



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE GESTIÓN PÚBLICA**

**Gestión Administrativa y Calidad de los servicios de las Agencias  
de Viajes y Turismo en el marco del COVID 19, Ica, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Gestión Pública

**AUTORA:**

Carrera Guerrero, Carmen Carolina (ORCID: 0000-0002-1920-3874)

**ASESORA:**

Dra. Silva Narvaste, Bertha (ORCID: 0000-0002-2926-6027)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Políticas Públicas

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

La presente tesis está dedicada al gran  
hacedor, al creador de todo lo que existe.  
A mis padres y a mi familia por su gran  
apoyo

## **Agradecimiento**

En primera instancia deseo agradecer a mis formadores, a mis colegas, a mis compañeros, amigos y a toda mi familia que ha contribuido en mi formación profesional.

## Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. 1	
II. 4	
III. 13	
3.1. 13	
3.2. 14	
3.3. 14	
3.4. 15	
3.5. 16	
3.6. 16	
3.7. 16	
IV. 18	
3.1. 18	
3.2. 25	
V. 32	
VI. 38	
VII. 39	
REFERENCIAS	38
ANEXOS	43

## Índice tablas

<b>Tabla 1</b>	Distribución de los niveles de la variable: Gestión Administrativa	18
<b>Tabla 2</b>	Distribución de los niveles por dimensiones de gestión administrativa	19
<b>Tabla 3</b>	Distribución de los niveles de la variable: Calidad de servicio	20
<b>Tabla 4</b>	Distribución de los niveles por dimensiones de calidad de servicio	21
<b>Tabla 5</b>	Normalidad de datos de las variables	22
<b>Tabla 6</b>	Matriz Correlaciones	23
<b>Tabla 7</b>	Relación entre la gestión administrativa y calidad de servicio	25
<b>Tabla 8</b>	Relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles	26
<b>Tabla 9</b>	Relación entre la gestión administrativa y la confiabilidad	27
<b>Tabla 10</b>	Relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta	28
<b>Tabla 11</b>	Relación entre la gestión administrativa y la seguridad	29
<b>Tabla 12</b>	Relación entre la gestión administrativa y la empatía	30

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Distribución de los niveles de la variable: Gestión Administrativa	18
<b>Figura 2</b>	Distribución de los niveles por dimensiones de gestión administrativa	19
<b>Figura 3</b>	Distribución de los niveles de la variable: Calidad de servicio	20
<b>Figura 4</b>	Distribución de los niveles por dimensiones de calidad de servicio	21

## Resumen

El presente estudio buscó determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en las agencias de viaje y turismo de la región Ica; por lo cual se basó en un enfoque cuantitativo, tipo básica, diseño no experimental, correlacional sobre el comportamiento de las variables. Por otro lado, el estudio se efectuó a una muestra representativa de 60 colaboradores según criterios de exclusión e inclusión, quienes respondieron a dos cuestionarios correspondientes de las variables de estudio. Dentro de los principales hallazgos se evidenció una relación fuerte entre las variables de estudio (*Rho Spearman* = .602  $p < 0.01$ ), de similar comportamiento entre dimensiones; elementos tangibles  $rho = .659$ , confiabilidad  $rho = .613$  y capacidad de respuesta  $rho = .409$ , seguridad  $rho = .536$  con una significancia menor a 0.01. Se concluyó que existe relación directa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en las agencias de viaje y turismo de la región Ica, 2021.

**Palabras clave:** Administrative management, travel agencies and tourism.

## **Abstract**

The present study sought to determine the relationship between administrative management and service quality in travel and tourism agencies in the Ica region; therefore, it was based on a quantitative approach, basic type, non-experimental, correlational design on the behavior of the variables. On the other hand, the study was carried out on a representative sample of 60 workers according to exclusion and inclusion criteria, who responded to two questionnaires corresponding to the study variables. The main findings showed a strong relationship between the study variables (Rho Spearman = .602  $p < 0.01$ ), with similar behavior between dimensions; tangible elements  $\rho = .659$ , reliability  $\rho = .613$  and responsiveness  $\rho = .409$ , safety  $\rho = .536$  with a significance of less than 0.01. It was concluded that there is a direct relationship between administrative management and service quality in travel and tourism agencies in the Ica region, 2021.

**Keywords:** Administrative management, travel agencies.



## I. INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa se utiliza para administrar a una entidad hacia el logro de sus objetivos. Según un estudio realizado por ESET Security Report (2020) revela que en América Latina aproximadamente el 33% de las compañías disponen de un plan adecuado de gestión, siendo en algunos estados una realidad de casi el 16%, es decir, una de cada tres empresas de la región implementa prácticas de gestión.

Por otro lado, según las experiencias internacionales y nacionales refieren que la gestión administrativa es fundamental en el crecimiento organizacional, por ejemplo, **Mendoza** (2017) sustenta que la gestión administrativa es un instrumento primordial para el desenvolvimiento de las organizaciones, además, permite competir eficazmente en los mercados internacionales. Por su parte, **Betancourt et al.** (2020) argumenta que la gestión empresarial constituye un mecanismo importante para que las Pymes enfrenten con éxito la inestabilidad económica originada por el virus del COVID-19 durante su permanencia y posterior a ello donde el impacto se seguirá sintiendo.

Por otro lado, un estudio realizado por **Mendoza** (2018) para el ámbito ecuatoriano, la gestión administrativa afecta positivamente a la innovación en las medianas y pequeñas empresas. Del mismo modo **Sabogal & Vargas** (2017) en un estudio para el ámbito colombiano manifiestan que la gestión administrativa contribuye al fortalecimiento corporativo de cualquier entidad, razón por la cual debe ser una tarea de carácter obligatorio en toda organización.

Por su parte, para el caso peruano según diversos estudios como el de **Herrera** (2020), **Durán** (2020), **Bao et al.** (2020), **Napaico** (2019), **Saavedra** (2019), aseveran la incidencia positiva de la función administrativa, en la calidad del servicio. Por lo tanto, hay argumentos suficientes para afirmar que hay un vínculo directo en las dos variables de estudio; asimismo, se busca corroborar si aquello también se evidencia para este caso aplicado en empresas de viajes y turismo de Ica.

En ese sentido, cabe señalar que para el campo del turismo ha sido parte de los más perjudicados con la coyuntura sanitaria, por lo cual es fundamental la

gestión administrativa para reactivarlo, ya que este sector al primer trimestre del 2021 aportó con S/. 2,652 millones al PBI nacional, un 30.6% menos que lo acumulado en el primer trimestre del 2020 (ComexPerú, 2021). Además, conociendo la importancia del turismo en el dinamismo dinerario del territorio de Ica, que durante el periodo 2007 – 2020 aportó en promedio con el 1.4% al PBI regional (INEI, 2021). Además, la región de Ica al 2018, de acuerdo a la encuesta trimestral sobre el Turismo interno, fue la tercera región más visitada, representando un 6.8% de la totalidad de viajes nacionales (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018).

La presente investigación busca dar respuesta al siguiente **enunciado** ¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y Calidad de los servicios de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?, formulando a su vez los siguientes **problemas específicos**; ¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y los **elementos tangibles**, de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?; ¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la **confiabilidad**, de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?; ¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la **capacidad de respuesta**, de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?; ¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la **seguridad**, en las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?; ¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la **empatía** de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?

En ese contexto que la **justificación práctica** de esta investigación radica en que es de interés, conocer se relaciona la gestión administrativa en la calidad de los servicios de las agencias de viajes y turismo en el marco del COVID 19, Ica, 2021; así mismo su desarrollo beneficio a la solución de un problema (Bernal, 2016). Además, tiene **justificación teórica**, puesto que tiene interés académico establecer la asociación teórica de ambas variables; originando un análisis y un debate del conocimiento (Bernal, 2016). Tiene **justificación metodológica** pues se procedió a la creación del instrumento que nos permita mejorar la gestión

administrativa en bien de los clientes que son atendidos por las agencias de viajes (Bernal, 2016).

Asimismo, con motivos de dar respuesta a dicha interrogante el **objetivo general** que persigue el estudio es; Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio de las agencias de viaje y turismo de la región Ica; a su vez se apoyó en objetivos como: Determinar la relación entre la gestión administrativa y los **elementos tangibles** de las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021; Determinar la relación entre la gestión administrativa y la **confiabilidad** de las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021; Determinar la relación entre la gestión administrativa y la **capacidad de respuesta** de las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021; Determinar la relación entre la gestión administrativa y **la seguridad** de las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021; Determinar la relación entre la gestión administrativa y la **empatía**, de las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021.

Por consiguiente, la **hipótesis general** que se deriva de ello es que en el marco del COVID 19, La gestión administrativa se relaciona de forma directa con la calidad del servicio de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; desencadenado las siguientes **hipótesis específicas**, ello de acuerdo a los objetivos de la investigación; La gestión administrativa se relaciona de manera directa con los elementos tangible de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la confiabilidad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la capacidad de respuesta de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la seguridad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la empatía en las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Tras una amplia revisión bibliográfica, se encuentran antecedentes que dan sustento a esta investigación, por ejemplo, internacionalmente se tiene el caso de **Bohórquez et al.** (2020) en su artículo se centró en la gestión administrativa turística y la calidad de servicio, quienes propusieron diagnosticar la gestión administrativa en las MiPymes del sector hospedaje del cantón Salinas y la calidad de servicio que prestan a sus usuarios. La metodología fue mixta de tipo exploratoria y descriptiva, en el que participaron tanto los gerentes de los hoteles, como los empleados y los clientes del servicio prestado, cuyos resultados muestran el nivel de cumplimiento del proceso administrativo bajo la perspectiva del cliente, teniendo por encima del 76% de clientes conformes. Por otra parte, en relación con la calidad de servicios, más del 86% de clientes demuestran estar de acuerdo con ellos. En conclusión, existe una adecuada gestión administrativa por parte de los propietarios y empleados, lo que influye positivamente en la calidad de servicio prestado a las MiPymes del sector de hospedaje del cantón Salinas.

**Vergara et al.** (2019) en el artículo sobre la estimación en la calidad de servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia, busco mostrar los atributos que influyen en la satisfacción. En tal sentido, se aplicaron ecuaciones estructurales, regresión múltiple, aplicaron el cuestionario a 392 turistas nacionales. Los resultados arrojaron 55% de turistas son de género femenino, correlación de 0.012 entre capacidad de respuesta y satisfacción, 0.029 entre seguridad y satisfacción,  $R^2$  que explica en un 40.2% la variación de la satisfacción además obtuvo una correlación de 0.621 entre las dimensiones (empatía, fiabilidad, satisfacción, tangibles) y la satisfacción. Concluyó que los factores de tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía influyen sobre la variable satisfacción.

**Hidalgo** (2019) es su informe tuvo el propósito de plantear mejoras en la calidad de servicio y la satisfacción al usuario en el sector de finanzas en Cantón-Ambato, el informe fue trabajado desde el modelo SERVQUAL ello para estudiar las 5 categorías de la calidad del servicio, permitiendo conocer si los clientes estaban satisfechos con el servicio otorgado, se trabajó dentro de un enfoque cuantitativo puesto que se quiso encontrar el vínculo de ambas variables propuestas, la metodología fue no experimental, transversal; y, tuvo un nivel

explicativo. La población estuvo compuesta por 450 clientes pertenecientes a la empresa Uninova; asimismo, se sustrajo a 270 clientes activos para la muestra, empleó el cuestionario con 22 ítems; los hallazgos evidenciaron que 90% encuestados están satisfechos con la confiabilidad, un 71.54% con la responsabilidad; 73.15% en la seguridad, en la dimensión empatía 89.37% y en elementos tangibles 74.65%. Se concluye entonces, que la aplicación óptima de la primera variable influye en la segunda variable, debido a que se halló un valor inferior o igual ( $\leq 0,05$ ), bajo la respectiva prueba Wilcoxon.

**Betsoon et al.** (2019) el propósito de su artículo es descubrir la percepción de los agentes de viajes de la Umrah en relación al efecto de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios residentes de Malasia, se realizó bajo un esquema metodológico cuantitativo, haciendo uso de un cuestionario en escala Likert, así mismo se recolectó la información necesaria de una muestra de 384 usuarios bajo un muestreo probabilístico, tras efectuar el coeficiente de correlación se evidencia que la variable 1 afecta positiva y significativamente a la variable 2 con la muestra total (Beta = 0.302,  $p = .000$ ). Los resultados de los datos también muestran que la dimensión de aseguramiento afecta significativamente y positiva la variable calidad del servicio de la muestra total (Beta = 0.069,  $p = .000$ ). Se concluye, en la primera variable y sus dimensiones (empatía, fiabilidad sensibilidad, garantía y tangibles) afectan a la satisfacción de manera significativa y positiva.

**López** (2018) su trabajo de investigación consistió en plantear el vínculo entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el establecimiento Rachy's; se realizó bajo un esquema metodológico mixto, utilizándose el modelo Servqual, además la recopilación de información se realizó a través de las encuestas las cuales fueron dirigidas a una muestra de 7280 clientes del restaurante en mención, evidenciando la existente correlación mediante Pearson de ( $r=697^{**}$ ) es positiva; así mismo se concluyó que los clientes se muestran insatisfechos en cuanto los elementos de la primera variable; por ello, respecto a los elementos intangibles los usuarios están insatisfechos con el personal de servicio; de igual manera en la dimensión respuesta inmediata puesto que no se brinda un servicio rápido y oportuno; en la dimensión empatía se evidencio la insatisfacción pues no obtiene una atención personalizada, el servicio no anticipa

sus necesidades; en elementos de garantía los clientes se mostraron insatisfecho ya que el restaurante no les proporciona la información de manera oportuna; por otro lado si se muestran satisfechos con la dimensión confiabilidad pues el personal muestra confianza. Concluye que, si la calidad de servicio se incrementa, también lo hará la satisfacción del cliente.

Bajo la misma línea de ideas, a **nivel nacional** se encuentra la investigación de **Albarracín** (2019) cuyo objetivo fue evaluar las causas que inciden en la relevancia de la calidad de servicio a los distintos usuarios; en consecuencia, rendimiento de empresas de viajes y turismo, en Puno del 2017. La metodología de la investigación fue cuantitativa, se usó la encuesta, y el cuestionario fue la herramienta de recolección de datos, mismo que fue aplicado a un total de 72 empresas de viajes y turismo; asimismo, el método fue el deductivo, y de tipo explicativo. Como parte de los principales resultados se tiene que son la capacitación, el conocimiento, la experiencia, el nivel de ingresos e incentivos de los colaboradores y el conocimiento de lenguas extranjeras influyen en la calidad del servicios y el rendimiento de empresas de viajes y turismo en Puno. Asimismo, 53% los encuestados señala que sí existe cierta calidad en el servicio ofrecido; sin embargo, 47% manifiesta todo lo opuesto. Finalmente, concluye que las variables independientes inciden y son significativas en calidad y rentabilidad de empresas de viaje y turismo.

Por su parte, **Rivadeneira** (2019) en su investigación sobre “la calidad de servicio y la influencia en la satisfacción de los usuarios en empresas de viajes y asesoría referente al turismo tradicional de Lima, en 2019” cuyo objetivo principal es, establecer si la calidad de servicio influye significativamente en satisfacción de los clientes en una empresa de viajes y asesoría en turismo tradicional en Lima, 2019. Con la que respecta a el enfoque del estudio fue de mixto, no experimental transeccional, y correlacional causal. Entre los principales descubrimientos, hay una asociación débil, significativa y positiva, ( $Rho = 0.132$ ) de expectativa de ambas variables, a su vez una asociación positiva y moderada ( $Rho = 0.604$ ) entre la percepción de las dos variables. Se concluye, hay una influencia débil, significativa y positiva en las variables de estudio.

**Chávez** (2019) su investigación cuyo propósito central es determinar la calidad de servicio de empresas turísticas de Áncash, en base al desarrollo de los modelos provenientes de buenas prácticas en 2017. Metodológicamente, el estudio fue cuantitativo, cuya muestra estuvo conformada por 5 entidades localizadas en Chimbote. Asimismo, la totalidad de los modelos valorados en las compañías de restauración fue de 261, donde las compañías han realizado en aproximado el 74%, mientras que para las empresas de viaje, se evaluó en totalidad 151 estándares, de los cuales solo cumplen en un 67.0%. Finalmente, el autor concluye que las agencias turísticas de Áncash necesitan poner en marcha, los modelos provenientes de buenas prácticas con la finalidad de ofrecer un buen servicio.

**Rey** (2019) su investigación cuyo fin fue determinar el vínculo de la variable satisfacción y calidad del servicio de los turistas en el comercio turístico del Callao; se trabajó bajo un esquema metodológico mixto, de alcance correlacional, no experimental; 383 turistas formaron la muestra, se usó la encuesta y se tomó en consideración al cuestionario, tras la ejecución del instrumento se halló, la dimensión fiabilidad tiene alta relación con la variables satisfacción con un coeficiente de correlación de .900, de igual manera para la dimensión empatiza tuvo una correlación de .564, en capacidad de respuesta (.272), rendimiento esperado (.648), por otro lado la relación de la satisfacción y calidad de servicios turísticos es exponencial y positiva con una valor de .660.

El fundamento técnico está basado en MINCETUR (2016) a través del Diario El Peruano; la Ley N. 26961 sobre el desarrollo de la actividad turística, regla que fue abolida por la actual Ley N. 29408, Ley general de turismo; su contenido estaba mejor enfocado a los lineamientos del anterior Ministerio de Turismo e Integración; la reglamentación de entidades que realizan viajes y turismo dicho reglamento tiene como finalidad formular disipaciones administrativas para la adecuada prestación y supervisión de los servicios por parte de los agentes y empresas de viajes que funcionan en el país; también plantea el proceso de anotación en el listado nacional de proveedores de servicios turísticos cualificados y las obligaciones de las autoridades correspondientes.

Respecto a la gestión administrativa, Reynoso (2017) considera que aquel conjunto de pautas, conductas que deben cumplir todos los individuos que se hallan en la compañía, la obligación primordial de la empresa es brindar y organizar los bienes aprovechables, como los financieros, materiales y humanos. Del mismo modo, Coulter & Robbins (2018) argumentan que la gestión administrativa es la administración basada en valores, donde los valores guían las labores que llevan a cabo los empleados.

En la misma línea, según la teoría neoclásica referida por Chiavenato (2018) sostiene que las funciones administrativas son los factores de la administración que el autor Fayol conceptualizó en un determinado momento, las cuales son: (i) *Planeación*; es la primera función administrativa y sirve de base para las siguientes, es decir, en este factor se precisa de forma anticipada los metas a lograr y los mecanismos para alcanzarlos (Chiavenato, 2018), dentro de esta fase se tiene: a. *Establecimiento de objetivos*, son el punto de partida de la planeación; además, las metas son resultados futuros que se pretenden lograr; b. *Jerarquía de objetivos*, en una organización siempre se busca alcanzar varios objetivos de manera simultánea, pero se debe priorizar los más relevantes e importantes; c. *Alcance de la planeación*, se da en tres niveles: estratégico, operacional y táctico, la primera es la más amplia y abarca toda la organización, mientras que la segunda incluye a cada departamento y la tercera incluye cada tarea o actividad específica; d. *Tipos de planes*, son los diversos mecanismos que buscan un fin común como: la programación, previsión y coordinación lógica de sucesos que conducen al logro de los objetivos.

Aunado a ello está la, (ii) *Organización*, siguiendo con Chiavenato (2018) en esta fase se organiza, estructura e integra los recursos y órganos involucrados en su administración. A su vez, esta segunda fase se estructura en tres niveles, las cuales son: a. *Organización a nivel global*, abarca a la empresa como un todo; b. *Organización a nivel departamental*, es aquella la coordinación que implica cada área o departamento; c. *Organización a nivel de las tareas y operaciones*, son las clasificaciones del trabajo que se centra en cada actividad.

Para la tercera fase se encuentra la *dirección*, según Chiavenato (2018) es la que busca lograr que las cosas marchen bien y que sucedan tal como se



planearon inicialmente. Es decir, en esta fase se busca accionar y dinamizar la empresa. Además, en esta fase al igual que la anterior su alcance es: a. *A nivel global*, es la dirección que abarca a la organización como un todo y le compete al gerente de la organización y a cada jefe en su respectiva área; b. *A nivel departamental*, la dirección que incluye a cada área o unidad y le compete a la gerencia que comprende al personal de medio campo; c. *A nivel operacional*, es la dirección que abarca a cada grupo de personas o tareas, y le compete al supervisor de cada área de nivel operacional de la organización.

Por último, el *control*, constituye el último factor del proceso administrativo, y según **Chiavenato (2018)**, en esta fase se verifica que las actividades estén en concordancia con las estrategias elaboradas y planificadas, para con la finalidad de enmendar cualquier resultado inesperado. Dentro de esta fase se tiene: a. *Establecimiento de estándares o criterios*, son las condiciones necesarias que buscan el buen desempeño y el logro de objetivos; b. *Observación de desempeño*, es la realización de algunos ajustes en los estándares anteriormente establecidos; c. *Comparación del desempeño con el estándar establecido*, se verifica si lo logrado coincide con lo establecido; d. *Acción correctiva*, se busca corregir algunos posibles errores incurridos.

Cabe señalar que la administración, según **Reyes (2014)** citado por Bueno et al (2018), se caracteriza por: a. *Universalidad*, es universal debido a que en cualquier lugar donde exista un grupo social habrá necesidad de administrar; b. *Especificidad*, debido a que los aspectos administrativos son específicos dado que en una organización se realizan diversas actividades, no obstante, siempre tendrán la función de administrar; c. *Unidad temporal*, el proceso administrativo siempre está presente en el quehacer diario de las organizaciones; d. *Unidad jerárquica*, toda persona que tenga el cargo de jefe realiza de distintas formas actividades administrativas.

Para **Arellano (2017)** el servicio hacia el cliente es el aquel que brinda toda empresa como sustento al producto principal; este servicio, normalmente se encuentra conformado por la contestación de preguntas, tomar órdenes, manejar quejas, etc.

La **calidad de servicio** se ha configurado como uno de los principales métodos para conseguir una diferenciación en las empresas, es así que Vargas y Aldana (2014), afirma que el servicio y la calidad son dos variables que siempre están vinculadas, ello con el fin de satisfacer a los clientes.

De igual manera coincide **Gaffar et al., (2018)**, afirmando que la calidad se desarrolla en la mente de clientes respecto a la percepción del servicio, basándose en la comprensión de las exigencias de los usufructuarios, excediendo sus expectativas.

**Cook y Rohit (2002)** concuerdan con lo dicho anteriormente, afirman la calidad de servicios está íntimamente vinculada con la satisfacción de usufructuarios y cómo lo perciben estos; así mismo estos autores consideran que una óptima evaluación en el servicio al cliente se debe considerar cinco dimensiones, tomando dichas dimensiones del Modelo SERVQUAL.

Parasuranam et al., (1994) concluyen que a diferencia de la calidad de la mercancía, la calidad de servicios es muy difícil de medir; puesto que estos son percibidos de manera intangible Grönroos (1994); frente a ello Parasuranam al igual que Grönroos, partiendo desde un paradigma, desarrollaron el modelo SERVQUAL, basándose en el concepto de calidad de servicio percibido (Cruz et al., 2017); este instrumento permite una aproximación a la expectativa y percepción de un usuario, ello considerando cinco dimensiones; *i) elementos tangibles*, refiere a la importancia del establecimiento, en relación a los equipos, instalaciones físicas y el personal; por ello los proveedores de servicios utilizan materiales tangibles ello para poder brindar un mejor servicio, además de la manera de cómo comunicarse a través de sus equipos; *ii) confiabilidad*, es la destreza de brindar un servicio asegurado, que genere una confianza digna y precisa en el usuario, es decir, es la fiabilidad en la que una organización cumpla la satisfacción y expectativas de los clientes.

La tercera dimensión del modelo SERVQUAL es la *capacidad de respuesta*, refiere de la buena destreza en proporcionar un buen servicio hacia el usufructuario, acentuándose con inmediatez en la gestión de las preguntas, solicitudes, problemas y reclamos de clientes; *iv) seguridad*, es la habilidad del personal para

transmitir confianza y seguridad; finalmente se tiene la *v) empatía*, hace referencia a la atención y el cuidado de manera personificada que la organización otorga a los usuarios. El instrumento de SERVQUAL se divide en tres secciones, la primera calcula la expectativa que el usufructuario tiene sobre la prestación, la segunda la percepción del usuario respecto a la organización que proporciona el servicio, por último, la tercera permite al cliente valorar el servicio, ello acorde a las cinco dimensiones ya mencionadas. El instrumento del modelo SERVQUAL está compuesto por 22 interrogantes las cuales calculan las perspectivas del consumidor.

Por otro lado, Cronin y Taylor (1992) desarrollaron una escala más precisa que el modelo anteriormente mencionado, denominándose SERVPERF, este modelo usa solo la percepción como aproximación a la satisfacción del usuario. Utiliza las dimensiones tomadas en cuenta en el modelo SERVQUAL, al igual que su instrumento, sin embargo, solo toma en cuenta la percepción del cliente. Cabe mencionar el modelo desarrollado por Grönroos (1988-1994) denominado Modelo de la imagen; Grönroos indica que está estrechamente relacionada con la imagen organizacional.

Según Grönroos (1994) citado por Cruz et al. (2017) una óptima valoración de la calidad recibida ocurre cuando se cumple con las perspectivas del consumidor, en otras palabras es capaz de satisfacerlo, además indica que sumado a la experiencia e imagen corporativa la calidad está influenciada por; *i) calidad técnica*, la cual solo está orientado en que el servicio esté técnicamente correcto conduciendo a la obtención de un resultado permisible, dándole importancia a los medios materiales, soporte físico y organización interna, refiriendo a lo que el usuario recibe; *ii) calidad funcional*, hace referencia al tratamiento que recibe el cliente en el proceso de servicio, se le denomina la dimensión del “como”; *iii) imagen corporativa*; estas dimensiones dan como resultado la calidad total.

Rust y Oliver (1994) planteó un modelo de tres componentes basadas en; *i) características del servicio*, está relacionado con cualquiera de los rasgos del servicio que se ofrece; *ii) ambiente de servicio*, está relacionado con los ajustes y propósitos que son requeridos para gestionar el servicio; *iv) entrega del servicio*, es como el servicio es otorgado en una ocasión específica. Para Rust y Oliver la

valoración de la calidad del servicio, no solo debe distinguir entre la satisfacción, calidad y valor, sino que también debe integrarse las características del servicio.

Rust y Oliver complementan los modelos ya mencionados mediante tres factores: *i) La calidad de interacción*, es la actitud de los colaboradores, el comportamiento entre el trabajador y usuario, consiste en la experiencia del usuario como consecuencia de la interacción con el personal de la empresa; *ii) La calidad de entorno*, enfocado en las propiedades del entorno, la estructura de las instalaciones y los factores sociales que inciden en la óptima realización de los servicios; *iii) La calidad de resultado*, se promueve en base a las subdimensiones de la utilidad, elementos tangibles, tiempo de espera, denominado también como aquel producto final del servicio brindado.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

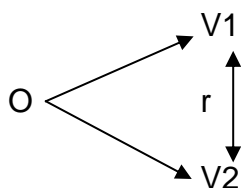
El presente estudio es de índole básico, ya que la simple curiosidad; a su vez, generando nuevos conocimientos, así mismo sirve como base de futuras investigaciones aplicadas o tecnológicas (Ñaupas et al., 2018) en cuanto a la conexión entre la gestión administrativa y calidad de servicio de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021.

El estudio es de enfoque cuantitativo, puesto que se presenta bajo un esquema secuencial y sistemático, ello partiendo de una idea previamente delimitada, ante ello Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) indica que estudios pertenecientes a este enfoque hacen uso de la recopilación de información para lograr comprobar las hipótesis, se fundamenta en el cálculo numérico, tratamiento y evaluación estadística.

El alcance fue correlacional, pues pretende asociar dos variables, ello en una muestra en específico, midiéndose primero cada una de ellas para cuantificarlas y establecer dicha relación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El diseño es no experimental, pues no se hubo manejo de alguna de las variables de estudio pues esto ya ha sucedido; para Hernández et al., (2014), este tipo de diseño, se clasifica en transaccional y longitudinal; la presente investigación es transversal pues los datos se recopilaron en un momento dado.

Esquema:



O: observación de la muestra

V1: gestión administrativa

V2: calidad de servicio

r= relación

### **3.2. Variables y operacionalización**

#### **Variable 1: Gestión Administrativa**

##### **Definición Conceptual.**

Es la administración, la cual está basada en los valores, donde dichos valores guían las labores que llevan a cabo los colaboradores. (Coulter & Robbins, 2018)

##### **Definición Operacional.**

El proceso administrativo está compuesto por; planeación, organización, la dirección y, por último, el control (Chiavenato, 2018).

#### **Variable 2: Calidad de servicio**

##### **Definición Conceptual.**

Se desarrolla en la mente de los clientes basándose en la comprensión de las exigencias de los usufructuarios, satisfaciendo al superar sus expectativas (Gaffar et al., 2018).

##### **Definición Operacional.**

Son las dimensiones del modelo SERVQUAL, las cuales establecen cinco componentes: seguridad, confiabilidad, la empatía, capacidad de respuesta y elementos intangibles.

### **3.3. Población, muestra y muestreo.**

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), la población hace referencia a que comprende un conglomerado de todos los casos que tengan similitudes en un determinado contexto; la población de este estudio está conformado por 60 colaboradores de agencias de viajes a nivel regional de Ica.

La muestra para Ñaupas et al. (2018) es una porción de lo establecido en la población, teniendo características que benefician a la investigación, siendo esta clara evitando confusión alguna, en ese sentido la muestra no probabilística estuvo conformada por 60 colaboradores de las agencias de viajes.

En relación al muestreo no probabilístico, Cabezas et al. (2018), depende del planteamiento de la investigación, dicho aquello la muestra obedece a los criterios impuestos por el investigador; por lo cual se implementó criterios para determinar la muestra correspondiente de la primera población ya mencionada.

- **Criterios inclusión**

Colaboradores que cumplan con más de año y medio ejerciendo actividades presenciales en la empresa turística y que a su vez hayan sido clientes antes de llegar a formar parte de las agencias.

- **Criterios de exclusión**

Aquel personal que no cumplan con los requisitos establecidos en los discernimientos anteriormente expuestos.

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

Para Carrasco (2014) las técnicas de investigación son una serie de normas y procedimientos las cuales sirven para regular un procedimiento en específico alcanzando el objetivo determinado, por ello se empleó dicha técnica.

Según Arias (2020) el instrumento es aquel en donde se recopila los datos a través de interrogantes las cuales se redactan en función de hipótesis y variables de la investigación; dicho ello, el instrumento de la investigación consta de un cuestionario para cada variable en una escala valorativa de Likert.

Respecto a los cuestionarios de gestión administrativa y calidad del servicio, fueron dirigidos 60 clientes colaboradores de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021, en escala de Likert.

Las validaciones de ambos instrumentos, ejecutó a través del juicio de expertos, relacionados por relevancia, pertinencia y claridad de preguntas contenidas en el cuestionario planteado.

La confiabilidad es la capacidad de un instrumento para realizar comprobaciones que se aproximen al contexto que se desea saber. Uno de los métodos corresponde al alfa de cronbach (Hernández et al., 2014).

En este estudio se realizó el cálculo de la confiabilidad de ambas variables, la herramienta utilizada fue el SPSS Statistics versión 25, de la cual arrojó el coeficiente alfa de Cronbach de .871, una muestra piloto de 20 trabajadores.

### **3.5. Procedimientos**

Se procedió a la creación de ambos instrumentos, para su próxima validación, ello a través de la validación de expertos en el tema de investigación.

Se procedió a pedir el respectivo permiso de las empresas de viajes y turismo ubicados en Ica, con el objetivo de ejecutar el cuestionario a los clientes internos, estableciendo contacto con la muestra orientándose respecto al tema, así como también pedirles su ayuda voluntaria.

El cuestionario fue desarrollado de manera virtual, debido a la presente coyuntura de emergencia sanitaria COVID-19; así mismo los datos recopilados tras la ejecución del instrumento se analizó a través de la herramienta estadística SPSS versión 25 para su procesamiento pertinente.

### **3.6. Método de análisis de datos**

A través del uso de un instrumento estadístico para proceder con el análisis de información; puesto que, la estadística descriptiva proporciona valores empleando tablas y porcentajes para su pertinente interpretación, así como la prueba de normalidad.

En cuanto a la estadística inferencial proporciona valores estadísticos de asociación de las variables con el coeficiente de Spearman, permitiendo contrastar las hipótesis en SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) V25.

### **3.7. Aspectos éticos**

El investigador es responsable en cuanto al ejercicio de su respectiva actividad científica frente a la institución patrocinante, para ello se aplicó lo siguiente:

- Diseño adecuado de la investigación, el estudio debe seguir los protocolos de investigación, siendo evaluado por investigadores del campo científico respectivo; así mismo debe estar diseñado con rigor, siguiendo las normas



vigentes ello con la finalidad de producir resultados significativos (Universidad Cesar Vallejo, 2020)

- Confidencialidad y el mantenimiento del anonimato e intimidad, el investigador a cargo tiene el deber de mantener el anonimato de los participantes de la investigación (Universidad Cesar Vallejo, 2020).
- La no coacción, refiere a que el investigador en ningún momento debe obligar a las personas a participar en el estudio (Universidad Cesar Vallejo, 2020).
- Consentimiento informado, el investigador a cargo debe contar con el consentimiento de todos los participantes del estudio; estos deben estar al tanto del objetivo del estudio (Universidad Cesar Vallejo, 2020).
- Citación de fuentes, respecto a la redacción de la información encontrada tras la revisión literaria, respetándose la propiedad intelectual, situándose de manera correcta, en este caso según las Normas APA (Universidad Cesar Vallejo, 2020).

## IV. RESULTADOS

### 3.1. Análisis descriptivos

#### Análisis de la primera variable: Gestión Administrativa

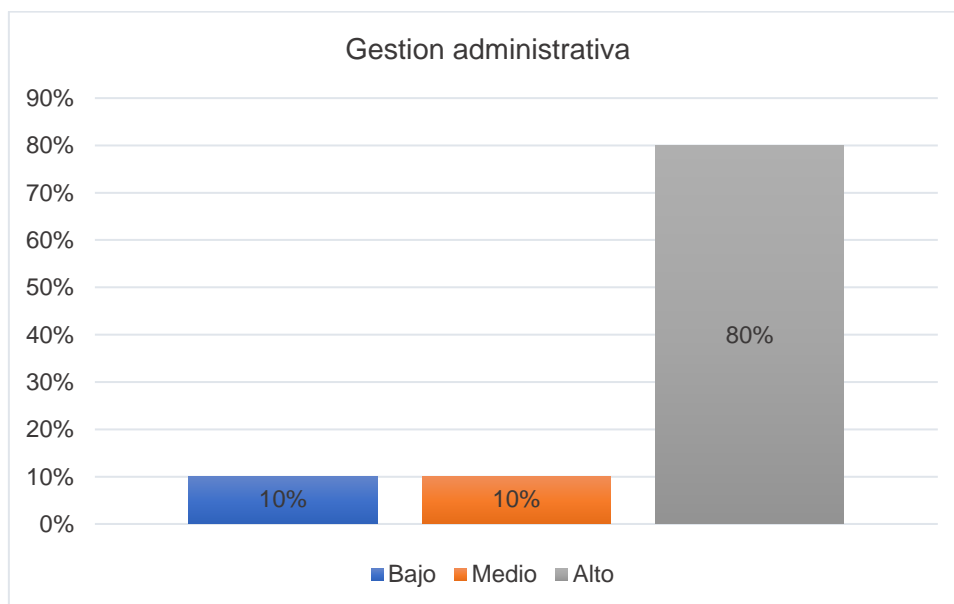
**Tabla 1**

*Distribución de los niveles de la variable: Gestión Administrativa*

	Gestión Administrativa	Frecuencia	Porcentaje
Niveles	Bajo	6	10,0
	Medio	6	10,0
	Alto	48	80,0
	Total	60	100,0

**Figura 1**

*Distribución de los niveles de la variable: Gestión Administrativa*

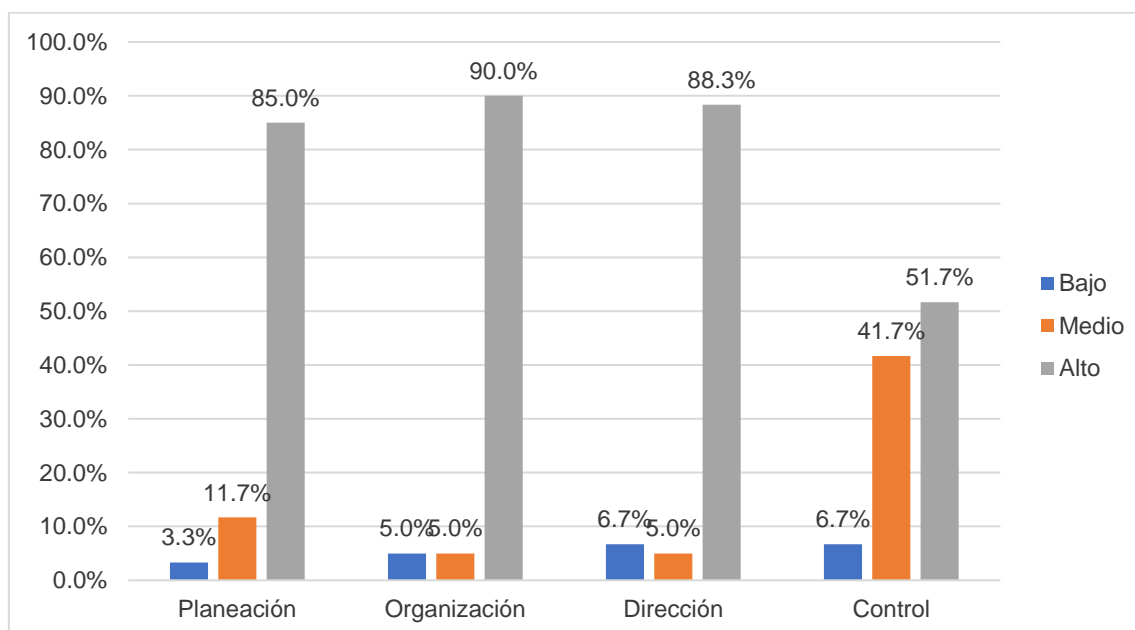


Fuentes: Elaborado a partir del instrumento muestral

Acorde a la *tabla 1* y *fig. 1*, el 80% de los trabajadores encuestados mencionaron que la gestión administrativa, implementada en la empresa de viajes y turismo en el marco del Covid-19, es alta; por otro lado, el 20% de los clientes internos de la agencia perciben que es bajo y medio.

**Tabla 2***Distribución de los niveles por dimensiones de gestión administrativa*

	Planeación		Organización		Dirección		Control	
	fi	hi	fi	hi	fi	hi	fi	hi
Bajo	2	3.3%	3	5.0%	4	6.7%	4	6.7%
Medio	7	11.7%	3	5.0%	3	5.0%	25	41.7%
Alto	51	85.0%	54	90.0%	53	88.3%	31	51.7%
Total	60	100.0%	60	100.0%	60	100.0%	60	100.0%

**Figura 2***Distribución de los niveles por dimensiones de gestión administrativa*

Fuentes: Elaborado a partir del instrumento muestral

Acorde a la tabla 2 y fig. 2, el 85% de los colaboradores encuestados indicaron que la planeación en la agencia de viajes y turismo es alta; por otro lado, el 11.7% perciben que es medio y solo el 3.3% perciben que es baja. El 90% de los colaboradores indicaron que la organización implementada en la agencia de viajes

es alta; 5% perciben que es medio y bajo. En cuanto a la dirección el 88.3% de los colaboradores encuestados indicaron que es alta; 6.7% perciben que es bajo y seguido del 5% quienes perciben que es medio. De otra parte, el 51.7% de los colaboradores encuestados indicaron que el control en la agencia de viajes y turismo, es alta; seguido de un 41.7% quienes perciben que es medio; seguido de solo el 6.7% quienes perciben que es bajo.

### **Análisis de la segunda variable: Calidad de servicio**

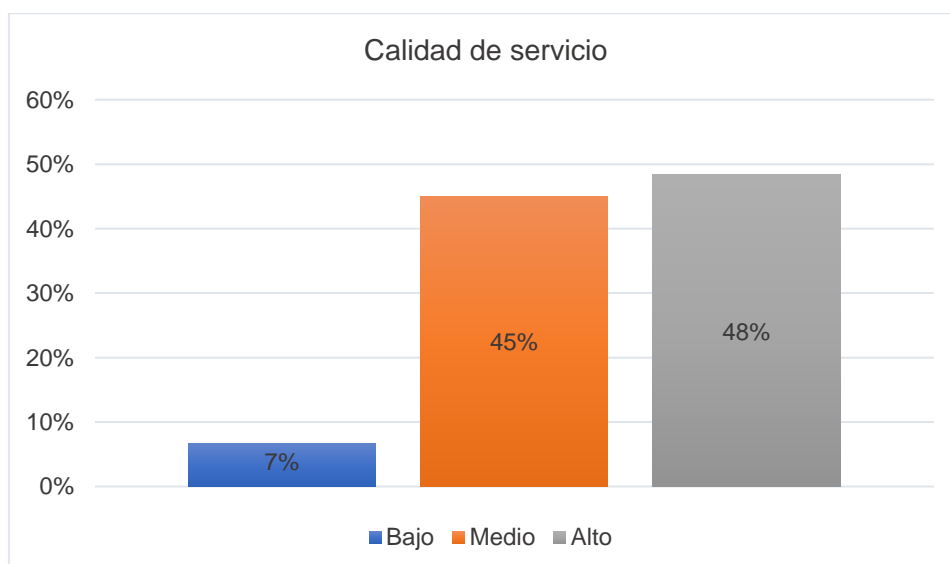
**Tabla 3**

*Distribución de los niveles de la variable: Calidad de servicio*

	Calidad de servicios	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	4	6,7
	Medio	27	45,0
	Alto	29	48,3
	Total	60	100,0

**Figura 3**

*Distribución de los niveles de la variable: Calidad de servicio*



Fuentes: Elaborado a partir del instrumento muestral

Acorde a la *tabla 3* y *fig. 3*, el 48.3% de los clientes encuestados indicaron que la variable dependiente en la agencia de viajes y turismo en marco del Covid-19, es alta; seguido del 45% lo perciben como medio, solo el 6.7% de los usuarios indicaron que el servicio brindado es inferior.

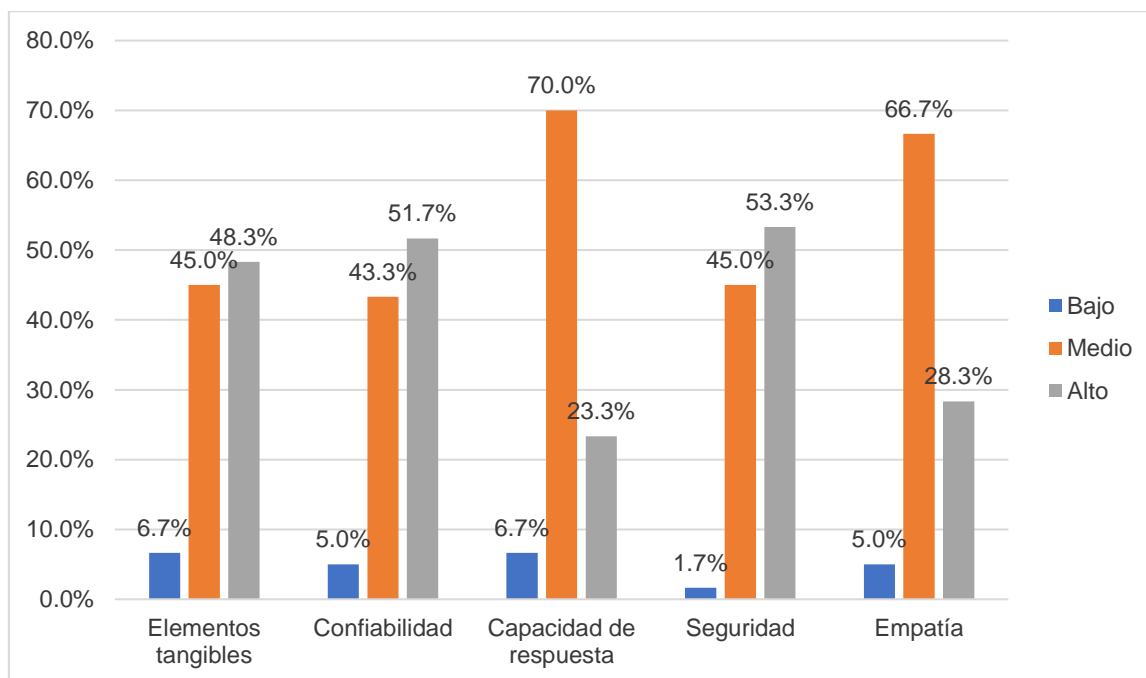
**Tabla 4**

*Distribución de los niveles por dimensiones de calidad de servicio*

	Elementos tangibles		Confiabilidad		Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía	
	fi	hi	fi	hi	fi	hi	fi	hi	fi	hi
	Bajo	4	6.7%	3	5.0%	4	6.7%	1	1.7%	3
Medio	27	45.0%	26	43.3%	42	70.0%	27	45.0%	40	66.7%
Alto	29	48.3%	31	51.7%	14	23.3%	32	53.3%	17	28.3%
Total	60	100.0%	60	100.0%	60	100.0%	60	100.0%	60	100.0%

**Figura 4**

*Distribución de los niveles por dimensiones de calidad de servicio*



Fuentes: Elaborado a partir del instrumento muestral

Acorde a la *tabla 4* y *fig. 4*, el 48.3% de los colaboradores indicaron que los elementos tangibles en la agencia de viajes y turismo es alta; 45% lo perciben como medio, y 6.7% indicaron que es bajo. Sobre la dimensión de confiabilidad, el 51.7% indicaron que la confiabilidad en la agencia de viajes y turismo es alta; 43.3% lo perciben como medio, 5% indicaron que es bajo. El 70% de los clientes internos encuestados indicaron que la capacidad de respuesta en la agencia de viajes y turismo en el marco es media; 23.3% lo perciben como alto y 6.7% bajo. De otro lado, el 53.3% de los trabajadores encuestados indicaron que la seguridad es media; 45% lo perciben como medio, 1.7% de los colaboradores lo calificaron como bajo. Finalmente, el 66.7% de encuestados indicaron que la empatía en la empresa de viajes y turismo es media; seguido de 28.3% quienes indican es medio, y solo el 5% de trabajadores indicaron que es bajo.

### **Prueba de normalidad**

H0: La información procesada se distribuye normalmente.

H1: La información procesada no se distribuye normalmente.

**Tabla 5***Normalidad de datos de las variables*

Variables	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	N	Sig.
Gestión administrativa	,229	60	,000
Planificación	,222	60	,001
Organización	,225	60	,000
Dirección	,220	60	,000
Control	,221	60	,000
Calidad de los servicios	,121	60	,029
Elementos tangibles	,123	60	,021
Confiabilidad	,125	60	,001
Capacidad de respuesta	,125	60	,003
Seguridad	,119	60	,015
Empatía	,110	60	,023

Fuente: Elaborado a partir del instrumento muestral

Debido a que el tamaño de muestra es mayor a 50 datos (60 encuestados), entonces, en la tabla 5 se evidencian los hallazgos de la significancia del test de normalidad de Kolmogorov - Smirnov, prueba estadística específica para muestras grandes.

Interpretación de la Hipótesis:

Dado que  $p$  bilateral es en las series de ambas variables, es inferior a 0.05, no cumplen con seguir el comportamiento de una normal distribución rechazando la  $H_0$ , se aplicó Rho de Spearman para explicar la relación existente y responder a los propósitos planteados de la investigación.



### 3.2. Contrastación de hipótesis

#### Contraste de hipótesis general

Hi = La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la calidad de servicio de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

H0 = La gestión administrativa no se relaciona de manera directa con la calidad de servicio de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

**Tabla 7**

*Relación entre la gestión administrativa y calidad de servicio*

	Rho Spearman	Gestión del turismo sostenible	Clima laboral
	Coeficiente de correlación	1,000	,602**
Gestión administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	60	60
	Coeficiente de correlación	,602**	1,000
Calidad de servicio	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	60	60

En concordancia con la tabla 7, el coeficiente de Rho Spearman, se empleó debido a que la información no sigue la conducta de una distribución normal, el cual muestra una significancia  $< .05$ , consecuentemente, se da por rechazada la H0, procede a aceptar la H1, haciendo referencia a que la primera variable tiene un nexo directo con la segunda variable de las empresas de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; asimismo, el coeficiente de correlación moderado 0,602; que menciona que a mayor gestión administrativa mayor será la calidad del servicio.

### Contraste de hipótesis específica 1

Hi = La gestión administrativa se relaciona de manera directa con los elementos tangibles de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

H0 = La gestión administrativa no se relaciona de manera directa con los elementos tangibles de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

**Tabla 8**

*Relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles*

	Rho de Spearman	Gestión administrativa	Elementos tangibles
	Coefficiente de correlación	1,000	,659**
Gestión administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	60	60
	Coefficiente de correlación	,659**	1,000
Elementos tangibles	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	60	60

En la tabla 8, se empleó coeficiente de Rho Spearman debido, a la información no sigue una conducta de una distribución común, el cual muestra una significancia  $< .05$ , generando el rechazo de la H0 y da pase a aceptar la H1, la cual menciona a la variable independiente se vincula directamente con los elementos tangibles de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; asimismo, el coeficiente de correlación moderado de 0,659; hace referencia que a mayor gestión administrativa mejor será la apreciación sobre los elementos tangibles de la calidad de servicio.

### Contraste de hipótesis específica 2

Hi = La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la confiabilidad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

H0 = La gestión administrativa no se relaciona de manera directa con la confiabilidad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

**Tabla 9**

*Relación entre la gestión administrativa y la confiabilidad*

Rho de Spearman		Gestión administrativa	Confiabilidad
Coeficiente de correlación		1,000	,613**
Gestión administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	60	60
Coeficiente de correlación		,613**	1,000
Confiabilidad	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	60	60

En la tabla 9, se hizo uso del coeficiente Rho Spearman ya que la información no sigue la conducta de una distribución común, el cual muestra una significancia < .05, generando el rechazo de la H0 y da paso a aceptar la H1, la cual menciona a que la gestión administrativa se relaciona de manera directa con la confiabilidad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; asimismo, el

coeficiente de correlación es moderado de 0,613, lo cual hace referencia a que mayor gestión administrativa mejor será la apreciación de la confiabilidad.

### Contraste de hipótesis específica 3

Hi = La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la capacidad de respuesta de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

H0 = La gestión administrativa no se relaciona de manera directa con la capacidad de respuesta de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

**Tabla 10**

*Relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta*

	Rho Spearman	Gestión administrativa	Capacidad de respuesta
	Coeficiente de correlación	1,000	,409**
Gestión administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	60	60
	Coeficiente de correlación	,409**	1,000
Capacidad de respuesta	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	60	60

En la respectiva tabla 10, se hizo uso del coeficiente de Rho Spearman debido a la información no sigue la conducta de una distribución común, el cual muestra una

significancia < .05, generando el rechazo de la H0 y da paso a aceptar la H1 la cual menciona que la variable independiente está vinculada directamente, con la capacidad de respuesta de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; asimismo, el coeficiente de correlación es medio con un 0,409, lo que refiere a que mayor gestión administrativa mejor será la apreciación de la capacidad de respuesta.

#### **Contraste de hipótesis específica 4**

Hi = La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la seguridad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

H0 = La gestión administrativa no se relaciona de manera directa con la seguridad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

**Tabla 11**

*Relación entre la gestión administrativa y la seguridad*

	Rho Spearman	Gestión administrativa	Seguridad
	Coeficiente de correlación	1,000	,536**
Gestión administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	60	60
	Coeficiente de correlación	,536**	1,000
Seguridad	Sig. (bilateral)	,000	.

En la respectiva tabla 11, se hizo uso del coeficiente Rho Spearman ya que la información no sigue la conducta de una distribución común, el cual muestra una significancia  $< .05$  generando el rechazo a la  $H_0$  y da paso a aceptar la  $H_1$ , la cual menciona que la primera variable posee un vínculo directo con seguridad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; asimismo, se halló un coeficiente de vínculo medio de  $.536$ , que refiere que a mayor gestión administrativa mejor será la apreciación de la seguridad.

### Contraste de hipótesis específica 5

$H_i$  = La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la empatía en las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

$H_0$  = La gestión administrativa no se relaciona de manera directa con la empatía en las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021.

**Tabla 12**

*Relación entre la gestión administrativa y la empatía*

	Rho Spearman	Gestión administrativa	Empatía
	Coeficiente de correlación	1,000	,392**
Gestión administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	60	60

	Coeficiente de correlación	,392**	1,000
Empatía	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	60	60

---

En la respectiva tabla 12, hizo uso del coeficiente Rho Spearman, ya que información no sigue la conducta de una distribución común, el cual muestra una significancia  $< .05$ , generando el rechazo de la H0 y da paso a aceptar la H1 que menciona que la primera variable posee un vínculo directo con la empatía en las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021; asimismo, se halló el coeficiente de vínculo bajo .392, haciendo referencia que a mayor gestión administrativa mejor será la apreciación de empatía.

## V. DISCUSIÓN

Según los resultados encontrados en el actual estudio, aplicando la prueba de Spearman, se obtuvo una significancia de  $< .05$  generando el rechazo de la  $H_0$  y dando paso a aceptar la  $H_1$ , la cual menciona que la primera variable posee un vínculo directo con la segunda variable de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021, con un coeficiente moderado  $Rho = 0,602$ . Resultado que se asemeja los hallazgos de **López** (2018) quien evidenció que existe correlación moderada mediante Pearson de ( $r=697^{**}$ ). Si bien López empleo Pearson y en nuestro caso Spearman, se observa que ambos arrojan correlación directa, es decir, a mayor gestión administrativa, mejor será la calidad del servicio; en su caso aplicó a los restaurantes que también son considerados servicios, quedando establecido que en empresas de servicios es importante la gestión administrativa; la misma que según Coulter y Robbins (2018) es definida como la administración basada en valores, donde los valores guían las labores que llevan a cabo los empleados.

Igualmente se vincula con los resultados de **Rivadeneira** (2019) quien realizó su estudio sobre la calidad de los servicios y la influencia en satisfacción del usuario, en empresas de viajes y asesoría personalizada en cuanto al turismo tradicional, en sus principales hallazgos se evidencia que existe una conexión positiva y moderada  $Rho = .604$  entre la apreciación de la calidad de los servicios y satisfacción del usuario. Si bien es cierto existe relación entre variables, pero estas son moderadas, tal como también encontró **Rey** (2019) es su investigación a fin de plantear la conexión de satisfacción y calidad de los servicios de los turistas en el comercio turístico, bajo diseño no experimental; y muestra constituida por 383 turistas, se hizo uso de la encuesta y cuestionario, que dieron resultados a una conexión entre ambas variables estudiadas, es alta y positiva con un valor de  $.660$ .

En cuanto a las correlaciones de hipótesis específicas,  $Rho$  Spearman con una probabilidad de error de  $< .05$ ; permitió inferir que la primera variable está vinculada directamente con la primera dimensión de la segunda variable de empresas de viajes y turismo de la región Ica, durante 2021, con un coeficiente de correlación de  $0,659$ ; también se halló que la primera variable está vinculada con la segunda dimensión de la variable 2,  $.613$ ; también, se evidenció relación de



.409 en la primera variable y la tercera dimensión de la variable 2; .536 el nexo directo de la primera variable y la cuarta dimensión de la variable 2; últimamente se comprobó correlación directa de .392 de la primera variable y la quinta dimensión de la segunda variable en empresas de viajes y turismo de Ica. Resultados que afirman lo encontrado por Vergara et al. (2019) quienes buscaron mostrar los atributos que influyen en la satisfacción, y lograron un R2 que explica en un 40.2% la variación de la satisfacción, además obtuvo una correlación de 0.621 entre las dimensiones (empatía, fiabilidad, satisfacción, tangibles) y la satisfacción. Por otro lado, **Hidalgo** (2019) con la prueba de Wilcoxon encontró que la calidad de los servicios incide en la satisfacción de los usuarios en el campo financiero, en consecuencia, los resultados arrojan un valor menor o igual a 0,05. Además, **Betsoon et al.** (2019) mediante la estadística de probabilidades encontró que la dimensión de aseguramiento afecta positiva y significativamente en calidad de servicio de la muestra total (Beta = 0.069, p = .000). En conclusión, la variable calidad de servicio y sus dimensiones (fiabilidad, empatiza, sensibilidad, garantía y tangibles). Por tanto, queda claro que sin importar el método estadístico que se emplee, los resultados apuntan a primera variable, está vinculada directamente con la segunda variable, aunque en distintas proporciones.

En cuanto al marco teórico el presente estudio, fundamentó sus variables según lo indicado por Marcó et al. (2016), la gestión administrativa es la arte de gestionar, partiendo de la organización, dirección, coordinación y control; Asimismo, Coulter y Robbins (2018), definen que la administración está basado en los valores, siendo estos guías para los colaboradores, en esa misma línea, Arellano (2017), señala que el servicio al cliente le otorga a toda organización un soporte al producto principal; en ese sentido Vargas y Aldana (2014), afirman que la calidad y el servicio son dos variable que están estrechamente vinculadas, a fin de la satisfacción del cliente. Afirmación que concuerda con la investigación realizada por Bohórquez et al. (2020) quienes concluyen que una adecuada función administrativa incide positivamente en la prestación de servicios en el sector hotelero y turístico; conclusión similar a lo hallado por la presente investigación, pues se evidenció una relación significativa en ambas variables.

De otra parte, Parasuranam et al., (1994) hace referencia a la segunda variable de este estudio, mencionando a que es diferente a la calidad del producto, pues la primera es muy difícil de medir, ello debido a que son percibidos de manera intangibles; sin embargo, Cruz et al., (2017) considera a los elementos tangibles como uno de los indicadores para medir qué tan satisfecho está el cliente, este indicador refiere a las instalaciones físicas, equipamiento y el personal; ello se puede observar en investigaciones como las realizadas por Hidalgo (2019), Betsoon et al., (2019); investigaciones que concluyen que los elementos intangibles son imprescindibles para una buena calidad del servicio, puesto que tiene un conexión estrecha con la satisfacción del usuario.

Esto responde al proceso de la búsqueda de la calidad mediante los espacios vinculados a los elementos de la administración en las agencias de servicios. Por consiguiente, los visitantes confirman la existencia de coordinación entre las agencias de viajes para brindar una atención dedicada a cumplir con sus expectativas (Del Aguila & Barrenechea, 2019). Lo que conlleva al planteamiento de hipótesis si hay una vinculación directa entre ambas variables de las empresas de viajes y turismo en el marco del Covid-19, Ica, 2021.

Asimismo, se tiene resultados descriptivos que responden a las hipótesis, están expuestas en la tabla 3, en donde se muestra que el 80% del personal de la empresa de viajes y turismo, indicaron que la gestión es alta; el 20% restante, indicaron que es medio y bajo. Por lo tanto, se infiere que el grado de gestión administrativa en la agencia de viaje y turismo en el marco del Covid-19, en los factores de planeación, organización y dirección es aceptable, sin embargo, en el control es medio. Conclusión similar a lo expuesto por Rodríguez (2020), quien también encontró dilemas en el control, ello en consecuencia a la falta de estandarización de las fases, aunado a la ausencia de una estructura organizativa no definida.

Por otro lado, en cuanto a la segunda variable en las empresas de viaje y turismo, ello acorde a la percepción de los usuarios, indicaron que el 48.3% perciben que esta entidad brinda un buen servicio, sin embargo, dicho porcentaje se ve apoyado por el 45% quienes perciben que es medio; ello se ve reflejado en sus dimensiones de fiabilidad, empatía, sensibilidad, garantía y elementos

tangibles, quienes según opinión de clientes en medio; resultados semejantes a la investigación de López (2018), en donde se evidencio que los clientes no se encontraban del todo satisfechos con el servicio brindado, puesto que, no cumplían con sus expectativas.

Ello se tiene relación a los resultados del presente acto investigativo; en donde si bien, el 48.3% de los clientes, ello equivalente a 29 usuarios de los 60 de la muestra en consideración, indicaron que el nivel de los elementos tangibles de las agencias de servicios es alto, esta afirmación es refutada por el 43% (27) de los clientes quienes señalan que es medio. Mismo problema presenta la confiabilidad que tienen los usuarios, ya que el 51.7% indica que es alto, seguido del 43.3% indicando que es medio; para la seguridad 53.3% alto, seguido del 45% medio; sin embargo, para el factor sobre la capacidad de respuesta y empatía, los clientes se mostraron no del todo satisfechos lo que resulta que indica que indicando que el nivel es medios en con 70% y 66.7% respectivamente.

En concordancia con Grönroos (1994) citado por Cruz et al. (2017), expone con la óptima determinación de la calidad percibida, se da al momento de que la calidad experimentada cumple con las exigencias y expectativas del usuario; así mismo, si se analiza lo concluido por Bohórquez et al. (2020), quien indica que, si hay una buena gestión administrativa de los directivos y los trabajadores, influirá de forma positiva en la calidad del servicio ofrecido a los usuarios.

Guardando nexos, la aceptación de la primera hipótesis específica; ya que en concordancia con el coeficiente de Rho Spearman la primera variable y la primera dimensión de la variable 2, poseen un vínculo directo, medianamente moderada con un coeficiente de .659; según lo expuesto por Grönroos (1994) los elementos tangibles son primordiales, razón por la cual proveedores de servicios utilizan materiales tangibles ello para poder brindar un mejor servicio, además de la manera de cómo comunicarse a través de sus equipos; de acuerdo a los clientes encuestados los elementos tangibles en las empresas de viajes y turismo en el marco del COVID 19, en Ica; es alto, ello según el 48.3%, seguido del 45% quienes perciben que es medio .

La confiabilidad es la destreza de brindar un servicio que ha sido prometido de manera precisa y digna de confianza, es decir, es la fiabilidad en la que una organización cumpla con la satisfacción y las expectativas de los usuarios, ello se observa en el estudio realizado por Rodríguez (2020) quien evidencia que uno de los indicadores más valorados por los clientes es la confiabilidad que tiene el cliente para con el colaborador, resultados similares a los hallados por López (2018), concluyó, si la calidad de los servicios incrementan, lo hará también la satisfacción del usuario. Ante tales antecedentes, esta investigación, comprueba la conexión entre la primera variable y la segunda dimensión de la variable 2; la aceptación de la Hipótesis específica 2 pues se halló relación significativa y positiva; la confiabilidad de los usuarios las empresas de viajes y turismo en el marco del COVID 19, en Ica, el 51.7% confían en dichas entidades, sin embargo; el 43.3% perciben que la confiabilidad es media.

Cruz et al., (2017) conceptualiza a la capacidad de respuesta, como la predisposición para proporcionar un servicio de calidad hacia el usuario, acentuándose por aquella inmediatez de la gestión de las preguntas, solicitudes, problemas y reclamos de clientes; frente a ello, los usuarios de agencias de viaje y turismo perciben que la capacidad de respuesta en dichas entidades es media 70%, por lo que se puede inferir que los usuarios no se encuentran del todo satisfechos frente a sus solicitudes; puesto que solo el 23.3% indica que es alto; resultados parecidos a la investigación realizado por López (2018), pues en la dimensión respuesta inmediata no se brinda un servicio rápido y oportuno; concluyendo, si la calidad de los servicios, presenta un aumento, la satisfacción del usufructuario lo hará también. Por ello, está aprobada la hipótesis específica 3; pues la primera variable está vinculada directamente con la capacidad de respuesta.

Respecto a la seguridad, Cruz et al., (2017) indica que es la habilidad del personal para transmitir confianza y seguridad; de empresas de viajes y turismo de Ica; según percepción de usuarios la seguridad percibida es alta (53.3%), sin embargo, el 45% asegura que la percepción es media; por otro lado, en la investigación de Hidalgo (2019), evidenció que el 73.15% de los encuestados se mostraban satisfechos con la seguridad brindada por las agencias objetos de estudio; lo que producía que el cliente esté satisfecho con el servicio brindado; ello

aunado al coeficiente de Rho Spearman, se termina aceptando la hipótesis 4, pues la primera variable está vinculada directamente con la seguridad.

La empatía, refiere a la atención y el cuidado de manera personalizada que la organización otorga a los usuarios (Cruz et al., 2017); de empresas de viajes y turismo Ica; según percepción de usufructuarios la empatía es media (66.7%%); mostrándose no del todo satisfechos, resultados similares a lo investigado por López (2019), quien evidenció que los encuestados se mostraban insatisfechos con la empatía por las agencias objetos de estudio; lo que producía que el cliente esté satisfecho con el servicio brindado; ello aunado al coeficiente de Rho Spearman, se termina aceptando la hipótesis 5, pues la primera variable está vinculada directamente con la empatía, por tener un coeficiente de .392.

## VI. CONCLUSIONES

1. De acuerdo al planteamiento del objetivo general, se determinó que existe vinculo directa entre ambas variables estudiadas, aplicadas en empresas de viaje y turismo de la región Ica, 2021; con un valor de  $<0.05$ , obteniéndose un coeficiente de 0,602, ello tras emplearse el coeficiente de Rho Spearman.
2. Tras la aplicación del coeficiente de Rho Spearman, se determina la realización del objetivo específico 1, estableciendo la relación directa y medianamente moderada de 0.659, entre la primera variable y la primera dimensión de la variable 2, en las agencias de viaje y turismo, Ica, 2021.
3. Se concluye la relación directa y medianamente fuerte (0.613), con una significancia de  $<0.05$ , entre gestión administrativa y la segunda dimensión en las agencias de viaje y turismo, Ica, 2021; tras emplearse el coeficiente de Rho Spearman, alcanzando el objetivo específico dos.
4. En relación al objetivo específico tres; en conclusión, el nexo directo y moderado por tener un coeficiente de 0,409; con una significancia de  $<0.05$ , entre la primera variable y la tercera dimensión, aplicado en empresa de viaje y turismo, Ica, 2021; ello tras efectuar la correlación de Rho Spearman.
5. Acorde al coeficiente de Rho Spearman, se concluye la conexión de la primera variable y la cuarta dimensión en empresas de viaje y turismo, Ica, 2021; tienen un nexo directo y moderado, por tener un coeficiente de .536; además de tener una significancia de  $< .05$ .
6. Se concluye la relación directa baja de 0,392; con una significancia de  $<0,05$ ; entre gestión administrativa y empatía en las agencias de viaje y turismo, Ica, 2021; ello tras efectuar la correlación de Rho Spearman.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. A la gerencia general utilizar la base de datos de los usuarios para hacer seguimiento post servicio, con el fin de mejorar las debilidades según opiniones de los clientes y personalizar los servicios según los requerimientos de los clientes.
2. A los responsables del área de ventas, de las empresas de viajes y turismo, optimizar la calidad del servicio brindado; mediante el uso de los elementos tangibles de las agencias y una mejor atención a los clientes, para que se sientan satisfechos y seguros con la calidad del servicio.
3. A la gerencia general o área de recursos humanos de las agencias turísticas, se recomienda la implementación de capacitaciones para que los colaboradores mejoren la capacidad de respuesta, empatía y confiabilidad a los usuarios.
4. A los estudiantes de pre y posgrado, se recomienda realizar más investigaciones en este campo, con el fin de ampliar los resultados encontrados realizar una investigación experimental o cualitativa.
5. Finalmente, a los investigadores, se sugiere la realización de estudios comparativos entre otras agencias de viajes y turismo, verificando de esta forma la gestión administrativa y la calidad de los servicios que brindan, buscando realizar un consenso a las alternativas de solución.

## REFERENCIAS

- Albarracín, M. (2019). *Análisis de la calidad de servicios a los turistas y su incidencia en la rentabilidad de las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puno 2017 (tesis de maestría, Universidad Nacional del Altiplano)*. Repositorio institucional Universidad Nacional del Altiplano. [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12877/Albarracin\\_Ma\\_chicado\\_Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12877/Albarracin_Ma_chicado_Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arellano, H. (2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva*. Dominio de las ciencias, 3(1), 72-83. doi:10.23857/dc.v3i3 mon.627
- Bao, C. (2020). *Gestión administrativa y calidad de servicio percibida por usuarios de una escuela de posgrado, Huánuco - Perú*. Gaceta Científica, 104 - 115. <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/787/677>
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica (Primera ed.)*. Arequipa: Enfoques Consulting EIRL. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2238>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (Cuarta ed.)*. PEARSON. <http://libgen.rs/book/index.php?md5=4F145C9D4F1D04A27A947A62824F7FC6>
- Betancourt, F., Ollague, J., Pacheco, A., & Tapia, N. (2020). *La gestión empresarial ante la crisis del covid - 19 y el escenario futuro en las Pymes del cantón Arenillas, provincia de El Oro, Ecuador*. Digital Publisher, 1 - 19. [file:///C:/Users/msi/Downloads/447-Art%C3%ADculo\\_manuscrito\\_ensayo-3705-2-10-20201223.pdf](file:///C:/Users/msi/Downloads/447-Art%C3%ADculo_manuscrito_ensayo-3705-2-10-20201223.pdf)
- Betsoon, O., H., A., Wirya, R., & Ramam, A. (2019). *The impact of Umrah service quality on customer satisfaction towards Umrah travel agents in Malaysia*. Management Science Letters, 1(9), 1763-1772. doi:10.5267/j.msl.2019.6.014
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., & Benavides, A. (2020). *Administrative management and quality of service: A diagnosis in the MiPymes of the hotel sector on the Salinas Canton*. Smart innovation, Systems and Technologies, 171(20), 223-230. doi:https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2\_20
- Bueno, R., Ramos, M., & Bellareza, C. (2018). *Elementos Básicos de la Administración*. UAS/DGEP. [http://dgep.uas.edu.mx/librosdigitales/6to\\_SEMESTRE/elementos\\_basicos\\_\\_de\\_administracion.pdf](http://dgep.uas.edu.mx/librosdigitales/6to_SEMESTRE/elementos_basicos__de_administracion.pdf)
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.



- Obtenido de  
<http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Campos, H., & Ramírez, M. (2018). ICT in the educational processes of a Public Research Center. *Revista Apertura*, 10(1), 56-70.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-61802018000100056](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-61802018000100056)
- Carrasco, S. (2014). *Metodología de la Investigación Científica* (Segunda ed.). Lima: Editorial San Marcos EIRL.
- Chávez, N. (2019). *Evaluación de la calidad del servicio de las empresas turísticas de la región Ancash 2017 (Tesis de maestría, Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote)*. Chimbote: Repositorio Institucional de la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote .  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16174/INFORME%20FINAL%20chavez%20principio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chiavenato, I. (2018). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Mc Graw Hill. <https://es.b-ok.lat/book/6159699/99de97>
- ComexPerú. (2021). *Reporte trimestral de desempeño turístico en el Perú: resultados al primer trimestre de 2021*. Lima: COMEXPERU.  
<http://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-003.pdf>
- Cruz, A., Orduña, M., & Álvarez, J. (2017). *Evolución del concepto de calidad y los modelos de medición de calidad en el servicio*. *Innovaciones de Negocios*, 15(30), 259-278.  
<https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/291>
- Durán, B. (2020). *Gestión administrativa y calidad del servicio en el organismo de control institucional, Municipalidad de Chancay, 2020*. (Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio institucional Universidad César Vallejo  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48280/Dur%c3%a1n\\_FBM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48280/Dur%c3%a1n_FBM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- ESET Security Report. (2020). *Latinoamérica 2020*.  
[https://www.welivesecurity.com/wp-content/uploads/2020/08/ESET-Security-Report-LATAM\\_2020.pdf](https://www.welivesecurity.com/wp-content/uploads/2020/08/ESET-Security-Report-LATAM_2020.pdf)
- Gaffar, A., Pervin, R., & Mahmud, M. (2018). *Understanding the Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile Banking in Bangladesh: Using a Structural Equation Model*. *Global Business Review*, 1(1), 1-16.  
doi:10.1177/0972150918795551

- Herrera, W. (2020). *Gestión administrativa y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Santa Ana de Tusi en la región de Pasco*. (Tesis de maestría, Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle). Repositorio institucional Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/5102/Wilfredo%20Huiler%20HERRERA%20CHAMORRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hidalgo, M. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/30033/1/045%20GM C.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera ed.). Editorial Mc Graw Hill Educación. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). McGraw Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- INEI. (2021). *INEI*. <https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/pbi-de-los-departamentos-segun-actividades-economicas-9110/>
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. doi:<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Marcó, F., Loguzzo, H., & Fedi, J. (2016). *Introducción a la gestión y Administración en las organizaciones*. Buenos Aires: Universidad Nacional Arturo Jauretche. <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>
- Mendoza, A. (2018). *Gestión administrativa y su incidencia en la innovación de las medianas empresas comerciales de la ciudad de Manta - Ecuador*. (Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos) Repositorio institucional Universidad Nacional Mayor de San Marcos. [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/7762/Mendoza\\_ba.pdf?sequence=3](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/7762/Mendoza_ba.pdf?sequence=3)
- Mendoza, A. (2017). *Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta*. Las ciencias, 1 - 18. [http://Dialnet-ImportanciaDeLaGestionAdministrativaParaLaInnovacion-6325898%20\(1\).pdf](http://Dialnet-ImportanciaDeLaGestionAdministrativaParaLaInnovacion-6325898%20(1).pdf)

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Movimiento turístico en Ica*. Lima: Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR\\_Ica.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Ica.pdf)
- Napaico, G. (2019). *Gestión administrativa y calidad en el servicio en el servicio en los procesos de selección de becarios en el programa nacional de becas y crédito educativo, Lima 2015 - 2017*. Lima: (tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres) Repositorio institucional Universidad San Martín de Porres. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4917/napaico\\_agv.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4917/napaico_agv.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa-Cualitativa y redacción de tesis* (Quinta ed.). Ediciones de la U.
- Ramírez, A. (2015). *Gestión administrativa y calidad de servicios del turismo en la provincia de Vilcashuamán - Ayacucho, 2013 (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo)*. Ayacucho: Repositorio institucional Universidad César Vallejo <https://hdl.handle.net/20.500.12692/6341>
- Rey, S. (2019). *Satisfacción y calidad de servicio del turista en el comercio turístico del Callao*. Lima: Universidad San Martín de Porres. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5698/REY\\_SS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5698/REY_SS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Reynoso, J. (2017). *La Gestión Administrativa. Cómo son administradas las empresas del siglo XXI*. <https://medium.com/revista-academica-digital-de-la-escuela-de-la-gesti%C3%B3n-administrativa-6dc30fb87c04>
- Rivadeneira, A. (2019). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en una agencia de viajes y asesoría en turismo tradicional en la ciudad de Lima - Perú, año 2019 (Tesis de maestría, Universidad Privada del Norte)*. Repositorio institucional Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23914/Rivadeneira%20Cuya%20Parcial%20PDF.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración 13E*. México: Pearson. <http://libgen.rs/book/index.php?md5=2BDE03D5C2DAFA0B451001F1DF0801FA>
- Rodríguez, N. (2020). *Gestión administrativa que influye en la calidad de atención en salud al usuario del área de terapia de lenguaje del Centro de Docencia Asistencial de Tecnología Médica de la Universidad de Guayaquil (Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil)*. Universidad

- Saavedra, J. (2019). *La gestión administrativa institucional y la calidad del servicio de la Oficina de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal, 2018*. (Tesis de maestría, Universidad Peruana de las Américas). Repositorio institucional Universidad Peruana de las Américas <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/773/TESIS%20MAESTRIA%20SAAVEDRA%20LOPEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sabogal, C., & Vargas, J. (2017). *Gestión administrativa para el fortalecimiento del programa de egresados en la Universidad Nacional de Colombia*. (Tesis de maestría, Universidad Libre de Colombia). Repositorio institucional Universidad Libre de Colombia. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11778/TESIS%20CLARA%20INES%20SABOGAL%20A%20Y%20JOHANNA%20VARGAS%20A..pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas* (Tercera ed.). Universidad de La Sabana. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=p930DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=calidad+servicio&ots=ETX0u306CR&sig=rGrOkm6uQHh0lnUd23fIR359-FA#v=onepage&q=calidad%20servicio&f=false>
- Vergara, J, Cortez, M y Martínez, M. (2019). *Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia*. Universidad de Cartagena. <http://hdl.handle.net/11227/10216>
- Universidad Cesar Vallejo. (2020). *Código de ética de Investigación Científica y Tecnológica: Vicerrectoría de Investigación Científica y Tecnológica*. Vicerrectoría de Investigación Científica y Tecnológica: <https://www.utic.edu.py/investigacion/index.php/reglamentos/codigo-de-etica-de-investigacion-cientifica-y-tecnologica>

## ANEXOS

### Anexo 01 Matriz de Consistencia

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>Variable</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>General</b>	<b>General</b>	<b>General</b>			
¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y Calidad de los servicios de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?	Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021	La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la calidad de servicio de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021	Gestión Administrativa	Planeación	Establecimiento de objetivos Definición de estrategias Alcance de planeación
				Organización	Estructura organizativa Coordinación funciones Administrativas
				Dirección	Liderazgo Trabajo en equipo Motivación
				Control	Establecimiento de metas Supervisión Acciones correctivas
<b>Específicas</b>	<b>Específicas</b>	<b>Específicas</b>			
¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y los elementos tangibles de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?	Determinar la relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles en las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021	La gestión administrativa se relaciona de manera directa con los elementos tangibles de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021	Calidad de servicio	Elementos tangibles	Instalaciones
¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la confiabilidad de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica,	Determinar la relación entre la gestión administrativa y la confiabilidad en las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021	La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la confiabilidad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021			Equipamiento

2021?				
¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la capacidad de respuesta de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?	Determinar la relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta en las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021	La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la capacidad de respuesta de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021		Personal
¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la seguridad de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?	Determinar la relación entre la gestión administrativa y la seguridad de las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021	La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la seguridad de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021	Confiabilidad	Trato Garantía  Atención
¿Qué relación existe entre Gestión Administrativa y la empatiza de las Agencias de Viajes y Turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021?	Determinar la relación entre la gestión administrativa y la empatiza de las agencias de viaje y turismo en el Marco del COVID 19, Ica, 2021	La gestión administrativa se relaciona de manera directa con la empatía de las agencias de viajes y turismo de la región Ica, durante el año 2021	Capacidad de respuesta	Rapidez de servicio Aclaración de dudas Gestión de reclamos
			Seguridad	Confianza Confidencialidad Condiciones apropiadas
			Empatía	Atención Personalizada Amabilidad Compromiso

## Anexo 02

### Operacionalización de la variable Gestión Administrativa

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión Administrativa	La gestión administrativa es la administración basada en valores, donde los valores guían las labores que llevan a cabo los empleados. (Coulter & Robbins, 2018)	Proceso administrativo; Planeación, organización, dirección, control.	Planeación  Organización  Dirección  Control	Establecimiento de objetivos Definición de estrategias Alcance de planeación Estructura Organizativa  Coordinación Funciones administrativas  Liderazgo Trabajo en equipo Motivación Establecimiento de metas  Supervisión Acciones correctivas	Likert Ordinal  El inventario está compuesto por 20 ítems de opción múltiple:  Nunca = 1 Regular = 2 Ocasionalmente = 3 Frecuentemente = 4 Muy frecuentemente = 5  Alto: 35-100 Medio:34-67 Bajo:0-33

Fuente: Chiavenato (2017)

### Anexo 03

#### Operacionalización de la variable Calidad de Servicio

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Calidad de servicio</b>	Se desarrolla en la mente de los clientes basándose en el conocimiento de las necesidades de los clientes, satisfaciendo al superar sus expectativas (Gaffar et al., 2018).	Dimensiones del modelo SERVQUAL; elementos intangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.	Elementos tangibles  Confiabilidad  Capacidad de respuesta  Seguridad  Empatía	Instalaciones equipamiento  personal trato  garantía atención rapidez de servicio  aclaración de dudas gestión de reclamos confianza confidencialidad condiciones apropiadas  atención personalizada amabilidad compromiso	Likert Ordinal  El inventario está compuesto por 20 ítems de opción múltiple:  Nunca = 1 Regular = 2 Ocasionalmente = 3 Frecuentemente = 4 Muy frecuentemente = 5  Alto: 35-100 Medio:34-67 Bajo:0-33

Fuente: Grönroos (1994)



## Anexo 04

### Cuestionario de Gestión Administrativa

Estimado colaborador, a continuación, usted leerá algunas preguntas las cuales tendrá que ser responder marcando con una X, donde usted se oriente.

Nunca	Regular	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuente
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIÓN/ÍTEM	1	2	3	4	5
<b>PLANEACIÓN</b>						
01	¿Los superiores inmediatos proponen metas ya sea a corto, mediano o largo plazo?					
02	¿Con qué frecuencia la agencia de viajes establece objetivos?					
03	¿Sus compañeros de trabajo aportan al desarrollo de las estrategias fortaleciendo la planeación?					
04	¿Conoce acerca de las estrategias establecidas por la agencia de viajes?					
05	¿Con qué frecuencia conecta y logra el desempeño de sus funciones sin perjudicar al compañero?					
<b>ORGANIZACIÓN</b>						
06	¿Usualmente piensa que la estructura organizativa le permite alcanzar la satisfacción en su desempeño?					
07	¿La agencia promueve la comunicación con la intención de fortalecer la coordinación entre sus colaboradores?					
08	¿La coordinación en la agencia de viajes le permite organizarse de manera que pueda cumplir con lo establecido?					
09	¿Usualmente recibe capacitación acorde a las funciones que debe de desarrollar o de perfeccionamiento?					
10	¿Con qué frecuencia recibe capacitación sobre sus funciones administrativas?					
<b>DIRECCIÓN</b>						
11	¿Usualmente la empresa fortalece el trabajo de liderazgo?					
12	¿La capacidad de liderazgo de la compañía le permite desarrollarse sin inconveniente?					
13	¿La compañía promueve el trabajo en equipo con el fin de lograr los objetivos?					
14	¿Con qué frecuencia se evidencia el trabajo en equipo entre compañeros?					
15	¿Considera que la motivación es uno de los elementos de importancia para una adecuada dirección administrativa?					
<b>CONTROL</b>						
16	¿Considera que las metas no se ajustan a las necesidades requeridas por su superior inmediato?					
17	¿Su superior inmediato le formula el establecimiento de metas y eso le genera sentimiento de control?					
18	¿Piensa que la supervisión de la empresa debe continuar con la misma estrategia?					
19	¿Considera que la supervisión es un acto inquisidor pero que sin él no se llegaría a cumplir los objetivos?					
20	¿Con qué frecuencia las acciones correctivas han podido desenvolverse en acciones de represalia?					

**Anexo 05**  
**Cuestionario de Calidad de Servicios**

Estimado colaborador, a continuación, usted leerá algunas preguntas las cuales tendrá que responder marcando con una X, donde usted se oriente.

Nunca	Regular	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuente
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIÓN/ÍTEM	1	2	3	4	5
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>						
01	¿Con qué frecuencia usted recomendaría la actualización de instalaciones en el recinto donde usted visita?					
02	¿Considera que el equipamiento de los guías son los más adecuados para la actividad turística?					
03	¿El personal atiende de manera eficiente y eficaz su requerimiento?					
04	¿Usualmente observa a los colaboradores predispuestos y accesible al apoyo cuando requiere algún pedido?					
<b>CONFIABILIDAD</b>						
05	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?					
06	¿Ha logrado comprobar la garantía del servicio desde la práctica y la teoría?					
07	¿El servicio como el que se ofrece es sinónimo de garantía para usted?					
08	¿El servicio ofrecido cumple con la atención brindada para su pronta visita?					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
09	¿En su visita al establecimiento ha identificado que la atención brindada no ha sido alterada?					
10	¿Con qué frecuencia el personal que lo asiste cumple con la satisfacción de aclarar sus dudas?					
11	¿Tiene una respuesta rápida ante cualquier inconveniente?					
12	Las veces que usted ha tenido que emitir un reclamo, ¿la persona que la atendió resolvió su solicitud?					
<b>SEGURIDAD</b>						
13	¿Las ocasiones que usted ha solicitado el servicio han sido guiados por el sentimiento de confianza que este le genera?					
14	¿La compañía le ha informado que los datos expresados serán tratados con confidencialidad?					
15	¿La agencia ha solicitado sus datos cuidando la confidencialidad con la finalidad de enviarle otros servicios?					
16	¿Considera que el establecimiento reúne las condiciones apropiadas para el ejercicio de sus funciones?					
<b>EMPATÍA</b>						
17	¿Siente que la compañía desarrolla un trato preferencial en sus clientes antiguos a diferencia de los nuevos?					
18	¿Con qué frecuencia la agencia ofrece un servicio personalizado?					
19	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?					
20	¿Usted ha denotado en los colaboradores de la agencia el compromiso para con el servicio?					

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ADMINISTRATIVA (Experto 1)

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M D	D	M A	MD	D	M A	MD	D	M A	
	<b>DIMENSIÓN 1: Planeación</b>										
1	¿Con qué frecuencia la agencia de viajes establece objetivos?			X			X			X	
2	¿Conoce acerca de las estrategias establecidas por la agencia de viajes?			X			X			X	
3	¿Con qué frecuencia conecta y logra el desempeño de sus funciones sin perjudicar al compañero?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 2: Organización</b>										
4	¿Usualmente piensa que la estructura organizativa le permite alcanzar la satisfacción en su desempeño?			X			X			X	
5	¿La coordinación en la agencia de viajes le permite organizarse de manera que pueda cumplir con lo establecido?			X			X			X	
6	¿Con qué frecuencia recibe capacitación sobre sus funciones administrativas?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 3: Dirección</b>										
7	¿La capacidad de liderazgo le permite desarrollarse sin inconveniente?			X			X			X	
8	¿Con qué frecuencia se evidencia el trabajo en equipo entre compañeros?			X			X			X	
9	¿Considera que la motivación es uno de los elementos de importancia para una adecuada dirección administrativa?			X			X			X	
10	¿Qué acciones toman los colaboradores ante las normativas establecidas por las agencias de viajes?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 4: Control</b>										
11	¿Su superior inmediato le formula el establecimiento de metas y eso le genera sentimiento de control?			X			X			X	
12	¿Considera que la supervisión es un acto inquisidor pero que sin él no se llegaría a cumplir los objetivos?			X			X			X	
13	¿Con que frecuencia las acciones correctivas han podido desenvolver en acciones de represalia?			X			X			X	

**Observaciones: Hay suficiencia**

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres: **Dra. Bertha Silva Narvaste**        **DNI:45104543**

**Especialidad del validador: Dra. en Educación, Maestra en Docencia Universitaria Licenciada en Educación, Especialidad Matemática y Física**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima,22 de octubre 2021



--

Firma del Experto Informante

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CALIDAD DE SERVICIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M D	D	M A	M D	D	M A	M D	D	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: Elementos tangibles</b>										
1	¿Con qué frecuencia usted recomendaría el mantenimiento de instalaciones en el recinto donde adquirió el servicio?			X			X			X	
2	¿Considera que el equipamiento que ofrece la Agencia de viajes son los más adecuados para la actividad turística?			X			X			X	
3	¿Usualmente observa a los guías predispuestos y accesible al apoyo cuando requiere algún pedido?			X			X				
	<b>DIMENSIÓN 2: Confiabilidad</b>										
4	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?			X			X			X	
5	¿Un servicio como el que se ofrece es sinónimo de garantía para usted?			X			X			X	
6	¿El servicio ofrecido cumple con la atención brindada para su pronta visita?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta</b>										
7	¿En su visita al establecimiento ha identificado que la atención brindada ha generado algunas modificaciones según lo establecido?			X			X			X	
8	¿Con que frecuencia el personal que lo asiste cumplió con la satisfacción de aclarar sus dudas?			X			X			X	
9	Las veces que usted ha tenido que emitir un reclamo, ¿la persona que la atendió resolvió su solicitud?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 4: Seguridad</b>										
10	¿Las ocasiones que usted ha solicitado el servicio han sido guiados por el sentimiento de confianza que este le genera?			X			X			X	
11	¿La agencia ha solicitado sus datos con la finalidad de enviarle otros servicios?			X			X			X	
12	¿Considera que el establecimiento reúne las condiciones apropiadas para el ejercicio de sus funciones?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 5: Empatía</b>										
13	¿Los servicios prestados por la agencia de viajes son ofrecidos de forma empática?			X			X			X	
14	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?			X			X			X	
15	¿Usted ha denotado en los colaboradores de la agencia el compromiso para con el servicio?			X			X			X	

**Observaciones: Hay suficiencia**

Opinión de aplicabilidad:      **Aplicable [ X]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres:** Dra. Bertha Silva Narvaste      **DNI:45104543**

**Especialidad del validador:** Dra. en Educación, Maestra en Docencia Universitaria Licenciada en Educación, Especialidad Matemática y Física

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 22 de octubre 2021



Firma del Experto Informante

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ADMINISTRATIVA (Experto 2)

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M D	D	M A	MD	D	M A	M D	D	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: Planeación</b>										
1	¿Con qué frecuencia la agencia de viajes establece objetivos?			X			X			X	
2	¿Conoce acerca de las estrategias establecidas por la agencia de viajes?			X			X			X	
3	¿Con qué frecuencia conecta y logra el desempeño de sus funciones sin perjudicar al compañero?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 2: Organización</b>										
4	¿Usualmente piensa que la estructura organizativa le permite alcanzar la satisfacción en su desempeño?			X			X			X	
5	¿La coordinación en la agencia de viajes le permite organizarse de manera que pueda cumplir con lo establecido?			X			X			X	
6	¿Con qué frecuencia recibe capacitación sobre sus funciones administrativas?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 3: Dirección</b>										
7	¿La capacidad de liderazgo le permite desarrollarse sin inconveniente?			X			X			X	
8	¿Con qué frecuencia se evidencia el trabajo en equipo entre compañeros?			X			X			X	
9	¿Considera que la motivación es uno de los elementos de importancia para una adecuada dirección administrativa?			X			X			X	
10	¿Qué acciones toman los colaboradores ante las normativas establecidas por las agencias de viajes?			X			X			X	
	<b>DIMENSIÓN 4: Control</b>										
11	¿Su superior inmediato le formula el establecimiento de metas y eso le genera sentimiento de control?			X			X			X	
12	¿Considera que la supervisión es un acto inquisidor pero que sin él no se llegaría a cumplir los objetivos?			X			X			X	
13	¿Con qué frecuencia las acciones correctivas han podido desenvolverse en acciones de represalia?			X			X			X	

**Observaciones: Hay suficiencia**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**              **Aplicable después de corregir [ ]**              **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres: Crisóstomo De la Cruz, Saida    DNI: 22190321**

**Especialidad del validador: Dra. en Educación: Maestro en Docencia Universitaria y Gestión Educativa**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima, 22 de octubre 2021

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante



## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CALIDAD DE SERVICIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M D	D	M A	M D	D	M A	M D	D	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: Elementos tangibles</b>										
1	¿Con qué frecuencia usted recomendaría el mantenimiento de instalaciones en el recinto donde adquirió el servicio?			X			X			X	
2	¿Considera que el equipamiento que ofrece la Agencia de viajes son los más adecuados para la actividad turística?			X			X			X	
3	¿Usualmente observa a los guías predispuestos y accesible al apoyo cuando requiere algún pedido?			X			X				
	<b>DIMENSION 2: Confiabilidad</b>										
4	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?			X			X			X	
5	¿Un servicio como el que se ofrece es sinónimo de garantía para usted?			X			X			X	
6	¿El servicio ofrecido cumple con la atención brindada para su pronta visita?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 3: Capacidad de respuesta</b>										
7	¿En su visita al establecimiento ha identificado que la atención brindada ha generado algunas modificaciones según lo establecido?			X			X			X	
8	¿Con qué frecuencia el personal que lo asiste cumplió con la satisfacción de aclarar sus dudas?			X			X			X	
9	Las veces que usted ha tenido que emitir un reclamo, ¿la persona que la atendió resolvió su solicitud?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 4: Seguridad</b>										
10	¿Las ocasiones que usted ha solicitado el servicio han sido guiados por el sentimiento de confianza que este le genera?			X			X			X	
11	¿La agencia ha solicitado sus datos con la finalidad de enviarle otros servicios?			X			X			X	
12	¿Considera que el establecimiento reúne las condiciones apropiadas para el ejercicio de sus funciones?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 5: Empatía</b>										
13	¿Los servicios prestados por la agencia de viajes son ofrecidos de forma empática?			X			X			X	
14	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?			X			X			X	
15	¿Usted ha denotado en los colaboradores de la agencia el compromiso para con el servicio?			X			X			X	

**Observaciones: Hay suficiencia**

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres: Crisóstomo De la Cruz, Saida    DNI: 22190321**

**Especialidad del validador: Dra. en Educación: Maestro en Docencia Universitaria y Gestión Educativa**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 22 de octubre 2021



Firma del Experto Informante

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ADMINISTRATIVA (Experto 3)

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>		MA	Sugerencias
		M D	D	M A	MD	D	M A	M D	D		
	<b>DIMENSION 1: Planeación</b>										
1	¿Con qué frecuencia la agencia de viajes establece objetivos?			X			X			X	
2	¿Conoce acerca de las estrategias establecidas por la agencia de viajes?			X			X			X	
3	¿Con qué frecuencia conecta y logra el desempeño de sus funciones sin perjudicar al compañero?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 2: Organización</b>										
4	¿Usualmente piensa que la estructura organizativa le permite alcanzar la satisfacción en su desempeño?			X			X			X	
5	¿La coordinación en la agencia de viajes le permite organizarse de manera que pueda cumplir con lo establecido?			X			X			X	
6	¿Con qué frecuencia recibe capacitación sobre sus funciones administrativas?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 3: Dirección</b>										
7	¿La capacidad de liderazgo le permite desarrollarse sin inconveniente?			X			X			X	
8	¿Con qué frecuencia se evidencia el trabajo en equipo entre compañeros?			X			X			X	
9	¿Considera que la motivación es uno de los elementos de importancia para una adecuada dirección administrativa?			X			X			X	
10	¿Qué acciones toman los colaboradores ante las normativas establecidas por las agencias de viajes?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 4: Control</b>										
11	¿Su superior inmediato le formula el establecimiento de metas y eso le genera sentimiento de control?			X			X			X	
12	¿Considera que la supervisión es un acto inquisidor pero que sin él no se llegaría a cumplir los objetivos?			X			X			X	
13	¿Con qué frecuencia las acciones correctivas han podido desenvolverse en acciones de represalia?			X			X			X	

**Observaciones: Hay suficiencia**

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres: Perez Torrealva Pilar**

**DNI: 21519001**

**Especialidad del validador: Maestro En Educación - Mencion Administracion Y Planificacion De La Educación Superior**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 22 de octubre 2021



Firma del Experto Informante

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CALIDAD DE SERVICIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M D	D	M A	M D	D	M A	M D	D	MA	
	<b>DIMENSION 1: Elementos tangibles</b>										
1	¿Con qué frecuencia usted recomendaría el mantenimiento de instalaciones en el recinto donde adquirió el servicio?			X			X			X	
2	¿Considera que el equipamiento que ofrece la Agencia de viajes son los más adecuados para la actividad turística?			X			X			X	
3	¿Usualmente observa a los guías predispuestos y accesible al apoyo cuando requiere algún pedido?			X			X				
	<b>DIMENSION 2: Confiabilidad</b>										
4	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?			X			X			X	
5	¿Un servicio como el que se ofrece es sinónimo de garantía para usted?			X			X			X	
6	¿El servicio ofrecido cumple con la atención brindada para su pronta visita?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 3: Capacidad de respuesta</b>										
7	¿En su visita al establecimiento ha identificado que la atención brindada ha generado algunas modificaciones según lo establecido?			X			X			X	
8	¿Con qué frecuencia el personal que lo asiste cumplió con la satisfacción de aclarar sus dudas?			X			X			X	
9	Las veces que usted ha tenido que emitir un reclamo, ¿la persona que la atendió resolvió su solicitud?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 4: Seguridad</b>										
10	¿Las ocasiones que usted ha solicitado el servicio han sido guiados por el sentimiento de confianza que este le genera?			X			X			X	
11	¿La agencia ha solicitado sus datos con la finalidad de enviarle otros servicios?			X			X			X	
12	¿Considera que el establecimiento reúne las condiciones apropiadas para el ejercicio de sus funciones?			X			X			X	
	<b>DIMENSION 5: Empatía</b>										
13	¿Los servicios prestados por la agencia de viajes son ofrecidos de forma empática?			X			X			X	
14	¿Las veces que ha utilizado el servicio ha identificado un trato amable y cordial en el establecimiento?			X			X			X	
15	¿Usted ha denotado en los colaboradores de la agencia el compromiso para con el servicio?			X			X			X	

**Observaciones: Hay suficiencia**

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres: Perez Torrealva Pilar**

**DNI: 21519001**

**Especialidad del validador: Maestro En Educación - Mención Administración Y Planificación De La Educación Superior**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima,22 de octubre 2021



Firma del Experto Informante

## Anexo 06

### Confiabilidad de los instrumentos

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	2

## Anexo 07

### Data SPSS

	Planeación	Organización	Dirección	Control	GESTIONADMINISTRATIVA	Elementos tangibles	Confiabilidad	Capacidades res puesta	Seguridad	Empatia	CALIDAD SERVICIOS
1	24	25	25	25	99	20	19	13	14	14	80
2	25	25	25	20	95	16	17	15	15	15	78
3	25	25	25	19	94	15	15	13	14	13	70
4	25	25	25	22	97	18	16	12	15	12	73
5	25	25	25	23	98	19	18	14	15	15	81
6	25	25	25	25	100	20	20	14	13	17	84
7	25	25	25	22	97	17	18	14	15	12	76
8	25	25	25	24	99	19	20	11	9	7	66
9	25	25	25	20	95	16	16	13	14	15	74
10	16	20	20	20	76	16	15	14	13	15	73
11	25	25	25	25	100	20	20	13	14	15	82
12	23	24	25	24	96	19	20	15	15	15	84
13	25	25	25	25	100	20	19	17	16	14	86
14	25	25	25	20	95	16	17	12	12	14	71
15	25	25	25	19	94	16	15	9	11	11	62
16	19	23	24	24	90	19	20	14	15	19	87
17	25	25	25	25	100	20	20	19	18	19	96
18	25	25	25	22	97	17	17	15	13	16	78
19	25	25	25	21	96	17	18	15	16	16	82
20	25	25	25	25	100	20	20	16	18	16	90
21	25	25	25	24	99	19	18	14	14	14	79
22	25	25	25	21	96	16	16	14	14	17	77





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, SILVA NARVASTE BERTHA, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis Completa titulada: "Gestión Administrativa y Calidad de Servicios de las Agencias de Viajes y Turismo en el marco del COVID 19, Ica, 2021", cuyo autor es CARRERA GUERRERO CARMEN CAROLINA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 22 de Enero del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
SILVA NARVASTE BERTHA <b>DNI:</b> 45104543 <b>ORCID</b> 0000-0002-2962-6027	Firmado digitalmente por: BSILVAN el 24-01-2022 23:30:14

Código documento Trilce: TRI - 0284855