

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERIA**



UCV

**UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO**

TESIS

**ESTUDIO COMPARATIVO SOBRE LOS NIVELES DE
SATISFACCION DEL CLIENTE ENTRE LAS
AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO
EN EL DISTRITO DE PIURA – 2010**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERIA

**AUTOR (ES)
CASTILLO ALBURQUEQUE LUZ MARÍA
NAVARRO YANAYACO MARÍA DEL PILAR**

PIURA – PERÚ

2010

DEDICATORIAS

A mi familia, en especial a mis padres que a lo largo de la vida y de mi formación profesional han sido mi gran inspiración para seguir adelante y culminar con gran parte de mis metas

A mis padres Víctor Castillo y Doris Alburqueque, por su apoyo espiritual y moral, inspiración para alcanzar mis metas trazadas, y a mi hija Dariana mi gran inspiración para continuar con mi superación personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por permitirnos concluir con nuestra investigación que nos beneficiara a lo largo de nuestra carrera profesional y nuestros padres por su apoyo incondicional.

A las empresas colaboradoras que nos permitieron realizar nuestra investigación.

Nuestro más profundo y sincero agradecimiento a la asesora Lic. Mariela y Un agradecimiento especial a los profesores y en especial al MBA Pedro Jaramillo, por habernos brindado lo mejor de sí: sus conocimientos y experiencia profesional.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación sobre el estudio comparativo sobre los niveles de satisfacción del cliente aplicada a las agencias de viajes y turismo en el distrito de Piura. Se obtuvo a través de un resultado profundo, se ha realizado la investigación del entorno a objetivos específicos, es decir vamos a conocer el nivel de satisfacción de los clientes que han utilizado el servicio durante los últimos tres meses, con respecto a nuestros indicadores: Credibilidad, Comunicación, Comprensión, Accesibilidad, Manejo de quejas, Cortesía, Profesionalismo, Capacidad de respuesta, Productos, Presencia física del personal, Infraestructura, Seguridad. Para la recolección de datos se ha trabajado con una encuesta que es un instrumento en forma de cuestionario, para la obtención de las respuestas se analizaron a través de la prueba estadística Kruskal Wallis, para ver si existen diferencias significativas entre el nivel de satisfacción de las diferentes agencias, tanto a nivel general, como a nivel de cada uno de sus indicadores. Luego se usó la prueba de Dunnett para determinar entre que agencias se presentaban las diferencias. Donde hemos trabajado con una encuesta de 300 clientes encuestados, con un margen de confiabilidad de 95% y de error 5%.

Palabras clave: satisfacción del cliente – agencia de viajes

ABSTRACT

The present research on the comparative study on customer satisfaction levels applied to the travel and tourism agencies in the district of Piura.

Was obtained through a deep result, there has been research around specific objectives, we know the level of satisfaction among customer who have used the service during the past three months with respect to credibility, communication, understanding, accessibility, handling complaints, courtesy, professionalism, responsiveness, products, personal physical presence, infrastructure, security. For data collection we have worked with a survey that is an instrument as a questionnaire, to obtain the answers were analyzed by kruskalwallis test to see if there are significant differences between the level of satisfaction of different agencies, both generally and in terms of individual indicators then we used the Dunnett test to determine between which agencies had their differences. Where we have worked with a survey of 300 customers surveyed, with a margin of confidence of 95% and 5% error

Keywords: customer satisfaction, travel agencies.

INDICE

	Página
Dedicatoria	v
Agradecimientos	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice	ix
Índice de tablas	xii
Índice de gráficos	xiv

CAPÍTULO I

	Página
<u>MARCO METODOLÓGICO</u>	
1.1. EL PROBLEMA.....	19
1.1.1. Antecedentes del problema.....	21
1.1.2. Formulación del Problema.....	23
1.1.3. Justificación.....	24
1.1.4. Limitaciones.....	24
1.2. OBJETIVOS	
1.2.1. Objetivo General.....	25
1.2.2. Objetivos Específicos	
1.3. HIPÓTESIS.....	26
1.4. VARIABLES E INDICADORES.....	28
1.5. DISEÑO DE EJECUCIÓN.....	28
1.5.1. Tipo de Diseño	
1.5.2. Población- Muestra.....	30
1.5.3. Técnicas e instrumentos.....	32
1.5.4. Forma de Análisis de información.....	34
1.5.5. Técnicas de Información.....	35

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL CIENTÍFICO

2. Marco Teórico	37
2.1. Calidad del Servicio en las AA.VV	37
2.1.1 Concepto de calidad.	
2.1.2 Concepto de Servicio	38
2.1.3 Indicadores básicos del buen S°	39
2.1.4 Las 15 características fundamentales del S°	40
2.1.5 Concepto de Calidad del Servicio	41
2.1.6 Calidad técnica y funcional	42
2.2. Sistemas de Calidad aplicada a las AA.VV	42
2.2.1 Sistemas de reservas	
2.2.2 Tipos de reservas	43
2.3. Producto Turístico	43
2.3.1 Concepto de producto turístico	
2.3.2 Características del producto turístico	
2.3.3 Ciclo de vida del producto turístico	44
2.3.4 Creación de nuevos productos turísticos	46
2.4. Agencias de Viajes	48
2.4.1 Concepto de Agencias de viajes	48
2.4.2 Clasificación de las AA.VV	48
2.4.3 Actividades de las AA.VV	48
2.4.4 Requisitos para la infraestructura para las AA.VV	49
2.5 Satisfacción del Cliente en las AA.VV	50
2.5.1 Concepto de Satisfacción	
2.5.2 Satisfacción o Insatisfacción	
2.5.3 Reglas y recursos de la atención al cliente	51
2.5.4 Los 10 mandamientos de la satisfacción al cliente	53
2.5.5 Conceptualización de cliente	55
2.5.6 Tipos de clientes	56
2.5.7 Elementos que conforman la satisfacción al cliente	57
2.5.8 Concepto de Satisfacción del cliente	58
2.5.9 Medir la satisfacción del cliente	59

3. Marco Conceptual.....	60
Agencias de Viajes	60
Calidad de Servicio.....	60
Cliente.....	61
Satisfacción.....	62
Servicio	62

CAPITULO III

3.1 DESCRIPCION DE LOS RESULTADOS	63
---	----

CAPÍTULO IV

4.1. CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS	90
---------------------------------------	----

CAPÍTULO V

5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	93
------------------------------------	----

CAPÍTULO VI

6.1. CONCLUSIONES	97
6.2. RECOMENDACIONES.....	100

CAPÍTULO VII

7.1. BIBLIOGRAFÍA	102
7.2. ANEXOS	106

INDICE DE TABLA

Página

TABLA N 01

Resultados de las encuestas con el indicador de Seguridad..... 64

TABLA N 02.

Resultados de las encuestas con el indicador de Credibilidad..... 66

TABLA N 03.

Resultados de las encuestas con el indicador de Comunicación..... 68

TABLAN 04.

Resultados de las encuestas con el indicador de Comprensión 70

TABLA N 05

Resultados de las encuestas con el indicador de Accesibilidad..... 72

TABLA N 06

Resultados de las encuestas con el indicador de Manejo de Quejas..... 74

TABLA N 07

Resultados de las encuestas con el indicador de Cortesía..... 76

TABLA N 08

Resultados de las encuestas con el indicador de Profesionalismo 78

TABLA N 09

Resultados de las encuestas con el indicador de Capacidad de respuesta 80

TABLA N 10

Resultados de las encuestas con el indicador de Productos..... 82

TABLA N 11

Resultados de las encuestas con el indicador de Presencia física del personal..... 84

TABLA N 12

Resultados de las encuestas con el indicador de Infraestructura 86

TABLA N 13

Resultados de las encuestas en General..... 88

INDICE DE GRAFICOS

	Página
<u>GRAFICO N 01</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Seguridad.....	65
<u>GRAFICO N 02.</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Credibilidad.....	67
<u>GRAFICO N 03.</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Comunicación.....	69
<u>GRAFICO N 04.</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Comprensión	71
<u>GRAFICO N 05</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Accesibilidad.....	73
<u>GRAFICO N 06</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Manejo de Quejas.....	75
<u>GRAFICO N 07</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Cortesía.....	77
<u>GRAFICO N 08</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Profesionalismo	79
<u>GRAFICO N 09</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Capacidad de Respuesta	81
<u>GRAFICO N 10</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Productos.....	83
<u>GRAFICO N 11</u>	
Resultados de las encuestas con el indicador de Presencia Física del Personal	85

GRAFICO N 12

Resultados de las encuestas con el indicador de Infraestructura 87

GRAFICO N 13

Resultados de las encuestas en General 89