de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

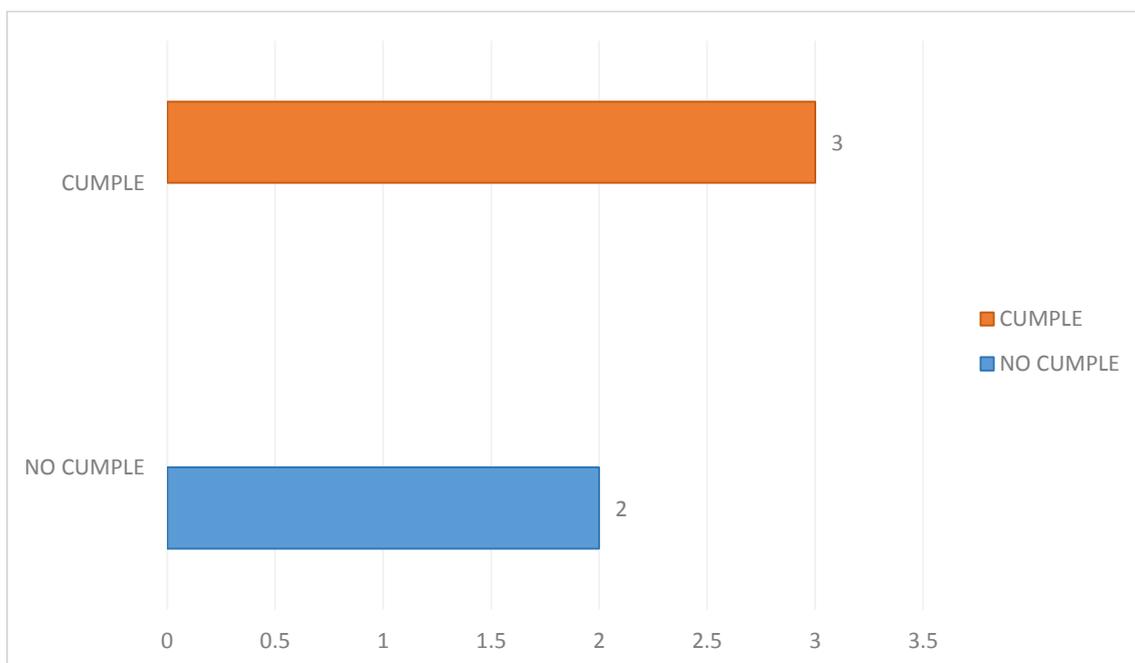


Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de suministros y proveedores de agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 2

Nos da a conocer en la Figura 18, los 5 estándares evaluados a la empresa “Viajeros Tours”; de los cuales 3 cumplen como; definen criterios para elegir a los proveedores; cuentan con registros de los proveedores; y define las condiciones de pedido, entrega y pago; hay 2 estándares que al ser evaluados no cumplen como no cuentan con formatos para realizar los pedidos; y no tienen horarios dentro de la empresa para recibir los pedidos, ya que son las entregas en el campo.

**6. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de seguridad de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

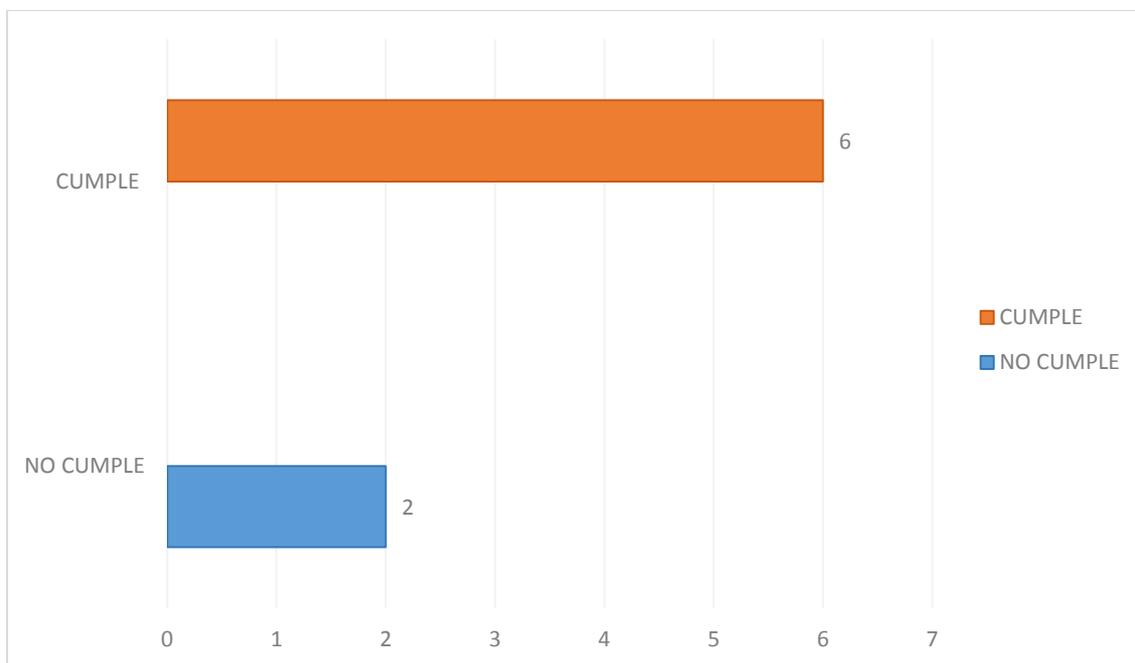


Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de seguridad de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 2

Nos detalla la Figura 19, los 8 estándares evaluados a “Viajeros Tours”, de los cuales 6 de los estándares si cumplen como; identifica sus peligros y riesgos; emplea procedimientos para reducir riesgos y peligros; el personal está capacitado para situaciones de seguridad; cuentan con procedimientos para tener en cuenta acontecimientos; y cuenta con equipo de emergencia como botiquín; cuenta con números de ambulancias de los lugares que visitan; pero 2 de los estándares restantes no cumplen; no realiza simulacros; y no cuenta con certificado de Defensa Civil.

**7. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión financiera y contable de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

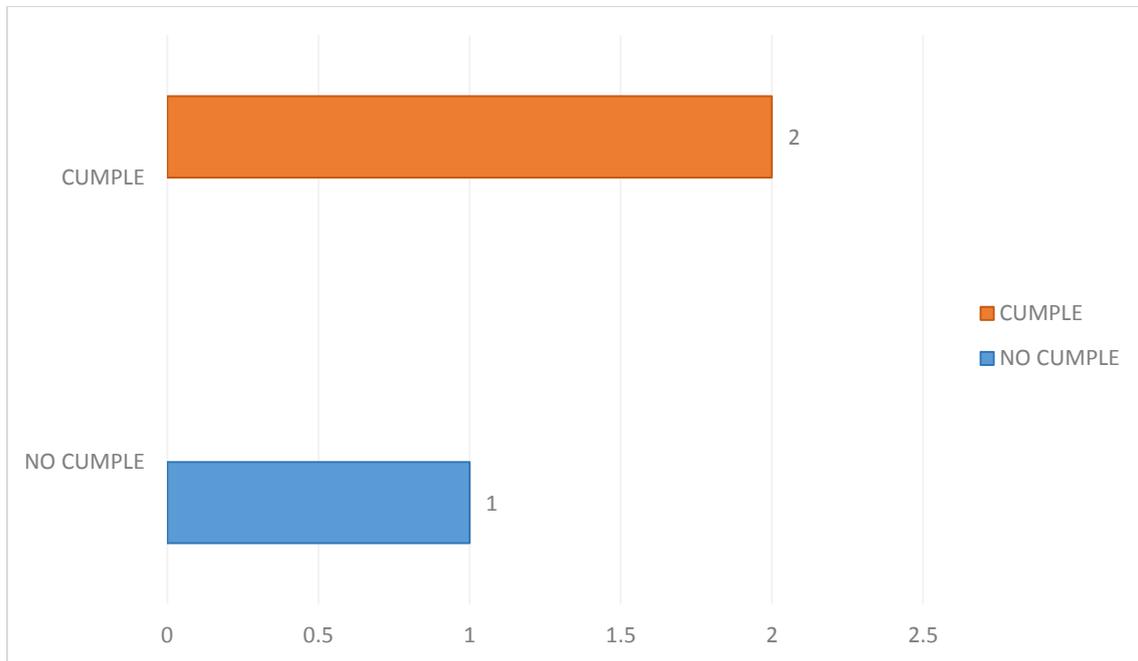


Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión financiera y contable de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 2

Se nos muestra en la Figura 20, los 3 estándares evaluados a “Viajeros Tours”; de los cuales 2 si cumplen; disponen de un presupuesto general dentro de la empresa; el propietario está capacitado en temas financieros; pero no cumple 1 de los estándares que es que no cuenta con profesional de finanzas en la empresa.

**8. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de comunicación y marketing de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

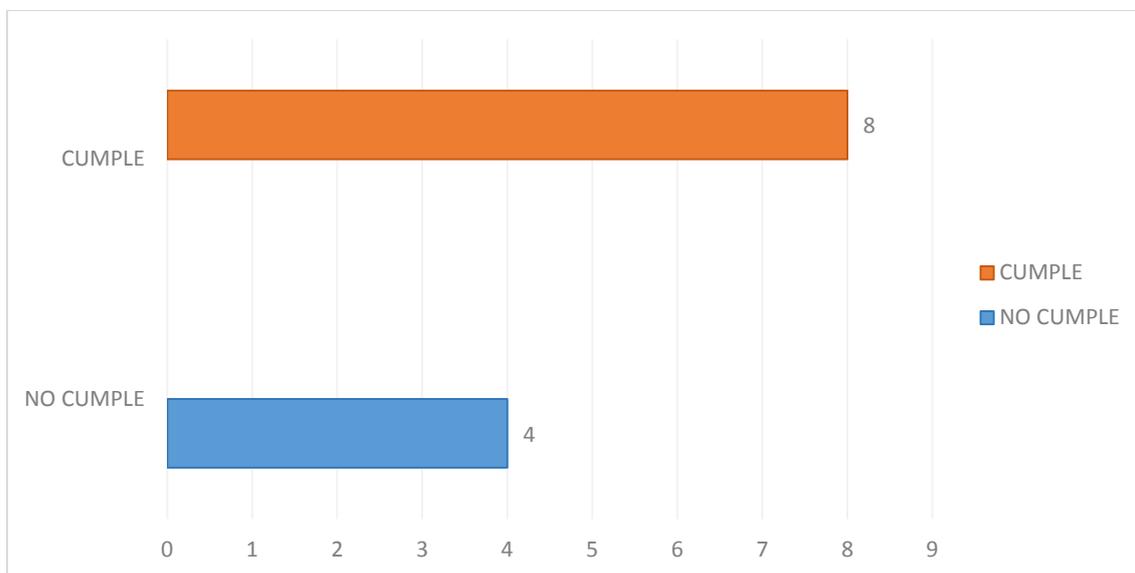


Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de comunicación y marketing de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 2

En la Figura 21, se muestran los 12 estándares evaluados a “Viajeros Tours”; cumpliendo con 8 los cuales son; cuenta con un estudio de mercado haciendo encuestas para determinar la demanda; cuentan con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda; diseñan paquetes turísticos dependiendo de la demanda que se requiera; mantiene un registro de sus clientes; establecen un precio a su servicio mediante una investigación de campo; emplean medios masivos para promocionar sus ofertas como la plataforma del Facebook; difunden información coherente; y provee información sobre las condiciones de prestación del servicio, aunque por el momento no cumplen con ciertos estándares; aun no cuentan con convenios; no cuenta con tarifarios de la oferta y por ultimo no están visible las formas de pago en su empresa, pero si en su página web.

**4.1.5. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

En la siguiente tabla se muestran los resultados de la evaluación de la agencia de viajes “Viajeros Tours” localizada en el distrito de Chimbote, en cuanto a los estándares derivados de las buenas prácticas de equipamiento e infraestructura.

**Tabla 3:** Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evalutados	Cumple	No cumple	evaluados
Exterior	5	5	10	25%	25%	50%
Oficina	5	5	10	25%	25%	50%
TOTAL	10	10	20	50%	50%	100%

Fuente: Fichas de observación octubre 2017.

**1. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas practicas del exterior de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

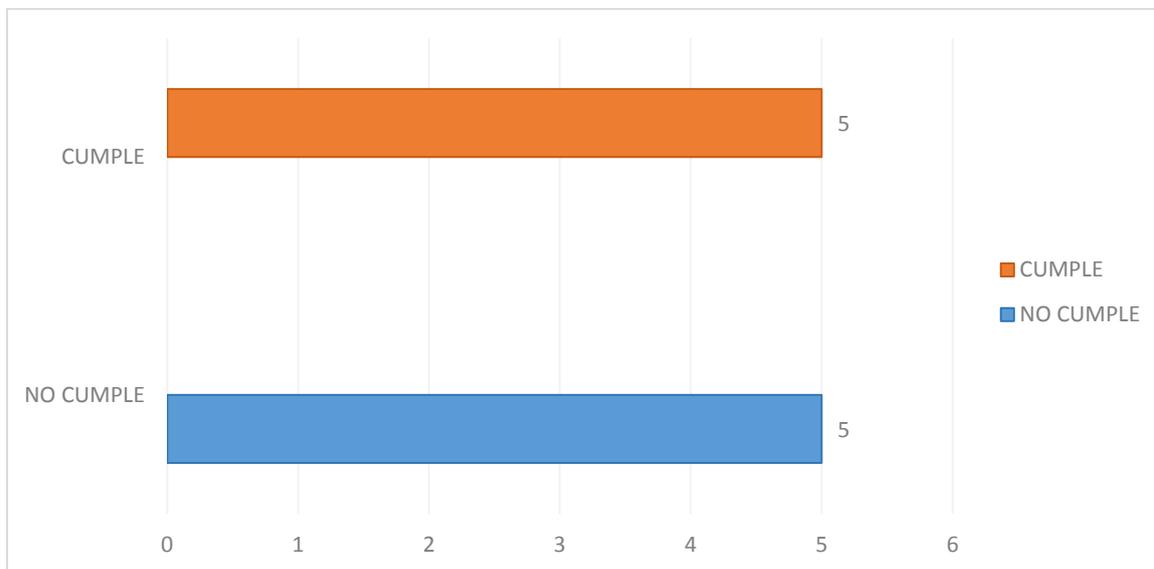


Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas practicas del exterior de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 3

En la Figura 22, se muestran los resultados de la agencia de viajes “Viajeros Tours” en cuanto al exterior, han sido evaluados 10 estándares; de los cuales 5 estándares se cumplen; se encuentra en una zona asequible en el mismo centro de la ciudad; hay limpieza en el entorno de la empresa; está ubicada en una zona segura; tienen buena iluminación; cuentan con estacionamiento cercanos a la empresa; por otro lado no cumplen con 5 estándares de los que fueron evaluados; no cuenta con un panel visible en la fachada; no muestra en la empresa los iconos de clasificación o categorización; no hay espacio accesible para discapacitados; no cuentan con espacios verdes alrededor; y no hay un acceso independiente para proveedores y empleados.

## 2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en oficinas de agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

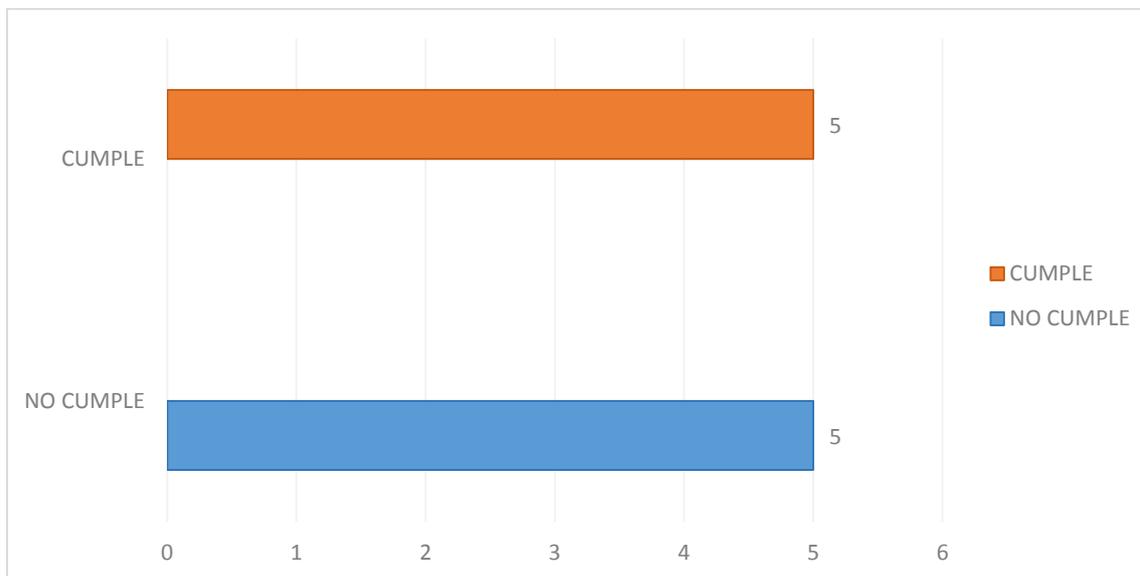


Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en oficinas de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 3

Nos muestra en la Figura 23 los resultados de los estándares evaluados en cuanto a la oficina de la empresa “Viajeros Tours”, en total se han evaluado 10 estándares, de los cuales 5 se cumplen; disponen de un mobiliario adecuado para la atención del cliente; de igual manera disponen de mobiliario para almacenamiento de archivos; cuentan con un equipo de informática que es una computadora para facilitar el trabajo; disponen de equipo de ventilación y tienen un ambiente acogedor dentro de la empresa; por otro lado, no cumplen con 5 estándares; no disponen de áreas de espera; atención al cliente y de procesos internos; no cuentan con espacio para la facilidad de desplazamiento; no disponen de servicio higiénicos para ambos sexos; no hay un área para que el personal tome sus alimentos, ya que se relevan cada ciertos horarios; y por último no disponen de un lugar específico para los utensilios de aseo.

**4.1.6. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.**

A continuación, se muestra los resultados obtenidos de la evaluación de la gestión de servicios de la agencia de viajes “Viajeros Tours” localizada en el distrito de Chimbote, en el año 2017.

**Tabla 4:** Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

Sub-dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Recepción de insumos	5	1	6	13,2%	2,6%	15,8%
Información y asesoría al cliente	5	4	9	13,2%	10,5%	23,7%
Reservas	12	2	14	31,5%	5,3%	36,8%
Operación del servicio	9	0	9	23,7%	0%	23,7%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>7</b>	<b>38</b>	<b>81,6%</b>	<b>18,4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Fichas de observación octubre 2017.

**1. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción de insumos de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

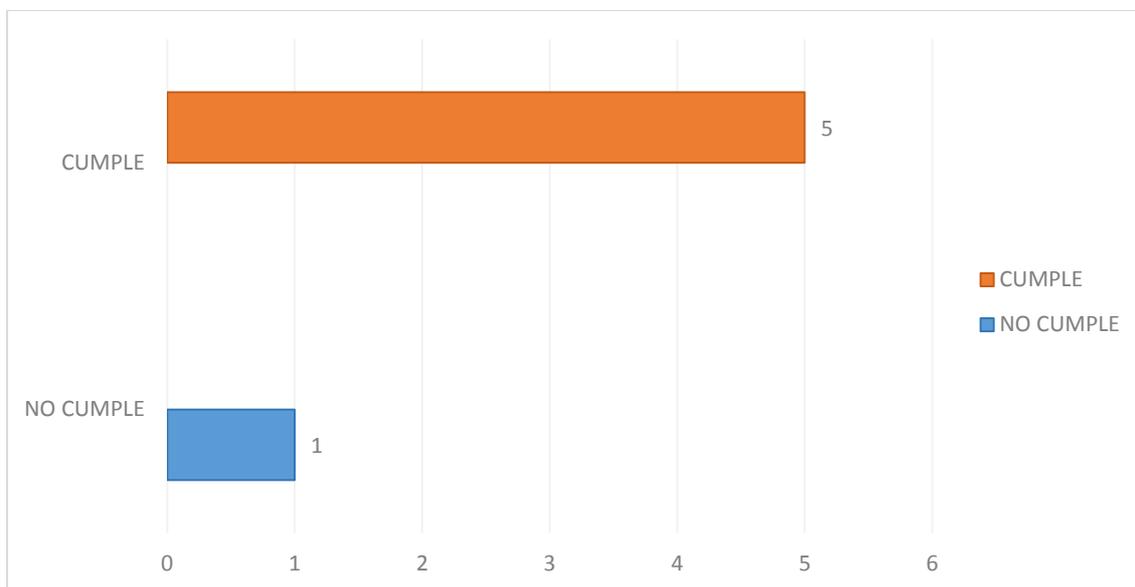


Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción de insumos de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 4

Nos muestra la Figura 24 los resultados sobre la evaluación del cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, respecto a la recepción de insumos en la empresa “Viajeros Tours”; se evaluaron 6 estándares, de los cuales 5 estándares evaluados si cumplen dando un porcentaje del 13,2 %, la empresa lleva a cabo investigaciones del área donde se realizaran las actividades turísticas, en la elaboración de los paquetes se consideró los servicios incluidos y no incluidos, diseña paquetes turísticos a medidas de los clientes, de igual manera la empresa lleva acabo una selección de los proveedores para la realización de sus paquetes turísticos, elabora sus itinerarios de acuerdo a los tiempos, lugares y actividades; y no cumple con 1 estándar evaluado dando un resultado porcentual del 2,6%, la empresa no desarrolla paquetes turísticos enfocados a las tendencial nacionales e internacionales, sus paquetes están enfocados a nivel local y dentro de la provincia del Santa.

**2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la información y asesoría al cliente de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

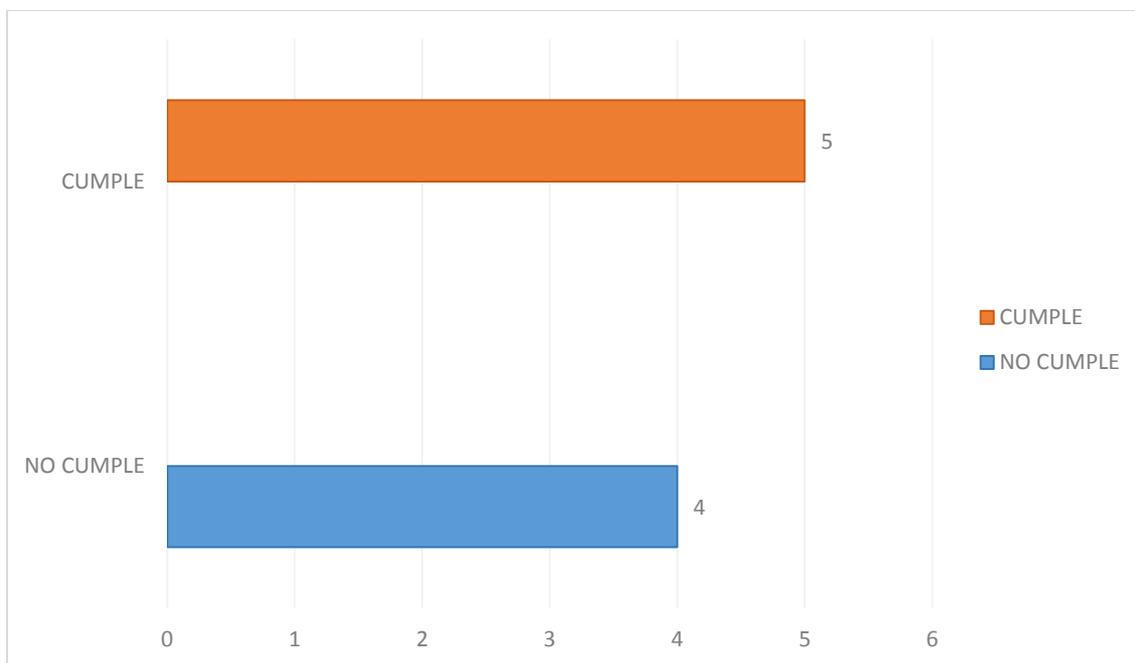


Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la información y asesoría al cliente de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 25, se muestra los 9 estándares evaluados a la empresa “Viajeros Tours”, de los cuales 5 estándares si se cumplen; la empresa tiene proveedores que le facilitan información de sus productos; el personal comunica y recomienda a los clientes sobre las condiciones del servicio; el personal tiene carisma para tratar a los clientes; el personal atiende con gentileza y prontitud a los clientes; cuentan con acceso a diferentes medios de comunicación; por otro lado los 4 estándares restantes no se cumplen; el personal no conoce los servicios que brindan los proveedores; no cuentan con un programa especializado de reservas y ventas; el personal aun no tienen conocimiento de otro idioma; no disponen de sistemas informáticos para adquirir información de los servicios en tiempo real.

### 3. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

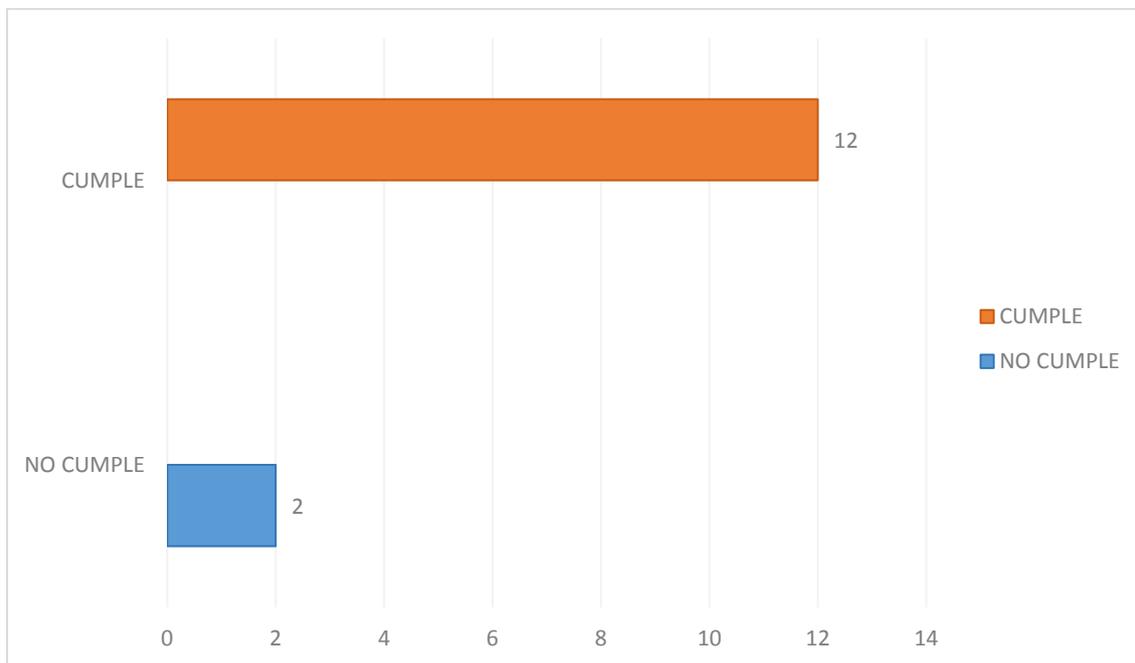


Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 26 se aprecia información sobre la evaluación de los estándares derivados de las buenas prácticas en las reservas a la empresa “Viajeros Tours”, se evaluaron 14 estándares de los cuales 12 son cumplidos por la empresa; mientras que no se cumplieron con 2; puesto que no disponen de sistema informático para realizar reservas; no cuenta con documentos de todos los términos comerciales y contractuales de su relación con sus distribuidores, los contratos son verbales.

**4. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la operación del servicio en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

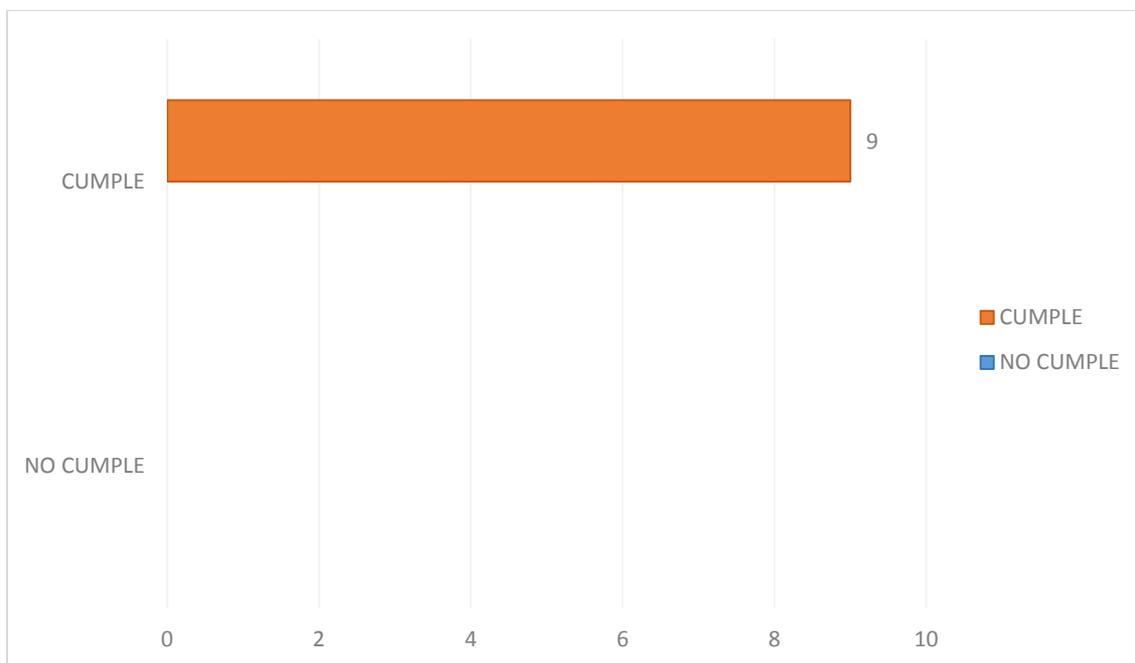


Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la operación del servicio en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 27, nos detalla la evaluación de los 9 estándares evaluados en la empresa “Viajeros Tours”, de los cuales los 9 se cumplen en la empresa; ya que cuenta con personal que se identifica con la empresa; son amables con el cliente; demuestran el conocimiento de los lugares a visitar; disponen de un manual de operaciones para el personal; se desarrollan con puntualidad los servicios; el personal está preparado para cualquier imprevisto que pueda suceder en el transcurso del servicio; el guía o el tour conductor explica el itinerario de forma detallada a los clientes; y el personal está capacitado para responder a cualquier duda que tenga el cliente.

#### 4.1.7. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas ambientales en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.

A continuación, se muestran los resultados que se obtuvieron de la evaluación de las buenas prácticas ambientales en la empresa “Viajeros Tours” localizada en el distrito de Chimbote, del año 2017.

**Tabla 5:** Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas ambientales en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.

Sub-dimensión	Números de estándares			Porcentajes de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Uso del agua	0	5	5	0%	20,8%	20,8%
Uso de la energía	2	6	8	8,3%	25%	33,3%
Consumo de productos	3	4	7	12,5%	16,7%	29,2%
Gestión de residuos	1	2	3	4,2%	8,3	12,5%
Adaptación al medio	0	1	1	0%	4,2%	4,2%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	<b>24</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Fichas de observación octubre 2017.

**1. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

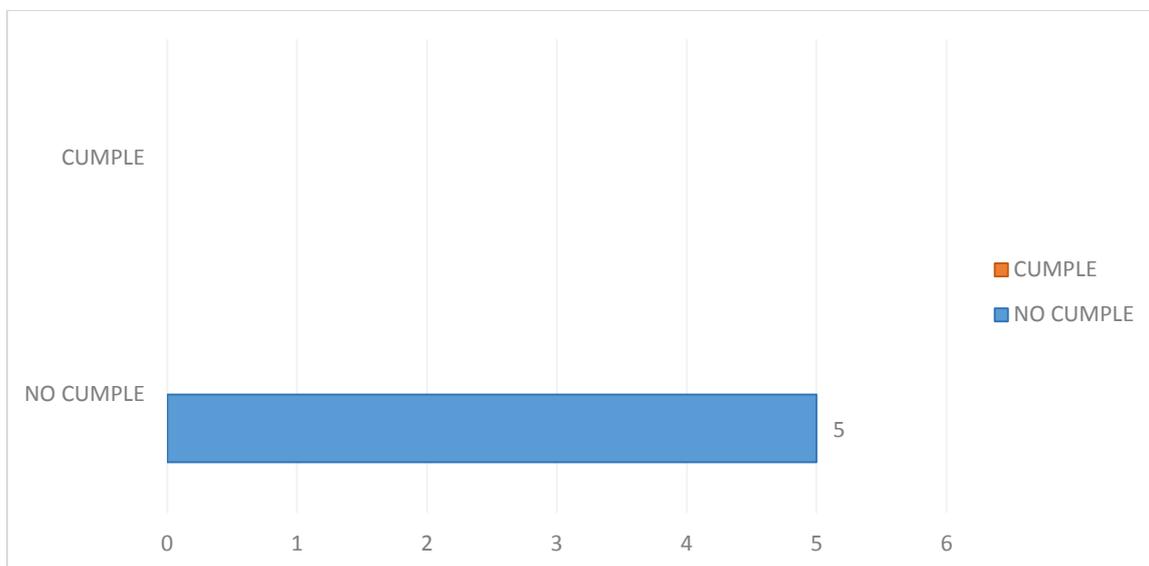


Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 5

Se muestra en la Figura 28 los 5 estándares evaluados a la empresa “Viajeros Tours”, de los cuales no se cumple con ningún estándar; por ser aun una empresa pequeña, alquilan un lugar pequeño para recibir a sus clientes y hacer las reservas de los paquetes que ofrecen; no cuentan con programas de uso eficientemente del agua; no llevan un registro del gasto del agua; no realizan revisiones de las instalaciones del agua; no cuenta con equipos de ahorro de agua; no capacitan al personal sobre el consumo del agua.

**2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de la energía de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

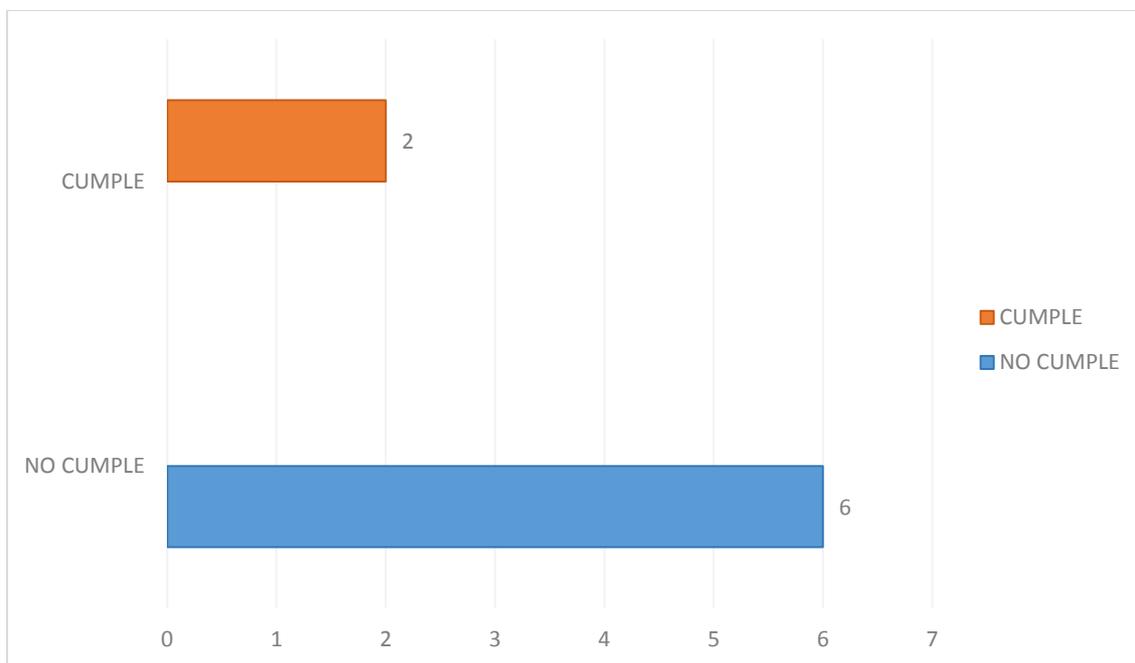


Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de la energía de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 5

En la Figura 29 se presentan los resultados de la evaluación de los estándares en cuanto al uso de la energía, de los 8 estándares evaluados la empresa “Viajeros Tours”, cumple con 2; la empresa incentiva el monitoreo de apagado de luces y dispositivos cuando ya no están en uso; se da mantenimiento a los equipos que tiene la empresa para su adecuado funcionamiento; por otro lado tenemos a 6 estándares que no se cumplen; no cuentan con programas para el uso correcto de la energía; no opta medidas para el aprovechamiento de la energía; no lleva un control del uso de la energía; no utilizan focos que permitan ahorrar energía; no tienen una buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización; no usan interruptores individuales para la iluminación.

**3. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

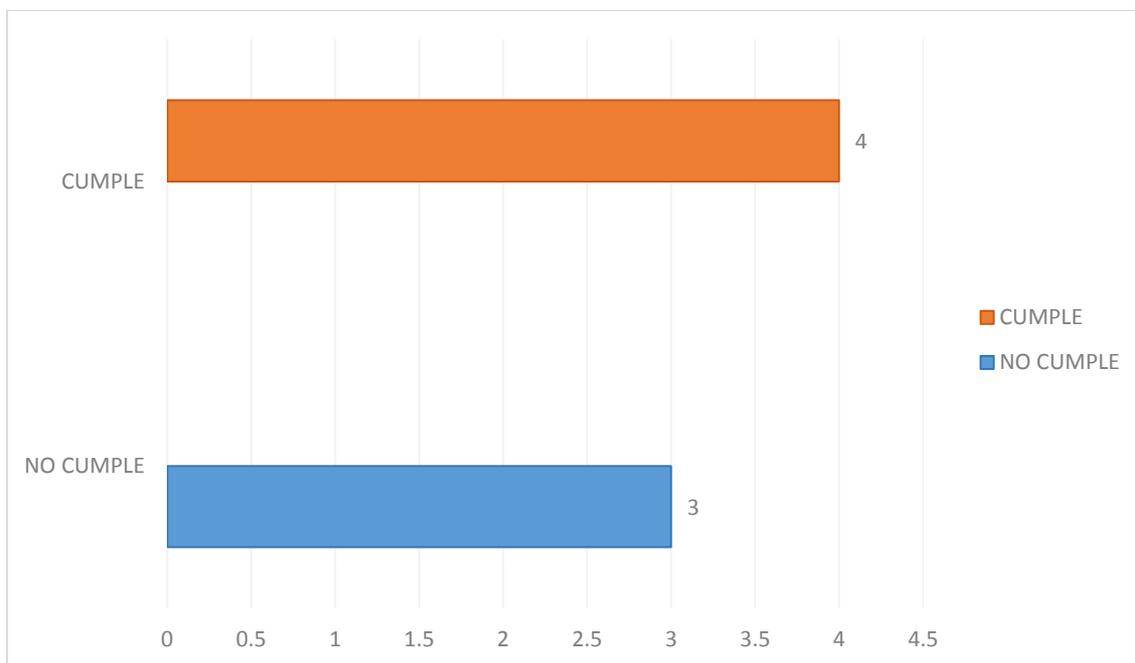


Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 5

Se observa en la Figura 30 el cumplimiento de estándares evaluados a “Viajeros Tours”, cumpliendo con 3 estándares; la empresa prefiere productos con envases retornables; imprime papel reciclado por ambas caras; utiliza el correo electrónico para el menor uso del papel; por otro lado 3 estándares que fueron evaluados no cumplen; no emplea productos de bajo impacto al medio ambiente; no emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos.

**4. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

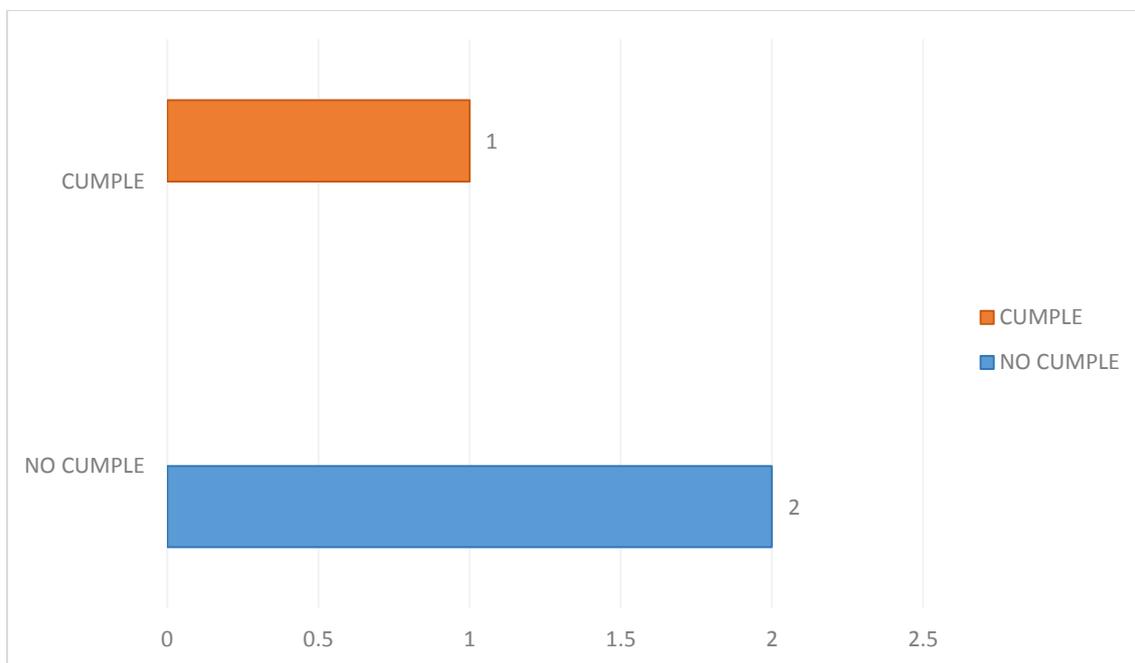


Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 5.

Se nos muestra en la Figura 31 los resultados del cumplimiento de estándares evaluados a la empresa “Viajeros Tours” en lo que se refiere a la gestión de residuos; la agencia de viajes solo cumple con 1, ya que la empresa mantiene los contenedores de basura bien higiénicos; los 2 estándares restantes no se cumplen; ya que no cuenta con un programa de gestión de residuos; dentro de la empresa no se capacita al personal sobre la forma correcta de descartar residuos; cada recalar que en las excursiones siempre se les da a conocer a los cliente sobre la importancia de no contaminar los lugares turísticos.

**5. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación al medio ambiente de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, del año 2017.**

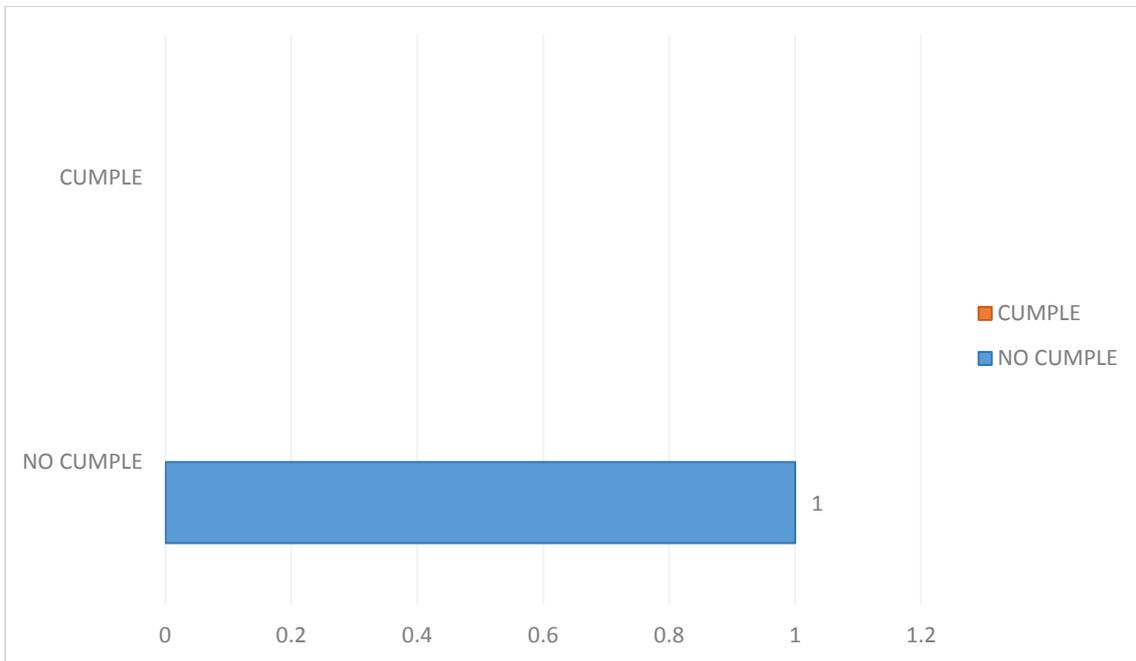


Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación al medio ambiente de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 5

Se nos muestra en la Figura 32, 1 estándar evaluado a la empresa “Viajeros Tours”; el cual no es cumplido; la empresa no tiene un diseño armonioso con el paisaje.

**4.1.8. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas socio-culturales en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.**

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la evaluación de la gestión socio-cultural de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

**Tabla 6:** Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión socio-cultural de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote, en el año 2017.

Sub dimensión	Números de estándares			Porcentajes de estándares		
	Cumple	No cumple	Evalua dos	Cumple	No cumple	Evalua dos
Apoyo a la cultura local	3	1	4	23,1%	7,8%	30,8%
Apoyo a la comunidad local	5	4	9	38,5%	30,7%	69,2%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>61,5%</b>	<b>38,5%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Fichas de observación octubre 2017.

**1. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la cultura local de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

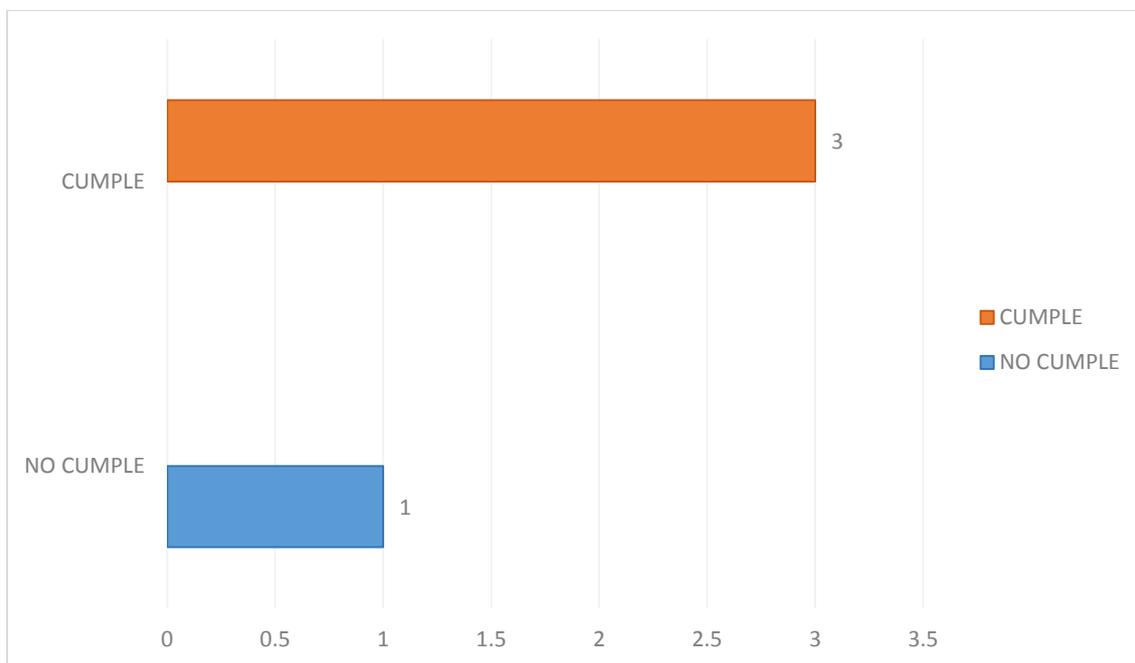


Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas al apoyo a la cultura local de la empresa agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 6

Se muestra en la Figura 33, los resultados de la evaluación de 4 estándares sobre el apoyo de la agencia de viajes “Viajeros Tours” a la comunidad local; de los cuales 3 de los estándares fueron favorables; la compañía propaga las actividades y expresiones culturales de la comunidad de Chimbote; participan en iniciativas de apoyo a cultura local; difunden a los visitantes información sobre la cultura local; por otro lado 1 estándar no se llegó a cumplir.

**2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

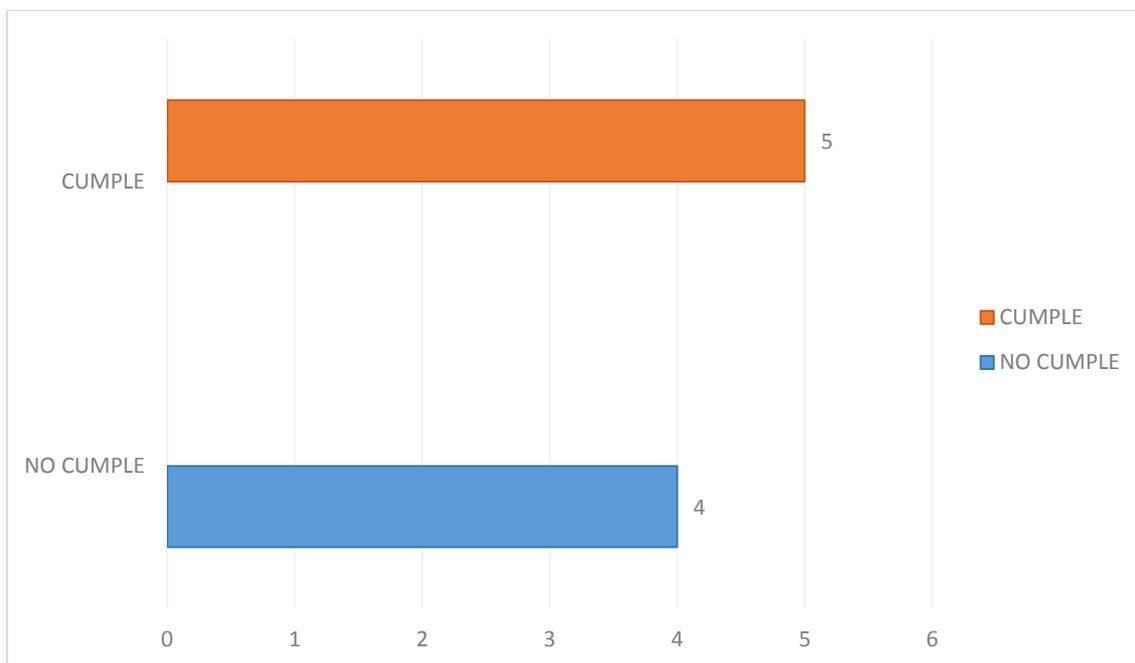


Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local en la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote.

Fuente: Tabla 6

En la Figura 34 se muestran los resultados de la evaluación a la agencia de viajes “Viajeros Tours” en lo que respecta al apoyo a la comunidad local, tenemos que de los 9 estándares evaluados la empresa cumple con 5; puesto que anima que los clientes compren productos elaborados en la localidad; suministra empleos dignos a la comunidad; adquiere de proveedores locales los productos necesarios para realizar su actividad; participan en procesos de planificación turística; asesoran a los viajeros en los aspectos que se relacionan al turismo; por otro lado los 4 estándares restantes no se cumplen; puesto que no donan mercancías viejas o nuevas a la comunidad local; no tienen una política sobre la explotación sexual; no forma parte del gremio del sector turístico; y no hacen capacitaciones para la comunidad local.

**4.1.9. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.**

A continuación se muestran los resultados de la evaluación de las 5 dimensiones.

**Tabla 7:** Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Gestión administrativa	32	24	56	21,2%	15,9%	37,1%
Equipamiento e infraestructura	10	10	20	6,6%	6,6%	13,2%
Gestión de servicio	31	7	38	20,5%	4,6%	25,1%
Gestión medioambiental	6	18	24	4%	12%	16%
Gestión socio-cultural	8	5	13	5,3%	3,3%	8,6%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>64</b>	<b>151</b>	<b>57,6%</b>	<b>42,4%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

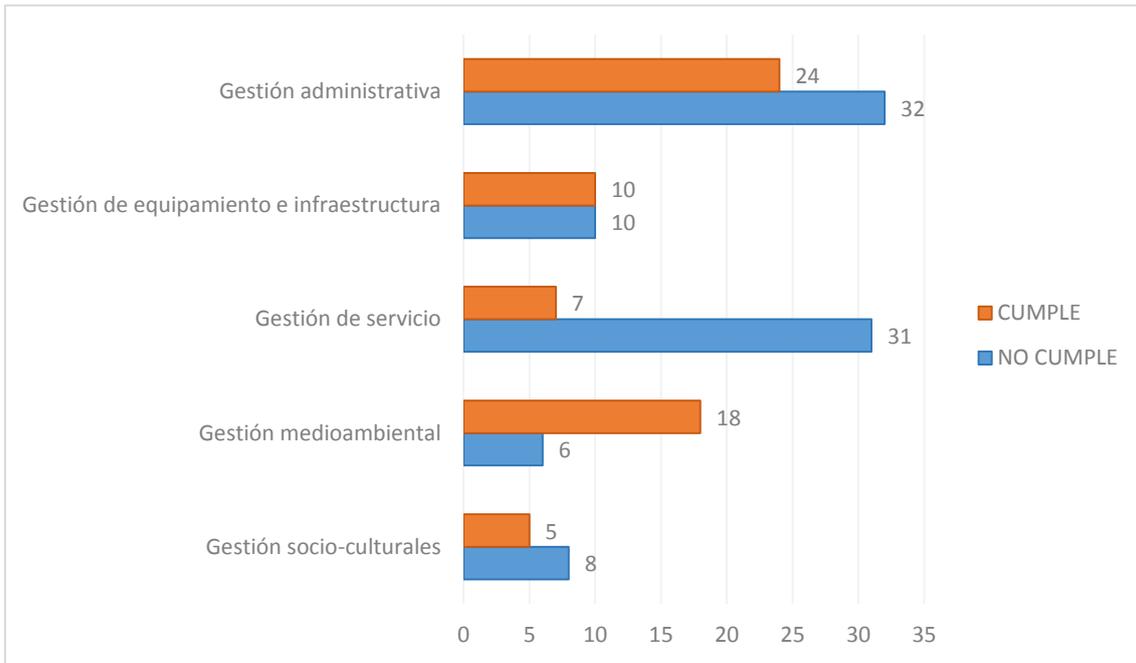


Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 7

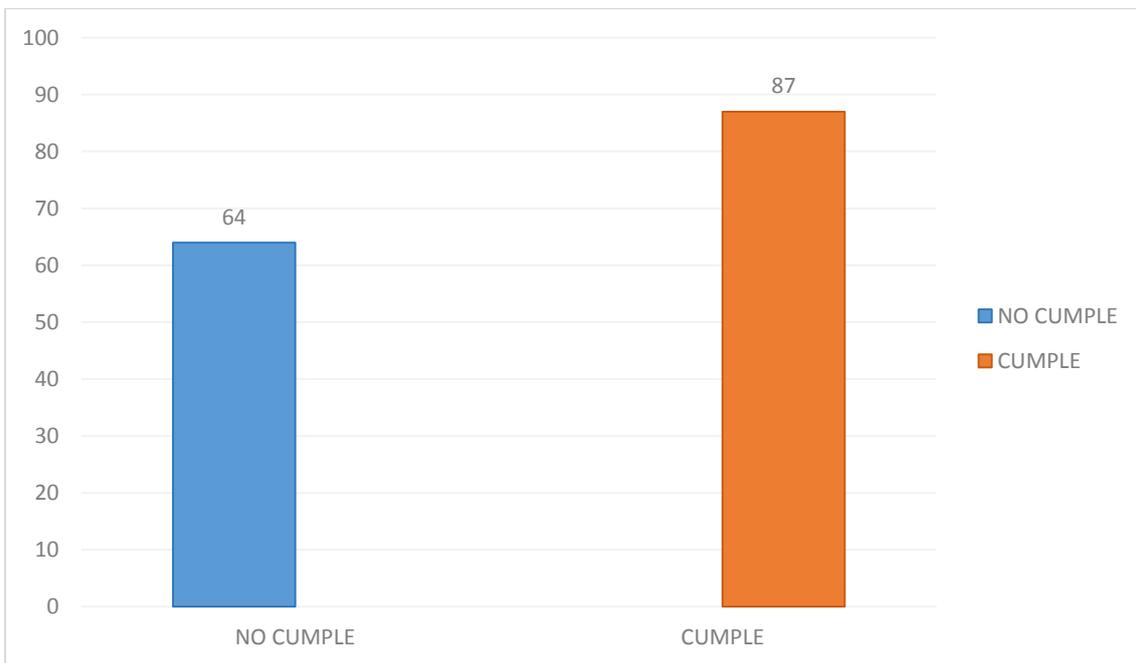


Figura 36: cumplimiento general de los estándares derivados de las buenas prácticas de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017.

Fuente: Tabla 7

Como se muestra en la Tabla 7 y las Figuras 35 y 36, la agencia de viajes “Viajeros Tours” de Chimbote en el año 2017, en la evaluación de las 5 dimensiones: gestión administrativa, equipamiento e infraestructura, gestión del servicio, gestión medioambiental y gestión sociocultural, se cumplieron 87 estándares de los 151 estándares evaluados, dando un porcentaje de cumplimiento de 57,6% estándares; por otro lado no se llegó a cumplir con 64 estándares, los que representan el 42,4% de los estándares evaluados.

## **4.2. Análisis de resultados**

En la presente investigación se tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio de la agencia de viajes “Viajeros Tours”, para lo cual se consideraron los estándares derivados de las buenas prácticas.

La empresa “Viajeros Tours” inició sus actividades en el año 2014, siendo su interés inicial el conocer los recursos turísticos con los que cuenta el distrito de Chimbote, realizando un video para un reportaje, ya que el dueño contaba con un programa de televisión en la cual podría difundir los lugares visitados a las personas del distrito, y generar así el interés por visitarlos. Hoy en día cuenta con una empresa que se dedica a realizar tours a diferentes lugares de la provincia del Santa.

El rol que desempeñan las agencias de viajes es fundamental, pues contribuyen a la promoción turística, es así que la agencia de viajes “Viajeros Tours” ha contribuido con hacer conocidos lugares de la provincia del Santa que hoy en día son bastante conocidos por la población local. “Viajeros Tours” cuenta con una oficina, la cual se encuentra ubicada en la Galería la gran vía, oficina 15 segundo piso, en el jirón Espinar 529 Chimbote, en donde atienden a las personas que deseen información o comprar los paquetes turísticos que ofrecen, cuentan con un ambiente acogedor.

Mincetur (2010), señala que los servicios son el resultado de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, guiándose de procesos previamente establecidos, que buscan satisfacer las necesidades del turista y a través de ello el logro comercial de la empresa.

La empresa “Viajeros Tours” cuenta con una demanda de clientes de grupos de familias, grupos de amigos o empresas, siendo estos una demanda fija para la empresa. Para ofrecer los paquetes que la misma empresa elabora, realizan una investigación previa de los lugares que los clientes potenciales deseen conocer, es ahí donde “Viajeros Tours” desarrolla un importante trabajo promocional de los recursos turísticos con que cuenta la provincia, contribuyendo de esa forma al crecimiento del turismo; la visión que tiene la empresa sobre el crecimiento del turismo es sostenible, ya que a partir de su oferta integran a otros sectores como es el caso de los artesanos, restaurantes, hospedajes, movilidad y guías de turismo de la localidad.

La organización de la empresa no llega a ser muy compleja, ya que al ser una micro empresa, solo cuenta con 4 trabajadores, de los cuales el propietario realiza las funciones de administrador, a la vez también está a cargo de la creación de los paquetes, de la gestión de las redes sociales, contactar a los proveedores que sean de las localidades que se visiten, realizar una estricta investigación de los lugares y sus proveedores a fin de ofrecer la mejor calidad posible, para que sus clientes se sientan a gusto y puedan recomendar a sus amigos o familiares. También forman parte del equipo dos alumnos de la carrera de Administración Turística y Hotelera de la universidad San Pedro, siendo sus funciones recibir a los clientes en la pequeña oficina, dando información, y también en las salidas al campo ayudando a organizar a los grupos de viajes; reciben capacitaciones de la misma empresa; y por último la agencia cuenta con una persona encargada del área de marketing, que tiene como función el de hacer la publicidad conjuntamente con el propietario, se encarga de las tomas fotográficas y videos para promocionar los paquetes turísticos. La empresa también cuenta con el apoyo de trabajadores locales elegidos por su buen servicio que ofrece, como un chofer, que se encarga de contratar la movilidad para las excursiones; tiene como socios estratégicos a los restaurantes de la provincia; también de artesanos, museos y hospedajes, buscando siempre que éstos brinden un servicio de calidad.

Como comentan Casanueva, García y Caro (2000) las micro y pequeñas empresas se enfrentan a una serie de dificultades debido a su tamaño y la disponibilidad de recursos; situación que limita su crecimiento.

En lo que respecta al perfil del personal de la agencia de viajes “Viajeros Tours” localizada en el distrito de Chimbote, cuenta con 1 administrador, 2 operadores, 1 trabajador encargado del área de marketing; se aplicó una entrevista para conocer sus perfiles, entre los principales resultados tenemos que el 100%, son originarios de la ciudad de Chimbote; la mayoría del personal tiene edades entre los 20-30 años. Con relación al nivel de estudios de los 4 trabajadores, 1 tiene un nivel de estudio superior universitario completo, siendo licenciado en ciencias de la comunicación; luego 2 trabajadores cuentan con un nivel de estudio superior universitario incompleto, dado que aún están cursando la carrera de Administración Turística y Hotelera; y por último 1 trabajador cuenta con un nivel de estudios superior técnico completo, ya que es técnico en diseño gráfico. Con relación al tiempo que tienen laborando en la agencia de viajes de los 4 trabajadores, 1 labora de 3-4 años siendo este trabajador el dueño de la empresa, y 3 trabajadores de 1-2

años siendo ellos los que recién se integran a la empresa, solo un personal de la empresa tiene capacitación sobre el área de turismo, cuenta con capacitaciones de turismo realizada por entidades vinculadas al turismo.

Para la evaluación de los estándares derivados de las buenas prácticas de la gestión administrativa de la agencia de viajes “Viajeros Tours” localizada en el distrito de Chimbote; se tomaron para la evaluación 8 sub dimensiones las cuales tiene 56 estándares; las cuales son planificación, organización, gestión de la calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión financiera y contable, gestión de seguridad y gestión de comunicación y marketing; los resultados de la evaluación dieron a conocer que la empresa cumple con 32 estándares dando un porcentaje del 57,1%. Haciendo una comparación con Vela (2014), la empresa Kemir tour tuvo un porcentaje del 91,07%, presentando un mejor desempeño a comparación de Viajeros tours, en el caso de Barrenechea (2016) determinó que la agencia de viajes Huascarán, cumple con el 53,8% de estándares, siendo su desempeño similar al de Viajeros tours.

En la evaluación de los estándares derivados de las buenas prácticas a la gestión de equipamiento e infraestructura a la agencia de viajes “Viajeros Tours”; se consideraron 20 estándares, de los cuales se cumplen con 10, dando un resultado del 50% al cumplimiento de estándares, haciendo una comparación con los resultados obtenidos por Vela (2014) en la evaluación en la empresa Kemir Tours, tiene un porcentaje de cumplimiento del 83,33%, teniendo una diferencia porcentual con Viajeros Tours, como también Barrenechea (2016) en su evaluación a la empresa agencia de viajes Huascarán, tiene un porcentaje de cumplimiento del 83,2%, de igual manera Romani (2017) realizó la evaluación a los servicios turísticos en Lima Metropolitana, obteniendo un porcentaje de cumplimiento del 38,3%, Martín (2004) señala que si bien el factor humano es importante, también hay que tomar en consideración los aspectos tangibles, se tendrá que tomar en atención a las instalaciones, materiales y equipos.

En la relación a los estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de servicio de la agencia de viajes “Viajeros Tours”; se evaluaron 38 estándares, de los cuales se cumple con 31 estándares, los que representan el 81,6% de estándares evaluados, Vela (2014) tuvo un porcentaje de cumplimiento del 97% de estándares, así

mismo Barrenechea (2016) en su evaluación a la empresa agencia de viajes Huazcarán, tuvo un porcentaje de cumplimiento del 84,6%.

En lo que respecta a la evaluación de los estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental se evaluaron 24 estándares de los cuales únicamente se cumplieron con 6 estándares, los que representan el 25% de estándares evaluados, Vela (2014) en su evaluación a Kemir Tours, determinó un cumplimiento del 96%, Mincetur (2012), menciona que las buenas prácticas ambientales son fundamentales para el desarrollo del turismo depende del estado de éste, siendo la responsabilidad de la empresa turística el desarrollo de sus actividades respetando el medioambiente.

Finalmente tenemos la evaluación de los estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión socio-cultural de la agencia de viajes “Viajeros Tours”; se evaluaron 13 estándares, de los cuales la empresa cumple con 8 estándares, es decir con el 61,5% de estándares evaluados. La empresa turística tiene como fin apoyar la cultura y a la comunidad donde se realizan las excursiones, apoyando a las personas que habitan en esos lugares brindando puestos de trabajo y apoyo mutuo, Vela (2014) determinó un cumplimiento del 100% de estándares y de Barrenechea (2016) determinó un 58,1% de estándares cumplidos.

Rainforest Alliance (2006), menciona que, las organizaciones no pueden llevar a cabo sus actividades considerando que no son parte de la comunidad. No se debe usar los recursos turísticos sin reintegrar algo a cambio. Las empresas deben participar activamente en el desarrollo de las comunidades vecinas, generando empleo digno para los miembros de la comunidad y contribuyendo a fortalecer sus capacidades a través de programas de capacitación.

En términos generales la agencia de viajes “Viajeros Tours” debería implementar de forma progresiva los estándares que no se vienen cumpliendo en cada una de las cinco dimensiones evaluadas, considerando que cada una de ellas tiene vital importancia para el desarrollo tanto de la empresa como del sector; se ha identificado un cumplimiento del 57,6% de estándares, lo cual refleja una falta de calidad, ya que según los parámetros establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Sello de Calidad se otorga a aquellas empresas que tengan como mínimo un 80% de cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas.

## V. CONCLUSIONES

- Se concluye que la empresa “Viajeros Tours” localizada en el distrito de Chimbote, se dedica a realizar tours con los recursos o atractivos turísticos de la provincia del Santa, siendo su demanda grupos de familiares, amigos y en ocasiones empresas. Los colaboradores son de Chimbote y se desempeñan en las áreas de administración y operaciones.
- Se determinó que, la empresa “Viajeros Tours” cumple con 32 de los 56 estándares evaluados en la gestión administrativa, dando un resultado del 57,1%, siendo necesario que se implementen los estándares que no se cumplen con el objetivo de tener un mejor desempeño de la empresa.
- Se determinó que, la empresa “Viajeros Tours” del distrito de Chimbote cumple con 10 estándares de los 20 estándares evaluados en la gestión de equipamiento e infraestructura; los que representan un 50% de los estándares evaluados, el componente físico es tan importante como el servicio, por ello la empresa deberá mejorar los aspectos que no se han cumplido.
- Se determinó que, en cuanto a la gestión de servicios que la empresa “Viajeros Tours”, de los 38 estándares cumple con 31, los que representan el 81,6% de estándares evaluados, siendo un tipo de empresa en la que el servicio es el factor determinante para la satisfacción de los clientes es necesario que la empresa implemente los estándares que no se cumplen.
- Se determinó que con respecto a la evaluación de la gestión ambiental de la agencia de viajes “Viajeros Tours” de los 24 estándares evaluados cumple con 6 estándares los que representan el 25% de estándares evaluados; el porcentaje de cumplimiento es bastante bajo, siendo necesario que la agencia de viajes asuma un mayor compromiso con el medioambiente.
- Se determinó que en lo que respecta a los estándares de la gestión sociocultural la agencia de viajes “Viajeros Tours” de un total de 13 estándares evaluados la empresa cumple con 8, los que representan el 61,5% de estándares evaluados; es primordial que la agencia demuestre mayor compromiso con la comunidad donde

desarrolla sus actividades, ya que esta forma parte de la experiencia del viaje y es un referente para el mercado.

- En la evaluación general, se determinó un cumplimiento del 57,6% de estándares evaluados, siendo este un porcentaje de cumplimiento bajo lo que nos lleva a afirmar que para que el servicio de la agencia de viajes “Viajeros Tours” sea de calidad se debe desarrollar una estrategia a fin de implementar los estándares que no se cumplen.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. A. (1990). *Agencia de viajes: organización y operación*. México: Trillas
- Acerenza, M. A. (2010). *Agencias de viajes: operación y plan de negocios*. México: 2da Edic. Edit. Trillas.
- Alber, I (1999). *Gestión, producto y servicio de las agencias de viajes*. España. Edit. Centrum. España Edit. Síntesis S.A
- Anker Vinay, K. (1992). *Manejo básico de restaurantes: teoría y práctica*. México: Continental S.A.
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, Manual del Puesto de Administración de Agencias de Viajes. (1992) *Manual de administración de agencia de viajes*. México: Limusa: Noriega Edits.
- Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo. (2017). “El 60% de las agencias de viaje es informal en el Perú”. Lima, Perú. Disponible en URL: [https://archivo.elcomercio.pe/economia/peru/60-agencias-viaje-informal-peru\\_1-noticia-734628](https://archivo.elcomercio.pe/economia/peru/60-agencias-viaje-informal-peru_1-noticia-734628)
- Barrenechea, M. L. (2016). *Evaluación de la calidad del servicio de la agencia de viajes Huascarán del distrito de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2016* (Tesis de pregrado) Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042671>
- Casanueva, C., García, J., y Caro F.J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.
- Circuito Turístico Nororiental (2007). *Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios*. Lima: PromPeru.
- Chan, N. (1994). *Producto Turístico, Programación y Negociación*. Argentina: Librería Turística.
- Crosby, P.B. (1987). *La calidad no cuesta*. México: CECOSA.
- De Canales. F., De Alvarado. E., Pineda. E. (1994). *Metodología de la investigación, Manual para el desarrollo de personal de la salud*. Estados Unidos: Organización Panamericana de la Salud.

- De la Parra Paz, E. (1995). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio*. ISBN: México
- De la Torre, F. (1996). *Introducción al estudio del Turismo*. 3era. Reimpresión. México. Trillas
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR Cusco (2009). Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/30365730/MANUAL-DE-CALIDAD-TURISTICA-PARA-CENTROS-DE-ENTRETENIMIENTO-Y-DIVERSION>
- Foster, D. (1994). *Agencia de viajes: administración y operación*. McGraw-Hill Interamericana. México.
- García, F., García, P., y Gil, M. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales*. España: Paraninfo.
- Hernández, L., Hernández, E. (1998). *La naturaleza, actividad y clasificación de las Agencias de Viaje*. Recuperado de: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaNaturalezaActividadYClasificacionDeLasAgenciasDe-205694.pdf>
- Hernández, R. , Fernández, C. , y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5Ta ed. Chile: McGrawHill.
- Hospitality & Service University. (s.f.). *Manual de estándares de servicio*. Recuperado de: [hsu.cl/galería/file\\_52126699.pdf](http://hsu.cl/galería/file_52126699.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Compendio Estadístico Perú 2016*. Lima, Perú. Disponible en URL: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1375/ca\\_p20/cap20.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1375/ca_p20/cap20.pdf)
- ISO (2005). *Norma internacional ISO 9000 2000*. Recuperado de [http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO\\_9000\\_2005.pdf](http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf)
- Jiménez, C. (2006). *Producción y Ventas de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes*. España. ITES-Paraninfo.

- Lefcovich, M. (2009). *Gestión de calidad para la excelencia*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10311860&ppg=5>
- Marketing Publishing. (2007). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10194515&ppg=7>
- Martínez A. y Zambrano P. (2014) “*Diseño de una agencia de viajes en el desarrollo del turismo de aventura en la ciudad de Manta*”. Calceta, Ecuador. Disponible en URL: <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/116/1/Andres%20Martinez%20-%20Paola%20Zambrano.pdf>
- MINCETUR (2000) *Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo* DECRETOSUPREMO N<sup>a</sup> 026-2004-MINCETUR. Recuperado de: <http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-AGENCIA-DE-VIAJES.pdf>
- Ministerio de comercio exterior y turismo (2013). *Manual de buenas prácticas para agencia de viajes y turismo*. Recuperado de: [http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/04\\_mbp\\_avt/MBP\\_Agencias\\_Viajes\\_Turismo.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/04_mbp_avt/MBP_Agencias_Viajes_Turismo.pdf)
- Ministerio de comercio exterior y turismo (s/f) *Reglamento de agencias de viajes y turismo*. Recuperado de: [http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/Proyecto\\_Reglamento\\_AV\\_Reglamento.pdf](http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/Proyecto_Reglamento_AV_Reglamento.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). *Ley general de turismo*, N<sup>o</sup> 29408. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). *Manual de buenas prácticas para atención de clientes*. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs\\_documentos\\_Caltur/MBP\\_atencion\\_cliente\\_dirigido\\_ge\\_ad\\_mm.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). *Guía metodológica para el desarrollo del sistema de aplicación de buenas prácticas*. Lima: Autor.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011). CALTUR. Recuperado de:  
[http://marketingturistico.machupicchucoupons.com/images/DIRECTORIO\\_SA\\_BP\\_DIC2011-1.pdf](http://marketingturistico.machupicchucoupons.com/images/DIRECTORIO_SA_BP_DIC2011-1.pdf)
- Miranda V. y Valencia A. (2017). *“La supervivencia de las agencias de viaje y turismo: Gestión del marketing digital como estrategia para la atracción de clientes turistas”*. Pontifica Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Montaner, J. (1996). *Estructura del mercado turístico* (2da ed.). España: Síntesis.
- Nanclares, J. (2001). *Marketing y planificación para restaurantes*. México: Paraninfo.
- Peñaranda C. (2017) *“Sector turismo representa 3,3% del PBI y genera 1,1 millones de empleos”*. Instituto de Economía Y Desarrollo Empresarial. Cámara de Comercio. Lima, Perú. Disponible en URL:  
[https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r820\\_2/informe%20economico.pdf](https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r820_2/informe%20economico.pdf)
- Pérez, M. (2014). *Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos*: UF0078. 1ª Edición. IC Editorial. Málaga.
- Promperú. (2006). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de  
[media.peru.info/catalogo/.../manual\\_de\\_buenas\\_practicas\\_9124.pdf](http://media.peru.info/catalogo/.../manual_de_buenas_practicas_9124.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”*. Universidad Andina del Cusco. Cusco, Perú. Disponible en URL:  
[http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1187/3/Silvia\\_Tesis\\_bachiller\\_2016.pdf](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1187/3/Silvia_Tesis_bachiller_2016.pdf)
- Rainforest Alliance. (s.f.). *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*. Recuperado de:  
<http://web.ambiente.gob.ec/sites/default/files/users/jloartefls/Buenas%20practicas%20del%20turismo%20sostenible.pdf>
- Rainforest Alliance. (s.f.). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*.
- Ramírez, C. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas*. México D.F.: Trillas.

- Romani, M., (2017). *Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana*, 2016. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9084/Romani\\_NML.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9084/Romani_NML.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=4>
- Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR Chile. (2011). *Manual de buenas prácticas: alojamiento turístico*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/80679326/CHILE-POR-UN-TURISMO-SUSTENTABLE-Manual-de-Buenas-Practicas-del-Sector-Turistico>
- Torriani Y. (2017) “*Turismo es la tercera actividad que genera más empleo en el Perú*”. Cámara de Comercio. Lima, Perú. Disponible en URL: <https://www.pqs.pe/economia/turismo-tercera-generadora-de-empleo-peru-ccl>
- Vela; C. M. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio de la agencia de viajes “Kemir Tours” de Trujillo, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000032716>
- Van Duynen, L. , y Carré Marcela. (2011). *Buenas prácticas hoteleras*. Recuperado de [http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/guia\\_de\\_buenas\\_practicas\\_hoteleras-\\_fund\\_vida\\_silvestre.pdf](http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/guia_de_buenas_practicas_hoteleras-_fund_vida_silvestre.pdf)

# **ANEXOS**

## ANEXO 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### GUIA DE ENTREVISTA

**Esta guía de entrevista está dirigida a obtener datos de la empresa relacionados a la historia, oferta y demanda; deberá ser aplicada al propietario o administrador.**

1.- Ubicación de la empresa

2.- ¿Cuándo se originó la empresa?

3.- ¿Cómo surgió la idea de la empresa?

4.- ¿Cuáles son los principales logros de la empresa desde que se creó hasta la actualidad?

5.- Describa la oferta de su empresa

6.- ¿Quiénes son sus clientes?

7.- ¿Cómo está organizada su empresa?

ANEXO 02



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**GUÍA DE ENTREVISTA**

La presente entrevista tiene por finalidad conocer el perfil del personal que trabaja en la empresa "Viajeros Tours"

**I.- DATOS GENERALES**

**1.1.- Sexo:**

Masculino          Femenino

**1.2.- Edad:** \_\_\_\_\_

**1.3.- Ciudad de Origen:** \_\_\_\_\_

**II.- ESTUDIOS**

**2.1.- Nivel de estudios**

Primaria inconclusa

Primaria completa

Secundaria inconclusa

Secundaria completa

Superior inconclusa (técnica)

Superior completa (técnica)

Superior inconclusa (universitaria)

Superior completa (universitaria)

**2.2.- Especialidad:** \_\_\_\_\_

**2.3.- Estudios de posgrado:**

Si

No

Indicar el tipo de cursos:

\_\_\_\_\_

### **III.- DESEMPEÑO EN LA EMPRESA**

**3.1.- Cargo:** \_\_\_\_\_

**3.2.- Funciones**

-

-

-

-

**3.3.- Tiempo laborando en la empresa:** \_\_\_\_\_

**3.4.- Participación en programas de capacitación**

Si

No

Indicar el tipo de capacitación:

\_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración!**



**FICHA DE OBSERVACIÓN**  
**GESTIÓN ADMINISTRATIVA**  
**AGENCIA DE VIAJES**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Planificación	La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos			
	La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas			
	La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)			
	La empresa cuenta con un plan de negocios			
Organización	La empresa cuenta con un manual de organización y funciones			

	La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos			
	La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal			
Gestión de calidad	La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio			
	La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios			
	La empresa realiza auditorías internas periódicas			
	La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones			
	La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente			
	La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias			
Gestión de recursos humanos	La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades, formación y experiencia)			
	La empresa ha definido el proceso de selección de personal			
	La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal			
	La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal			
	La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad			

	y cantidad del trabajo, relaciones laborales)			
	La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal			
	La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal			
	La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo			
	La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados			
	La empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos			
	La empresa comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente			
	La empresa ha establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio			
	La empresa respeta la jornada laboral establecida por ley			
	La empresa brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral			
	La empresa cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados			
Gestión de suministros y proveedores	La empresa ha definido criterios para la selección de proveedores			
	La empresa cuenta con un registro con las características y datos de sus proveedores			

	La empresa ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos			
	La empresa emplea formatos para formalizar sus pedidos			
	La empresa ha establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos			
Gestión de seguridad	La empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales)			
	La empresa ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro			
	Se brinda capacitación al personal en temas de seguridad			
	La empresa cuenta con planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades)			
	La empresa cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados			
	La empresa ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad			
	La empresa cuenta con el certificado de Defensa Civil			
	La empresa dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia			
Gestión financiera y contable	La empresa cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable			

	La empresa dispone de un presupuesto general y presupuestos específicos			
	El propietario está capacitado en temas financieros y contables			
Gestión de comunicación y marketing	La empresa cuenta con un estudio de mercado, considerando las características tanto de la competencia como de la demanda			
	La empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda			
	La empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes			
	La empresa mantiene un registro de sus clientes			
	La empresa firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento			
	La empresa ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado			
	La empresa emplea medios de comunicación masivos para promocionar su oferta			
	La empresa difunde información coherente con el servicio que brinda			
	La empresa provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio			
	La empresa cuenta con tarifarios de su oferta gastronómica			
La empresa exhibe en un lugar visible la oferta gastronómica con sus				

	respectivos precios			
	La empresa exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento			



**FICHA DE OBSERVACIÓN**  
**INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO**  
**AGENCIA DE VIAJES**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE</b>		<b>OBSERVACIÓN</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
Exterior	El establecimiento se ubica en un lugar accesible			
	Existe limpieza en el entorno			
	El establecimiento se ubica en una zona segura			
	Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada			
	Presenta el icono de clasificación y/o categorización			

	Cuenta con buena iluminación			
	Presenta acceso especial para discapacitados			
	Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano			
	Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados			
	Cuenta con una acceso independiente para los proveedores y el personal			
Oficinas	La empresa dispone de mobiliario adecuado para la atención al cliente			
	La empresa dispone de mobiliario adecuado para el almacenamiento de útiles de oficina y archivos			
	La empresa cuenta con equipos de informática que facilitan la gestión del servicio			
	La empresa dispone de áreas de espera, atención al cliente y de procesos internos			
	La distribución de los equipos y mobiliario facilita el desplazamiento del personal y de los clientes			
	La oficina cuenta con equipos de climatización (ventiladores, aire acondicionado, calefacción)			
	Se cuenta con una ambientación acogedora			
	La empresa cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo, en óptimas condiciones de limpieza			

	La empresa cuenta con un área destinada para que los trabajadores tomen sus alimentos			
	La empresa dispone de un espacio para el depósito de útiles de aseo y recolectores de desechos			



**FICHA DE OBSERVACIÓN  
GESTIÓN DEL SERVICIO  
AGENCIA DE VIAJES**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE</b>		<b>OBSERVACIÓN</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
Recepción de insumos	La empresa lleva a cabo una investigación minuciosa del área a operar para determinar el potencial turístico			

	La empresa desarrolla sus paquetes turísticos enfocados a las tendencias del mercado turístico nacional e internacional			
	El paquete turístico se ha diseñado considerando servicios incluidos y no incluidos			
	La empresa diseña paquetes turísticos a la medida de sus clientes			
	La empresa lleva a cabo la selección de proveedores para el paquete de acuerdo al tipo de servicio a ofertar			
	Se empresa elabora el itinerario tomando en cuenta, lugares, tiempos y actividades			
Información y asesoría al cliente	La empresa dispone de información actualizada de sus proveedores			
	El personal conoce las características de los servicios de los proveedores			
	El personal informa y asesora de forma veraz a los clientes sobre las condiciones del servicio			
	Al ingreso de los clientes el personal saluda de forma amable a los clientes			
	El personal atiende con amabilidad y prontitud a los clientes			

	El personal domina los programas informáticos especializados en la gestión de ventas y reservas			
	El personal demuestra dominio de idiomas			
	La empresa dispone de sistemas informáticos que permiten obtener información de los servicios en forma real			
	La empresa cuenta con acceso a medios de comunicación directa			
Reservas	La empresa dispone de formatos predeterminados para realizar las reservas			
	Los formatos empleados contemplan datos personales y de contacto que faciliten un desempeño del servicio óptimo			
	La empresa dispone de los medios informáticos necesarios para realizar reservas			
	La empresa tiene documentados todos los términos comerciales y contractuales de su relación con los proveedores			
	La empresa documenta todos los procesos relacionados con la reserva			
	La empresa informa de forma veraz sobre las condiciones de la reserva			

La empresa asegura que los servicios de los proveedores se reserven en forma oportuna, respetando las condiciones convenidas con el cliente			
La empresa expide la orden de servicio previa reconfirmación de parte del proveedor			
La empresa ha definido un tiempo promedio para la confirmación de las reservas			
La empresa suministra al proveedor toda la información necesaria para garantizar un servicio acorde a las necesidades del cliente			
La empresa identifica al personal de contacto de los proveedores de servicios con los que se gestiona la reserva			
La confirmación de la reserva por los proveedores incluye datos precisos de la reserva			
La reserva se confirma dentro de los plazos establecidos con el proveedor y el cliente			
En la confirmación de la reserva se verifica toda la información confrontando los datos de la reserva del proveedor con los registros de la empresa			

Operación del servicio	El personal de la agencia tiene una buena presentación, empleando elementos distintivos de la empresa			
	El personal de la agencia demuestra amabilidad en todo momento			
	El personal de la agencia demuestra conocimiento de la ciudad y de los atractivos visitados			
	La agencia realiza la coordinación de los servicios incluidos en el programa o paquete turístico			
	La agencia dispone de un manual de operaciones para el personal que opera el servicio			
	Los servicios se desarrollan con puntualidad			
	En caso de imprevistos el personal de operaciones resuelve la situación de forma oportuna y con resultados óptimos			
	Al iniciar el tour, el guía o tour conductor explica el itinerario de forma detallada (lugares a visitar, tiempos, distancias)			
	El personal de operaciones responde de forma amable a las interrogantes de los clientes			



**FICHA DE OBSERVACIÓN**  
**BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE</b>		<b>OBSERVACIÓN</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
Uso del agua	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua			
	La empresa lleva un control del consumo de agua			
	La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua			
	La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua			
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del			

	agua			
Uso de la energía	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la energía eléctrica			
	La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural			
	La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso			
	La empresa lleva un control de consumo de energía			
	La empresa utiliza focos ahorradores			
	La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización			
	Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos			
	Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar			
Consumo de productos	La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente			
	La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos			
	La empresa contrata a proveedores que brindar productos respetuosos con el medioambiente			
	La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables			

	La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado			
	La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel			
	La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima			
Gestión de residuos	La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos			
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos			
	La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas			
Adaptación al medio	La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje			



**FICHA DE OBSERVACIÓN**  
**BUENAS PRÁCTICAS SOCIO-CULTURALES**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Apoyo a la cultura local	La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad			
	La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal			
	La empresa participa en iniciativas de apoyo a la cultura local			
	La empresa informa a los visitantes sobre la cultura local			
	La empresa anima a sus clientes a consumir productos locales			

Apoyo a la comunidad local	La empresa dona productos usados o nuevos a la comunidad local			
	La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad			
	La empresa adquiere productos de proveedores locales			
	La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual			
	La empresa forma parte de los gremios del sector turismo			
	La empresa participa en los procesos de planificación turística			
	La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo			
	La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local			

## ANEXOS 03

### FOTOGRAFÍAS DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS



Figura 37: Portada del Fans page de la empresa Viajeros Tours.



Figura 38: Tour del pirata y guerrero Sechín.



**Figura: 39:** Tour del eterno Sol – Casma.



**Figura: 40:** Tour de la casona – Isla Blanca.