



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN

**LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA AGENCIA DE
VIAJES, FULL VIAJES PERÚ, AÑO 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

AUTORA:

HUALLPACUNA GUARDAPUCLLA ROSARIO

ASESOR:

Mg. MIGUEL ÁNGEL RUIZ PALACIOS.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y CENTROS DE ESPARCIMIENTO

LIMA-PERÚ

2016

Página de Jurado

MGTR. MIGUEL ÁNGEL RUIZ PALACIOS

MGTR. EDWIN NATIVIDAD GABRIEL CAMPOS

MGTR. CARLOS TOVAR ZACARÍAS

DEDICATORIA

A Dios, por nunca abandonarme y darme la fortaleza para seguir siempre adelante.

A mis padres por su apoyo incondicional, por estar siempre cuando los necesito.

A mi asesor que siempre estuvo para ayudarme.

A mis amigos por la ayuda y el apoyo desinteresado.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sincero agradecimiento a Dios por haberme permitido vivir una experiencia enriquecedora para la formación profesional como personal. A mi asesor y al jurado por su comprensión, estímulo, paciencia y constante apoyo para seguir durante el proceso y elaboración de la tesis. A mis padres por estar siempre cuando los necesito, por su comprensión de mis ausencias y complicados momentos. A todos mis compañeros y amigos, por los ánimos proporcionados, por su apoyo incondicional, por las palabras de ánimo. A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Rosario Huallpacuna Guardapuella con DNI N° 40833428, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideras en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Hotelería y Turismo, declaro bajo juramento que toda documentación presentada en la presente investigación es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos, como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de Diciembre de 2016

Rosario Huallpacuna Guardapuella

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La Calidad del servicio al cliente en la agencia de viajes Full viajes Perú. Año 2016”, tiene la finalidad de determinar la percepción que tienen los clientes en cuanto al servicio brindado por la agencia de viajes Full viajes Perú, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título de Licenciado de Administración en Hotelería y Turismo.

En esta investigación se ha realizado un estudio descriptivo con el fin de conocer la percepción de la calidad del servicio que los clientes tienen de la agencia de viajes Full Viajes Perú, mediante el modelo de calidad Servperf con sus 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

La información se ha estructurado en siete capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido de la universidad. En el capítulo I, se ha considerado la introducción de la investigación. En el capítulo II, se registra el marco metodológico. En el capítulo III, se considera los resultados a partir del procesamiento de la información recogida. En el capítulo IV se considera la discusión de los resultados. En el capítulo V se considera las conclusiones. En capítulo VI las Recomendaciones y por último, en el capítulo VII se consideran las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación.

El investigador.

INCIDE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	xi
Abstract	xii
INDICE	
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos previos	3
1.3 Teorías relacionadas al tema	6
1.3.1. Definiciones de calidad	7
1.3.2 Definición de Agencia de viajes	10
1.3.3. Base legal	11
1.3.4 Modelos de calidad del servicio	14
1.3.4.1. Modelo Servqual (Service Quality)	15
1.3.4.2. Modelo Servperf	17
1.3.4.4. Modelo Servucción	18
1.3.4.5. Norma ISO	22
1.4 Formulación del problema	24
1.5 Justificación del estudio	25
1.7 Objetivos	26
II. MÉTODO	26
2.1 Diseño de investigación	27
2.2 Variables, Operacionalización	28
2.3 Población y muestra	28
2.3.1. Población	28
2.3.2. Muestra	45

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.4.2. Técnica	29
2.4.2. Validez	29
2.5 Métodos de análisis de datos	29
2.6 Aspectos éticos	29
III. RESULTADOS	30
IV. DISCUSIONES	58
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	64
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	65
VIII. ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Resumen de definiciones de calidad del servicio</i>	10
Tabla 2 <i>Dimensiones del modelo Servqual</i>	16
Tabla 3. <i>Resumen de modelos de Calidad de Servicio</i>	24
Tabla 4. <i>Tabla de Operacionalización de Variables</i>	27
Tabla 5. <i>Calidad del Servicio de la agencia de viajes Full Viajes Perú</i>	30
Tabla 6. <i>Elementos Tangibles de la agencia de viajes Full Viajes Perú</i>	31
Tabla 7. <i>Las instalaciones físicas son cómodas, visualmente atractivas, y poseen un aspecto limpio</i>	32
Tabla 8. <i>La agencia de viajes tiene equipos modernos (cómputo, televisor, impresora, cámara de seguridad)</i>	33
Tabla 9. <i>La presentación y la vestimenta del personal son adecuadas</i>	34
Tabla 10. <i>Los elementos materiales (folletos, boletos electrónicos, proformas, afiches y comprobantes) son sencillos y visualmente atractivos</i>	35
Tabla 11. <i>Fiabilidad de la agencia de viajes Full Viajes Perú</i>	36
Tabla 12. <i>El personal brinda una información precisa sobre cotizaciones de pasajes aéreos, paquetes turísticos, seguros de viaje y Full Day</i>	37
Tabla 13. <i>Cuando la agencia de viajes promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple</i>	38
Tabla 14. <i>Cuando la agencia de viajes promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple</i>	39
Tabla 15. <i>La agencia de viajes comete errores en la reserva y emisión de pasajes aéreos, paquetes turísticos y seguros de viaje</i>	40
Tabla 16. <i>El personal realiza bien el servicio desde el primer contacto con el cliente</i>	41
Tabla 17. <i>Capacidad de Respuesta</i>	42

Tabla 18. <i>El personal informa de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones de los pasajes aéreos, paquetes turísticos, seguros y otros.</i>	43
Tabla 19. <i>El personal ofrece un servicio rápido y de calidad a los clientes de acuerdo a sus necesidades.</i>	44
Tabla 20. <i>El personal de la agencia de viajes siempre está dispuesto a ayudar a los clientes.</i>	45
Tabla 21. <i>El personal nunca está demasiado ocupado para responder las interrogantes de sus clientes.</i>	46
Tabla 22. <i>Seguridad</i>	47
Tabla 23. <i>El comportamiento del personal transmite confianza a sus clientes a fin de orientarlos en los servicios que brinda.</i>	48
Tabla 24. <i>La agencia de viajes le genera seguridad en realizar sus transacciones (compra de pasajes aéreos, seguros de viaje, paquetes turísticos, Full Day y otros).</i>	49
Tabla 25. <i>Los empleados constantemente son corteses y amables con sus clientes.</i>	50
Tabla 26. <i>El personal cuenta con conocimientos suficientes de paquetes turísticos, Full Day, seguros de viaje y pasajes aéreos para responder las interrogantes de los clientes en forma precisa y clara.</i>	51
Tabla 27. <i>Empatía</i>	52
Tabla 28. <i>La agencia de viajes realiza seguimiento personalizado a cada cliente para la venta de pasajes aéreos y/o paquetes turísticos.</i>	53
Tabla 29. <i>La agencia de viajes cuenta con horarios de trabajo flexible y adaptado a sus clientes.</i>	54
Tabla 30. <i>El personal le brinda una atención personalizada en el momento de la compra de los pasajes aéreos, paquetes turísticos, seguros de viajes y Full Day.</i>	55
Tabla 31. <i>La agencia de viajes se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.</i>	56
Tabla 32. <i>El personal brinda una orientación clara al momento de la atención.</i>	57

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo Servperf	17
Figura 2: Servucción.....	21
Figura 3: Calidad del Servicio de la agencia de viajes Full Viajes Perú	30
Figura 4: Elementos Tangibles de la agencia de viajes Full Viajes Perú.....	31
Figura 5: Las instalaciones físicas son cómodas, visualmente atractivas, y poseen un aspecto limpio.	32
Figura 6: La agencia de viajes tiene equipos modernos (cómputo, televisor, impresora, cámara de seguridad)...	33
Figura 7: La presentación y la vestimenta del personal son adecuadas.....	34
Figura 8: Los elementos materiales (folletos, boletos.....	35
Figura 9: Fiabilidad de la agencia de viajes Full Viajes Perú.....	36
Figura 10: El personal brinda una información precisa sobre cotizaciones de pasajes aéreos, paquetes turísticos, seguros de viaje y Full Day.....	37
Figura 11: Cuando usted tiene un problema, la agencia de viajes muestra interés en solucionarlo.....	38
Figura 12: Cuando la agencia de viajes promete algo en cierto tiempo, lo cumple.....	39
Figura 13: La agencia de viajes comete errores en la reserva y emisión de pasajes aéreos, paquetes turísticos y seguros de viaje.....	40
Figura 14: El personal realiza bien el servicio desde el primer contacto con el cliente.....	41
Figura 15: Capacidad de Respuesta.....	42
Figura 16: El personal informa de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones de los pasajes aéreos, paquetes turísticos, seguros y otros.....	43
Figura 17: El personal ofrece un servicio rápido y de calidad a los clientes de acuerdo a sus necesidades.....	44
Figura 18: El personal de la agencia de viajes siempre está dispuesto a ayudar a los clientes.....	45

Figura 19: El personal nunca está demasiado ocupado para responder las interrogantes de sus clientes.....	46
Figura 20. Seguridad.....	47
Figura 21. El comportamiento del personal transmite confianza a sus clientes a fin de orientarlos en los servicios que brinda.....	48
Figura 21: La agencia de viajes le genera seguridad en realizar sus transacciones (compra de pasajes aéreos, seguros de viaje, paquetes turísticos, Full Day y otros).....	49
Figura 22: Los empleados constantemente son corteses y amables con sus clientes.....	50
Figura 23: El personal cuenta con conocimientos suficientes de paquetes turísticos, Full Day, seguros de viaje y pasajes aéreos para responder las interrogantes de los clientes en forma precisa y clara.....	51
Figura 24: Empatía.....	52
Figura 25: La agencia de viajes realiza seguimiento personalizado a cada cliente para la venta de pasajes aéreos y/o paquetes turísticos.....	53
Figura 26: La agencia de viajes cuenta con horarios de trabajo flexible y adaptado a sus clientes.....	54
Figura 27: El personal le brinda una atención personalizada en el momento de la compra de los pasajes aéreos, paquetes turísticos, seguros de viajes y Full Day.....	55
Figura 28: La agencia de viajes se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.....	56
Figura 29: El personal brinda una orientación clara al momento de la atención.....	57

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo N°1. <i>Matriz de consistencia</i>	71
Anexo N°2. <i>Cuestionario</i>	72
Anexo N°3. <i>Validación de contenido mediante la prueba binominal</i>	73
Anexo N°4. <i>Art.8 del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo</i>	74
Anexo N°5. <i>Ficha de evaluación</i>	75

RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “La Calidad del servicio al cliente en la agencia de viajes Full viajes Perú. Año 2016”; ha dado respuesta al problema: ¿Cómo es percibida la calidad del servicio al cliente en la agencia de viajes Full Viajes Perú, en el distrito Los Olivos, año 2016? El objetivo general ha sido: Determinar la percepción de la calidad del servicio al cliente en la agencia de viajes Full Viajes Perú, en el distrito Los Olivos, año 2016. La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. Es una investigación que se ubica en el nivel descriptivo. El diseño de la investigación no correlacional. La muestra estuvo representada por los clientes que han tomado el servicio de pasajes aéreos, paquetes turísticos, seguros de viaje y Full Day en la agencia de viajes Full Viajes Perú durante el año 2015. La técnica de investigación empleada ha sido: la utilización de herramienta tal como encuesta. Entre los resultados más importantes obtenidos con el SPSS, se observa que los clientes de la agencia de viajes Full Viajes Perú perciben la calidad de servicio en un nivel medio, logrando una buena satisfacción del cliente a pesar de ciertos aspectos desfavorables

Palabras clave: calidad de servicio, percepción del cliente, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía

ABSTRACT

The research, which has been titled: "The Quality of Customer Service at the travel agency Full Travel Peru. Year 2016 "; Has answered the problem: How is the quality of customer service perceived in the Full Travel Peru travel agency, in Los Olivos district, year 2016?, The overall objective has been to: Determine the perception of the quality of customer service at the Full Travel Peru travel agency, in Los Olivos district, in 2016. The methodology used for the development of this thesis was related to the quantitative approach. It is a basic research that is located at the descriptive level. The design of non-correlational research. The design of non-correlational research. The sample was represented by customers who have taken the service of air tickets, tour packages, travel insurance and Full Day in the travel agency Full Travel Peru during the year 2015. The research technique employed has been: the use of a tool such as a survey. Among the most important results obtained with the SPSS, it is observed that the clients of the travel agency Full Viajes Perú perceive the quality of service in an average level, achieving a good satisfaction of the client in spite of certain unfavorable aspects.

Keywords: quality of service, customer perception, tangible elements, reliability, responsiveness, security, empathy.