



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y  
GASTRONOMÍA**

**“DETERMINAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN A  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA KUSI TRAVEL 2022”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL  
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,  
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**PRESENTADA POR**

Bach. CASTILLO BEDOYA, KARLA ALEJANDRA  
<https://orcid.org/0000-0002-1289-2670>

**ASESOR**

Mg. JOSE ABEL DE LA TORRE TEJADA  
<https://orcid.org/0000-0002-5352-1729>

**AREQUIPA – PERÚ  
2022**

### **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres, hermanas, pero sobre todo a mi abuelo, me apoyaron en todo momento y no me dejaron caer.

### **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos mis familiares, amigos, profesores y la agencia Kusitravel que me ayudaron a culminar mi carrera.

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo está orientado en el estudio de la calidad de servicio al cliente brindado en la Agencia Kusitravel siendo importante la manera adecuada el turista es atendido por primera vez en la agencia. Todo esto va a depender del tipo del personal que trabaja en la Agencia estando a la expectativa de proporcionar viajes, tours nacionales como locales para disfrutar en familia, en parejas, etc. En este sentido, es relevante destacar las experiencias que han obtenido en sus viajes brindando información acerca de la agencia a los turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, la dificultad en la demanda a causa del COVID-19 en la actualidad es un tema muy importante ya que a todos nos tocó experimentar y nos obligó a comportarnos de manera diferente como vivíamos, el uso de doble mascarilla o mascarilla N95, la careta facial, guantes y alcohol o gel desinfectante. Por ello, el presente trabajo pretende contribuir una diferenciación entre las Agencias competitivas alrededor de la Ciudad de Arequipa, explicar cómo es la calidad brindada de los trabajadores hacia los Turistas nacionales e internacionales, de los servicios que brindamos analizando la situación actual y dando mejoras para el crecimiento de nuestra Empresa. La Agencia está clasificado como Tour Operador de Colca, por ende, tiene una mayor intensidad en cuestión de salidas a diferentes rutas y servicio personalizado.

Las agencias de viajes en la ciudad de Arequipa son empresas orientadas a la venta de determinados servicios turísticos, haciendo uso de diferentes medios para la prestación de sus servicios. En el Perú las empresas de agencias de viajes han ido creciendo en estos últimos años, donde tanto la calidad, así como el servicio al cliente consiste en el empleo de habilidades personales las cuales van a estar relacionadas con la comunicación que se va a dar entre la agencia de viajes y el turista; las habilidades técnicas

**Comentado [d1]:** Esquema de la UAP:

4. **Introducción:** Debe contener una exposición de los motivos personales que llevaron al investigador a escoger el tema, **indicar los antecedentes del estudio, la justificación de la investigación, y los objetivos específicos** que generalmente responden a las preguntas ¿qué debo lograr? ¿Qué quiero investigar? Para formular los objetivos se utilizan verbos infinitivos, síntesis de cada capítulo.

Es la presentación clara y precisa del contenido del trabajo, no incluye resultados ni conclusiones. Además, debe considerar las razones que motivaron la elección del tema, y los fundamentos que lo sustentan: **antecedentes, planteamiento del problema, objetivos, alcance, limitaciones y la justificación**

provenientes de los procesos de atención, así como de los requerimientos del cliente de acuerdo a la empresa y su trabajo, siendo el mayor reto para la empresa el superar las expectativas de los clientes y dar un valor agregado a los servicios que ofrece. (MINCETUR, 2017)

El objetivo principal que tiene la Agencia Kusi Travel es lograr la satisfacción y fidelización de los clientes que demandan su servicio, cumpliendo con brindar un servicio de calidad que cubra las necesidades y motivaciones de los clientes.

Es por ello que el presente trabajo va a estar dirigido al análisis de la calidad en el servicio de atención a los clientes, entendido como la valoración del cliente que va de acuerdo a su percepción que tiene. Sobre el servicio que brinda la agencia de viajes Kusi travel, esperando con ello fortalecer la marca de la agencia en base a las opiniones positivas y recomendaciones que den a conocer los clientes por el servicio adquirido.

Para la formulación del problema obtendremos el problema general, analizaremos la calidad de servicios ofrecida por la Agencia de Viajes Kusi Travel y como objetivo general analizar la organización y evaluar la calidad de servicio ofrecida por la Agencia y para la creación de nuevos tours

Este trabajo se realiza en el Departamento de Arequipa, en el Cercado de la Ciudad de Arequipa teniendo una duración de 04 meses que tuvo inicio 20 de diciembre del 2021.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de suficiencia profesional fue realizado en la Agencia de Viajes Kusi travel, el cual fue un análisis de los factores internos como externos dentro de la agencia para implementar un proceso de solución a la problemática presentada.

En este plan estratégico se ha analizado la agencia Kusitravel la misión, visión, la descripción de los procesos, análisis de la problemática y las mejoras que deberán ser cambios en la agencia Kusitravel. Con este proyecto se posicionará en el mundo del turismo en la rama de las agencias de viajes en la ciudad de Arequipa, brindándole al turista un buen servicio de primera, plantee decisiones estratégicas de acuerdo al servicio de atención brindado, satisfaciendo las necesidades de sus clientes y cumplir con las expectativas del servicio ofrecido, estos cambios se han tomado en cuenta en este proyecto.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>DEDICATORIA</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>xi</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>12</b>
<b>1. Breve descripción de las empresas del sector turismo</b>	<b>12</b>
1.1. Agencias Tour Operador	12
1.2. Antecedentes	12
1.3. Bases Teóricas	14
1.3.1. Turismo:	14
1.3.2. Importancia del turismo	15
1.3.3. Experiencia del turista	16
1.3.4. Calidad	17
1.3.5. Importancia de la calidad	17
1.3.6. Calidad de los Servicios Turísticos	18
1.3.7. Agencias de Viajes	18
1.4. Historia	19
1.5. Misión	20
	vii

1.6.	Visión	20
1.7.	Valores	21
<b>CAPITULO II</b>		<b>23</b>
<b>2. Operación de la Empresa:</b>		<b>23</b>
2.1.	Mercado objetivo:	23
2.1.1.	Servicios Ofrecidos	25
2.1.2.	Servicio de alojamiento de colca 2d/1n	36
2.1.3.	Organigrama	38
<b>CAPITULO III</b>		<b>39</b>
<b>3. Problemática</b>		<b>39</b>
3.1.	Descripción del Área y sus procesos llevados a cabo en la atención al cliente.	39
3.2.	Problemática identificada en la Agencia Kusitravel	41
3.3.	Áreas que se involucran en la problemática	42
3.3.1.	Área de Recepción:	42
3.3.2.	Área de Reserva:	42
3.3.3.	Servicio de Transporte:	43
3.3.4.	Seguimientos a los clientes:	43
<b>CAPITULO IV</b>		<b>44</b>
<b>4. Análisis de la situación</b>		<b>44</b>
4.1.	Metodología propuesta para el análisis	44
4.1.1.	Tipo y nivel de investigación	44
		viii

4.1.2.	Recolección de datos para cuantificación de la problemática	45
4.1.2.1.	Técnica de recolección de datos	45
4.1.3.	Instrumento de recolección de datos	45
4.2.	Aplicación de herramientas seleccionadas para el diagnóstico de la situación actual.	46
4.2.1.	Hoja de verificación:	47
4.2.2.	Pareto:	47
4.2.3.	Diagrama de Ishikawa:	47
4.2.4.	Hoja de Verificación	47
4.2.5.	Diagrama Pareto	48
4.2.6.	Diagrama de Ishikawa	50
4.3.	Análisis de los datos obtenidos	56
<b>CAPITULO V</b>		<b>62</b>
<b>5. Mejora del proceso</b>		<b>62</b>
5.1.	Identificación de las áreas de mejora del proceso	62
5.2.	Cambios propuestos en el proceso analizado	63
5.3.	Resultados esperados en relación a los cambios propuestos	65
5.4.	Indicadores para el seguimiento y responsables:	67
<b>CONCLUSIONES</b>		<b>69</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>		<b>71</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		<b>72</b>
<b>ANEXOS</b>		<b>74</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Empresas con las que trabaja Kusi travel agencia de viajes .....	24
Tabla 2 Movimiento turístico en Arequipa.....	25
Tabla 3 Servicios ofrecidos por Kusi Travel agencia de viajes .....	25
Tabla 4 Servicios básicos ofrecidos por las empresas hoteleras que trabajan con Kusi Travel .....	37
Tabla 5 Protocolos en el transcurso de viaje .....	40
Tabla 6 Escala Servqual .....	46
Tabla 7 Hoja de verificación.....	47
Tabla 8 Tabla de Pareto de la Agencia Kusitravel .....	49
Tabla 9 ¿La Agencia de Viajes Kusi travel brinda información incorrecta al momento de explicar sus paquetes turísticos? .....	57
Tabla 10¿La agencia de viajes Kusi travel cumple con el tiempo establecido en sus servicios que ofrecen?.....	58
Tabla 11 ¿Estaría de acuerdo esperar unos minutos para la atención en la Agencia? .....	59
Tabla 12 ¿Aceptaría usted una reserva nueva en otra Agencia o cambiar de transporte si existiera overbooking?.....	59
Tabla 13 ¿Usted piensa que la relación calidad-precio es adecuada en la Agencia kusi Travel? .....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura. 1 Organigrama de Kusi Travel.....	38
Figura. 2 Atención al cliente en la agencia de viajes Kusi Travel.....	39
Figura. 3 Diagrama de Ishikawa- Información incorrecta al momento de brindar los paquetes turísticos. ....	51
Figura. 4 Diagrama de Ishikawa- Retraso en el recojo del cliente .....	52
Figura. 5 Diagrama de Ishikawa- Demora en la atención y pagos al cliente.....	53
Figura. 6 Diagrama de Ishikawa- Overbooking en los servicios de transporte .	54
Figura. 7 Diagrama de Ishikawa – Relación Calidad-Precio .....	55
Figura. 8 ¿La Agencia de Viajes Kusi travel brinda información incorrecta al momento de explicar sus paquetes turísticos? .....	57
Figura. 9 ¿La agencia de viajes Kusi travel cumple con el tiempo establecido en sus servicios que ofrecen?.....	58
Figura. 10 ¿Estaría de acuerdo esperar unos minutos para la atención en la Agencia? .....	59
Figura. 11 ¿Aceptaría usted una reserva nueva en otra Agencia o cambiar de transporte si existiera overbooking?.....	60
Figura. 12 ¿Usted piensa que la relación calidad-precio es adecuada en la Agencia kusi Travel?.....	61

## CAPÍTULO I

### 1. Breve descripción de las empresas del sector turismo

#### 1.1. Agencias Tour Operador

Las Agencias de Viaje son entidades profesionales y comercialmente, se dedican a la organización, mediación, coordinación, promoción e asesorías de paquetes turísticos, haciendo uso de medios propios para la prestación de servicios turísticos.

Las Agencias de viajes es conseguir la fidelización y satisfacción de los clientes que solicitan sus servicios turísticos, ofreciendo para ello un servicio de calidad que pueda cubrir las distintas necesidades y motivaciones de los clientes.

Las Agencias de Viajes con categoría de **Tour Operador** son las que proyectan, elabora, diseña, contrata y opera programas para nuevos tours turísticos y servicios turísticos dentro del territorio Nacional que son ofrecidos y vendidos a través de las agencias de viaje y Turismo mayorista como minorista como en agencias del extranjero, brindándole directamente al turista. (Mincetur, Reglamento de Agencias de viajes y turismo, 2016)

#### 1.2. Antecedentes

(Silva, 2021), en su investigación titulada: Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú, la cual tuvo como objetivo establecer la relación entre la calidad del servicio en las empresas turísticas de medios de transporte, restaurantes, así como hospedajes con la satisfacción de cliente. La presente investigación es

subjetiva, no experimental y de corte transversal, nivel correlacional con un enfoque cuantitativo. Se empleo como instrumento un cuestionario para hospedajes, medios de transporte y restaurantes, mientras que para determinar la calidad del servicio se empleo las dimensiones del modelo de ServQual y para el nivel de satisfacción se empleo un enfoque unidimensional. Obteniéndose como resultados que la calidad de los servicios brindados por los hospedajes turísticos va a ser de calidad, mientras que los restaurantes van a presentar características adecuadas, así como no adecuadas y los medios de transporte van a brindar un servicio de forma deficiente.

(Davila) Realizó una investigación titulada: "Propuesta de mejora en el proceso de gestión de clientes de agencias de viaje", la cual tuvo como objetivo elaborar una propuesta de mejora en el proceso de gestión de clientes de la agencia de viajes, el cual tuvo como base las sugerencias de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los sistemas de gestión de calidad. Para lo cual se realizó un análisis, así como el levantamiento de la situación actual del proceso que establece los puntos de mejora y sus requerimientos nuevos esenciales para realizar la gestión de clientes de forma adecuada. Se empleo como técnica la encuesta acorde a la satisfacción evidenciando con ello los puntos de mejora en la gestión actual de los clientes. Concluyendo que no se cuenta con la información de los clientes frecuentes, lo cual podría ocasionar inconvenientes a futuro al momento de efectuar una venta a un cliente que se determinó como problemático para la agencia, de igual forma el no lograr llegar de forma efectiva a los clientes cuyos gustos se adecuen a los paquetes turísticos ofrecidos, no estableciendo una relación cercana con el cliente ya que no se va

a contar con información esencial sobre sus datos como preferencias, gustos, contacto, etc.

En las investigaciones de Salinas, (Salinas, 2021) y es estudio de (Sacaca, 2021) Realizaron una investigación titulada “Calidad de servicio de las agencias de viajes de Puno y la satisfacción del turista extranjero en la excursión al complejo arqueológico de Sillustani”, la cual tuvo como objetivo determinar la calidad de servicio de las agencias de viajes de la ciudad de puno y la satisfacción del turista extranjero acorde al modelo **SERVQUAL**. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo con un nivel descriptivo, corte transversal mediante el modelo **SERVQUA**. La muestra total estuvo constituida por 107 turistas extranjeros. Obteniéndose como resultados que los turistas están totalmente de acuerdo, así como de acuerdo con el 98% de las 5 dimensiones. Concluyendo así que la valoración de las expectativas que van a tener los turistas por las agencias de viaje y turismo van a ser altas correspondiente a las 5 dimensiones de calidad de servicios, dado que gran parte de ellos se encontró totalmente de acuerdo y de acuerdo con el 98% en fiabilidad, 97% en tangible, 96.72% en seguridad, 95,7% en capacidad de respuesta y 96% en empatía, finalmente se empleó lineamientos de mejora con la finalidad de que las agencias de viaje logren satisfacer la percepción que presentan los turistas extranjeros.

### **1.3. Bases Teóricas**

#### **1.3.1. Turismo:**

El turismo va a ser conceptualizado como el viajar ya sea por negocios o placer, así como la práctica del negocio de atraer, giras, entretener y complacer

a los turistas y el negocio de las visitas guiadas. Así mismo el turismo se puede realizar de forma internacional o en el mismo país del turista. La organización mundial del turismo va a establecer el turismo de forma más general acorde a la percepción común que va más allá del turismo como limitado a su actividad vacacional, acorde a los turistas que viajan o permanecen en lugares fuera de su entorno habitual en el periodo de no más de un año consecutivo ya sea por negocio, ocio entre otros. (Carmona, 2019).

Es por ello que se concluye que la actividad turística se va a comprender más como un medio que como un fin, lo cual se va a complementar con distintas actividades económicas las cuales coincida con mayores nivel de desarrollo social y de la misma forma económico acorde a la población local, la mano de obra generada, ingresos recibidos, crecimiento de niveles de bienestar material así como de la cultura empresarial y profesional, van a ser ello los efectos procedentes de la actividad turística en una determinada región.

### **1.3.2. Importancia del turismo**

Según el Observatorio Turístico del Perú, el turismo va a ser considerado como uno de los sectores más importantes en la generación de divisas incluso después del minero y/o agrícola, representando en el 2019 el 3.8% del PBI nacional, donde el turismo va a contar con una gran capacidad para originar divisas en un tiempo corto, siendo parte fundamental de generador de trabajo que va a aportar a la erradicación de la pobreza, contando nuestro país con gran potencial turístico por desarrollar. Así mismo el turismo va a generar integración y va a impulsar la creación de nuevas empresas que promuevan la optimización de la infraestructura, así como el

fomentar la restauración, conservación y de igual forma el empleo responsable del entorno. (Sanchez, 2021)

De igual forma el turismo va a ser considerado en la actualidad como uno de los principales actores del comercio internacional, lo cual va a representar una de las principales fuentes de ingresos de los distintos países en desarrollo, dicho crecimiento va a ir relacionado con el incremento de la diversificación, así como de la competencia entre los destinos. Donde la expansión general del turismo en los países tanto desarrollados como industrializados va a ser beneficioso en relación a lo económico y el empleo, para los diversos sectores relacionados desde la construcción, agricultura y hasta las telecomunicaciones. (World Tourism Organisation, 2020)

### **1.3.3. Experiencia del turista**

Se va a definir la experiencia del turista como la interacción sistémica que va a existir entre el cliente y la organización, en la cual el turista va a desarrollar sentimientos o reacciones que van a demostrar su tanto su participación como su percepción acerca del servicio o producto que la empresa le ofrece de manera directa, es decir durante su uso, compra o consumo o de manera indirecta, como en la publicidad, la información brindada del servicio. Dichas interacciones van a necesitar la actuación de todas las partes interesadas tales como proveedores, gerentes, clientes, empleados, etc. Ello va a posibilitar a la empresa de forma estratégica conocer aún más al consumidor como individuo, así como determinar sus niveles de satisfacción que este va a percibir. Así mismo va a permitir moldear cada efecto hacia el

cliente para generar una óptima y memorable experiencia, llegando a establecer lealtad mediante ella. (Ramos, 2020) (Moquillaza, 2020)

#### **1.3.4. Calidad**

Se va a definir calidad como las características establecidas de un servicio o producto que se va a basar en las necesidades presentadas por el cliente y que va a brindar satisfacción del servicio o producto. Así mismo la calidad va a ser la diferencia entre los servicios esperados por el cliente antes de su prestación y lo que realmente percibe que obtuvo de ese servicio, dicho de otra manera, va a ser el nivel de excelencia que se determinó con la intención de satisfacer las expectativas del cliente. (Lavado, 2017)

#### **1.3.5. Importancia de la calidad**

La calidad va a ser el lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes, lo cual va a originar lo esencial de contar con calidad en todas las organizaciones.

La calidad va a ser lo beneficios que se obtienen de tener calidad tales como la presencia, así como su permanencia de la empresa en el mercado, reducción de costos y la generación de mano de obra. (Rivera, 2018)

**Reducción de Costos**, al realizarse la reducción de costos en la organización se va a tener menos reprocesos, así como tiempo disponible para emplearlo en la innovación de nuevos productos o servicios.

**Presencia en el Mercado**, la organización al contar con calidad mejor a la de la competencia como productos o servicios innovadores y perfeccionados, así como un precio más competitivo, va a originar que el mercado reconozca la marca, lo cual va a generar una presencia sobresaliente en el mercado.

**Permanencia en el Mercado**, como consecuencias de las ventajas en la presencia del mercado, la organización va a demostrar tener una elevada probabilidad de permanecer con una fidelidad por parte de los consumidores.

#### **1.3.6. Calidad de los Servicios Turísticos**

En el sector turismo la calidad va a presentar una visión holística integrada, la cual va a ser considerada como la combinación correcta de los servicios, atractivos y facilidades, lo cual va a ser capaz de persuadir en la decisión del viaje, así como de brindar una grata experiencia satisfactoria al cliente. Dicha conceptualización va a hacer referencia a los enfoques de oferta y demanda que son consustanciales al producto turístico, determinando así la claridad de su naturaleza a la cual se encuentra vinculada a la experiencia satisfactoria del servicio, dicho en otras palabras, el producto se va a encontrar determinado esencialmente por la calidad. Así mismo la calidad de servicio va a ser considerada como una función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores frente al servicio que van a recibir, así como las percepciones que tengan sobre este servicio que reciban efectivamente por parte de la organización. (García, 2019)

#### **1.3.7. Agencias de Viajes**

Dentro el sector de turismo va a existir empresas que van a actuar como intermediarias entre tanto los prestadores de los servicios turísticos como por ejemplo los hoteles, líneas aéreas y empresas de transporte y los clientes o el turista consumidor de los servicios mencionados, siendo estas las agencias de viaje. (Stemenzon, 2018)

Así mismo las agencias de viaje van ser organizaciones las cuales van a estar encargadas de gestionar de forma total o parcial todos los servicios que corresponden a un viaje, teniendo como finalidad el cubrir o sobrepasar las expectativas que tiene el cliente tanto antes, durante como después de haber optado por el servicio ofrecido. (Saldarriaga, 2020)

#### **1.4. Historia**

La empresa de agencias de viajes Kusitravel se creó el 2 de abril del año 2009 fundado por el señor Julian Cuito Soto junto a su esposa y familia, la empresa comenzó como un pequeño puesto de artesanías que está ubicado en el Portal San Agustín 105 (plaza de Armas de Arequipa) se dedicaban a vender artesanías a los turistas que venían a la ciudad de Arequipa.

La Empresa empezó a expandirse en el rubro de Turismo en la categoría de Agencia de Viajes como tour operador de Colca como uno de sus primeros tour que ofrecía es Tour a cañón de Colca, Toro Muerto, Ruta del Sillar, Campiña, la Agencia solo contaba con tres personas que ofrecían y vendían los tour a los turistas nacionales poco a poco empezó a trabajar con otros operadores turísticos (como Campiña, la Ruta del Sillar, etc) de diferentes Agencias de viajes nacionales luego empezó a expandirse en la área de vuelos nacionales al principio con aerolíneas peruanas como Avianca luego empezó a ofrecer vuelos internacionales con la ayuda de agente de vuelos y empezó a ofrecer tour a otros destinos que son demandados en la actualidad como Machu Picchu- Cusco, Puno, Ica, etc.

La Agencia de viajes Kusitravel con el paso de los tiempos empezó hacer reconocido entre todas las agencias de Arequipa, los guías como los

choferes cuentan con más de 14 años de experiencia y más de 20 años de servicio y calidad en el campo turístico, La empresa de viajes Kusiitavel se encarga de vender Paquetes Aéreos a destinos Nacionales, Tours turísticos Privados, Deportes de Aventuras, Tours Locales.

- Nombre comercial: Agencias de Viajes Kusitavel
- Razon social: Agencia de Viajes y Turismos Kusi Travel E.I.R.L

#### **1.5. Misión**

La empresa Kusi travel tiene como misión brindar los mejores servicios turísticos del mercado, superando las expectativas de sus clientes, ofreciéndoles para ello un excelente y personalizado servicio.

#### **1.6. Visión**

Consolidarse como la empresa líder en el sector ofreciendo una amplia gama de productos turísticos adaptado a los requerimientos con tarifas competitivas.

La empresa quiere mostrar que tiene una amplia y diversa gama de actividades adecuada a la necesidad de cada tipo de viajero, para que gracias ello pueda ser la agencia de viajes líder en el turismo a nivel regional e internacional.

#### **Visión Local**

Kusitavel tiene como visión local ser reconocida como la agencia líder de Arequipa y brindar los mejores tours para los ciudadanos al alcance de la economía de los pobladores.

#### **Visión Regional:**

Kusitravel tiene como visión regional brindar paquetes turísticos regionales de Arequipa y hacer conocida la marca a través de la satisfacción de nuestros clientes.

### **1.7. Valores**

La agencia de viajes Kusitravel tiene como valores primordiales los siguientes:

- Confidencialidad, es uno de los valores fundamentales en la agencia Kusi travel de seguridad que garantiza el secreto de información, así como el tratamiento de esta misma para que no sea divulgada sin el consentimiento de la persona.
- Honestidad, hace referencia al respeto al prójimo y de igual forma a los bienes ajenos, así mismo en la agencia Kusi travel será la conducta honrada frente a las normas y compromisos, actuando con la verdad y coherencia entre lo que se hace, piensa o se dice.
- Puntualidad, en la agencia Kusi travel el valor de la puntualidad hace referencia a cumplir con compromisos, así como el saber gestionar el tiempo como parte de la puntualidad, formando ello como parte de la ética y así como de la cultura empresarial.
- Eficiencia, en la agencia Kusi travel la eficiencia se va a representar como el establecimiento de objetivos frente a los procesos de mejora continua, así como desarrollo, con el objetivo de satisfacer las necesidades del mismo modo que las expectativas y deseos del cliente.
- Empatía, en la agencia Kusi travel la empatía le va a permitir conectar con su cliente al colocarse en su lugar y tener conocimiento acerca de

sus necesidades, prestando la ayuda requerida para ofrecer el servicio turístico adecuado.

- Seguridad, en la agencia Kusi travel la seguridad va a estar relacionada a la cultura de prevención, es decir las acciones pro activas de los trabajadores correspondiente a la prevención de los accidentes o imprevistos presentados al momento de llevar a cabo el servicio turístico.
- Cooperación, en la agencia Kusi travel va a estar referido a la ayuda mutua tanto entre los trabajadores como entre el trabajador y el turista de forma desinteresada e incondicional con el fin de brindar ayuda o apoyo al momento de ofrecer los servicios turísticos.

## CAPITULO II

### 2. Operación de la Empresa:

La Agencia de viajes Kusi Travel brinda servicios de paquetes turísticos a nivel nacional como regional mediante operadores de agencias de viajes, agentes de viajes que brindan información turística y Guías turísticas ayudándonos con la tecnología en sus diversas formas de pagos

En la **calidad de los servicios turísticos** la empresa combina correctamente los servicios brindados al turista le dan facilidades persuadiendo en la decisión de viaje así como le brinda una grata experiencia satisfactoria al **TURISTA**. Dicha conceptualización va a hacer referencia a los enfoques de oferta y demanda que son consustanciales al producto turístico; determinando así la claridad de su naturaleza a la cual se encuentra vinculada a la experiencia satisfactoria del servicio, dicho en otras palabras, el producto se va a encontrar determinado esencialmente por la calidad. Así mismo la calidad de servicio va a ser considerada como una función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores frente al servicio que van a recibir, así como las percepciones que tengan sobre este servicio que reciban efectivamente por parte de la organización. (García, 2019)

#### 2.1. Mercado objetivo:

De acuerdo al estudio a la población Turística elaboramos encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros; En las encuestas realizada en

**Comentado [2]:** ¿Operación de la empresa como parte de las bases teóricas?

la agencia Kusi travel se llegó a la conclusión que las personas mayores a 35 años con ingresos que oscilan a los 1500 soles son las más concurridas ya que usan paquetes completos para sus familias, jóvenes de 25 años que viajan solos o con pareja y turistas nacionales e internacionales y toda, mayormente las personas que desean adquirir un paquete turísticos son de nacionalidad extranjera y local por ende nuestro mercado objetivo de la agencia es TURÍSTICO.

El Turismo SOCIAL es la innovación en el sector del turismo ya que se caracteriza por ofrecer nuevas aplicaciones en donde la compartición de información entre los viajeros es un pilar para la creación de nuevos servicios.

Así mismo la empresa Kusi travel se enfoca en el publico internacional, es por ello que desea enfocarse en mejorar la calidad de atención para poder crecer en este sector turístico y llegar a nuestro objetivo que es el TURISTA.

## Empresas

Tabla 1

*Empresas con las que trabaja Kusi travel agencia de viajes*

Hoteles	Servicio
Hotel Maravillas del Colca	
Hotel Collahuasi	Colca 2D/1N
Hotel Colca Lodge	
Hostal Santa Catalina	Colca Full Day
Oscar Trips	Tour Ruta del Sillar
Costamerica	Tour Campiña
Phaway	Tour Salinas y Aguada blanca
Inti Peru Travel	Cataratas de Pillones

Rocky	Rafting
Asociación de mira buses de Arequipa	

Nota. Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

**Turistas:**

Tabla 2

*Movimiento turístico en Arequipa*

Movimiento turístico – Arequipa	
Arequipa	93.9%
Cañon del Colca	56.4%
Chivay	44.5%
Cruz del Condor	18.8%
Convento Santa Catalina	18.4%
Yanahuara	13.9%

Nota. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Arequipa

**2.1.1. Servicios Ofrecidos**

Los servicios que Kusi Travel agencia de viajes ofrece son los siguientes:

Tabla 3

*Servicios ofrecidos por Kusi Travel agencia de viajes*

Servicios turísticos	Incluye
Tour al Cañón del Colca 2D/1N	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte turístico</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía bilingüe</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel</li> </ul>

---

Tour al Cañon del Colca	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Transporte</li> </ul>
Full Day	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Guía</li> <li>● Desayuno</li> <li>● Transporte turístico</li> </ul>
Reserva Nacional de Salinas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Guiado profesional</li> <li>● Alcohol en gel</li> <li>● Botiquín de primeros auxilios</li> <li>● Transporte turístico MIRA BUS</li> </ul>
Campaña Tour	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Guía profesional</li> <li>● Kit de primeros auxilios</li> <li>● Recogida en el hotel (centro histórico)</li> </ul>
Rafting	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Transporte compartido</li> <li>● Instructor bilingüe (español e inglés)</li> <li>● Equipo de rafting</li> </ul>
Ruta del Sillar	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Transporte turístico</li> <li>● Guía</li> <li>● Transporte turístico privado al 70% -</li> </ul>
Cataras Pillones	<ul style="list-style-type: none"> <li>80% de capacidad</li> <li>● Guiado profesional</li> <li>● Kit de primeros auxilios</li> </ul>

---

---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Guía de Montaña</li> </ul>
Ascenso a los volcanes	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de Camping</li> <li>● Transporte 4x4</li> <li>● Colchonetas y carpas</li> <li>● Bolsa de dormir</li> <li>● Alimentación</li> <li>● Botiquín</li> </ul>

---

Nota. Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

### ***Tour Cataratas de Pillones y Bosque de Piedras***

#### **Tour Full Day**

➤ **Incluye:**

- ❖ Transporte
- ❖ Guía

➤ **No Incluye:**

- ❖ Entradas a Cataratas de Pillones S/ 2.00
- ❖ Entradas a Bosque de Piedras S/2.00
- ❖ Desayuno ni Almuerzo

➤ **Horario:** 6:00 am a 17:00 pm

➤ **Recorrido:** Pampa de Arrieros (pueblo fantasma); seguidamente nos dirigiremos al Mirador Carlitos o de los Volcanes (opcional); luego para continuar con el recorrido iremos a pueblo de Patahuasi, se les brinda un tiempo establecido para comprar artesanías, desayunar, almorzar; seguidamente nos dirigimos al Parque Nacional y a Pillones, realizando una previa caminata de 1 hora a 1 hora y media aproximadamente, la

entrada para la Catarata de Pillones tiene un costo de 2 soles, en dicha catarata no se puede meter, nadar, jugar o realizar movimientos bruscos y seguidamente nos dirigimos al Bosque de Piedras Imata cuya entrada tiene un costo de 2 soles y el guía se encargara de explicar acerca de la historia de igual forma se les da un tiempo establecido para que los turistas se tomen fotos. Finalmente retornamos a la Catarata de Pillones y a Pueblo Patahuasi para brindarle la hora del almuerzo luego hacemos un viaje directo hasta Arequipa a la plaza de armas estaremos llegando a las 5:00 p.m.

#### ***Tour Salinas y Aguada Blanca***

- **Horario:** medio día de 6:00 am a 14:00 pm, el transporte es de 4x4 con una capacidad de 6 personas con un chofer guía, mientras que la minivan tiene una capacidad de 18 personas a más con transporte guiado.

- **Recorrido y descripción:**

Nos dirigimos al Mirador los Volcanes; seguidamente iremos a Pueblo de Chiguata en el cual se realizara una explicación acerca de la historia de la Iglesia Barroca de Chiguata y le brindaremos la hora del desayuno, seguidamente nos dirigimos a la Reserva de Salinas dirigiéndonos al Salar el cual es conocido por el encanto de la nieve cuando no es nieve sino sal congelado que toma de color blanco y a continuación nos dirigimos a la Laguna de Salinas o espejos de agua en el cual los turistas tendrá como tiempo una hora, así mismo deberán llevar sandalias, ropa de cambio debido a que los turistas van a entrar a la misma laguna,

siendo este un piso de hielo con agua por ello es que se les recomienda llevar una ropa de cambio. Finalmente nos vamos a dirigir a las pozas termales de Lojen cuya entrada es de 5 soles la cual no está incluida en el paquete, luego nos dirigimos al Mini Volcán en el cual se va a explicar acerca de su historia, así como un tiempo establecido para tomarse fotos de ahí empezaremos a retornar a Arequipa llegando en la Plaza de Armas a las 2:00 p.m.

***Tour Salinas y Aguada Blanca con Represa de Uzuña Full Day***

➤ **Horario:** 6:00 am a 16:30 pm

Transporte: Es de 4x4 con una capacidad de 6 personas con un chofer guía, mientras que la minivan tiene una capacidad de 14 personas a más con transporte guiado.

➤ **Recorrido y descripción:**

Nos dirigiremos a Mirador los volcanes, pueblo de Chiguata en el cual se realizará una explicación acerca de la historia y le brindaremos la hora del desayuno; seguidamente nos dirigimos a la Reserva Nacional de Salinas y a continuación nos dirigimos a la laguna de salinas o espejos de agua, así mismo deberán llevar sandalias, ropa de cambio debido a que los turistas van a entrar a la misma laguna. Finalmente nos vamos a dirigir a las aguas termales de Lojen cuya entrada es de 5 soles la cual no está incluida en el paquete; luego nos dirigimos al Mini Volcán; luego nos vamos a dirigir a la represa de Uzuña, ubicada en el distrito de Polobaya y pueden realizar actividades como paseo en bote, kayak y pesca artesanal y con ello se retornaría a la plaza de armas.

***El tour no incluye:***

- Entrada a las aguas termales de Lojen s/ 5.00
- Ni desayuno o almuerzo

Por ello se indica que cuando nos dirigimos a salinas y aguada blanca no se va a encontrar puntos claves para almorzar, se recomienda llevar piqueos, snacks o alguna comida cuando son clientes de casa, en caso sean ellos turistas piqueos, snack saludables y de todas formas se les da sus recomendaciones como llevar ropa abrigadora, bloqueador, repelente, lentes de sol, zapatillas, sandalias, todo lo necesario para la diversión y respecto a su salud se le va a recomendar pastillas para el soroche, vomito, desmayo, dolor de cabeza, gotas para el odio, mates de coca, anís, manzanilla, caramelos de limón o de coca, etc.

***Tour del Colca Full Day***

- **Horario:** 3:00 am a 18:00 pm
- **No Incluye:**
  - ✓ Boleto turístico de S/ 20 S/40 s/70
  - ✓ Almuerzo
  - ✓ Entradas a Baños termales de CHaccapi
- **Recorrido y descripción:**

Iniciamos con Pampas Cañahuas que son nevados, se puede apreciar el Misti, Chachani, Pichu Pichu; seguidamente nos dirigimos a Patapampa observaremos sus reservas; luego nos dirigimos a Chivay llegamos a las 12:30 pm para el almuerzo, se instalan en el hotel Maravillas

del Colca, brindándoles la información del hotel a los turistas dándoles la elección de elegir la habitación, en caso solo sea una persona se le brinda la habitación simple, si son dos personas la habitación doble o matrimonial, si son 4 personas a más se le indica al hotel. Una vez los turistas se encuentren instalados en el hotel esa tarde va a ser libre y al día siguiente a las 5:00 am se lleva a cabo el desayuno, dirigiéndonos después de ello a la cruz del cóndor llegando a las 7:30 am o 8:00 am, dirigiéndonos a Pinchollo para conocer más acerca del mirador; nos dirigimos al pueblo de Maca donde el guía nos contara acerca de la historia, así mismo se establecerá un tiempo para tomarse fotos con el águila doméstica, dirigiéndonos al pueblo de Yanque ya que ahí se encuentran los baños termales de Chacapi con un costo de 15 soles brindando también el servicio de deporte de aventura como el kayak y la tirolesa, finalmente retornamos a Chivay al medio día, desalojamos las habitaciones, almorzamos y nos dirigimos a la Plaza de Armas de la ciudad de Arequipa llegando a las 18:00 pm.

➤ **Tour Colca de 2d/1n**

**Incluye:**

- Transporte - Guía
- Hotel – Desayuno

**No incluye:**

- Boleto Turístico de S/ 20 S/40 S/ 70
- 2 almuerzos
- 1 cena
- Entrada a los baños termales de Chacapi s/ 15.00

**Hora de salida:** 8:00 a.m.

**Hora de Retorno:** 5:00 p.m.

El tour de colca sale a las 8:00 a.m. se empieza hacer los recojos de agencias y hoteles para ir directamente a nuestra primera parada Pampas Cañahuas para dirigirnos al mirador de los volcanes se observara el volcán Misti y Chachani que estaremos en un tiempo de 45 minutos luego para dirigirnos a Patapampa que se observara la reserva como el mirador de Patapampa observaremos el nevado de Ampato donde encontraron la dama de Ampato( La momia Juanita), el volcán Sabancaya y el nevado de Huanca Hualca estaremos con un promedio de tiempo de 45 minutos después abordaremos el transporte para dirigirnos a Chivay que estamos llegando a la 1:00 p.m. para pagar el boleto turístico, después almorzaremos en un restaurante elegido por los mismos turistas o elegido por el guía luego estaremos hospedándonos en el hotel elegido por el turista y toda la tarde es libre para los pasajeros para que puedan pasear por el mismo pueblo o descansar. A las 6:00 p.m. el guía nos llevara a la peña para brindarle la hora de la cena y ahí disfrutaremos la bienvenida con la danza del Wititi podremos bailar con los danzarines luego estaremos retornando al hotel.

A las 6:00 de la mañana se brinda el desayuno continental para luego dirigirnos a la Cruz del Cóndor donde observaremos el vuelo del cóndor como la profundidad del cañón del colca se le dará un tiempo de 1 hora donde podremos aprovechar el para comprar artesanías, souvenirs, tomarse fotos, etc. Nos estaremos dirigiéndonos al mirador de Pinchollo

para observar el valle del colca para luego dirigirnos al pueblo de Maca donde conoceremos a los pobladores, el tipo de vestimenta, su plaza, sus arte, la plaza, podremos tomarnos fotos con la águila domestica el guía le brindara a los pasajeros un tiempo de 45 minutos para dirigirnos a Yanque donde está ubicado los baños termales de Chaccapi donde disfrutaremos de las ricas aguas medicinales como su maravillosa vista de Chacapi, también se puede realizar actividades deportivas como la Tirolesa, Kajac, cuatrimotos o pasear en el pueblo de Yanque el guía les brindara a los turistas la opción de elegir qué actividad desea realizar y tendrán un tiempo de 1 hora para poder realizarlas para luego retornar a Chivay la hora del almuerzo ahí disfrutaremos los rico potajes del pueblo de Chivay para retornar a la Plaza de Armas de Arequipa llegando a las 5:00 de la tarde

### **Campaña Tour**

#### **Horarios:**

- 9:00 a 2:00
- 11:30 a 6:00
- 12:00 a 6:00
- 2:00 a 6:00

#### **Duración:** 4 – 5 horas

##### ➤ **No Incluye:**

- ❖ Entradas a Carmen Alto de s/5.00
- ❖ Entradas a Mansion del Fundador s/15.00
- ❖ Entradas a Molino de Sabandia s/10.00

**Recorrido y descripción:** Es el tour de los distritos de Arequipa, para lo cual se inicia visitando el distrito de Yanahuara para ir al mirador y su iglesia, seguidamente nos dirigiremos al distrito de Cayma apreciando el mirador de Carmen Alto observando el valle de Arequipa, el río Chili y los tres volcanes; luego continuaremos el recorrido en el Palacio de Goyeneche el cual es una casa museo; dirigiéndonos a la Mansión del Fundador; seguidamente iremos al pueblo de Sabandia en el cual se podrá apreciar el Molino Hidráulico y finalmente nos dirigiremos al distrito de Paucarpata para observar sus terrazas, así como las Andenerías Pre-Incas, retornando a la plaza de armas.

#### **Tour Ruta del Sillar**

➤ **Horario:**

- ❖ 9:00-1:30
- ❖ 11:30-6:00
- ❖ 2:00-6:00

➤ **Duración:** 4 a 5 horas

➤ **No incluye:**

- ❖ Entradas a culebrillas s/5.00
- ❖ Entradas a Canteras de Sillar s/10.00

➤ **Transportes:**

- ❖ Minivan
- ❖ Mirabus

- **Recorrido y descripción:** El tour se puede realizar en mirabus o minivan y comienza este con el recojo del punto de encuentro que es en la agencia; dirigiéndonos al mirador de Yanahuara, seguido por las canteras del sillar cuya entrada tiene un costo de 10 soles y nos explicaran acerca de las canteras del sillar y una muestra de cómo tallan de igual forma un tiempo necesario para tomarse fotos con los talladas, seguidamente nos dirigiremos a culebrillas cuya entrada esta 5 soles y se realizara una caminata de una hora a media hora, al final de la caminata el transporte de la agencia recoge a los pasajeros dirigiéndonos a la Plaza de Armas.

#### ***Tour de Rafting***

- **Horario:**
  - ❖ 8:00 a 11:00 a.m.
  - ❖ 11:00 a 2:00 p.m.
  - ❖ 2:00 a 5:00 p.m.
- **Duración:** 3 horas
- **Recorrido y descripción:** Para el presente tour se realiza una capacitación, para ello nos dirigiremos al puente Chilina hasta el acceso del rio chili es una hora y media con un nivel de agua 3, el paquete incluye el guiado de kayak y rafting, equipamientos, traslados; lo que el turista necesita para realizar el tour es ropa de cambio, toalla, sandalias, bloqueador, lo que no incluye es el servicio de grabación para lo cual en el momento se le indicara al guía de forma

opcional que lo grabe y se le enviara al correo electrónico del cliente en un plazo de 2 días.

### ***Tour Ascenso a los Volcanes***

**Horario:** 8:00 am a 17:30 pm.

- **Capacitación:** viernes a las 6:00 p.m.
- **No Incluye:**
  - ❖ Mochila de 50 kilos
  - ❖ Baterías para la linterna
  - ❖ Zapatillas
  - ❖ Bastones especiales
- **Recorrido y descripción:** El tour consiste en realizar caminata para Chachani y el Misti, el cual tiene una duración de 2 días e incluye transporte, comida, equipos, lo que no incluye es la mochila de 50 kilos, bastones, zapatillas especiales y snacks. Así mismo la caminata será de 4 horas hasta llegar al campamento base y al siguiente día se asciende al Misti y al Chachani con una duración de 3 a 8 horas.

#### **2.1.2. Servicio de alojamiento de colca 2d/1n**

El tour de colca de 2d/1n es el único tour nacional que contrata hoteles para que los clientes se hospeden. Los clientes primero cotizan, se brinda información del tour, en el momento de hacer la contratación de colca, la agencia Kusitravel llama al hotel del cual los clientes eligen las habitaciones dependiendo de las personas que compran el tour, el hotel cuenta con calidad para nuestros clientes y la agencia se asesora que este en protocolo del covid para que los turistas se sientan seguros y protegidos.

Tabla 4

Servicios básicos ofrecidos por las empresas hoteleras que trabajan con Kusi Travel

<b>Servicios</b>	<b>Habitaciones</b>
Monitoreo de cámaras de seguridad constante.	<ul style="list-style-type: none"><li>● Habitación Individual</li><li>● Habitación Matrimonial</li></ul>
Personal 24 horas en recepción.	<ul style="list-style-type: none"><li>● Habitación Doble</li></ul>
Servicio a la habitación	<ul style="list-style-type: none"><li>● Habitación Triple</li></ul>
Información turística	<ul style="list-style-type: none"><li>● Con o sin baño privado.</li></ul>
Almacén de equipaje	
Atención en cafetería desde las 7 am hasta las 10 pm	
Agua fría y caliente	

Nota. Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

### 2.1.3. Organigrama



*Figura. 1* Organigrama de Kusi Travel  
Nota. Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

### CAPITULO III

#### 3. Problemática

##### 3.1. Descripción del Área y sus procesos llevados a cabo en la atención al cliente.

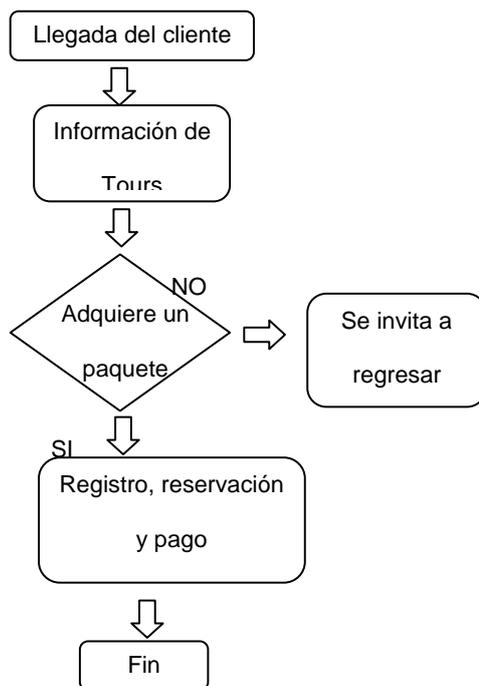


Figura. 2 Atención al cliente en la agencia de viajes Kusi Travel

En la atención a los clientes vemos como es el orden en el momento de informales a los turistas nacionales e internacionales con los protocolos de

covid-19 manteniendo normas de salud brindando información de los tours a los turistas.

Acciones que se realiza al momento de realizar los contratos de viaje para que vayan los turistas, seguros con todos los protocolos del covid-19 se hace mención de las habilitaciones y recojos de los turistas a sus hoteles y destinos de viajes.

Tabla 5

Protocolos en el transcurso de viaje

---

	Se realizará la limpieza y desinfección del transporte con los implementos de limpieza.
	Implementación de protección ante el COVID- 19 con alcohol para la desinsectación, Mascarillas o tapa bocas, protector fácil.
<b>Habilitación de Transporte</b>	<b>de</b> Contar con toda la documentación del vehículo para viajar.  Presentar el carnet de Vacunación (3 dosis) con DNI a la mano al momento del tour.  Distanciamientos de un asiento a otro por el covid-19  Contar con un botiquín que contenga medicamentos necesarios para el viaje como también gasa, algodón. Alcohol Yodado y otros.  Que los asientos estén desinfectados como también las fundas estén limpias y con señales de

---

---

separación.

Seguir con las reglas del protocolo al momento de subir al transporte y durante el viaje.

Contar con barbijos, alcohol líquido, en gel para brindarle al pasajero si no tiene

**Servicio de transporte de recojo** de Contar con Jabón líquido y toallas para el secado de manos

Contar con indicadores de temperatura hacia el cliente.

Revisión de Carnet de vacunación y documentación para el viaje

Que el vehículo tenga una buena ventilación del inicio al término de viaje.

No quitarse el tapabocas ni hacer uso de comidas durante el viaje ante el posible contagio.

---

Nota. Protocolo de protección ante el COVID- 19

### 3.2. Problemática identificada en la Agencia Kusitravel

- Información incorrecta al momento de brindar los paquetes turísticos.
- Retraso en el recojo de los clientes
- Demora en la atención y pagos al cliente.
- Overbooking en los servicios de transporte.
- Relación calidad-precio

### **3.3. Áreas que se involucran en la problemática**

#### **3.3.1. Área de Recepción:**

El área de recepción es considerada como la cara de la empresa, dado que será la primera impresión que el cliente tenga de la agencia de viajes Kusi travel, así mismo en la presente área se brindará la información detallada al cliente respecto a los servicios que se ofrece, costos, itinerario, requerimientos, entrega de folletos informativos, etc.

Los trabajadores de esta área deberán demostrar una buena impresión, ya que tendrán el primer contacto con el cliente interesado en adquirir uno de los servicios de la agencia de viajes, así mismo deberá mostrarse amable y cordial al momento de atender al cliente y brindarle información y solucionando todos los problemas que se pueda encontrar en el tour o dudas que tenga el cliente. (Mincetur, 2017)

#### **3.3.2. Área de Reserva:**

La agencia Kusi travel cuenta con sistema de reservas en óptimas condiciones, la cual reservamos y coordinamos con las agencias operadoras indicándoles detalladamente el perfil del turista, acerca del día, horario y cantidad de clientes que tomaran el servicio turístico contratados, así mismo los trabajadores deberán asegurar que los servicios de las Agencias tour operadores se reserven de manera coordinada y las condiciones acordadas para el cliente. (challco, 2017) (Soto, 2017)

### **3.3.3. Servicio de Transporte:**

Los servicios turísticos ofrecidos por la agencia Kusi travel en la ciudad de Arequipa; es necesario hacer uso de los distintos medios de transporte con los protocolos establecidos del covid-19, en el cual los clientes se podrán desplazar de un lugar hacia el otro, cuya principal función es brindar un servicio de calidad hacia turista local e internacional.

### **3.3.4. Seguimientos a los clientes:**

La agencia Kusitravel se encarga de monitorear a sus clientes desde su inicio de partida como su llegada de su destino contratado, ya que los agentes de viaje son responsables de dicho contrato; hacia el turista cumpliendo con los protocolos establecidos por el gobierno.

## **CAPITULO IV**

### **4. Análisis de la situación**

#### **4.1. Metodología propuesta para el análisis**

A continuación, se detallará la metodología empleada para el presente trabajo de investigación, como el tipo y el nivel de investigaciones técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos que permitieron aplicar y analizar para conocer la calidad y la percepción en el servicio ofrecido en la atención a los clientes de la empresa de viajes Kusi travel en la ciudad de Arequipa donde vamos a obtener si la calidad es alta o baja.

##### **4.1.1. Tipo y nivel de investigación**

El enfoque de esta investigación es cuantitativo, los estudios con enfoque cuantitativo cuentan con datos que son obtenidos por medio de mediciones y se representan con cantidades que pasan a ser analizados estadísticamente (Hernandez, Fernandez & Baplista, 2003). Así mismo la investigación tiene un nivel descriptivo, porque se reunieron datos para obtener un análisis acerca de la calidad en el servicio de atención a los clientes de la empresa Kusi travel (Hernandez, 2010).

#### **4.1.2. Recolección de datos para cuantificación de la problemática**

##### **4.1.2.1. Técnica de recolección de datos**

El método que se empleó para la recolección de este trabajo fue el SERVQUAL, con el fin de analizar las diversas opiniones de los clientes que hicieron uso del servicio de la Agencia de Viajes Kusi Travel, así como también sirvió para poder dar recomendaciones a dicha Agencia para su mejora y así brindar un servicio de calidad donde los turistas salgan totalmente satisfechos.

El modelo SERVQUAL medirá la calidad de servicios ofrecidos por la Agencia de Viajes Kusi Travel el cual dará como resultado diferencias entre lo que uno se imagina a lo que es en realidad. Se evalúa la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente. Si la percepción iguala o supera a las expectativas el servicio estará apreciado como de buena calidad, mientras que si la percepción es inferior al de las expectativas de los servicios tendrá imperfecciones y será catalogado de mala calidad. (González, 2007)

##### **4.1.3. Instrumento de recolección de datos**

Se utilizó encuestas de la calidad del servicio al cliente de 5 preguntas el cual fue aplicado a los clientes de la agencia de viajes Kusi travel.

El instrumento que se usó para la recolección de datos fueron las encuestas, con la finalidad de analizar las distintas opiniones de los clientes que contrataron un servicio turístico de la agencia de viajes Kusi travel, de igual forma dicha encuesta permitió conocer las recomendaciones para la mejora en

el servicio de atención al cliente y así poder brindar un servicio de calidad donde los clientes se encuentren satisfechos por la atención brindada.

La encuesta realizada va a medir la calidad en el servicio de atención turística brindado por la agencia de viajes Kusi travel, utilizando el método **Servqual** en donde la percepción del cliente por los servicios turísticos ofrecidos podrá igualar o superar sus expectativas del servicio, siendo en ese caso el servicio considerado de buena calidad, sin embargo si la percepción es menor al de las expectativas ello demostrara que el servicio presenta imperfecciones y será considerado como un servicio de mala calidad. (Gonzales, 2007)

Tabla 6

*Escala Servqual*

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

Nota. Base de Escala Servqual

**4.2. Aplicación de herramientas seleccionadas para el diagnóstico de la situación actual.**

Todas las herramientas realizadas (Diagrama de Ishikawa, Diagrama de Pareto, Hoja de verificación y el método Servqual) nos lleva a ver cuál es las problemáticas identificadas de la empresa en la calidad al servicio al cliente

**Comentado [d3]:** ¿Cuál es la relación entre estas herramientas y el objetivo de la medición de la calidad del servicio?

#### **4.2.1. Hoja de verificación:**

Las hojas de verificación son instrumentos empleadas para mantener un control de calidad adecuado necesariamente confirmando los datos recabados o solicitados. (Gutiérrez, 1995)

#### **4.2.2. Pareto:**

Esta herramienta es uno de los más importantes y primeros en realizarse para ejecutar mejoras. Es útil para poder consolidar los cambios necesarios del problema analizado. (Galgano, 1995)

#### **4.2.3. Diagrama de Ishikawa:**

Este esquema es uno de los más asequibles y sencillos que se usan para dar solución a los problemas encontrados. Se le conoce también como diagrama de causa-efecto o como diagrama de espina de pescado, teniendo como cabeza el problema y sus espinas los posibles autores de tal efecto. (Ramírez, 1991)

#### **4.2.4. Hoja de Verificación**

Tabla 7

*Hoja de verificación*

Problemática	Semana 1	semana 2	Semana 3	semana 4	semana 5
Información incorrecta al momento de brindar los paquetes turísticos.					
Retraso en el recojo de los clientes					
Demora en la atención y pagos al cliente					
Overbooking en los servicios de transporte					
Calidad-Precio					

Nota. Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

#### 4.2.5. Diagrama Pareto

El diagrama de Pareto es una gráfica que organiza valores, los cuales están separados por barras y organizados de mayor a menor, de izquierda a derecha respectivamente.

Permite asignar un orden de prioridades para la toma de decisiones de una organización y determinar cuáles son los problemas más graves que se deben resolver primero.

Su finalidad, es hacer visibles los problemas reales que están afectando el alcanzar los objetivos de la empresa y reducir las pérdidas que esta posee. Así mismo, permite evaluar previamente, cuáles son las necesidades del público objetivo y cómo satisfacerlas con nuestro producto o servicio.

Tabla 8

*Tabla de Pareto de la Agencia Kusitravel*

	Frecuencia	%	Frecuencias acumuladas	% acumulado
Información incorrecta al momento de brindar los paquetes turísticos	46	15.2	46	15.2
Retraso en el recojo de los clientes	46	15.2	92	30.4
Demora en la atención y pagos al cliente	56	18.5	148	48.9
Overbooking en los servicios de transporte	62	20.5	210	69.4
Relación calidad-precio	92	30.5	302	100.00%

Nota. Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

- La frecuencia de nuestro Pareto sacaremos del conteo del histograma.
- Sumamos la frecuencia.
- Las frecuencias acumuladas salen de la primera frecuencia sumada con la segunda y así sucesivamente.
- El porcentaje obtendremos dividiendo la frecuencia entre el resultado de la suma en este caso 302 multiplicado por 100.

- El porcentaje acumulado saldrá del primer porcentaje acumulado sumado con el segundo porcentaje y así sucesivamente.
- La suma de la frecuencia acumulada tiene que ser la misma de la suma de la frecuencia y el porcentaje acumulado tiene que terminar en 100%.

#### **4.2.6. Diagrama de Ishikawa**

También llamado de Diagrama de Causa y Efecto, Diagrama de Espina de Pescado o Diagrama de los 6Ms, el diagrama de Ishikawa es una herramienta que ayuda a identificar las causas raíces de un problema, analizando todos los factores involucrados en la ejecución de un proceso.

El problema, también llamado de efecto, puede ser cualquier comportamiento o resultado indeseado.

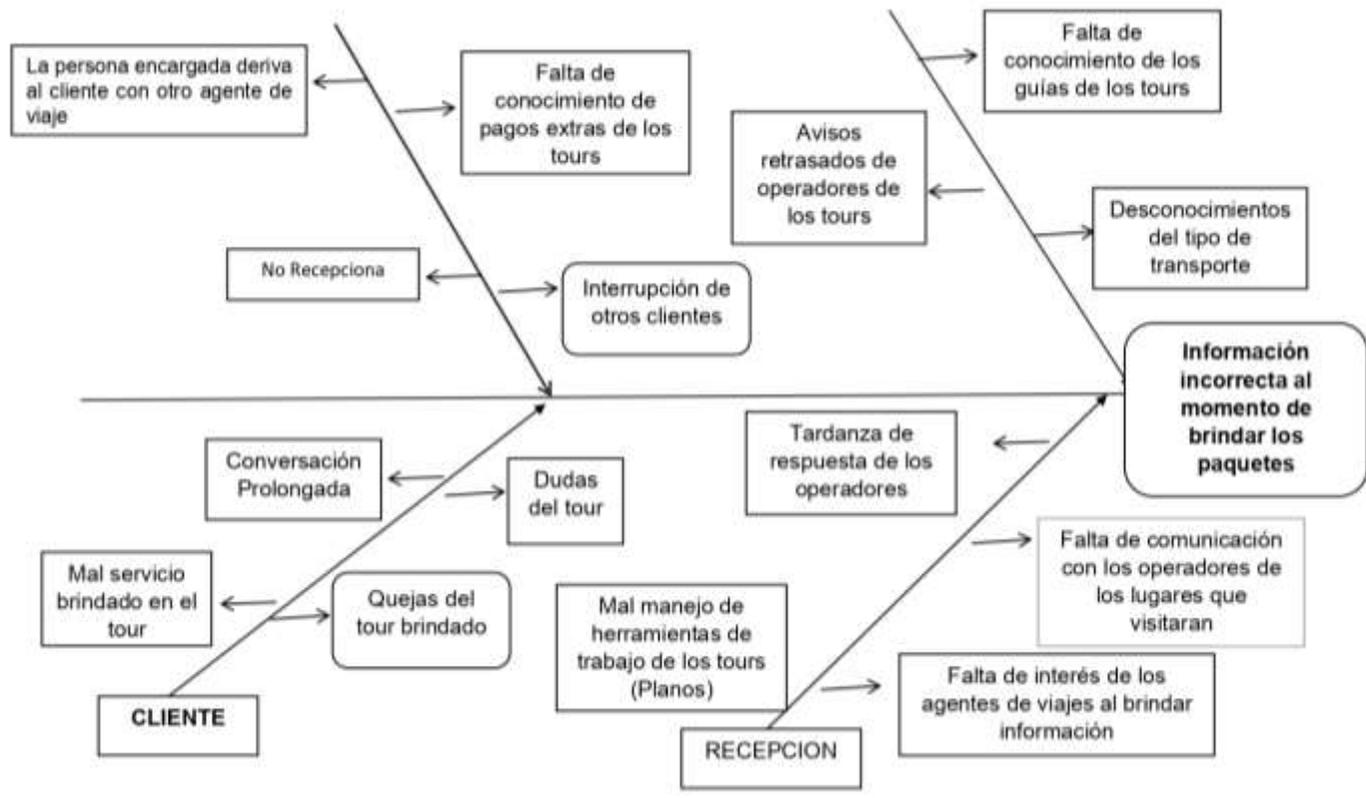


Figura. 3 Diagrama de Ishikawa-Información incorrecta al momento de brindar los paquetes turísticos.

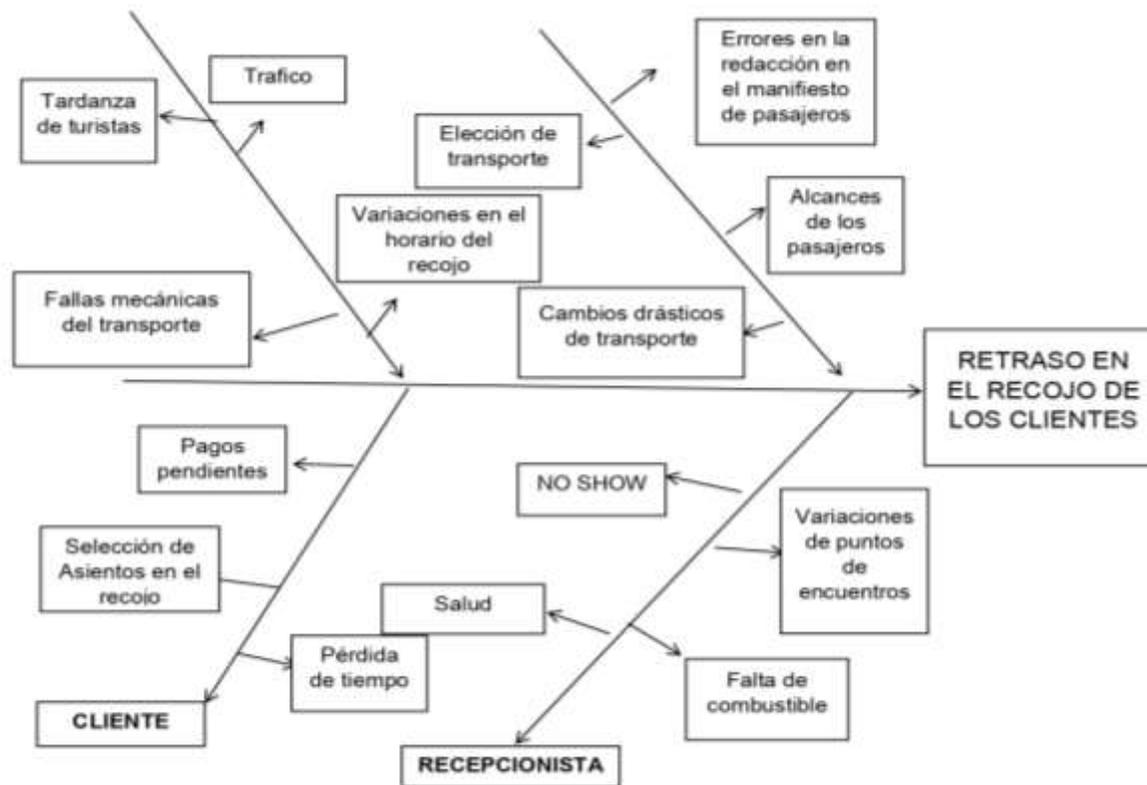


Figura. 4 Diagrama de Ishikawa-Retraso en el recojo del cliente

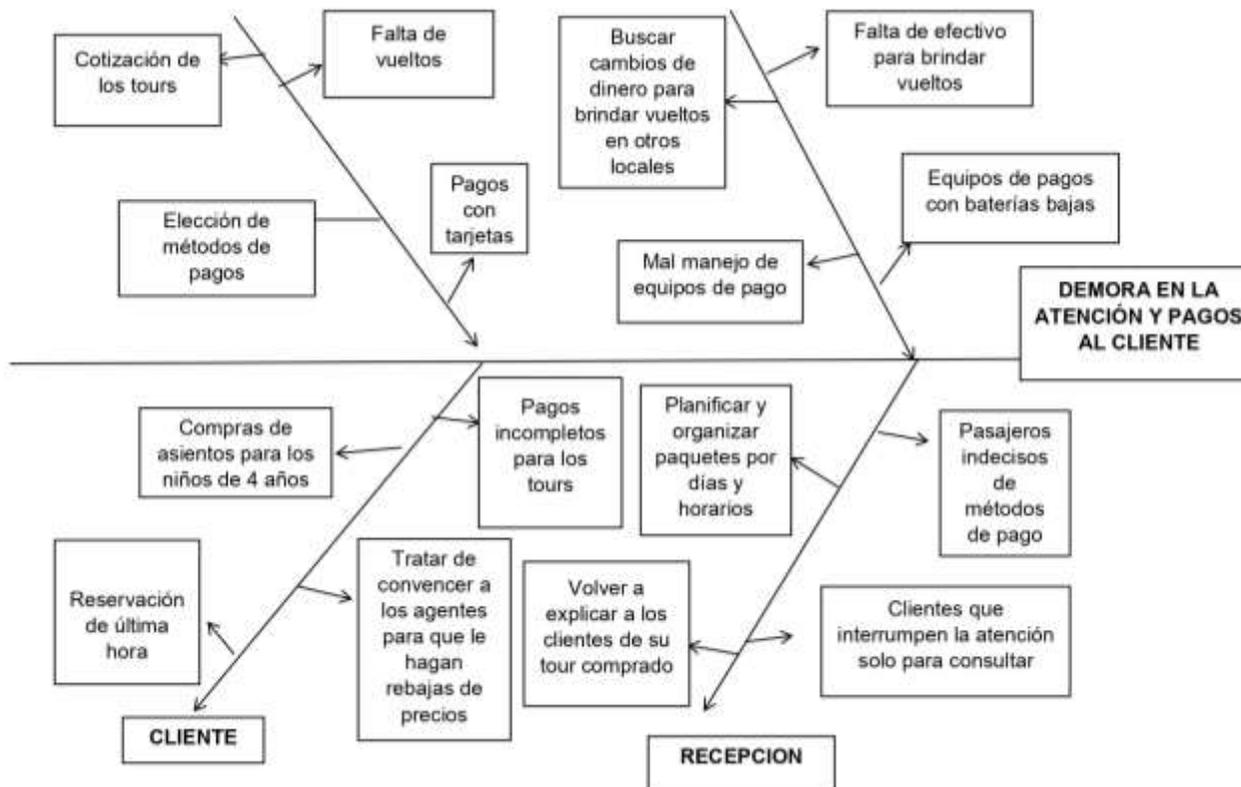


Figura. 5 Diagrama de Ishikawa-Demora en la atención y pagos al cliente



Figura. 6 Diagrama de Ishikawa-Overbooking en los servicios de transporte

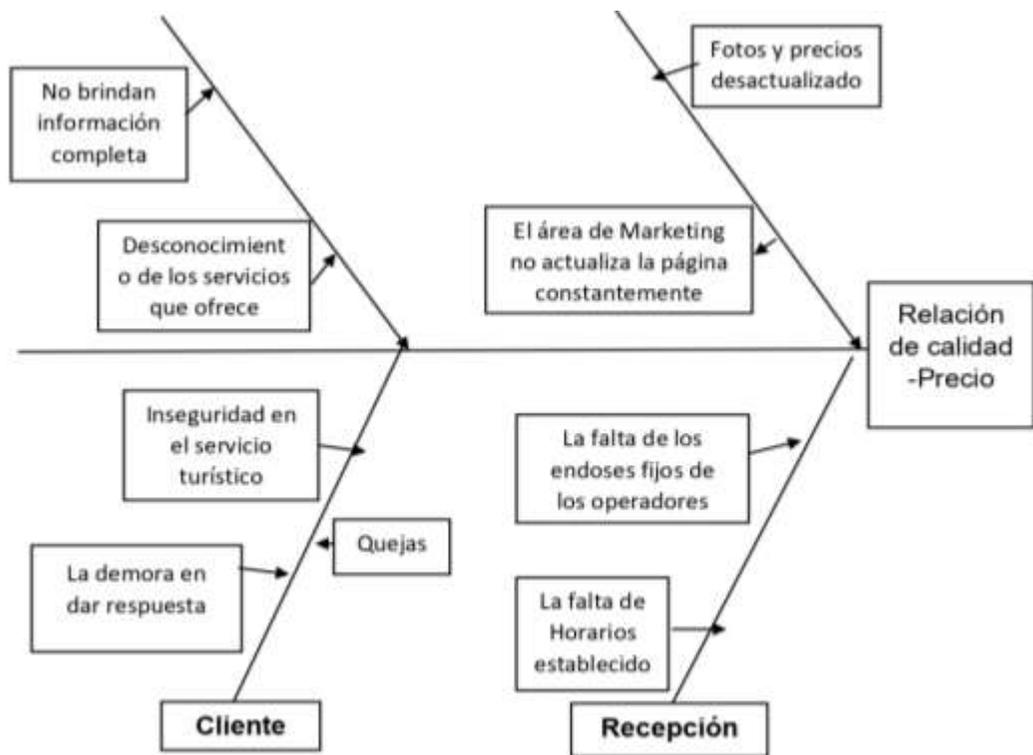


Figura. 7 Diagrama de Ishikawa – Relación Calidad-Precio

Los diagramas de Ishikawa se muestran todas las posibles causas que existen detrás del problema de calidad en el servicio de atención de los clientes de la empresa Kusi Travel.

Se ha trabajado con la base del modelo Servqual, el cual mide la calidad de servicio considerando las expectativas y percepciones de los clientes, bajo esa premisa se ha considerado la problemática y se han identificado los problemas de causa raíz

#### **4.3. Análisis de los datos obtenidos**

A trabajar con la población Turística seleccionada, se realizó las entrevistas a los clientes de la Agencia de viajes Kusi travel Tour operador, las cuales fueron realizadas a los trabajadores de la empresa y a los turistas nacionales o internacionales que hicieron uso de los servicios turísticos; área de vuelos nacionales y tour de deportes de aventuras extremas.

Tabla 9

¿La Agencia de Viajes Kusi travel brinda información incorrecta al momento de explicar sus paquetes turísticos?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	58%
En desacuerdo	10	23%
Neutro	9	10%
De acuerdo	7	9%
Totalmente de acuerdo	11	0%
TOTAL	46	100%

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

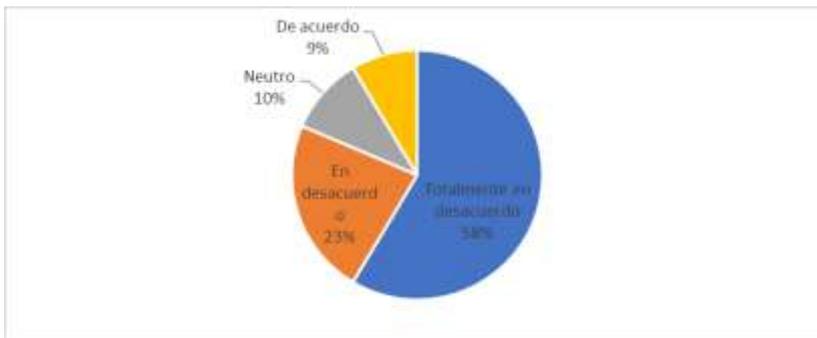


Figura. 8 ¿La Agencia de Viajes Kusi travel brinda información incorrecta al momento de explicar sus paquetes turísticos?

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

Interpretación:

Al momento de realizar los gráficos según las encuestas realizadas nos muestran que los clientes están totalmente en desacuerdo con un porcentaje de 58% que la agencia brinda tours con información incorrecta a las necesidades de los clientes.

Tabla 10

¿La agencia de viajes Kusi travel cumple con el tiempo establecido en sus servicios que ofrecen?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	9	18%
Neutro	7	14%
De acuerdo	12	23%
Totalmente de acuerdo	8	25%
TOTAL	46	100%

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

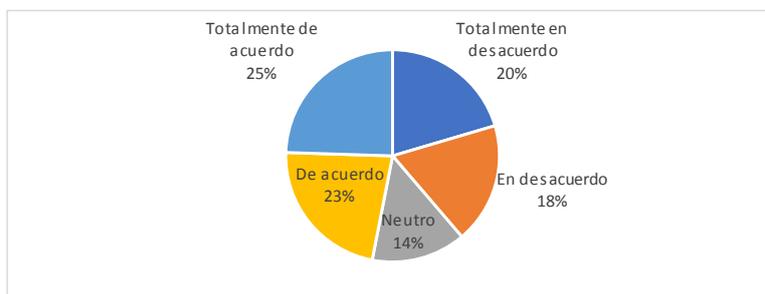


Figura. 9 ¿La agencia de viajes Kusi travel cumple con el tiempo establecido en sus servicios que ofrecen?

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

Interpretación:

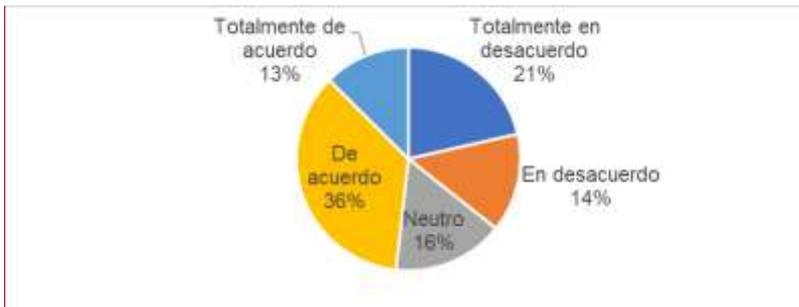
Según el gráfico 2 realizada nos muestra que los clientes están totalmente de acuerdo con un porcentaje de 25% con el cumplimiento del tiempo que se les indica en sus servicios que ofrecen a los turistas

Tabla 11

¿Estaría de acuerdo esperar unos minutos para la atención en la Agencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	21%
En desacuerdo	8	14%
Neutro	9	16%
De acuerdo	20	36%
Totalmente de acuerdo	7	13%
TOTAL	55	100%

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)



Comentado [d4]: Determinar si es figura o tabla, para luego revisar **normas APA 7ª edición**.

Figura. 10 ¿Estaría de acuerdo esperar unos minutos para la atención en la Agencia?

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

Interpretación:

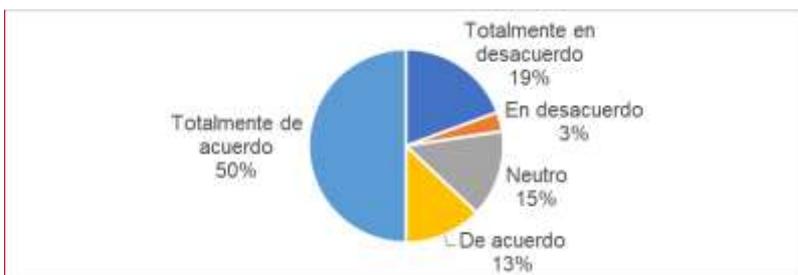
En el gráfico 3 nos muestra el porcentaje más alto de 36% en las encuestas realizadas a los clientes que están de acuerdo esperar unos minutos más para obtener una mejor y adecuada atención.

Tabla 12

¿Aceptaría usted una reserva nueva en otra Agencia o cambiar de transporte si existiera overbooking?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	19%
En desacuerdo	2	3%
Neutro	9	15%
De acuerdo	8	13%
Totalmente de acuerdo	31	50%
Total	62	100%

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)



**Comentado [d5]:** Determinar si es figura o tabla, para luego revisar **normas APA 7ª edición**.

Figura. 11 ¿Aceptaría usted una reserva nueva en otra Agencia o cambiar de transporte si existiera overbooking?

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

La gráfica muestra que está totalmente de acuerdo con un porcentaje de 50% en poder aceptar un cambio de Agencia o de transporte si existiera un overbooking sin ningún tipo de problema.

Tabla 13

¿Usted piensa que la relación calidad-precio es adecuada en la Agencia kusi Travel?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	15	16%
En desacuerdo	15	16%
Neutro	20	22%
De acuerdo	2	2%
Totalmente de acuerdo	40	44%
TOTAL	92	100%

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

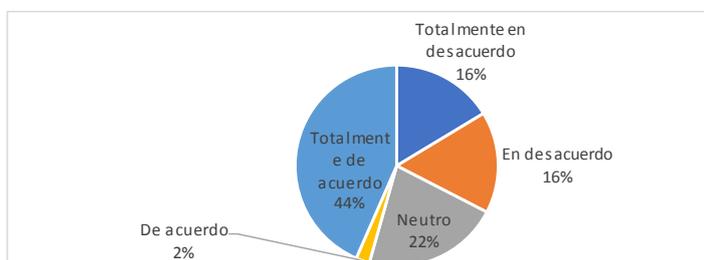


Figura. 12 ¿Usted piensa que la relación calidad-precio es adecuada en la Agencia kusi Travel?

Nota. Base de datos de la Empresa Kusi Travel Agencia de viajes (2022)

Interpretación:

En la tabla y figura nos muestra en la encuesta que se realizó a los clientes que están totalmente de acuerdo con un porcentaje de 44% con la calidad-precio, un 16% en desacuerdo, opinando que el precio es demasiado y no concuerda con la realidad.

## CAPITULO V

### 5. Mejora del proceso

#### 5.1. Identificación de las áreas de mejora del proceso

- **Área de Recepción:**

Todos los agentes de viajes de la empresa de Agencia de viajes Kusitravel estará atento al momento que entre el turista brindándole información correcta de los tours consultados evitando errores al momento de dar los detalles de los tours.

- **Área De Reserva:**

En esta área se deberá consultar y confirmar la disponibilidad de los espacios con los operadores de los tours que otorga la agencia, asegurando su reservación en el servicio brindado sin que haya algún tipo de inconveniente, evitando la desorganización y que haya una atención de acuerdo a las necesidades del cliente.

Los agentes de viajes están preparados al momento de los pagos que realizan los turistas ya sea con aplicaciones, tarjetas y efectivo al comprar los tours.

- **Servicio De Transporte:**

La agencia Kusi travel cuenta con transporte en óptimas condiciones, el cual se encarga del recojo de los turistas, así como del

guiado hacia los distintos lugares turísticos, por los cuales adquirieron el servicio, brindando un servicio de guiado.

- **Seguimiento de los turistas:**

Los agentes de viajes de Kusitravel enviarán recordatorios para que el turista no se olvide de su tour o no se confíen de la hora ya que si llega tarde pierde su tour.

Cuando llegue la hora del recojo se le llamara al pasajero para indicarme su recojo del tour brindado.

## **5.2. Cambios propuestos en el proceso analizado**

- Capacitación constante del personal que deberán tener conocimiento acerca del proceso correspondiente en el área de atención al cliente y recepción, lo cual va a posibilitar el obtener un óptimo manejo de la información al momento de la atención y de igual forma brindar una información adecuada y detallada del servicio por el cual se encuentra interesado y con ello evitar posibles incidentes.
- Tener efectivo o equipos de pagos recargados a la mano al momento de realizar el pago de los tours, los turistas no le gustan la demora en los pagos.
- Brindar indicaciones a los turistas en los lugares de recojo, el tiempo de espera que se le brindara unos 5 minutos si ese tiempo no están listos, el transporte se ira a recoger a los otros turistas y para esas personas será un ¡¡NO SHOW! Si el transporte llega tarde en los puntos de encuentros por las carreteras de salida no llegan o llegan tarde los

clientes que han comprado el tour estarán molestos ya que no están cumpliendo los horarios de recojo que se le indico los agentes, debemos de evitar que los clientes tengan una mala experiencia.

- Comunicación externa, coordinación y gestión de cupos, así como horarios disponibles, es fundamental que exista una comunicación adecuada entre la agencia Kusi travel con sus agentes de viajes como operadores de los tours dado que ello permitirá brindar una respuesta rápida acerca de la disponibilidad para la realización de tours, así como obtener más ventas mediante las promociones que ofrecerá la agencia en coordinación con sus operadores directo.
- Control del overbooking, será necesario no solo corregir los errores presentes en el momento, sino también disminuir los cupos de los tours, como prevenir que surjan inconvenientes, para lo cual será necesario el promover el liderazgo, trabajo en equipo, así como la correcta selección y gestión de los distintos proveedores que trabajara conjuntamente con la empresa, considerando las necesidades del cliente.
- Realizar encuestas de satisfacción así como el registro de clientes en la base de datos de la agencia Kusi travel, ello va a ser fundamental dado que va a permitir a la empresa conocer acerca de la percepción del cliente por el servicio ofrecido y con ello mejorar tanto el proceso como el servicio turístico, lo que permitirá a la empresa establecerse y mantenerse en el mercado, siendo una de las principales alternativas a la cual recurrirá el cliente no perdiendo contacto con la adquisición de futuros servicios o paquetes turísticos.

### **5.3. Resultados esperados en relación a los cambios propuestos**

- Al contar con un personal capacitado respecto al proceso y servicio de atención al cliente se podrá interactuar de una forma más óptima con los posibles clientes que consultan por el servicio turístico que desean adquirir lo que posibilitara brindar una capacidad de respuesta inmediata, así como el convencimiento del cliente por optar por el servicio en la agencia, así mismo al brindarle al cliente un servicio de atención de calidad frente a sus interrogantes y requerimientos, se espera que el cliente quede satisfecho por la atención brindada adquiriendo el servicio así como recomendar la experiencia en la agencia Kusi travel.
- Al mantener una comunicación adecuada con los operadores, así como los distintos convenios que estableció la agencia de viajes Kusi con hoteles y servicios de transporte, se evitara la demora en la atención al cliente y desorganización ofreciéndole un servicio eficiente y de calidad, así mismo ello posibilitara la oferta de los servicios turísticos disponibles a los clientes que se encuentren interesados a través de la coordinación de cupos disponibles, horarios y costos, brindándole al cliente una respuesta inmediata, esperando así que el trabajador influya en la decisión del cliente y este se muestre seguro al optar por el servicio.
- El servicio de transporte deberá contar con revisiones técnicas y mantenimiento preventivo, con la finalidad de evitar las

probabilidades de que ocurran fallas o desgaste que puedan originar un accidente o avería lo que pondría en riesgo la seguridad del cliente, con ello se espera darle mayor seguridad al cliente en el momento de optar por el servicio ofrecido por la agencia Kusi travel, así mismo será importante mantener el transporte en óptimas condiciones en relación a higiene, limpieza y orden.

- Al brindar una atención, así como un servicio de calidad al cliente, se espera que ello influya en su satisfacción, así como evaluar su percepción frente al servicio adquirido, ya que se espera que los servicios ofrecidos cubran las expectativas del cliente haciendo uso de dicha información para contribuir a la mejora de la agencia de viajes Kusi travel, así mismo al brindarle al cliente una atención óptima este será un elemento promocional para las ventas futuras y la recomendación por parte del cliente a sus familiares, amigos o conocidos.
- Al emplear estrategias post venta como la aplicación de encuestas de satisfacción, así como el registro de clientes potenciales, se espera conocer la opinión del turista acerca del servicio ofrecido, de igual forma ello será una herramienta que permita a la agencia de viajes Kusi travel identificar los problemas presentados, tomar decisiones de acuerdo a las mejoras necesarias optimizando la atención y servicios, mejorar la experiencia de atención y servicio al cliente, evaluar la lealtad de los clientes de la agencia de viajes

permitiéndonos conocer así si ellos recomendarían el servicio adquirido a otros así como sus requerimientos.

#### **5.4. Indicadores para el seguimiento y responsables:**

Seguimiento y medición:

- Las encuestas realizadas
- Apreciaciones del turista
- Seguimiento y medición de los procesos

En la agencia Kusi travel a todos sus agentes de viajes somos responsables de todos los monitoreos de la problemática encontrada al momento de brindarle un servicio Turístico que están dispuestos a solventar las dificultades.

Para brindarle un seguimiento para efectuar las mejoras de las problemáticas para ser solucionado:

- Soluciones inmediatas
- Reevaluación del problema
- Análisis de mejora
- Encuestas de procesos
- Detectar las posibilidades de mejoras

La agencia Kusi Travel se realizará métodos de seguimientos como las encuestas para indicarnos los cambios que se ha mejorado que se está

resaltando en este tiempo, así estaríamos mejorando para el bienestar de los clientes en los servicios turísticos.

## CONCLUSIONES

Se concluyo que el área de recepción atenderá y brindará información detalladamente con la calidad y precio en el servicio Turísticos del tour comprado por el turista.

Se concluyó que la agencia de viaje tendrá un plan de organización de los choferes, guías, transporte que saldrán para brindarle el servicio que contrato el turista para así coordinar el tiempo de espera de los recojos, para cambiar en la demora de los recojos así los clientes estarán contentos en sus recojos.

Se concluyo que será importante que dentro del área de reserva y la venta de los servicios turísticos tanto el trabajador como los operadores deberán contar con una óptima comunicación, para poder brindar a los clientes una respuesta inmediata acerca de la disponibilidad, así como las ofertas de dicho servicio, generando en ellos una satisfacción por la calidad de servicio de atención brindado.

Se concluyo con esta investigación que será importante brindarle al cliente un servicio de transporte de calidad donde dicho transporte deberá encontrarse en óptimas condiciones, higiénicos, ordenados y limpios.

Contamos guías y choferes capacitándolo cada día para que ayuden absolver las dudas de los turistas, atención a las necesidades de los clientes inspirando seguridad y confianza en el transcurso del viaje.

**Comentado [d6]:** ¿De qué resultados nacen las conclusiones?

**Comentado [aCB7R6]:** He sacdo clas conclusiones de las problemáticas

**Comentado [aCB8R6]:**

Se concluyo que va a ser importante realizar el seguimiento de los clientes en los servicios turísticos brindados mediante las encuestas de satisfacción, llamadas y por whasapt, ya que ello nos permitirá conocer la percepción de los clientes desde el ingreso a la agencia de viajes Kusi travel, el trato que reciben hasta la contratación del servicio turístico y si recomendarían a la agencia de viajes Kusi travel a sus amigos o familiares, optimizando así la calidad del servicio de atención brindado.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda proponer un plan de capacitación dirigido a los trabajadores de la agencia de viajes Kusi travel, para que puedan mejorar así la atención al cliente, identificando de esta forma los problemas presentes en el proceso de la oferta de servicios turísticos y por qué el cliente no llega a optar por los servicios ofrecidos.

Se recomienda a los trabajadores de la agencia Kusi travel contar con una base de datos ordenada con los datos de los proveedores con los que trabaja, así como los servicios que cada uno de ellos ofrece, lo cual le permitirá brindar una atención inmediata y de calidad.

Se recomienda mantener los servicios de transporte higiénicos, ordenados y limpios en los cuales el cliente se transportará a los distintos atractivos turísticos, lo que generará en ellos satisfacción, así como seguridad y confianza por el servicio optado.

Se recomienda que la agencia de viajes Kusi travel realice la aplicación de encuestas de satisfacción con el objetivo de conocer la percepción del cliente, para poder así mejorar las áreas de servicio de atención al cliente generando en ellos satisfacción y como consecuencia posicionando a la agencia de viajes como una de las opciones principales a las cuales el cliente acudirá al querer contratar un servicio turístico.

## BIBLIOGRAFÍA

- (Carmona.A., 2019). *Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente de la agencia de viajes y turismo, Perú Together*. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1922/1/TL\\_CarmonaMartinezAraseli.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1922/1/TL_CarmonaMartinezAraseli.pdf)
- (Davila.M., 2020). *Propuesta de mejora en el proceso de gestión de clientes de agencias de viaje. Caso: Tierra Verde*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7727>
- (Garcia.M., 2010). *Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padre cocha, año 2019*. Obtenido de [http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE\\_BR\\_AVO\\_TESIS\\_TITULO\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE_BR_AVO_TESIS_TITULO_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- (Lavado.K., 2017). *La calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo del centro histórico de la ciudad de Trujillo en el turista nacional*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9796/Lavado%20Alva%20Karen%20Stephania.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- (MINCETUR, 2017). *Manual Buenas Prácticas para la Atención de clientes Dirigido al personal de contacto*. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/06\\_mbp\\_apcontacto/MBP\\_atencion\\_clientes\\_personal\\_contacto.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/06_mbp_apcontacto/MBP_atencion_clientes_personal_contacto.pdf)
- (OMT, 2020). El sector turismo en vías de desarrollo. *Desarrollo Sostenible*, 6.

(Ramos, M. & Moquillaza, L., 2020). *Calidad de servicio y experiencia del cliente para el turista nacional en hoteles de categoría superior y de lujo – Paracas, 2020*. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657848/Moquillaza\\_ML.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657848/Moquillaza_ML.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

(Rivera, J., 2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy*. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/826/Rivera%20Garcia%2c%20Jenny%20Jhoselyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Saldarriaga, A., 2020). *Estrategia de comercialización turística para el incremento de las ventas de las agencias de viaje*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7646/Amaro%20Saldarriaga%20Gonzalo%20Andr%C3%A9s.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Salinas, R. & Sacaca, L., 2021). *Calidad de servicio de las agencias de viajes de Puno y la satisfacción del turista extranjero en la excursión al complejo arqueológico de Sillustani*. Obtenido de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/16392/Sacaca\\_Luz\\_Salinas\\_Rosa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/16392/Sacaca_Luz_Salinas_Rosa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

(Sanchez R., 2021). *Importancia del turismo para las regiones. El peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/129935-importancia-del-turismo-para-las-regiones>

(Silva, R., Julca, F., Lujan, P. & Trelles, L., 2021). *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Redalyc*,

10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28068276017/28068276017.pdf>  
(Slemenzo. C., 2018). *El rol del profesional en turismo en las agencias de viajes*. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/1139/1/slemenzon\\_c.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1139/1/slemenzon_c.pdf)  
(World Tourism Organization, 2020). El turismo: un fenómeno económico y social. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo#:~:text=El%20turismo%20se%20ha%20conv,ertido,la%20competencia%20entre%20los%20destinos.>

## ANEXOS

Figura N° 1



Fuente: Elaboración propia  
Figura N°2



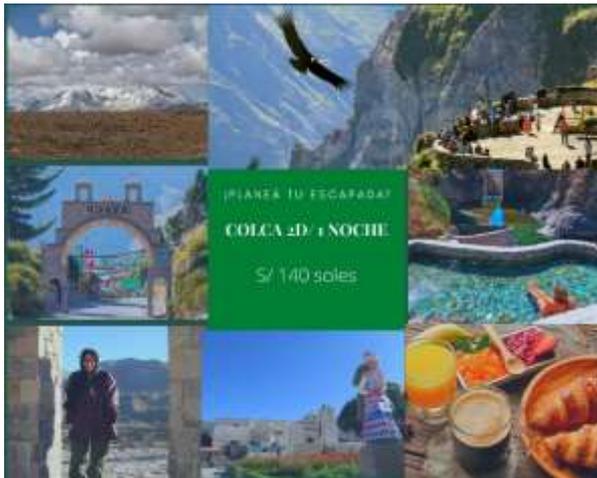
Fuente: Elaboración Propia

Figura N°3



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 4



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 5



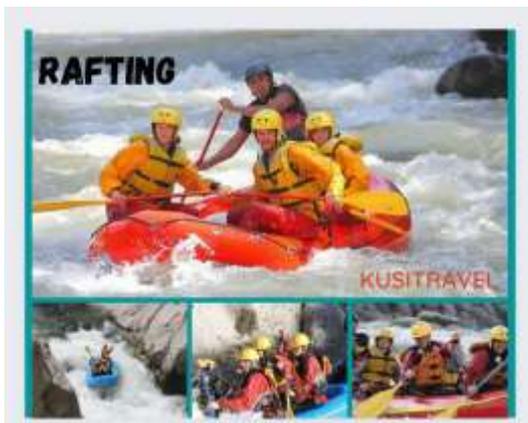
Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 6



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 7

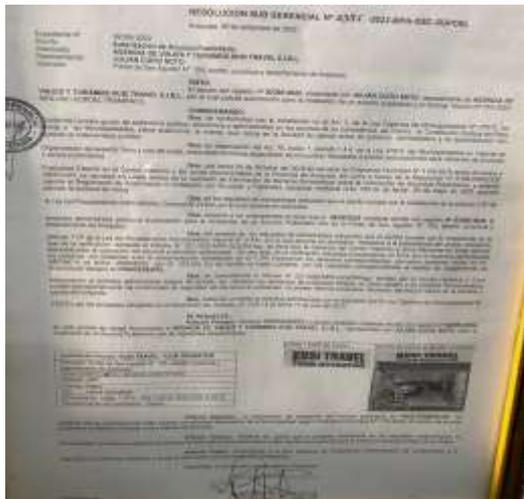


Fuente: Elaboración Propia  
Figura N° 8



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 9



Fuente: Kusitravel  
Figura N° 10



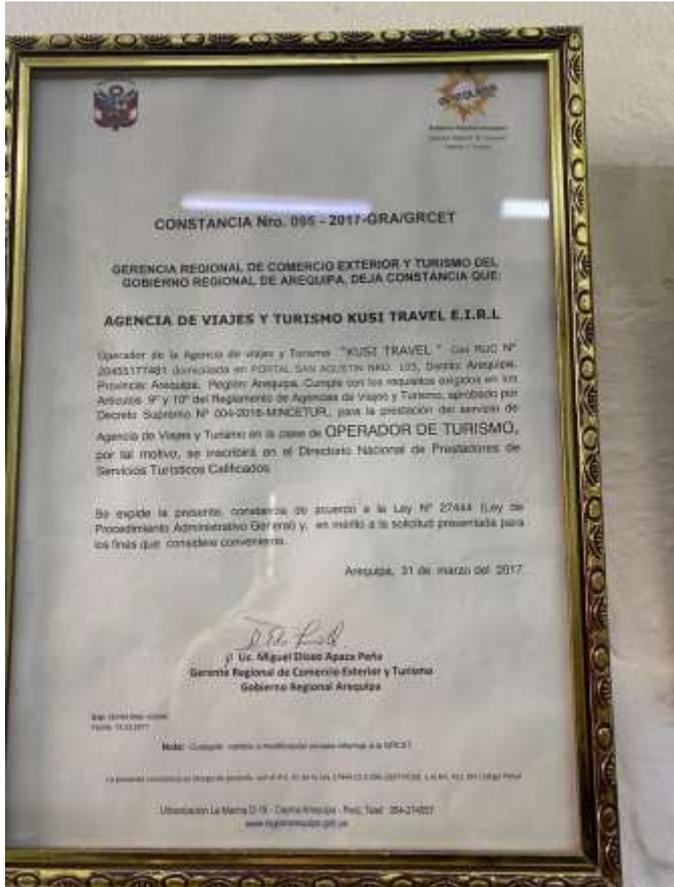
Fuente: Kusitravel

Figura °11



Fuente; Kusitravel

Figura N°12



Fuente: Kusitravel

Figura N°13



Fuente: kusitravel

Figura N° 14



Fuente: Kusitravel  
Figura N°15



Fuente: Kusitravel

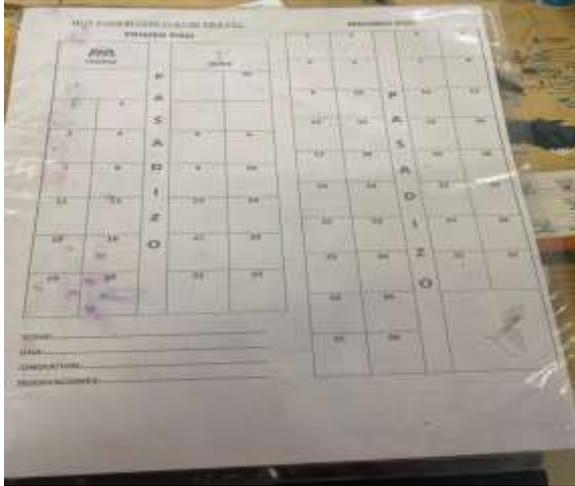
Figura N° 16



Fuente: Kusitravel  
Figura N°17



Figura N° 18



Fuente: Kusitravel