

**UNIVERSIDAD ANDINA DE CUSCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**TESIS:**

**QUEJAS DE PASAJEROS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION POR SERVICIOS  
TURISTICOS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO CUSCO, 2016**

Presentado por la Bachiller ROSA FIORELLA  
ABARCA MEDINA, para optar al título  
profesional de Licenciada en Turismo.

**ASESOR:**

Dr. José Alipio Gonzáles Ríos

**CUSCO – PERU**

**2018**

## **PRESENTACION**

**SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA  
UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:**

En cumplimiento con lo establecido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, presento ante ustedes la tesis titulada: **QUEJAS DE PASAJEROS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION POR SERVICIOS TURISTICOS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO CUSCO, 2016.** Que permitirá plasmar la investigación en una tesis para optar a la Licenciatura en Turismo.

La presente tesis es el reflejo del aprendizaje durante los semestres académicos de estudio en la Escuela Profesional de Turismo y el deseo de ejercer la profesión como Licenciada en Turismo.

Bach. Rosa Fiorella Abarca Medina

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Andina del Cusco y la Escuela Profesional de Turismo por haberme brindado enseñanzas y haberme formado en lo profesional durante el tiempo en la universidad.

A los docentes de la Escuela Profesional de Turismo por guiarme en mi desarrollo profesional y brindarme el apoyo constante en el proceso de educación.

A mi asesor Jose Alipio Gonzáles Rios, por el apoyo constante para la realización y culminación del presente trabajo de investigación.

A Viajes Pacifico Cusco, por haberme brindado las facilidades para poder realizar la tesis.

## **DEDICATORIA**

### **A Dios y a la Virgen del Carmen**

Por darme la oportunidad, de ser profesional.

### **A mis queridos padres Gloria y Rubén**

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por la motivación constante, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

### **A mis hermanos Lidio, Patricia y William**

Por haberme alentado desde un comienzo a no rendirme y alcanzar mis metas, por su apoyo constante.

**NOMBRAMIENTO DEL JURADO Y ASESOR DE TESIS**

**RESOLUCION 17-2017-FCS Y HH/UAC**

**Cusco, 27 de Marzo del 2018**

- **PRIMER DICTAMINANTE:** Dr. Hernán Zamalloa Huambo
- **SEGUNDO DICTAMINANTE:** Lic. Leónidas Oblitas
  
- **PRIMER REPLICANTE:** Mgt. Frine Valderrama Vizcarra
- **SEGUNDO REPLICANTE:** Mgt. Anahí Najjar Obando

**RESOLUCION 468-2016-FCS Y HH/UAC**

**Cusco, 17 de Junio del 2016**

**ASESOR: Dr. Jose Alipio Gonzales Rios**

## ÍNDICE

PRESENTACION .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
DEDICATORIA .....	IV
ABREVIATURAS .....	XII
RESUMEN .....	XIII
ABSTRACT .....	XV
INTRODUCCION .....	XVII

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCION DE LA PROBLEMÁTICA .....	1
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA .....	2
1.2.1. Problema general .....	2
1.2.2. Problemas específicos.....	2
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....	3
1.3.1. Objetivo general .....	3
1.3.2. Objetivos específicos.....	3
1.4. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA .....	3
1.4.1. Originalidad .....	4
1.4.2. Relevancia .....	4
1.4.3. Oportunidad .....	5
1.4.4. Factibilidad .....	5
1.5. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACION.....	5
1.5.1. Delimitación temporal .....	5

1.5.2. Delimitación espacial .....	6
1.5.3. Delimitación conceptual .....	6
1.5.4. Delimitación social .....	6
1.6. ASPECTOS ETICOS .....	6

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION .....	7
2.2. BASES TEORICAS .....	10
2.2.1. Gestión de la calidad.....	11
2.2.2. Manuales de procedimientos administrativos.....	17
2.2.3. Reglamento Interno de Trabajo (RIT) .....	19
2.3. MARCO CONCEPTUAL .....	19
2.4. HIPOTESIS .....	22
2.4.1. Hipótesis general .....	22
2.4.2. Hipótesis específicas.....	22
2.5. VARIABLES E INDICADORES .....	23

## **CAPITULO III**

### **DISEÑO METODOLOGICO**

3.1. TIPO DE INVESTIGACION .....	24
3.2. NIVEL DE INVESTIGACION .....	24
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION .....	25
3.3.1. Diseño descriptivo .....	25
3.3.2. Diseño longitudinal.....	25

3.4. POBLACION Y MUESTRA .....	26
3.5. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS .....	28
3.6. TECNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS .....	29

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS DE ENCUESTAS SOBRE QUEJAS DE PASAJEROS Y**

#### **ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVE**

4.1. RESULTADOS DE ENCUESTAS .....	31
4.1.1. NACIONALIDAD .....	31
4.1.2. EDAD .....	32
4.1.3. GENERO .....	33
4.1.4. PUNTUALIDAD.....	33
4.1.5. SERVICIO DEL GUIA DE TURISTAS.....	35
4.1.6. IDIOMA .....	36
4.1.7. TRANSPORTE .....	38
4.1.8. CONDUCTOR .....	39
4.1.9. TIEMPO DE VISITA EN EL TOUR DE MACHUPICCHU Y VALLE SAGRADO .....	41
4.1.10. EN RESUMEN.....	42
4.1.11. COMENTARIOS GENERALES DE PASAJEROS SEGUN EL REPORTE DE SERVICIOS, SOBRE QUEJAS DE PASAJEROS. ....	44
4.1.11.1. Corto Tiempo de visita en los atractivos .....	47
4.1.11.2. Limitada Información .....	47
4.1.11.3. Poca amabilidad del conductor que maneja el transporte.....	48



4.1.11.4. Poca amabilidad de los guías de Turismo.....	49
4.1.11.5. Impuntualidad .....	49
4.1.11.6. Incomodidad por compartir en los tours pasajeros de habla portuguesa y habla española.....	50
4.1.11.7. Muchas personas en los tours .....	51
4.1.11.8. El tiempo para realizar compras en Awanacancha y Pisac Mercado en el tour de Valle Sagrado .....	51
4.1.11.9. Otros.....	52
4.2. RESULTADOS DE ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES .....	53
4.2.1. ENTREVISTAS A JEFES.....	53
4.2.2. ENTREVISTAS A GUIAS DE TURISMO .....	57
4.2.3. ENTREVISTAS A CONDUCTORES .....	64
4.2.4. TENDENCIAS RECOGIDAS DE LAS ENTREVISTAS .....	66

## **CAPITULO V**

### **DISCUSION Y PROPUESTAS**

5.1. DISCUSION .....	68
5.2. PROPUESTAS .....	69
CONCLUSIONES.....	72
SUGERENCIAS.....	73
BIBLIOGRAFÍA .....	74
ANEXOS .....	77

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Diferencia entre reclamo y queja según INDECOPI.....	20
Tabla 02: Operacionalización de Variables e Indicadores .....	23
Tabla 03: Población de Marzo – Mayo 2016 .....	26
Tabla 04: Población de entrevistas a informantes clave.....	28
Tabla 05: Técnica e Instrumento .....	28
Tabla 06: Nacionalidad de pasajeros encuestados.....	31
Tabla 07: Edad de pasajeros encuestados.....	32
Tabla 08: Genero de pasajeros encuestados .....	33
Tabla 09: Nivel de satisfacción de los pasajeros referente a la puntualidad .....	33
Tabla 10: Nivel de satisfacción de los pasajeros referente al servicio del guía.....	35
Tabla 11: Nivel de satisfacción de los pasajeros por el dominio del idioma de los guías.....	36
Tabla 12: Nivel de satisfacción de los pasajeros por uso de transporte .....	38
Tabla 13: Nivel de satisfacción de los pasajeros por la presentación del conductor.....	39
Tabla 14: Nivel de satisfacción de los pasajeros por tiempo de visita .....	41
Tabla 15: Satisfacción de los pasajeros .....	42
Tabla 16: Quejas de pasajeros .....	43
Tabla 17: Distribución de quejas según tours operados por Viajes Pacifico.....	45

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 01: Nivel de satisfacción de los pasajeros referente a la puntualidad .....	34
Grafico 02: Nivel de satisfacción de los pasajeros referente al servicio del guía .....	35
Grafico 03: Nivel de satisfacción de los pasajeros por el dominio del idioma de los guías....	37
Grafico 04: Nivel de satisfacción de los pasajeros por uso de transporte .....	38
Grafico 05: Nivel de satisfacción de los pasajeros por la presentación del conductor.....	40
Grafico 06: Nivel de satisfacción de los pasajeros por tiempo de visita .....	41
Grafico 07: Distribución de quejas según el tour de Valle Sagrado.....	46
Grafico 08: Distribución de quejas según el tour de Machupicchu.....	46

## ABREVIATURAS

- **SGC** –Sistemas de Garantías de Calidad
- **CALTUR** – Plan Nacional de Calidad Turística
- **DIRCETUR** – Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
- **RIT** -- Reglamento Interno de Trabajo
- **GCT** -- Gestión de Calidad Turística
- **INDECOPI** -- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
- **MINCETUR** – Ministerio de Turismo
- **ICTE** – Instituto para la Calidad Turística Española
- **INLAC**—Instituto de Formación, Evaluación y Desarrollo
- **ISO** – Organización Internacional de Normalización

## RESUMEN

Viajes Pacifico- Gray Line Perú, empresa de capitales peruanos dedicada al rubro del turismo que opera como subsidiaria de Gray Line Worldwide en Perú, reconocida por brindar altos estándares de calidad y servicio a sus clientes, propiedad de la Familia Quiñones, quienes dirigen la Empresa desde un Directorio, instancia máxima de dirección de la organización. La agencia cuenta actualmente con una oficina matriz en la ciudad de Lima y dos sucursales en Cusco y Arequipa, con un total de 182 colaboradores hasta el año 2015 (Esparza, 2016).

La presente investigación tiene como objetivo principal clasificar y analizar los motivos de quejas de pasajeros y alternativas de solución que se dieron en los servicios turísticos para los tours de Machupicchu y Valle Sagrado operados por Viajes Pacifico Cusco, 2016, midiendo así la calidad de servicios brindados por la agencia de Viajes.

La metodología utilizada es de tipo mixta: cuantitativa porque se obtuvo datos provenientes de procesamientos estadísticos a través de encuestas a pasajeros y cualitativa porque se obtuvo datos provenientes de entrevistas a informantes clave. El nivel de investigación es descriptiva – longitudinal, puesto que considera la descripción de las quejas de pasajeros por servicios operados por Viajes Pacifico e involucra los meses Marzo, Abril y Mayo del año 2016, así mismo se aplicó cuestionarios a pasajeros y guías de entrevistas a informantes, identificando el nivel de satisfacción del pasajero, quejas de pasajeros y alternativas de solución, de esta manera se identificó aspectos a mejorar mediante sugerencias.

Se ha determinado que la satisfacción de los visitantes está relacionada al cumplimiento y superación de sus expectativas. Además, se ha identificado que el personal

ofrece un servicio de calidad, cuando está satisfecho y motivado con las actividades que realiza.

La investigación concluye que la gestión de calidad se relaciona e influye en la satisfacción de los pasajeros, en la capacitación y motivación de personal.

## ABSTRACT

Viajes Pacifico- Gray Line Peru, a Peruvian capital company dedicated to tourism that operates as a subsidiary of Gray Line Worldwide in Peru, recognized for providing high standards of quality and service to its customers, owned by the Quiñones Family, who runs the Company from a Directory, maximum instance of the organization's address. The agency currently has a head office in the city of Lima and two branches in Cusco and Arequipa, with a total of 182 employees until 2015 (Esparza, 2016).

The main objective of this research is to classify and analyze the reasons for passenger complaints and alternative solutions that occurrence in tourist services for the tours of Machupicchu toursand Sacred Valley operated by Viajes Pacifico Cusco, 2016, thus measuring the quality of services provided by the Travel agency.

The methodology used is mixed: quantitative because data was obtained from statistical processing through passenger surveys and qualitative because data was obtained from interviews with key informants. The research level is descriptive - longitudinal, since it considers the description of passenger complaints for services operated by Viajes Pacifico and involves the months of March, April and May of 2016, as well as questionnaires were applied to passengers and interview guides. informants, identifying the level of passenger satisfaction, passenger complaints and solution alternatives, thus identifying aspects to be improved through suggestions.

It has been determined that the satisfaction of visitors is related to compliance and exceeding their expectations. In addition, it has been identified that the staff offers a quality service, when they are satisfied and motivated with the activities they carry out.

The research concludes that quality management is related to and influences the satisfaction of passengers, training and staff motivation.



## INTRODUCCION

Una empresa mediante los servicios que oferta busca satisfacer a los clientes, pues sin la satisfacción de ellos, no tiene futuro, sin importar el tamaño ni el rubro, pretende mejorar su relación con el cliente a través de las quejas, no es ajeno a ello las agencias de viajes quienes brindan servicios turísticos a pasajeros.

El problema Objeto de investigación es ¿Cuáles son los principales motivos de quejas presentados por pasajeros y las alternativas de solución que se implementaron en los servicios turísticos por los tours Valle Sagrado y Machupicchu operados por la agencia Viajes Pacifico Cusco, en los meses de Marzo, Abril y Mayo del 2016?

El Objetivo General de estudio es, clasificar y analizar los motivos de quejas de pasajeros y alternativas de solución que se dieron en los servicios turísticos para los tours de Machupicchu y Valle Sagrado operados por Viajes Pacifico Cusco, 2016.

La hipótesis sostiene que los principales motivos de quejas del 18% al 20% de pasajeros.

El ámbito de estudio será Viajes Pacifico Cusco ubicado en la Avenida El Sol 817, del centro histórico Cusco, en la cual, existen quejas de pasajeros que utilizaron servicios operados por la agencia, las quejas se encuentran registradas en el documento denominado reporte de servicios, que viene a ser un instrumento de medición de calidad de la agencia, el procesamiento de datos contenidos en los reportes de servicio y las entrevistas realizadas son las fuentes de los datos primarios de la tesis. El presente trabajo de investigación consta de cinco capítulos:

**CAPITULO I:** Comprende el planteamiento del problema, así como los objetivos a alcanzar, la justificación y los aspectos éticos.

**CAPITULO II:** El marco teórico, marco conceptual, hipótesis, variable e indicadores.

**CAPITULO III:** La metodología de la investigación, tipo y nivel de investigación, población y muestra, técnica de recolección y procesamiento de datos.

**CAPITULO IV:** Presenta los resultados de las encuestas de servicios sobre quejas de pasajeros en los tours operados por Viajes Pacífico cusco en el periodo Marzo- Mayo 2016 y los resultados de entrevistas a informantes clave sobre quejas y alternativas de solución.

**CAPITULO V:** Comprende la Discusión, Propuesta.

Se incluye conclusiones, sugerencias, referencias bibliográficas y anexos.

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. DESCRIPCION DE LA PROBLEMÁTICA**

Viajes Pacifico Gray Line Perú, es una empresa de capitales peruanos, que actualmente cuenta con una oficina matriz en la ciudad de Lima, y 3 sucursales en Cusco, Arequipa, Chachapoyas.

Viajes Pacifico Cusco, destaca entre las agencias receptoras que ofertan servicios en el Centro Histórico Cusco, tiene el mayor porcentaje de atención a pasajeros latinoamericanos, quienes son exigentes y motivan que Viajes Pacifico este en constante mejora en sus procedimientos y así mantener la certificación ISO 9001-2008 que se obtuvo en el año 2010, siendo recertificado el año 2013 y actualmente el año 2016. (Esparza, 2016)

En la exploración de diagnóstico de los reportes de servicios de pasajeros de Viajes Pacifico, se observa que existen testimonios de satisfacción, sin embargo, en los comentarios generales se puede encontrar quejas de pasajeros que fueron uno de los

motivos de estudio en la presente tesis, el otro motivo son las alternativas de solución que se implementarán para resolver esas quejas.

Es una preocupación del área de Calidad de la Agencia Viajes Pacifico Cusco, resolver las quejas de pasajeros que utilizaron los servicios turísticos. Es razonable pensar que una agencia de viajes que recibe menos quejas tiene buena imagen y genera empleo seguro.

Desde el punto de vista teórico, la queja es una expresión de descontento del pasajero por los servicios recibidos. La queja es consecuencia de un posible error sin embargo según el espíritu empresarial, cometer un error y admitirlo se convierte en una fuente de aprendizaje y retroalimentación y alcanzar mayor calidad o mantener la calidad lograda de servicios turísticos ofertados. (INDECOPI, 2011)

## **1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuáles son los principales motivos de quejas presentados por pasajeros y las alternativas de solución que se implementaron en los servicios turísticos por los tours valle sagrado y Machupicchu operados por la agencia Viajes Pacifico Cusco, en los meses de marzo, abril y mayo del 2016?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cuáles son los principales motivos de quejas de los pasajeros de Viajes Pacifico Cusco?

- ¿Cuáles son las alternativas de solución que la agencia Viajes Pacifico implementó para atender las quejas de los pasajeros?

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Identificar y Analizar los motivos de quejas de pasajeros y alternativas de solución que se dieron en los servicios turísticos para los tours de Machupicchu y Valle Sagrado operados por Viajes Pacifico Cusco, 2016.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- a) Identificar y describir las principales quejas de pasajeros de Viajes Pacifico Cusco.
- b) Identificar y describir las principales alternativas de solución a las quejas de los pasajeros por los servicios turísticos operados por Viajes Pacifico Cusco.

### **1.4. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA**

Viajes Pacifico es una empresa a nivel nacional de Turismo receptivo que opera a más de 20,000 pasajeros al año, por lo tanto, busca permanentemente mejorar la calidad de servicios turísticos operados. (Esparza, 2016).

La presente investigación permite conocer los motivos de quejas de los pasajeros y las alternativas de solución por los principales servicios turísticos operados

por Viajes Pacifico, siendo estos denominados el tour a Valle Sagrado y Machupicchu, que son conocidas a nivel local, nacional e internacional.

#### **1.4.1. Originalidad**

Es la primera vez que se realiza una investigación sobre las quejas de pasajeros y alternativas de solución por servicios turísticos operados por Viajes Pacifico Cusco. El trabajo tiene, por un lado la población y muestra probabilística a base de reportes de servicios de pasajeros de la agencia Viajes Pacifico Cusco que es detallado en el diseño de la metodología de la presente tesis y por otro lado tiene entrevistas a una muestra de actores sociales de la empresa.

#### **1.4.2. Relevancia**

**A.- EN LO TEORICO.** – Se identificó casos de quejas de pasajeros y las alternativas de solución que implementa la agencia Viajes Pacifico, cuyo resultado podrá ser consultado por personas que deseen conocer mejor la gestión de la calidad turística relacionada a las variables de estudio que son quejas de pasajeros y alternativas de solución.

**B.- EN LO PRÁCTICO.** - Podrá servir como un caso para las agencias receptoras que al igual que Viajes Pacifico, recibe según la fuente estadística de la empresa a más de 15 mil pasajeros en los primeros meses del año 2016.

**C.-EN LO METODOLOGICO.** - La investigación es relevante, por lo que los métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos que se emplearon,

podrán ser replicadas en futuras investigaciones, con muestras de datos de confiabilidad que se registran en la empresa estudiada y datos primarios de una muestra estratificada de entrevistas a informantes identificados con el método aleatorio.

#### **1.4.3. Oportunidad**

Se considera este trabajo oportuno porque identifica y clasifica quejas de pasajeros y aporta una mayor calidad de los servicios de la Agencia Viajes Pacifico Cusco.

#### **1.4.4. Factibilidad**

El trabajo se realizó en la agencia de Viajes Pacifico Cusco que tiene una experiencia de 18 años en la operación de servicios turísticos (Esparza, 2016), donde diariamente se reportaron incidencias y quejas de pasajeros, que se identificaron y clasificaron de fuente directa, correspondiente a los meses Marzo, Abril y Mayo del año 2016.

### **1.5. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACION**

#### **1.5.1. Delimitación temporal**

El trabajo se realizó entre los meses de Marzo a Diciembre del 2016.

### **1.5.2. Delimitación espacial**

El estudio se realizó en el ámbito de operaciones de la agencia Viajes Pacifico Cusco, la oficina se encuentra ubicada en la Avenida El Sol 817, del distrito de Wanchaq.

### **1.5.3. Delimitación conceptual**

La investigación fue realizada en la ciudad de Cusco, analizando las variables quejas de pasajeros y alternativas de solución de Viajes Pacifico Cusco, 2016, que imprime la agencia.

### **1.5.4. Delimitación social**

Considerado respecto a la movilidad social de los visitantes del lugar de origen al lugar de destino, en forma individual, familiar o de grupo, cada pasajero dispone de recursos económicos para costear los servicios contratados, teniendo determinado status social.

## **1.6. ASPECTOS ETICOS**

Está relacionado con el cumplimiento de la estructura de la tesis universitaria, diseñada por la Universidad Andina del Cusco, se ha respetado las normas establecidas en la resolución número 704CU2016, sobre procedimientos para elaborar tesis.



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION**

El Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) para lograr una posición de liderazgo internacional del Perú en el ámbito de calidad turística ha desarrollado bases estratégicas en materia de la gestión de servicio, diseñando manuales de buenas prácticas que son recomendaciones y procedimientos de cómo desarrollar actividades o procesos de determinada área para lograr servicios de calidad y satisfacer a los visitantes. Se menciona los manuales de buenas prácticas siguientes: para guías de turismo, para la atención de clientes dirigido al personal de contacto, para la atención de clientes dirigido a gerentes, administradores y mandos medios, estos manuales son un precedente para el fin de los Sistemas de Garantía de Calidad (SGC) que son documentar los procesos y hacerlos adecuados para que controlen y establezcan el modelo de cómo deben realizar las actividades las personas involucradas en la organización y se logre un servicio de calidad (CALTUR, 2007).

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) del Gobierno Regional del Cusco ha desarrollado un manual de calidad turística, el cual forma parte del proyecto “Mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos”.

La intención es lograr el mejoramiento y sostenibilidad de la calidad de los servicios relacionados al turismo y dentro de ellos, el servicio turístico en las agencias de Viajes y Turismo, pues es a través de ellos que el visitante (turista) forma la percepción del destino turístico al ser éstos la razón de ser de su visita al país.

Este manual de calidad muestra los procesos que se deben realizar de manera correcta en las Agencias de Viajes y Turismo, La Hotelería, los centros de diversión, entre otros, que se deben seguir para ofrecer un servicio de Calidad. (DIRCETUR CUSCO, 2009).

La agencia AGUILAR TOURS (SIC), brinda dos clases de servicios privado y compartido (servicio pool). Este último dentro de los tours tradicionales operados en Cusco, se observó quejas por parte de los turistas sobre este tipo de servicio. La tesis determinó los motivos de quejas que presentaban los turistas que tomaron el servicio pool en los tours tradicionales, conociendo los motivos de queja la investigadora propuso realizar cambios significativos para brindar al turista la calidad obligatoria en todos los servicios y aspirar a un nivel de calidad que satisfaga las expectativas del turista” (Pereyra, 2013).

Esta investigación plantea la relación que existe entre la gestión del servicio y la satisfacción de los clientes teniendo como objetivo principal: Desarrollar una propuesta de gestión de servicio para el museo de San Francisco de Lima que permitirá

optimizar la satisfacción de sus clientes, proponiendo implementar una guía de gestión de calidad y el diseño de un manual de calidad. En turismo, la satisfacción está relacionada con la gestión, el servicio y la calidad, para los visitantes la calidad de un servicio está determinada por la satisfacción de sus expectativas o necesidades.” (Farfán, 2015).

El programa de capacitación y motivación, fue realizado debido a las quejas que se incrementaron en cuanto a la atención y servicio que la empresa ofrece. Se evaluó la actitud de los componentes de cada puesto de forma práctica y con la ayuda de estadísticas de los reportes existentes lograron identificar las deficiencias del servicio y trato al cliente y con los resultados que se obtuvieron se propusieron algunas soluciones para dichas problemáticas. (Arciniega, 2004)

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), es una entidad de certificación de sistemas de calidad del sector turístico que permite mejorar cualitativamente a las empresas turísticas, dichas empresas que obtienen la Q, tienen ventajas internas y externas, pues el cliente disfrutara de un servicio de acuerdo a sus expectativas y necesidades, aumentando así la satisfacción del cliente y la motivación en el trabajo de quien intervenga en esta satisfacción. La OCA cert, es un organismo acreditado por el ICTE, que actúa como auditor de las empresas. (CERT, 2018)

El sello de Calidad Turística, es un distintivo que se le otorga a todos los prestadores de servicios turísticos, que están certificados en alguna de las normas de calidad turística, teniendo como beneficios; la confianza, transparencia, seguridad, satisfacción de expectativas y mejoras del servicio, el sello puede ser encontrado en las

agencias de viajes, alojamiento, guías de turismo, tour operadores. (SERNATUR, 2018)

Con respecto al nivel de motivación que existe en el área de recursos humanos de la agencia de Viajes Pacifico Cusco, es mala, teniendo repercusiones en la motivación, para seguir creciendo profesionalmente, ya que la empresa no proporciona oportunidades, según los encuestados confirman estar en desacuerdo con la forma de motivación de la agencia, insatisfacción con la labor que realizan en la empresa, no hay oportunidades de interactuar con compañeros de otras áreas, sentimiento de inseguridad, falta de valoración, cordialidad; teniendo un nivel malo de motivación y un nivel bajo de satisfacción, se puede concluir que si existe una relación significativa entre la motivación y la satisfacción laboral en el área de recursos humanos de la agencia Viajes Pacifico Cusco, que con lleva a un problema de improductividad y deficiente desarrollo de la agencia. (Zambrano, 2014)

## **2.2. BASES TEORICAS**

En el estudio se empleará dos marcos teóricos; el primero relacionado a la Gestión de Calidad, el segundo relacionado a los Manuales de Procedimientos Administrativos.

### **2.2.1. Gestión de la calidad**

#### **LA FILOSOFIA DE CERO DEFECTOS**

La calidad no cuesta, no es un regalo, pero es gratuita. Lo que cuesta dinero son las cosas que no tienen calidad todas las acciones que resultan de no hacer bien las cosas a la primera vez. (Crosby, 1987)

El absoluto de gestión de calidad de Crosby, se basa en que se debe cumplir con los requisitos establecidos de manera que todos hagan bien las cosas a la primera, para ello los colaboradores deben conocer los requisitos o procedimientos presentados por su empresa y estos deben estar al alcance de cada colaborador y su aprendizaje debe ser supervisado. La idea no es encontrar errores sino evitarlos, cada empresa debe capacitar a su personal y brindar las herramientas necesarias para un mejor servicio y así no sea necesaria la supervisión constante, cada colaborador sabrá que hacer frente a una dificultad.

Según Crosby, el único estándar de rendimiento es el cero defectos, los errores se producen por dos razones: el poco conocimiento o la poca de atención, en ambos casos la formación puede generar el cambio de mentalidad necesario para lograr hacer las cosas bien a la primera y lograr el estándar cero defectos.

Catorce principios de calidad según (Crosby, 1987):

1. Compromiso de la dirección

2. Equipos de mejora de calidad
3. Medidas de calidad
4. El coste de calidad
5. Tener conciencia de la calidad
6. Acción correctiva
7. Planificación de cero defectos
8. Capacitación del supervisor
9. Día de cero defectos
10. Establecer las metas
11. Eliminación de las causas del error
12. Reconocimiento
13. Consejos de calidad
14. Empezar de nuevo

## **GESTION DE CALIDAD**

La gestión de calidad turística (GCT), intenta mejorar de manera sistemática los niveles de satisfacción de los clientes, logrando mejoras continuas. Estos logros buscan la excelencia en la prestación de servicios de calidad y pasan a ser un elemento integrado de la cultura corporativa. (Cooper, 2007)

La gestión de calidad de Cooper, trata de la mejora continua de la prestación de los servicios y el nivel de satisfacción del cliente, dice que para alcanzar el éxito cada trabajador debe estar involucrado con empresa.

Para brindar excelencia en la calidad se debe pensar en la expectativa del cliente y llenar esta, teniendo así una mejora continua.

Categorías de la calidad según Cooper:

- **Los Tangibles.** Elemento que el cliente puede ver, tocar y usar, como los itinerarios de pasajeros.
- **La Fiabilidad.** Capacidad de establecer un vínculo de confianza con el cliente, influye para que el cliente percibe cierto nivel de calidad.
- **La Receptividad.** Disposición de los empleados para proveer servicios, dando un servicio rápido como gestionar un cambio en el itinerario.
- **La Competencia.** Nivel de conocimiento, la habilidad, genera confianza y tranquilidad en los pasajeros.
- **La Empatía.** Ligada a la atención personalizada al consumidor.

Las quejas y reclamos, en una empresa pueden ser continuos, todo dependerá de la rapidez con la que estas sean resueltas, para que así el pasajero pueda volver a usar los servicios de la misma empresa, cada queja debe ser tratada de manera individual y en función de urgencia, la compañía debe disponer de procedimientos para tratar quejas y reclamos, sobre todos aquellos que se presentan de manera formal, mediante un departamento de calidad, quienes serán los responsables de responder a las quejas formales y los reclamos que se presente dentro del viaje o servicio de cada pasajero y buscar la manera de evitarlas en futuros casos.

## **Diez Mandamientos de la Atención al Cliente según (López, 2001):**

1.- El cliente por encima de todo

En este caso es el cliente a quien debemos tener presente, antes que nada

2.-No hay nada imposible cuando se quiere

Muchas veces nuestros clientes solicitan cosas casi imposibles, sin embargo, con un poco de esfuerzo y ganas de atender a los pasajeros de la mejor manera, se puede llegar a conseguir lo que se desea.

3.-Cumple todo lo que prometas

En turismo prometer algo es difícil, ya que muchas veces por cuestiones de tiempo, hora, clima o fuerza mayor estos no pueden ser cumplidos y dejamos decepcionados al cliente, debemos ayudarlos, pero no prometerles imposibles.

4.- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera

Esto se logra conociendo más a nuestros clientes y enfocándonos en sus necesidades y deseos, brindándoles una experiencia memorable.

5.-Para el cliente, tú marcas la diferencia

El personal que tiene contacto directo con los pasajeros tiene una gran responsabilidad, pueden hacer que un pasajero regrese o tal vez no lo vuelva hacer nunca más, cada uno de ellos hace la diferencia.

6.- Fallar en un punto significa fallar en todo



Debemos brindar una buena experiencia al cliente, por lo tanto, cada detalle debe ser estudiado por la persona quien brindará el servicio ya que, si se tiene una falla, por más simple que sea todo puede irse al piso.

#### 7.-Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

El personal que trabaja dentro de una empresa es nuestro primer cliente, si él no está satisfecho, como podemos pretender satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos humanos deben ir de a mano de las estrategias de marketing.

#### 8.- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente

A pesar de los procedimientos que existen dentro de una empresa para poder mejorar los servicios que se brindan, siempre la única verdad la sabrá el cliente, ellos son quienes califican la calidad de nuestros servicios.

#### 9.- Por muy bueno que se aun servicio, siempre se puede mejorar

Debemos plantear nuevos objetivos para lograr siempre la satisfacción de nuestros clientes.

#### 10.-Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo

Trabajar en equipo es la mejor alternativa para brindar soluciones, estrategias, para que la operación dentro de una agencia de viajes salga bien y todo el equipo debe estar dispuesto a apoyar.

### **Norma ISO 9001: 2015**

Elaborada por la Organización Internacional para la Normalización, determina los requisitos para un sistema de gestión de la calidad, que puede utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, sin importar si el producto y/o servicio lo brinda una organización pública o empresa privada, cualquiera que sea su rama, para su certificación o con fines contractuales.

Desde junio del 2012 se inició la revisión de la versión actual de la norma; ciertamente la intención es hacer una renovación mayor. Se busca que con el uso y certificación de esta norma las empresas sean más competitivas para el año 2020. Según el Instituto de Formación, Evaluación y Desarrollo (INLAC) la norma cambiará en un 30%, respecto a la versión 2008; teniendo una estructura de alto nivel, incorporando dos nuevos requisitos quedando su estructura de la siguiente manera:

1. Alcance
2. Referencias Normativas
3. Términos y Definiciones
4. Contexto de la Organización
5. Liderazgo
6. Planificación
7. Soporte
8. Operación
9. Evaluación del Desempeño
10. Mejora

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente. El ISO 9001:2015, tiene oportunidades de mejora orientadas al cumplimiento de requisitos del cliente y a aumentar su satisfacción, a través de la mejora de productos y servicios para cumplir requisitos considerando necesidades futuras; corregir prevenir y reducir efectos no deseados. (ISO, 2015)

### **2.2.2. Manuales de procedimientos administrativos**

La agencia tiene cinco manuales de procedimientos administrativos que son:

- Manual de Calidad
- Manual de Reservas
- Manual de Servicio
- Manual de Inducción
- Manual de Funciones

A continuación, brevemente se comenta sus principales alcances:

#### **a) Manual de Calidad**

Establece los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad de Viajes Pacífico S.A.C., y proporciona los lineamientos que se deben seguir para implementar efectivamente la Política de Calidad, logrando servicios que

aseguren la completa satisfacción de nuestros clientes. Este manual ha sido elaborado para el uso interno del personal. (Esparza, 2016).

**b) Manual de Reservas**

Está dirigido para el área comercial, es decir ejecutivas de ventas de los diferentes mercados que existen dentro de la empresa, en este manual se describe el procedimiento de reservas que deben realizar las ejecutivas para los diferentes servicios ofertados por la agencia. (Esparza, 2016)

**c) Manual de Servicio**

Documento utilizado por el área comercial y el área operativa de toda la empresa, sirve para consultar los diversos servicios que brindan por Viajes Pacifico. (Malca, 2016).

**d) Manual de Inducción**

Documento que se brinda al nuevo colaborador, para que se familiarice e identifique con Viajes Pacifico Gray Line Perú, en este manual encontramos la historia de la empresa, la organización, misión, visión, los valores, política de calidad, objetivos de calidad, cultura interna e infraestructura. (Esparza, 2016).

**e) Manual de Funciones**

Describe las funciones y responsabilidades principales de cada área, se divide en dos; perfiles de puesto y manual de funciones Cusco y perfiles de puesto y manual de funciones Lima. (Esparza, 2012).

### **2.2.3. Reglamento Interno de Trabajo (RIT)**

Viajes Pacifico se distingue por contar con normas que constituyen el Reglamento Interno de Trabajo (RIT), este instrumento del área de Gestión Humana permite a sus colaboradores administrativos y de servicios conocer sus derechos y obligaciones, de tal forma que puedan cumplir con sus labores de manera eficiente, productiva, mantener fluidas y optimas relaciones con la empresa. Acorde con el avance y desarrollo de las relaciones laborales la legislación peruana ha establecido la obligación de los empleadores de contar con un reglamento interno de trabajo, para regular las relaciones con sus colaboradores, dicho reglamento ha sido aprobado por la instancia administrativa correspondiente del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, documento que se adecua a la normativa laboral y al estado actual del desarrollo organizacional. (Gestión Humana, 2016)

### **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

Las quejas son un regalo, una oportunidad para afianzar nuestra relación con el cliente, detrás de ellas hay parte de una información valiosa que aporta mejoras a la empresa, conociendo así la opinión de nuestros clientes sobre nuestros servicios. Existen clientes insatisfechos que no se quejan y solo conocemos su malestar cuando se van, ya que tenemos quejas formales a través de los clientes del exterior o nuestras propias páginas web. La clave de una gestión óptima de las quejas es que sirvan para reducir al máximo los motivos que las producen. Gestionar bien las quejas es la mejor manera de

fidelizar clientes, puesto que transmite una imagen de empresa interesada en la atención y servicio al cliente”. (Chauvin, 2016)

**Diferencia entre reclamo y queja según INDECOPI (Instituto Nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual):**

Ambas son manifestaciones que un consumidor realiza al proveedor a través de una hoja de reclamación, libro de reclamaciones, mediante la cual se expresa una disconformidad.

**TABLA 01**

**DIFERENCIA ENTRE RECLAMO Y QUEJA SEGÚN INDECOPI**

<b>RECLAMO</b>	<b>QUEJAS</b>
“Expresión de disconformidad del consumidor referida a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados”.	“Es aquella disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes que comercializa el proveedor o a los servicios que presta.  Puede expresar el malestar o descontento del consumidor respecto a la atención al público”.

Fuente: (INDECOPI, 2011 - Código de Protección y Defensa del Consumidor)

Ni el reclamo ni la queja constituyen una denuncia y, en consecuencia, no inician el procedimiento administrativo sancionador, por infracción a la normativa de protección al consumidor. (INDECOPI, 2011 - Código de Protección y Defensa del Consumidor)

Queja según el diccionario jurídico del Perú: Recurso procesal en virtud del cual la parte que se siente agraviada con la denegatoria de la apelación o casación interpuesta

o cuando el efecto concedido a la apelación no es el solicitado, acude a la instancia superior a efectos de que esta, luego de un examen de la resolución denegatoria, la revoque y disponga la admisibilidad o procedencia del recurso interpuesto (Poder Judicial del Perú, 2007).

La aplicación de alternativas de solución, se genera a través de diálogos generados por empleado y empleador, donde ambos serán capaces de identificar varias soluciones al problema, confrontar el problema con la diversas alternativas de solución, seleccionar la alternativa de solución más adecuada al problema identificado, aplicar la solución escogida, monitorear y hacer seguimiento a la aplicación de la alternativa seleccionada y ajustar o cambiar la alternativa en caso de necesitarlo.(Educar Chile, 2015)

A la persona que realiza un viaje, se le llama pasajero, en algún tipo de medio de transporte, los turistas suelen convertirse en pasajeros al comienzo y al final de sus vacaciones ya que, para llegar a su destino, se trasladan en un vehículo contratado y toman los servicios de un intermediario que vendría ser la agencia de Viajes. (Pérez P. J., 2015).

Los servicios turísticos, son todos aquellos que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, entre otros, también es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicio. (Pérez P. , 2014).

Los operadores turísticos son las agencias de viajes que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para

ser ofrecidos y vendidos a través de las agencias de Viajes y Turismo Minoristas y Mayoristas del Perú y el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al cliente, como boletos para transportes aéreos, terrestres, lacustres, fluviales, marítimos, alquilar vehículos con o sin conductor. (MINCETUR, 2005)

## **2.4. HIPOTESIS**

### **2.4.1. Hipótesis general**

Los principales motivos de quejas se presentan en los tours de Valle Sagrado y Machupicchu operados por Viajes Pacifico en los meses de Marzo, Abril y Mayo del 2016, siendo las alternativas de solución implementar capacitaciones constantes.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- Los principales motivos de quejas del 18% al 20% de pasajeros son distribuidos entre las quejas sobre: La impuntualidad, el idioma ingles en guías, limpieza en el transporte y conductor y tiempo de visita.
- Las alternativas de solución que la agencia Viajes Pacifico Cusco implementa son: actividades de capacitación, llamadas de atención y memorándums.



## 2.5. VARIABLES E INDICADORES

### VARIABLE INDEPENDIENTE

Quejas de Pasajeros

### VARIABLE DEPENDIENTE

Alternativas de solución

**TABLA 02**

### OPERACIONALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Quejas de pasajeros	Puntualidad	% de quejas por impuntualidad / vez
	Guías	% de quejas por servicios de los guías / vez
	Idioma	% de quejas por dominio de idioma del guía o representante / vez
	Transporte	% de quejas por el uso de transporte / vez
	Conductor	% de quejas por la presentación personal del conductor / vez
	Lugares Visitados	% de quejas por lugares no visitados / vez
Alternativas de Solución	Capacitaciones	Numero capacitaciones anuales / vez
	Llamadas de atención	Número de llamadas de atención / servicios
	Memorándums	Numero de memorándums / vez

Fuente: Elaboración Propia

## **CAPITULO III**

### **DISEÑO METODOLOGICO**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACION**

El tipo de investigación es Mixta.

Cuantitativo, porque tiene datos provenientes de procesamientos estadísticos.

Cualitativo, porque tiene datos provenientes de entrevistas.

#### **3.2. NIVEL DE INVESTIGACION**

La investigación es descriptiva – longitudinal

Descriptiva, porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis, es decir, se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ella, para así describir lo que se investiga. Describe tendencias de un grupo o población. En este caso se describen las quejas de pasajeros por servicios operados por Viajes Pacifico señalando sus características para dar una solución correctiva. (Hernández, 2014)

Longitudinal, porque involucra los meses (marzo, abril y mayo) del año 2016, para acopiar datos primarios. (Hernández, 2014)

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

#### **3.3.1. Diseño descriptivo**

$n \times O$

Dónde:

n= muestra

O= Observación / información relevante

#### **3.3.2. Diseño longitudinal**

$n \times \begin{matrix} T_1 & T_2 & T_3 \\ O_1 & O_2 & O_3 \end{matrix}$

Dónde:

n= muestra

T<sub>1</sub>= mes de marzo

T<sub>2</sub>= mes de abril

T<sub>3</sub>= mes de mayo

O= Observación

### 3.4. POBLACION Y MUESTRA

A. Para la estimación de la población se ha identificado el número de pasajeros por mes que tomaron los servicios con la agencia Viajes Pacifico que se presenta en el cuadro siguiente:

**TABLA 03**

**POBLACION DE MARZO – MAYO 2016**

---

**Población Marzo – Mayo 2016 Agencia Viajes Pacifico**

---

PASAJEROS	NUMERO	MESES			PORCENTAJE
		MARZO	ABRIL	MAYO	
Tour Valle Sagrado	3 151	1 044	703	1 404	29 %
Tour a Machupicchu	7 859	2 688	2 008	3 163	71 %
<b>TOTAL</b>	<b>11 010</b>	<b>3 732</b>	<b>2 711</b>	<b>4 567</b>	<b>100 %</b>

---

Fuente: (Datos extraídos sistema 2X CLIENT -Viajes Pacifico) – Elaboración Propia

Se ha llegado a la estimación de 11 010 pasajeros. La muestra se ha determinado con el nivel de confianza del 95.5 % y un margen de error 5%, se ha aplicado la fórmula para poblaciones finitas siguiente:

$$n = \frac{G^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + (G^2 \cdot p \cdot q)}$$

Dónde:

N= 11 010

G=2= 95.5 %

E= 5

q= 50 %

p= 50%

Operacionalizando tenemos:

$$n = \frac{4.50.50.11\ 010}{25(11\ 009) + 4.50.50} = \frac{10\ 000.11\ 010}{396\ 050 + 10\ 000} = 386$$

Por tanto, se tomara como muestra 386 reportes de servicios de la agencia Viajes Pacifico, estratificado del modo siguiente:

Tour a Valle Sagrado	112 reportes de servicios
Tour a Machupicchu	274 reportes de servicios
<b>Total</b>	<b>386 reportes de servicios</b>

En consecuencia 386 son los reportes de servicios que será uno de los fundamentos del estudio.

B-. Población y Muestra de casos de quejas de pasajeros y alternativas de solución para entrevistas a:

**TABLA 04**

**POBLACION DE ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVE**

INFORMANTES CLAVE	POBLACION DE INFORMANTES CLAVE	MUESTRA DE INFORMANTES CLAVE	
	NUMERO		PORCENTAJE
JEFES	06	3	16%
CONDUCTORES	11	3	16%
GUIAS DE TURISMO	40	13	68%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>19</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia

Se ha determinado la muestra por conveniencia aplicando dos criterios:

- Tiempo de trabajo en turismo: mínimo 05 años
- Años de experiencia de trabajo en Viajes Pacifico: mínimo 03 años

**3.5. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS**

**TABLA 05**

**TÉCNICA E INSTRUMENTO**

TECNICA	INSTRUMENTO
Entrevistas a informantes clave*	Guías de Entrevista
Análisis histórico de Reportes de servicios	Encuestas

Fuente: Elaboración propia

\*Entrevista a Informantes Clave. - “Constituye preguntas a un grupo selecto de individuos que pueden proporcionar la información, ideas y perspectivas necesarias sobre un tema en particular” (Instituto de investigación UNSAAC – NUFFIC, 1990)

### **3.6. TECNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS**

- Uso del Excel, para la evaluación de las quejas de los pasajeros.
- Análisis de contenido de Entrevistas

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS DE ENCUESTAS SOBRE QUEJAS DE PASAJEROS Y ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVE**

Presenta los resultados cuantificados en tablas y gráficos de los reportes de servicios de pasajeros, se detectó el nivel de satisfacción de los mismos, por los servicios turísticos en los tours de Valle Sagrado y Machupicchu operados por la agencia Viajes Pacífico Cusco.



## 4.1. RESULTADOS DE ENCUESTAS

### 4.1.1. NACIONALIDAD

**TABLA 06**

#### **NACIONALIDAD DE PASAJEROS ENCUESTADOS**

<b>NACIONALIDAD</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
ALEMANA	1	0.26%
ARGENTINA	38	9.84%
AUSTRALIANA	10	2.59%
BRASILEÑA	44	11.40%
CHILENA	44	11.40%
CHINA	2	0.52%
COLOMBIANA	1	0.26%
COSTARRICENSE	18	4.66%
ECUATORIANA	4	1.04%
ESPAÑOLA	12	3.11%
ESTADOUNIDENSE	38	9.84%
FILIPINO	4	1.04%
INGLESA	2	0.52%
ISRAELI	30	7.77%
ITALIANA	1	0.26%
JAPONESA	19	4.92%
MEXICANA	59	15.28%
NEOZELANDES	1	0.26%
PARAGUAYA	10	2.59%
PERUANA	10	2.59%
PORTUGUES	2	0.52%
REPUBLICA DOMINICANA	4	1.04%
RUSO	5	1.30%
SUECO	7	1.81%
URUGUAYA	5	1.30%
VIETNAMITA	15	3.89%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 06 se muestran dispersión en porcentajes, sin embargo, el 15% corresponden a pasajeros mexicanos, el 11% comparten pasajeros chilenos y brasileros, el 10% corresponde a pasajeros argentinos quienes tomaron los servicios con la agencia Viajes Pacifico Cusco, comprobando que la mayoría de los pasajeros son latinoamericanos. Frente a igual o menor a 1% de alemanes, italianos, chinos, neozelandeses, portugueses y colombianos.

#### 4.1.2. EDAD

**TABLA 07**

**EDAD DE PASAJEROS ENCUESTADOS**

<b>EDAD</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
18 A 22 AÑOS	6	1.55%
23 A 27 AÑOS	22	5.70%
28 A 32 AÑOS	59	15.28%
33 A 37 AÑOS	21	5.44%
38 A 42 AÑOS	38	9.84%
43 A 47 AÑOS	42	10.89%
48 A 52 AÑOS	25	6.48%
53 A 57 AÑOS	33	8.55%
58 A 62 AÑOS	40	10.36%
63 A 67 AÑOS	43	11.14%
68 A MAS	57	14.77%
<b>TOTAL, DE ENCUESTADOS</b>	<b>386</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 07 se muestran dispersión en porcentajes, sin embargo, el 15% corresponden a que tienen entre 28 a 32 años, el 14% de pasajeros entre los 68 a más, el 11% comparten pasajeros entre los 43 a 47 años y 63 a 67 años, quienes tomaron los

servicios con la agencia Viajes Pacifico Cusco. Frente a igual o menor a 2% de pasajeros entre los 18 a 22 años.

#### 4.1.3. GENERO

**TABLA 08**  
**GENERO DE PASAJEROS ENCUESTADOS**

GENERO	NUMERO	PORCENTAJE
FEMENINO	204	52.85%
MASCULINO	182	47.15%
<b>TOTAL DE ENCUESTADOS</b>	<b>386</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 08 se muestra porcentajes de los pasajeros que respondieron a las encuestas: 53% son mujeres, por lo que se presume que las mujeres son más viajeras frente al 47% de varones.

#### 4.1.4. PUNTUALIDAD

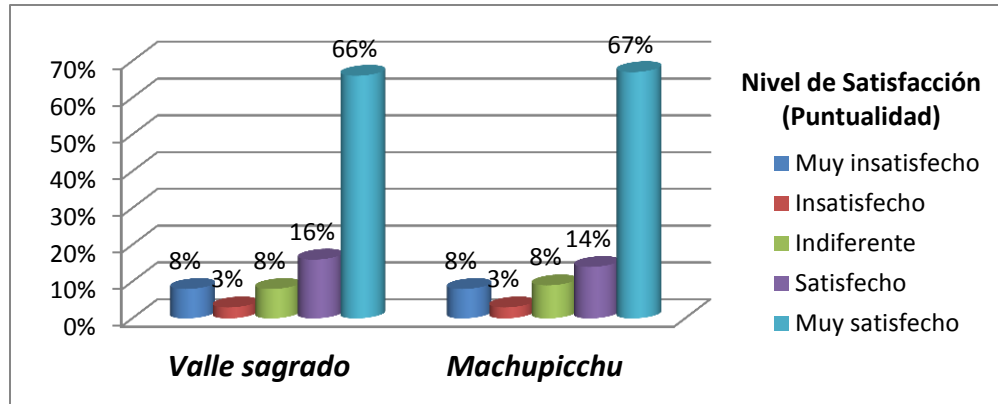
**TABLA 09**  
**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS REFERENTE A PUNTUALIDAD**

Puntualidad	Tours			
	Valle sagrado		Machupicchu	
	N°	%	N°	%
Muy insatisfecho	30	8%	29	8%
Insatisfecho	11	3%	10	3%
Indiferente	31	8%	33	8%
Satisfecho	60	16%	55	14%
Muy satisfecho	254	66%	259	67%
Total	386	100%	386	100%

Fuente: Elaboración Propia

## GRAFICO 01

### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS REFERENTE A PUNTUALIDAD



Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 09 y el gráfico 01, se muestran porcentajes altos en la puntualidad, sumados los porcentajes muy satisfecho y los satisfechos se tiene el 81% que realizaron el tour de Valle Sagrado y el tour a Machupicchu, se encuentran muy satisfechos y satisfechos con la puntualidad, sin embargo, existe un total sumado de 19% de pasajeros que estuvieron muy insatisfechos, insatisfechos e indiferentes referentes a la puntualidad.

El 81 % de pasajeros se sienten satisfechos con la puntualidad porque los servicios de Viajes Pacifico son de buena calidad a comparación de 19% de pasajeros que tienen diferentes grados de insatisfacción referente a la puntualidad.

La puntualidad es un punto muy importante dentro de una empresa de turismo, ya que gracias a este se demuestra calidad en los servicios brindados.

#### 4.1.5. SERVICIO DEL GUIA DE TURISTAS

**TABLA 10**

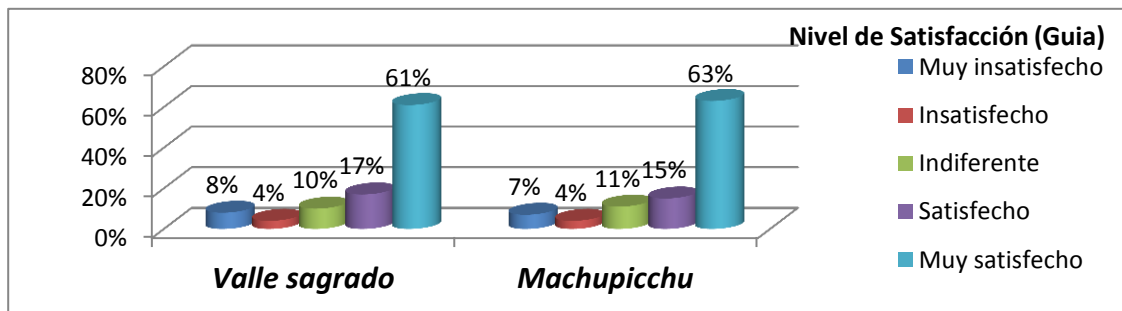
#### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS REFERENTE AL SERVICIO DEL GUIA

Guía	Tours			
	Valle sagrado		Machupicchu	
	N°	%	N°	%
Muy insatisfecho	31	8%	27	7%
Insatisfecho	16	4%	15	4%
Indiferente	37	10%	41	11%
Satisfecho	65	17%	59	15%
Muy satisfecho	237	61%	244	63%
Total	386	100%	386	100%

Fuente: Elaboración Propia

**GRAFICO 02**

#### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS REFERENTE AL SERVICIO DEL GUIA



Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 10 y el gráfico 02, se muestran porcentajes altos en el servicio de guías de turismo, sumados los porcentajes muy satisfecho y los satisfechos se tiene el 78% que realizaron el tour de Valle Sagrado y el tour a Machupicchu, se encuentran

muy satisfechos y satisfechos con el servicio del guía. Sin embargo, existe un total sumado de 22% de pasajeros que estuvieron muy insatisfechos, insatisfechos e indiferentes referente al servicio del guía.

El 78 % de pasajeros se sienten satisfechos con los servicios del guía, porque los guías de Viajes Pacifico garantizan una formación académica formal (universitaria o técnica), tienen conocimientos de técnicas de guidismo y años de experiencia en el rubro del turismo. El 22% de pasajeros tienen diversos grados de insatisfacción referente al servicio del guía.

El servicio del guía es también una parte muy importante dentro de los servicios de los pasajeros ya que son ellos quienes transmiten conocimiento a los pasajeros sobre los lugares a visitar, son la imagen de la agencia, la dicción en el guía de turismo es muy importante para transmitir información.

#### 4.1.6. IDIOMA

**TABLA 11**

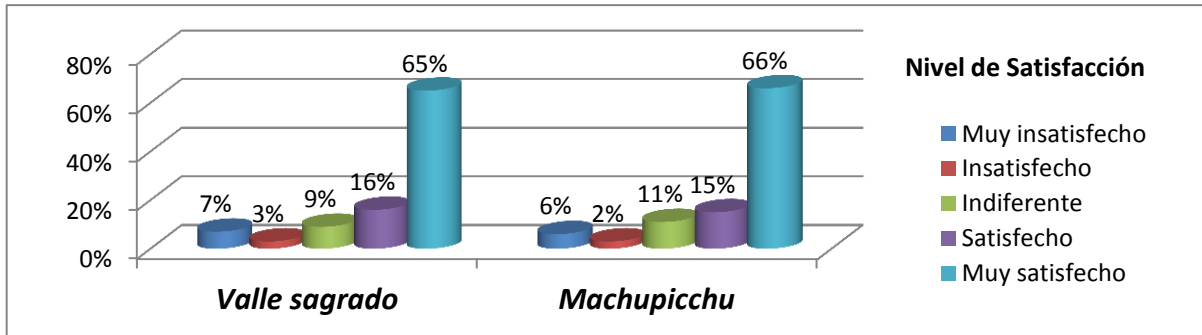
**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR EL DOMINIO DEL IDIOMA DE LOS GUIAS**

Idioma	Tours			
	Valle sagrado		Machupicchu	
	N°	%	N°	%
Muy insatisfecho	27	7%	25	6%
Insatisfecho	12	3%	10	2%
Indiferente	34	9%	41	11%
Satisfecho	63	16%	56	15%
Muy satisfecho	250	65%	254	66%
Total	386	100%	386	100%

Fuente: Elaboración Propia

### GRAFICO 03

#### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR EL DOMINIO DEL IDIOMA DE LOS GUIAS



Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 11 y el gráfico 03, se muestran porcentajes altos en el dominio del idioma inglés, sumados los porcentajes muy satisfecho y los satisfechos se tiene el 81% que realizaron el tour de Valle Sagrado y el tour a Machupicchu, se encuentran muy satisfechos y satisfechos el dominio del idioma inglés del guía, sin embargo, existe un total sumado de 19% de pasajeros que estuvieron muy insatisfechos, insatisfechos e indiferentes referente al dominio del idioma.

El 81% representa a los pasajeros que se encuentran satisfechos con el dominio del idioma del guía, por la fluidez del idioma del guía, sin embargo, el 19% de pasajeros se encuentra con diferentes grados de insatisfacción por la mezcla del español con el inglés.

El dominio de idiomas, la fluidez, la buena pronunciación es primordial para el profesional en turismo, ya que es un proceso del servicio que se brinda en las empresas de turismo.

#### 4.1.7. TRANSPORTE

**TABLA 12**

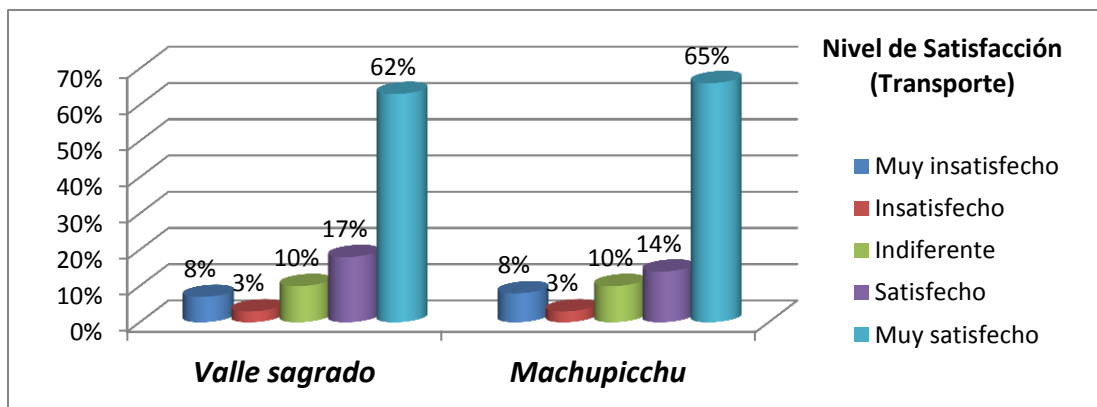
#### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR USO DE TRANSPORTE

Transporte	Tours			
	Valle sagrado		Machupicchu	
	N°	%	N°	%
Muy insatisfecho	27	8%	30	8%
Insatisfecho	11	3%	11	3%
Indiferente	37	10%	37	10%
Satisfecho	69	17%	55	14%
Muy satisfecho	242	62%	253	65%
Total	386	100%	386	100%

Fuente: Elaboración Propia

**GRAFICO 04**

#### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR USO DE TRANSPORTE



Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 12 y el gráfico 04, se muestran porcentajes altos en el dominio del idioma inglés, sumados los porcentajes muy satisfecho y los satisfechos se tiene el 79% que realizaron el tour de Valle Sagrado y el tour a Machupicchu, se encuentran muy satisfechos y satisfechos con el uso del transporte, sin embargo, existe un total



sumado de 21% de pasajeros que estuvieron muy insatisfechos, insatisfechos e indiferentes referente al uso del transporte.

El 79% de pasajeros están satisfechos con el uso del transporte ya que cumple las expectativas de cada turista, son nuevas, tienen aire acondicionado, son cómodas y amplias, sin embargo, el 21% de pasajeros tienen diversos grados de insatisfacción debido al uso de transporte.

El transporte, como su propio nombre lo dice es el medio para transportar pasajeros de un lugar a otro, por lo que debe contar con los documentos en regla (licencia del conductor, revisión técnica, SOAT, licencia de transporte turístico), debe contar con un botiquín y un extintor, deben ser cómodos, espaciosos, para brindar un servicio de calidad al pasajero, adicional a ello la presentación de las unidades debe ser óptima en cuanto a limpieza.

#### 4.1.8. CONDUCTOR

**TABLA 13**

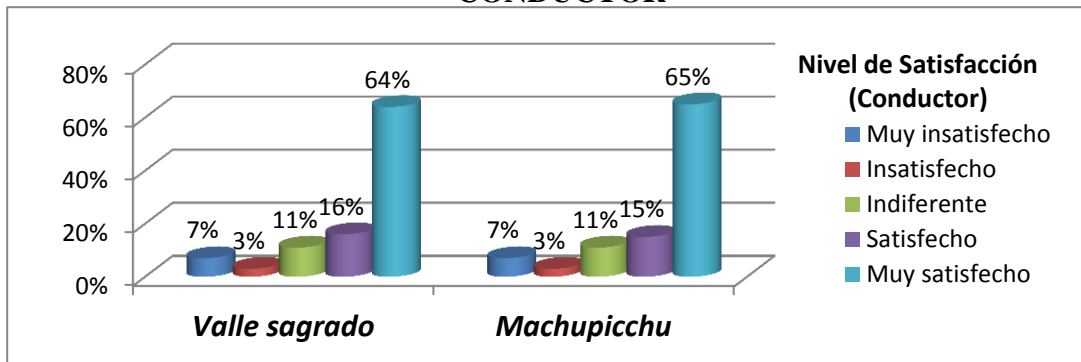
**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR LA PRESENTACION DEL CONDUCTOR**

Conductor	Tours			
	Valle sagrado		Machupicchu	
	Nº	%	Nº	%
Muy insatisfecho	26	7%	27	7%
Insatisfecho	11	3%	10	3%
Indiferente	41	11%	42	11%
Satisfecho	60	16%	57	15%
Muy satisfecho	248	64%	250	65%
Total	386	100%	386	100%

Fuente: Elaboración Propia

## GRAFICO 05

### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR LA PRESENTACION DEL CONDUCTOR



Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 13 y el gráfico 05, se muestran porcentajes altos con la presentación del conductor, sumados los porcentajes muy satisfecho y los satisfechos se tiene el 80% que realizaron el tour de Valle Sagrado y el tour a Machupicchu, se encuentran muy satisfechos y satisfechos con la presentación de conductor, sin embargo, existe un total sumado de 21% de pasajeros que estuvieron muy insatisfechos, insatisfechos e indiferentes referente la presentación del conductor.

El 80% de pasajeros están satisfechos con la presentación del conductor, porque el conductor de Viajes Pacifico está bien uniformado e identificado, sin embargo, el 21% de pasajeros tienen diversos grados de insatisfacción debido a la presentación del conductor.

La presentación del conductor también es un aspecto importante, según mi punto de vista el conductor también debe saber idiomas o por lo menos tener conocimiento del inglés, para que pueda brindar una mejor atención al pasajero, el aseo es muy importante ya que estos están en constante actividad.

#### 4.1.9. TIEMPO DE VISITA EN EL TOUR DE MACHUPICCHU Y VALLE SAGRADO

TABLA 14

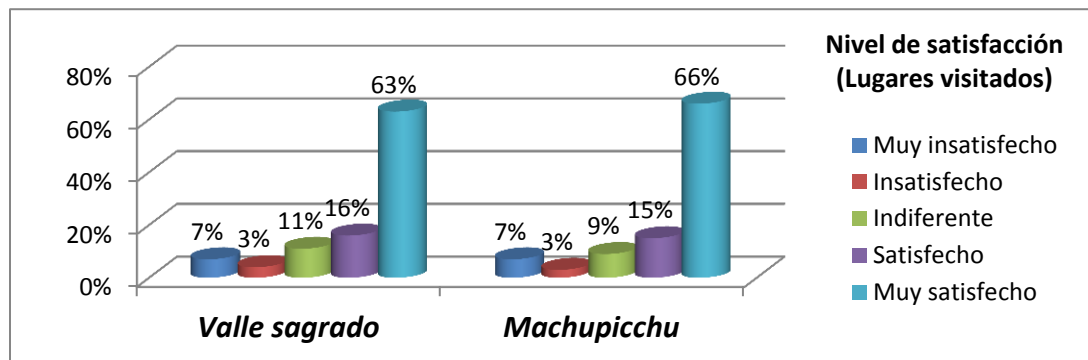
#### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR TIEMPO DE VISITA

Lugares visitados	Tours			
	Valle sagrado		Machupicchu	
	N°	%	N°	%
Muy insatisfecho	26	7%	26	7%
Insatisfecho	14	3%	12	3%
Indiferente	43	11%	36	9%
Satisfecho	61	16%	56	15%
Muy satisfecho	242	63%	256	66%
Total	386	100%	386	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 06

#### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS POR TIEMPO DE VISITA



Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 14 y el gráfico 06, se muestran porcentajes altos, el 79% que realizaron el tour de Valle Sagrado, así como el 81% que realizaron el tour a Machupicchu, se encuentran muy satisfechos y satisfechos con el tiempo de visita en los tours de Valle y Machupicchu, sin embargo, existe un total de 21% de pasajeros que estuvieron muy insatisfechos, insatisfechos e indiferentes con el tiempo de visita

en el tour de Valle Sagrado y un total de 19% de pasajeros que estuvieron muy insatisfechos, insatisfechos e indiferentes con el tiempo de visita en el tour de Machupicchu.

El 80% de pasajeros están satisfechos con los lugares visitados, porque los atractivos turísticos son la motivación del pasajero, quien desea conocer cada uno de los lugares ofrecidos por la agencia Viajes Pacifico en tours de Valle Sagrado y Machupicchu, sin embargo, el 21% de pasajeros tienen diversos grados de insatisfacción debido al corto tiempo de visita en cada lugar.

El tiempo de visita es un factor muy importante, ya que busca que los pasajeros disfruten de un mayor tiempo en el lugar de visita, a diferencia del tiempo que les toma llegar a cada destino.

#### 4.1.10. EN RESUMEN

**TABLA 15**  
**SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS**

<b>TOUR VALLE SAGRADO Y MACHUPICCHU</b>	
Guía	78%
Puntualidad	81%
Idioma	81%
Transporte	79%
Conductor	80%
Lugares Visitados	80%
<b>PROMEDIO</b>	<b>80%</b>

n=386

Fuente: Elaboración Propia

De la tabla 15 se afirma que la mayoría de los pasajeros se encuentran satisfechos con los servicios ofrecidos por Viajes Pacifico Cusco, destacando en la visita al Valle Sagrado y Machupicchu la puntualidad y dominio de idioma con un porcentaje del 81%, sumado en las tablas de 04 al 09 del presente informe.

Asumiendo las mediciones muy insatisfecho, insatisfecho e indiferente presentados en las tablas del 4 al 9 del presente informe, como diferentes grados de queja de pasajeros por servicios turísticos operados por la agencia Viajes Pacífico Cusco en los meses de marzo, abril y mayo del año en curso, se tiene la tabla 16 que resume el porcentaje de quejas.

**TABLA 16**

**QUEJAS DE PASAJEROS**

<b>MOTIVOS DE QUEJA</b>	<b>TOUR VALLE SAGRADO Y MACHUPICCHU</b>
Puntualidad	19%
Servicio del guía de turistas	22%
Idioma (Ingles y Portuguesa)	19%
Limpieza del Transporte	21%
Trato del Conductor	21%
Tiempo de Visita en los Tours	20%
<b>PROMEDIO</b>	<b>20%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Por tanto, el 20% de turistas expresaron diferentes grados de quejas, que merecen atención de la agencia Viajes Pacífico Cusco para disminuir en el futuro este porcentaje encontrado.

#### **4.1.11. COMENTARIOS GENERALES DE PASAJEROS SEGUN EL REPORTE DE SERVICIOS, SOBRE QUEJAS DE PASAJEROS.**

Fue acertado incluir al final del cuestionario de la encuesta por muestreo a los pasajeros, el ítem de comentarios generales, se obtuvo los resultados siguientes:

Pasajeros coinciden que el tiempo de visita en Machupicchu y Valle Sagrado es muy corto, que la información es limitada por parte del operador y de los guías, mucha demora en el recojo de pasajeros, poca amabilidad por parte del conductor que maneja el transporte, poca amabilidad por parte de los guías, mucha demora de tiempo en el inicio del tour, impuntualidad, molestia por juntar a pasajeros de habla portuguesa y habla española, muchas personas en los tours, el tiempo para realizar compras en Awanacancha y Pisac Mercado, Información deficiente respecto al uso del boleto integral y parcial, entre otros.

**TABLA 17**

**DISTRIBUCION DE QUEJAS SEGÚN TOURS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO**

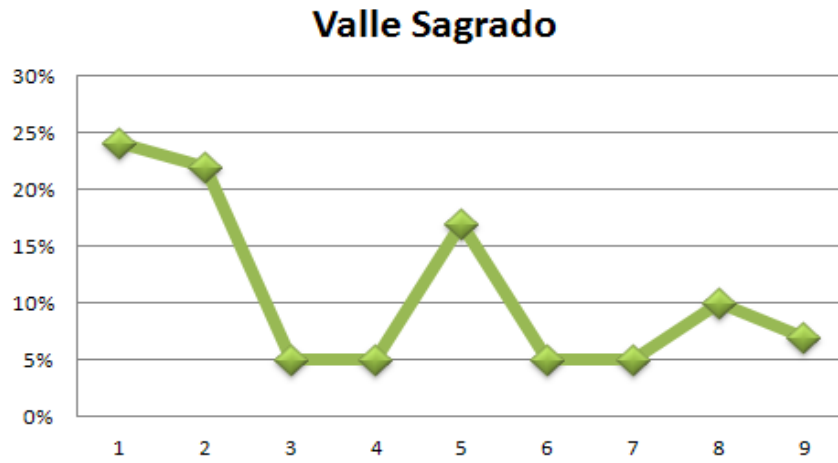
N <sup>o</sup>	Quejas de Pasajeros	VALLE SAGRADO		MACHUPICCHU	
		N <sup>o</sup>	%	N <sup>o</sup>	%
01	Corto Tiempo de visita los atractivos	18	24%	17	22%
02	Limitada información	17	22%	16	21%
03	Poca amabilidad del conductor que maneja el transporte	4	5%	8	10%
04	Poca amabilidad de los guías de turismo	4	5%	6	8%
05	Impuntualidad	13	17%	15	19%
06	Incomodidad por compartir en los tours pasajeros de habla portuguesa y habla española	4	5%	4	5%
07	Muchas personas en los tours	4	5%	6	8%
08	Mucho tiempo destinado para compras en Awanacancha y Pisac Mercado	8	10%	00	00
09	Otros	5	7%	5	7%
<b>TOTAL</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

n=77

Fuente: Elaboración Propia

**GRAFICO 07**

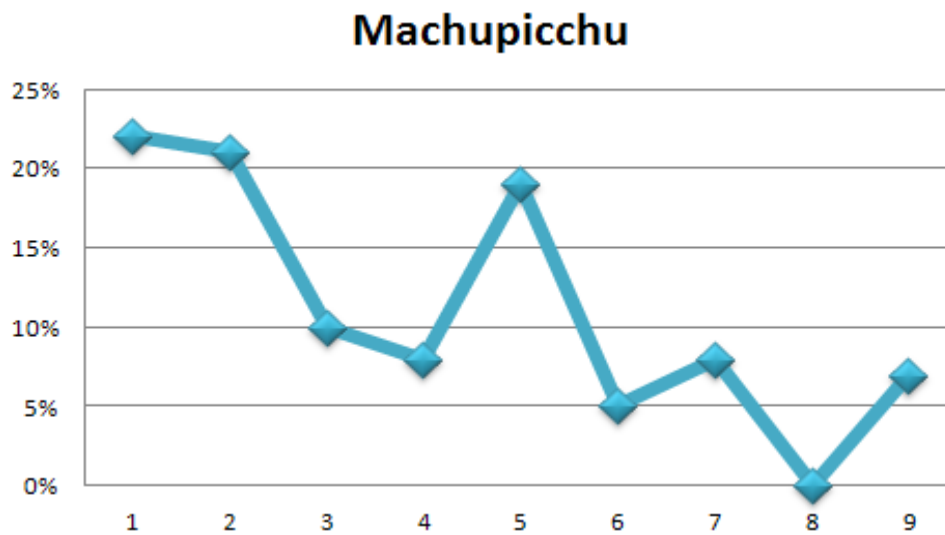
**DISTRIBUCION DE QUEJAS SEGÚN EL TOUR DE VALLE SAGRADO**



Fuente: Elaboración Propia

**GRAFICO 08**

**DISTRIBUCION DE QUEJAS SEGÚN EL TOUR DE MACHUPICCHU**



Fuente: Elaboración Propia



A continuación, se analiza, comenta y opina sobre cada uno de los comentarios generales negativos de pasajeros:

#### **4.1.11.1.Corto Tiempo de visita en los atractivos**

Los pasajeros consideran que el tiempo de Visita en el tour de Valle Sagrado y sobre todo Machupicchu es muy corto, lo que sugieren es que se tome más tiempo de visitan en el caso del Valle Sagrado en el atractivo turístico que es Ollantaytambo y en Machupicchu una alternativa para conocer un poco más, los comentarios negativos son:

- Corto tiempo de visita en Machupicchu
- Poco tiempo de Visita
- Tiempo de visita muy corto

Desde nuestro punto de vista, la visita sobre todo en Valle Sagrado debería concentrarse en el centro arqueológico, en este caso Ollantaytambo, entre una hora a una hora y 30 minutos, en el caso de la ciudadela inca de Machupicchu, lo que hoy conocemos como full day (tour de todo el día), se debería orientar a un tour 02 días y 01 noche, ya que el tiempo de visita que se brinda de 2 horas y 30 minutos a 3 horas no es suficiente para ver y conocer el lugar. La inversión es considerable y el tiempo para visitar el Valle Sagrado, sobre todo Machupicchu es muy corto.

#### **4.1.11.2.Limitada Información**

Se sugiere mayor información no solo por parte del operador del exterior, sino también del guía y del personal quienes atienden a los pasajeros.

Principales quejas negativas de pasajeros son:

- Poca información por parte del guía sobre el lugar que se está visitando
- Cuando se hace una pregunta, posterior a la explicación, no siempre es respondida por el guía
- Información deficiente respecto al uso del boleto integral y parcial
- No dieron información sobre los tours que debía realizar y que debía llevar

Desde nuestro punto de vista, la información es esencial, ya que así puede ubicar bien a los pasajeros, respecto a todos los servicios que toma con la agencia de Viajes y además es una orientación de lo que podrá hacer el pasajero en su tiempo libre.

#### **4.1.11.3.Poca amabilidad del conductor que maneja el transporte**

Los pasajeros expresan su molestia por el comportamiento de conductor con los siguientes comentarios negativos:

- Conductor no responde el saludo
- Conductor maneja muy rápido

Desde nuestro punto de vista, la capacitación para conductores no solo debe ser en transporte sino en ética profesional, es muy importante ya que el conductor es uno de los involucrados en la atención directa de los pasajeros,

es quien da la cara al pasajero, la presentación personal y empatía son muy importantes.

#### **4.1.11.4. Poca amabilidad de los guías de Turismo**

Se sugiere mayor atención por parte de los guías a los pasajeros, ya que de ellos dependerá la experiencia que se lleven los mismos a su país, tenemos los siguientes comentarios negativos:

- Guía no da buena información, no teníamos respuesta a las preguntas
- Guía no presta atención cuando le hablas
- Guía tenía malos modales
- Guía nos abandonó
- Más identificación por parte del guía

Desde nuestro punto de vista el guía es quien debe tener mayor empatía con el pasajero, como se diría ganarse al pasajero, ya que a través de este se conoce nuestra cultura y la agencia de viajes gana más pasajeros recomendados.

#### **4.1.11.5. Impuntualidad**

Los pasajeros expresan su molestia por la impuntualidad en los recojos para el inicio de los tours, pasajero quien es recogido primero en los tours en compartido o conocido como pool, es quien recorre cada uno de los hoteles causando molestia en ellos ya que podrían tener más tiempo para descansar,

los mensajes enviados un día antes por la agencia Viajes Pacifico Cusco son de una hora determinada y llegan retrasados, los comentarios negativos son:

- Poco tiempo para descansar
- Empezamos muy tarde el tour
- Esperamos casi 45 minutos antes de empezar el tour
- Impuntuales
- Mucha demora en el recojo de pasajeros

Desde nuestro punto de vista, los tiempos en la hora de recojo se deben cumplir, el pasajero se encuentra listo en cada hotel en el que se realiza el recorrido, el acceso a los hoteles del centro histórico es muy complicado ya que se tiene restricciones por parte de la municipalidad, solo unidades pequeñas entraran al centro histórico, lo que causa demora en el inicio de los tours y los recojos, adicional a ello, se observó que la agencia tiene unidades de apoyo para el recojo de los diversos tour que por lo general van con trasladista como apoyo.

#### **4.1.11.6. Incomodidad por compartir en los tours pasajeros de habla portuguesa y habla española**

Se sugiere por parte de los pasajeros no juntar pasajeros de hablan portugués y español, ya que este se convierte en un tur en español y muchos de ellos no comprenden la información dada por el guía.

- No deberían mezclar en los tours pasajeros que hablen el idioma portugués con el español

- No deberían mezclar en portugués con el español

Desde nuestro punto de vista en lo posible los pasajeros deberían tomar los tours separados, para brindar una mejor y mayor información, en todo caso el guía debía ofrecer información también en portugués.

#### **4.1.11.7. Muchas personas en los tours**

Los pasajeros sugieren que en los tours debería haber menor cantidad de pasajeros para que puedan recibir una buena y clara información y todos puedan ser bien atendidos, los comentarios negativos son:

- Muchas personas en un tour
- El guía nos abandonó y se fue con el grupo, información limitada
- Bastantes personas en los tours

Desde nuestro punto de vista, el máximo número de pasajeros por grupo en servicio compartido debe ser 20, para la visita en cada centro arqueológico y así brindar una mejor atención a cada uno de los pasajeros, si pasara de esta cantidad, se debe requerir de los servicios de un guía asistente.

#### **4.1.11.8. El tiempo para realizar compras en Awanacancha y Pisac Mercado en el tour de Valle Sagrado**

Los pasajeros llegan a nuestra ciudad con la motivación de conocer los atractivos turísticos, sin embargo, causa incomodidad en el tour de Valle Sagrado por parte de los pasajeros la ampliación de la visita en Awanacancha

(más de 45 minutos) y Pisac Mercado (más de 45 minutos), dándole mayor tiempo e importancia a las compras, realizadas en los lugares ya mencionados, los comentarios negativos son:

- Tiempo para compras más de una hora en Pisac Mercado y Awanacancha
- Mucho tiempo en Awanacancha después de ver a los camélidos
- Tiempo de compras en Pisac Mercado más de una hora, después de la explicación de la platería

Desde nuestro punto de vista, el tiempo estimado de visita no debería pasar los 45 minutos establecidos por la agencia de viajes, ya que, en un tour en compartido, tenemos pasajeros de diversos perfiles y expectativas quienes buscaran cumplir sus expectativas de acuerdo a que este orientado su viaje.

#### **4.1.11.9.Otros**

También tenemos quejas de pasajeros en menores porcentajes como:

- Excursiones caras para lo que ofrecen
- Idioma ingles no se entiende
- Transporte sucio, sin aire acondicionado
- En el tour de Valle, no se visita Pisac Ruinas
- Personal debería tener más identificación con su país y empresa

## **4.2. RESULTADOS DE ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES**

Se presenta 19 resultados de entrevistas al personal de Viajes Pacifico Cusco, distribuidos de la manera siguiente: 03 entrevistas a jefes, 13 entrevistas a guías de turismo, 03 entrevistas a conductores, por razones de investigación se informa solo los nombres mas no los apellidos.

### **4.2.1. ENTREVISTAS A JEFES**

#### **INFORMANTE 01**

El puesto que ocupo es de programador de los servicios de Cusco que ofrece la agencia, soy técnico en Turismo y llevo 12 años trabajando en la agencia Viajes Pacífico, como programador tengo 05 años.

En los años de experiencia los motivos de quejas de pasajeros regularmente son por: la ubicación del hotel, impuntualidad, guías que no llenan las expectativas de los pasajeros, entre ellas la poca experiencia del guía y la antigüedad de la unidad; una queja de mayor impacto fue cuando se programó una unidad que estaba en mal estado, era un proveedor de servicio de transportes, quien llevo a pasajeros VIP, causando incomodidad en los mismo y por esa razón perdimos una de nuestras cuentas VIP, se tomó, acciones correctivas para el trasladista por no revisar la unidad antes del servicio, se separó al proveedor por brindar una unidad en mal estado.

Una alternativa de solución para evitar futuras quejas de pasajeros, es brindar al personal, la oportunidad que tomen la iniciativa y sean proactivos en

su trabajo, realizando un seguimiento al pasajero de acuerdo a sus necesidades, también propondría, capacitaciones constantes a todo el personal con un mínimo de 03 meses, a través de charlas, saliendo al campo, Viajes de Inducción y motivación a todo el personal incentivar al personal por el buen trabajo que realiza, recordar los procesos de trabajo en los momentos que sean necesarios. (Entrevista a Oscar, 15 de agosto 2016)

## **INFORMANTE 02**

Los motivos de quejas de pasajeros son, por los recojos para las diferentes excursiones que brindamos en compartido o regular, los perjudicados son los primeros pasajeros, ya que pasan a recoger a cada pasajero hotel por hotel.

Las huelgas o paros dentro de la ciudad o en el Valle Sagrado, impiden las visitas ya programadas de los pasajeros, causando molestias en los mismos, ya que el itinerario con el que vino desde su país de origen está siendo alterado y muchas veces el tiempo no es suficiente para reprogramar todos los tours contratados, a consecuencia de estas molestias se han perdido cuentas en el exterior.

Las capacitaciones al personal, no está considerado como una alternativa de solución pero sirve para prestar mayor atención en el servicio al pasajero, ya que todos los pasajeros quieren que los escuchen y atiendan sus problemas; las quejas de pasajeros no se pueden evitar, una medida correctiva sería hacer seguimiento a sus servicios, para que todo salga bien; una llamada



de atención no es una alternativa de solución, considero que se debe conversar con el personal para mejorar en los puntos que están faltando, esto se corrige con capacitaciones constantes al personal. (Entrevista a Pedro, 15 de agosto 2016)

### **INFORMANTE 03**

Soy Licenciado en Turismo de la Universidad Andina del Cusco, recibo capacitación por parte de la empresa en gestión de calidad, que esta asumido en su totalidad por la misma empresa, mi trayectoria en la empresa es más de 12 años, empecé como practicante y hace 03 años tengo el puesto de Supervisor de Calidad.

En el tiempo que vengo trabajando en Viajes Pacifico Cusco, los principales motivos de queja de los pasajeros son: el tiempo de visita en el tour de Machupicchu, la inclusión de los almuerzos en los tours de full day, quejas de guías acerca de la conducción de grupos, conductores y lugares de visita.

Una queja de mayor impacto fue la de una pasajera que se fracturo la columna en una unidad por no utilizar el cinturón de seguridad, vale resaltar que todos los guías están capacitados para brindar la información necesaria al pasajero cuando este se encuentra dentro del bus, entre ella se tiene en la empresa como norma el uso de cinturón de seguridad en todas la unidades de transporte, guías y trasladistas están obligados a dar información a cada file que es atendido por ellos, la queja por parte de la pasajera fue que el bus era viejo, se quejó del TC y del guía; la unidad era de uno de nuestros proveedores, se le

separo de la empresa por dar falsos testimonios, la pasajera tuvo que ser trasladada en una ambulancia aérea hasta su país para que sea intervenida quirúrgicamente los gastos fueron asumidos por el seguro de viajes con el que contaba la pasajera.

Dentro de las alternativas de solución tenemos la capacitación del personal sobre temas como: perfiles de pasajeros por cantidad de pasajeros que manejamos al mes, atención al cliente esto para personal operativo y de campo (guías, trasladistas, conductores, personal de aeropuerto); dentro de las acciones correctivas está el conversar con el personal, las capacitación deben ser constantes, una vez identificada la causa del problema constante para buscar el tema de charla y a través de encuestas identificar qué es lo que está faltando, para brindar una mejor atención al pasajero.

Parte de las propuestas para disminuir las quejas de pasajeros son: que los trenes se tomen en las frecuencias 31(vistadome 06:40 hrs. que sale de la estación de Poroy) y el tren 604(vistadome 17:23 hrs. que llega a la estación de Poroy), para que pasajero tenga mayor tiempo de visita en la ciudadela inca de Machupicchu; mayor información al pasajero, esto se debe implementar a través del trasladista con herramientas tecnológicas, para mostrar los diversos lugares de visita; capacitaciones constantes al personal de campo (guías, trasladistas, personal de aeropuerto, conductores); para el Valle Sagrado se debe monitorear el tiempo a través de nuestra área de 24 horas , ya que actualmente no se respeta el timing establecido por la empresa. (Entrevista a Moisés, 17 de agosto 2016)

#### **4.2.2. ENTREVISTAS A GUIAS DE TURISMO**

##### **INFORMANTE 04**

Soy guía oficial de Turismo, trabajo en Viajes Pacifico 08 años, me actualizo constantemente en el Instituto Nacional de Cultura y en la DIRCETUR; una llamada de atención considero que solo es necesario si solo lo amerita, este sirve para no volver a cometer el mismo error. (Entrevista a Romain, 01 de septiembre 2016)

##### **INFORMANTE 05**

Soy Licenciado en Turismo, tengo 27 años y trabajo 05 años en Viajes Pacífico; uno de los motivos de quejas de los pasajeros es la información limitada por parte del operador, la mixtura de idiomas del portugués y español en los diferentes tours ofrecidos por la agencia, los pasajeros consideran que deberían separlos.

La capacitación al personal en general es importante, para evitar futuras quejas de pasajeros, se debe también capacitar al personal de las cuentas extranjeras quienes venden el paquete, para que el pasajero llegue a nuestro país con la información adecuada y no se entere aquí de lo que tiene que hacer en cada tour. (Entrevista a Gabriel, 01 de septiembre 2016)

##### **INFORMANTE 06**

Para evitar quejas de pasajeros los trasladistas deben brindar una buena y correcta información, ya que pasajeros no conocen el desarrollo de los tours

comprados; una alternativa de solución a las quejas de pasajeros, es brindar una capacitación constante al personal de operaciones y a los guías, hacer mayor seguimiento de cada uno de los files. (Entrevista a Hernán, 05 de septiembre 2016)

#### **INFORMANTE 07**

Soy guía oficial de Turismo, trabajo 10 años en la empresa y tengo 12 años guiando turistas, en el tiempo que vengo trabajando en Viajes Pacífico las principales quejas de los pasajeros son por la ubicación de hoteles y la comida servida en los restaurantes en el Valle Sagrado y Machupicchu, muchas veces no es de su agrado.

Una alternativa de solución que evite quejas de pasajeros definitivamente son las capacitaciones constantes al personal en general tanto de campo como operativo, así tendremos excelencia en nuestra atención al pasajero, desde mi punto de vista una alternativa de solución que nace de uno mismo es trabajar concentrados en lo que hacemos, con nuestros 05 sentidos, desde el personal operativo hasta el personal de campo. (Entrevista a Rosa, 05 de septiembre 2016)

#### **INFORMANTE 08**

Soy licenciado en Turismo, recibo cursos de capacitación en la DIRCETUR, en los días culturales (martes) de la COLITUR, tengo 10 años trabajando en Viajes Pacífico Cusco y 15 años de experiencia guiando turistas, en tiempo que trabajo en Viajes Pacifico, los motivos de quejas principales de

pasajeros son por la mala información y entendimiento por parte del pasajero, el tiempo de visita a los atractivos turísticos que ofrecemos.

Una alternativa de solución para evitar futuras quejas son las capacitaciones en capacidad de solución frente a una queja o problema suscitado en destino, el personal de las cuentas del extranjero también de estar capacitado para que brinden la información correcta al pasajero sobre los paquetes turísticos que Viajes Pacífico vende, ya que muchas veces pasajeros no tienen una buena información por parte del operador y la información que se le brinda en destino es diferente produciéndose así una queja por parte del pasajero; otra alternativa de solución sería el cambio de frecuencia de los trenes buscar una frecuencia de ida y retorno que brinde más tiempo al pasajero en la ciudadela inca de Machupicchu, capacitación en idiomas inglés y portugués (sobre todo vocabulario), para brindar una información clara al pasajero. (Entrevista a Yuber, 07 de septiembre 2016)

#### **INFORMANTE 09**

Soy guía oficial de Turismo, me actualizo constantemente en técnicas de guidismo e información, realizo capacitaciones en Ruta Barroca, Arte Colonial (cursos de que son al término de la temporada alta), técnicas de guidismo con Alfredo Hinojosa en los diversos tours, tengo 13 años guiando turistas y trabajo 05 años en Viajes Pacífico Cusco.

Las quejas de pasajeros son por la programación, recojos muy temprano, puntualidad a la hora de los recojos, los paquetes vendidos por el operador son

muy ajustados, son estresantes y complicados para el pasajero que viene a disfrutar de un buen viaje, la limitada información brindada a los pasajeros sobre las distancias entre los hoteles del Valle, el pernocte en Valle y no en Aguas Calientes.

Para evitar futuras quejas de pasajeros debe haber un engranaje en la información que se le brinda al pasajero, esta debe ser clara, es importante que todos los involucrados estemos informados, sobre todo el guía quien es quien da la cara al pasajero y así brindar una atención personalizada. (Entrevista a Ricardo, 08 de septiembre 2016)

#### **INFORMANTE 10**

Soy Licenciado en Turismo, tengo 05 años trabajando en Viajes Pacífico y 12 años como guía de turistas, considero que una alternativa de solución a las quejas de pasajeros es mejorar el servicio a través de la puntualidad, mejor comunicación con el área operativa(oficina). Una llamada de atención siempre es buena, esto hace que el profesional brinde una mejor atención al pasajero y hace mejor las cosas el día a día. (Entrevista a German, 08 de septiembre 2016)

#### **INFORMANTE 11**

Soy guía oficial de turismo, trabajo 13 años en Viajes Pacífico Cusco y tengo una experiencia de 15 años guiando turistas, en el tiempo que trabajo en la empresa los principales motivos de quejas de pasajeros son por el tiempo de visita a los atractivos turísticos, guías-- el nivel de manejo de grupo, transporte y algunas excursiones. Una alternativa de solución a estas quejas seria la

capacitación constante al personal, guías, trasladistas, conductores y el personal operativo; otra alternativa de solución sería la supervisión constante del trabajo que hace cada guía, subiendo a los tours con el guía, conversando, orientando, dar recomendaciones, por parte del supervisor de Operación o Calidad.

Una llamada de atención no es una alternativa de solución, si bien es cierto puedes mejorar lo que ya sabes, sin embargo, una motivación como una felicitación por el buen trabajo hace que te motives cada día por lo que haces. (Entrevista a Manuel, 12 de septiembre 2016)

## **INFORMANTE 12**

Soy Licenciado en Turismo, llevo trabajando en Viajes Pacífico 10 años desde el 2006 y tengo una trayectoria guiando turistas de 18 años, en todo este tiempo las principales quejas de pasajeros son por la impuntualidad en los recojos, descoordinación en los tours esto viene de pasajeros que son muy exigentes, muchas veces no comprenden razones; sobre la frase “ el cliente tiene la razón”, no siempre es así, se requiere una conversación con los pasajeros, ya que suelen exagerar o dicen “He pagado un monto muy alto por el viaje”, muchos aprovechan una queja buscando beneficios propios como compensaciones o devoluciones.

Las alternativas de solución para evitar las quejas de pasajeros serian, una mejor coordinación entre las áreas operativas, anticiparse a los hechos para evitar las quejas, prestar mayor atención en los servicios que se brinda al pasajero. (Entrevista a Vicente, 12 de septiembre 2016).

### **INFORMANTE 13**

Soy Licenciado en Historia y Técnico en Turismo, tengo capacitaciones en el extranjero y en Cusco ( Wilderness Medicine Institute – First Aid), trabajo 03 años en Viajes Pacífico Cusco y tengo una experiencia de 10 años guiando turistas. Los motivos de queja de pasajeros son por pérdida de maletas, información mala (se vende un tour y se brinda otro) por parte del trasladista, problemas dentro del viaje que no fueron solucionados a tiempo, por motivos de salud, retrasos en los vuelos, les hace perder algún tour(itinerario demasiado ajustado). Entre las alternativas de solución para evitar futuras quejas de pasajeros definitivamente tenemos a la capacitación de personal en general, esto haciendo un estudio en que estamos fallando o que falta reforzar en el personal, la información es clave sobre todo cuando debes transmitirla al pasajero, el no discutir con pasajero es una alternativa de solución, debemos tomar en cuenta todos los percances que tenga el pasajeros antes de dar una respuesta no podemos hablar sin estar bien informados, las llamadas de atención desde mi punto de vista no son una alternativa de solución porque estas juzgando al personal en lugar de ayudarlo a que mejore, también deberían tener en cuenta que una motivación para el personal son las felicitaciones por el buen trabajo realizado.(Entrevista a Rubén, 15 de Julio 2016)

### **INFORMANTE 14**

Soy guía oficial de Turismo, tengo 05 años de experiencia guiando turistas y 05 años trabajando en Viajes Pacífico, en el tiempo que trabajo en la



empresa la principal queja de los pasajeros es por la comunicación de sus servicios es decir información limitada por parte del personal de la empresa, indicando que dicha información no es clara, los pasajeros llegan a Cusco para disfrutar de su viaje, no para tener preocupaciones en su programa, estos programas deben darse de acuerdo al tiempo de permanencia e interés de los pasajeros y debe ser clara de acuerdo a cada excursión que realizara.

Una alternativa de solución a esta queja es que trasladistas y ejecutivos de venta brinde buena y clara información al pasajero, una llamada de atención no siempre es una alternativa de solución, mejor sería un intercambio de ideas acerca de la información que fue brindada a los pasajeros. (Entrevista a Washington, 15 de Julio 2016)

#### **INFORMANTE 15**

Soy Licenciado en Turismo, tengo 35 años y 10 años de experiencia guiando turistas, trabajo en Viajes Pacifico hace 03 años, en el tiempo que vengo trabajando en Viajes Pacífico Cusco , los motivos de queja de pasajeros son porque no les dan el servicio que compraron, para evitar estas quejas el personal que vende los paquetes turística deberían conocer cada paquete que ofrece Viajes Pacífico y así brindar una información clara de cada uno de los tours comprados por el pasajero; la coordinación entre el área operativa y el guía es fundamental para que la operación perfecta. (Entrevista a Álvaro, 24 de agosto 2016)

## **INFORMANTE 16**

Soy técnico en Turismo, trabajo desde hace 05 años en Viajes Pacífico y actualmente soy trasladista, en el tiempo que vengo trabajando en la empresa, las principales quejas que he percibido por parte del pasajero son el tiempo de espera para empezar un tour cuando el servicio es en compartido o regular, el tiempo de espera en los ingresos (TRF IN), también cuando el servicio es en regular, despertar muy temprano al pasajero para los diversos tour, el tiempo de visita en los atractivos turísticos que es muy corto, la puntualidad, y el dominio del idioma inglés que muchas veces no es comprendido.(Entrevista a Mijhail, 24 de agosto 2016)

### **4.2.3. ENTREVISTAS A CONDUCTORES**

## **INFORMANTE 17**

Hace 03 años entre a trabajar a la agencia Viajes Pacífico, tengo una experiencia de 34 años manejando vehículos de transporte turístico y una licencia de conducir de la categoría AIIC, en este periodo he recibido una capacitación en la escuela de conductores por 02 días, financiada por la agencia de Viajes.

En el tiempo que vengo trabajando en la empresa pasajeros me comentan sobre el maltrato que reciben de parte de los trasladistas, que son irrespetuosos, que nos les brindan la atención que merecen.

Considero que una alternativa de solución es la capacitación al personal para brindar una buena información al pasajero, mayor atención y cuidado en cada uno de ellos, una llamada de atención ayuda a poner mayor atención y cuidado en el trabajo, debemos mejorar nuestros servicios y así brindar una mejor calidad de nuestros servicios. (Entrevista a Valerio, 25 julio 2016)

### **INFORMANTE 18**

Llevo 14 años trabajando para la agencia Viajes Pacífico, tengo licencia de conducir de la categoría AIIIA, he recibido capacitaciones en SENATI y en la Escuela de Conductores Lideres del Sur en mecánica y técnicas de manejo a la defensiva, en el tiempo que trabajo en esta empresa las quejas de pasajeros son muchas, entre las principales están mala información por parte del trasladista y el operador del exterior, la información es limitada, por lo general el itinerario de pasajero no coincide, es decir lo que le brindaron en su país no coincide con el servicio brindado en Cusco, tenemos la impuntualidad este tema es un largo de conversar, desde mi punto de vista la hora de recojo no deberían ser en hora punta, considero adelantarla una hora antes o una hora y media, los lugares de visita con muy congestionados, en caso del city tour que ofrecemos, la congestión se centra en San Cristóbal, San Blas (Lucrepata) y El mercado de San Pedro, debemos pensar alternativas de solución para evitar quejas de pasajeros, la alternativa que brindaría sería centralizar los recojos, por la cantidad de pasajeros que tenemos no solo un guía y un trasladista deberían recoger al pasajeros sino un apoyo más , llevarlos a un punto en donde la unidad pueda recoger a todos los pasajeros y ahí empezar el tour, sería mucho

más fácil y accesible así no llegaríamos tan tarde a la hora pactada del recojo, sobre todo de los hoteles que se encuentran en el centro histórico. Una llamada de atención no es la solución a un problema, el personal de oficina no ve la realidad en el campo, una cosa es seguir un proceso o una teoría al pie de la letra y otra esa vivirlo en el campo, donde el turista se lleva toda la experiencia. (Entrevista a Gabriel, 01 septiembre 2016)

#### **INFORMANTE 19**

Trabajo en Viajes Pacifico hace 5 años, como conductor, tengo licencia de conducir categoría AIII A, he recibido capacitaciones en básica mecánica por mi cuenta, en el tiempo que estoy trabajando en la empresa, las quejas de pasajeros son sobre información limitada, el corto de tiempo de visita sobre todo en el tour a Machupicchu, la información por parte de los guías no es fluida, repiten un mismo libro de memoria; considero que las alternativas de solución serian capacitaciones a los guías, motivarlos para que sean más dinámicos y brinden una información clara y precisa. (Entrevista a Carlos, 23 de diciembre 2016)

#### **4.2.4. TENDENCIAS RECOGIDAS DE LAS ENTREVISTAS**

De las entrevistas realizadas se identifican las siguientes tendencias:

- Se hace capacitaciones constantes a personal en general (personal operativo – oficina, personal de campo – guías, trasladistas, personal de aeropuerto, conductores) pero estas no son suficientes.

- Es clave la capacitación al personal de campo, ejecutivos de venta y personal de las agencias operadoras del extranjero, sobre los paquetes ofrecidos por la agencia Viajes Pacífico para brindar una buena y clara información a los pasajeros sobre cada programa que compra.
- El tiempo de las visitas a los atractivos turísticos se deben ampliar, para que el pasajero disfrute más del lugar.
- La puntualidad es un factor importante para evitar quejas de pasajeros.
- Una buena coordinación entre el área operativa y el personal de campo es esencial para brindar un buen servicio al pasajero.
- Las llamadas de atención sirven para que el personal ponga mayor atención en su trabajo, no necesariamente es una alternativa de solución.

## **CAPITULO V**

### **DISCUSION Y PROPUESTAS**

#### **5.1. DISCUSION**

Según los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación y con el objetivo de identificar y analizar los motivos de quejas de pasajeros utilizando como herramienta las encuestas de servicios en los tours de Valle Sagrado y Machupicchu, las mismas que fueron realizadas en la Agencia Viajes Pacifico ubicada en Av. El Sol 817, a una población de 11 010 pasajeros.

Se obtuvo lo siguiente; la mayor afluencia de pasajeros son de nacionalidad mexicana, están entre los 28 a 32 años, el público femenino es mayor de acuerdo con las encuestas de servicios, por lo que se presume que las mujeres son más viajeras.

Viajes Pacifico Cusco, cuenta con una calidad de servicios referente a puntualidad, servicio del guía, dominio del idioma, uso de transporte, presentación del conductor y tiempo de vista por lugar, con un 80% de satisfacción de los servicios que se brindan a los pasajeros, que los posiciona como líderes de Latinoamérica, cuenta con la

certificación ISO 9001-2008 que se obtuvo en el 2010, siendo recertificado en el 2013 y en el 2016.

## **5.2. PROPUESTAS**

### **PROPUESTA N°1**

#### **IMPLEMENTAR EL AREA DE GESTION EN VIAJES PACIFICO CUSCO**

Viajes Pacifico Cusco, debería contar con un asistente de Gestión Humana, porque la cantidad de colaboradores excede los 40 en la sucursal, para que el mismo pueda coordinar capacitaciones constantes, coordinaciones para motivar o incentivar al personal, entre otros.

### **PROPUESTA N° 2**

#### **CAPACITACION A LOS GUIAS DE TURISMO Y PERSONAL DEL AREA DE OPERACIONES DE LA AGENCIA VIAJES PACIFICO EN EL IDIOMA INGLES PARA BRINDAR UN MEJOR SERVICIO**

### **FUNDAMENTO**

La capacitación es un proceso de adquisición o creación de conocimientos, habilidades y actitudes que se traduce en la posesión de nuevas capacidades y permite a las personas o grupos sociales un mejor despliegue de su potencial productivo. (Van, 1994).

## **JUSTIFICACION**

Capacitar a los guías de turismo y al personal de área de operaciones que trabaja en la agencia Viajes Pacifico, teniendo en cuenta los problemas y las limitaciones en la fluidez, la buena pronunciación del idioma ingles que es primordial para el profesional en turismo.

## **PARTICIPANTES**

Guías de Turismo y Personal Operativo de la Agencia Viajes Pacifico

## **DESCRIPCION**

La propuesta busca capacitar a los guías de turismo y personal del área de operaciones, de acuerdo a los siguientes pasos:

### **Paso 1**

Coordinar con Gestión Humana y Gerencia Regional Cusco para contratar a un profesor de inglés técnico, que evalúe a cada colaborador, para tener una referencia del nivel de inglés hablado y escrito, teniendo en cuenta que conductores deberán tener una previa enseñanza del inglés básico, mínimo con 3 meses de clases dictadas.

### **Paso 2**

Poner en práctica lo aprendido durante la realización de sus tareas diarias

### **Paso 3**

Realizar una evaluación interna respecto al nivel de aprendizaje logrado u obtenido por los colaboradores, esta deberá realizar cada 3 meses como máximo, para verificar si las capacitaciones dieron los resultados esperados y viables para la continuar con dicha capacitación para un nivel intermedio.



### **PROPUESTA N°3**

#### **TALLER DE ATENCION AL CLIENTE Y SISTEMA VIAJES PACIFICO**

#### **JUSTIFICACION**

Capacitar al personal de área de operaciones de la agencia Viajes Pacifico, teniendo en cuenta los problemas y las limitaciones en la comunicación, entre personal de campo y personal operativo, debe haber mayor eficacia para dar una respuesta inmediata, frente a un problema del pasajero.

#### **PARTICIPANTES**

Guías de Turismo y Personal Operativo de la Agencia Viajes Pacifico.

#### **DESCRIPCION**

La propuesta busca capacitar al personal del área operativa, de acuerdo a los siguientes pasos:

##### **Paso 1**

Coordinar con Gestión Humana y Gerencia Regional Cusco para evaluar el conocimiento de atención al cliente y el sistema Viajes Pacifico, propio de la empresa.

##### **Paso 2**

Realizar capacitaciones, para entender y manejar el sistema operativo Viajes Pacifico.

##### **Paso 3**

Realizar evaluaciones constantes al personal operativo, respecto al nivel de aprendizaje logrado.

## CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Se ha verificado estadísticamente que en promedio el 20% de los motivos de quejas presentados por los pasajeros que utilizaron los servicios turísticos operados por Viajes Pacífico Cusco en los meses de Marzo a Mayo 2016, son sobre impuntualidad, fluidez del idioma inglés en los guías de turismo, limpieza del transporte, trato de conductor, limitada información al pasajero sobre su itinerario y corto tiempo de visita en los atractivos turísticos.

**SEGUNDO:** Se ha evidenciado mediante la estadística descriptiva que el 80% de 386 pasajeros, que realizaron el tour de Valle Sagrado y Machupicchu operados por Viajes Pacífico, se encuentran satisfechos.

**TERCERO:** Viajes Pacífico Cusco cuenta con un Reglamento Interno y Manuales administrativos, son fuentes de capacitación y sirven para que el personal conozca cada uno de los procedimientos de la empresa y así disminuir el 20% de los diferentes grados de insatisfacción de pasajero.

## SUGERENCIAS

**PRIMERO:** Para disminuir el porcentaje de quejas por los servicios que presta Viajes Pacífico Cusco, se sugiere capacitaciones en los temas de atención a los clientes, idiomas, retroalimentación constante para la mejora continua, mayor control y supervisión al personal.

**SEGUNDO:** Se sugiere organizar mejor los tiempos en los recorridos, horarios, número máximo de pasajeros por tour, las decisiones deben ser tomadas en base a datos y hechos objetivos.

**TERCERO:** Se sugiere motivar al personal mediante actividades dentro y fuera de la empresa, este debe estar a cargo de un personal de Recursos Humanos en la sede de Viajes Pacífico Cusco.

## BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Recuperado el 02 de Julio de 2016, de (<http://www.mujeresdeempresa.com/atencion-al-cliente-gestion-de-quejas/>)
- Arciniega, E. M. (2004). *Programa de Capacitación y Motivación – Grupo Flecha Amarilla - Universidad Tecnológica de Querétaro*. México.
- CALTUR. (2007). *Proyecto de Manual de Buenas Practicas Gestión de Servicio Agencia de Viajes y Turismo*.
- CERT, O. (02 de Marzo de 2018). *Instituto de Certificación*. Obtenido de <http://www.ocacert.com/Q-ICTE.php-04/03/2018>
- Chauvin, S. (03 de Julio de 2016). *webempresa*. Obtenido de (<http://www.mujeresdeempresa.com/atencion-al-cliente-gestion-de-quejas/>)
- Cooper , C. (2007). *El Turismo: Teoría y Práctica*. Editorial Síntesis S.A.
- Crosby, B. P. (1987). *La calidad no cuesta. El arte de cerciorase de la calidad*. Continental, S.A. de C.V.
- DIRCETUR CUSCO. (2009). *Manual de Calidad para Servicio Turísticos en Agencias de Viajes y Turismo*.
- Esparza , L. (2012). *Perfil de Puesto y Manual de Funciones Viajes Pacifico*.
- Esparza, L. (2016). *Manual de Calidad Viajes Pacifico*.
- Esparza, L. (2016). *Manual de Inducción Viajes Pacifico*.
- Esparza, L. (2016). *Manual de Reservas Viajes Pacifico*.
- Farfán, T. C. (2015). *La Gestión del Servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de los Clientes Caso: MUSEO SAN FRANCISCO DE LIMA*. Lima.
- Gestión Humana, V. P. (2016). *Reglamento Interno de Trabajo*. Lima.

- Hernández, S. R. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición*. México DF.: Mc Grau Hill.
- INDECOPI. (2011). *Código de Protección y Defensa del Consumidor: Derechos de los Consumidores y Libro de Reclamaciones*.
- ISO. (2015). *Norma Internacional ISO 9001:2015*. Ginebra: Secretaria Central ISO Ginebra Suiza.
- López, C. (18 de Mayo de 2001). Recuperado el 22 de Julio de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/10-mandamientos-atencion-cliente>
- Malca, J. (2016). *Manual de Servicios Viajes Pacifico*.
- MINCETUR. (2005). *Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo*. Lima.
- Pereyra, O. K. (2013). *Tesis: Motivos de quejas de turistas en tours tradicionales por servicio pool: el caso, Agencia receptiva GATUR CUSCO de la ciudad del Cusco Universidad Andina del Cusco - Escuela Profesional de Turismo*.
- Pérez, P. (3 de marzo de 2014). *TURISMO*. Recuperado el 04 de Julio de 2016, de <http://http://definicion.de/servicios-turisticos>
- Pérez, P. J. (2015). *Definicion.DE*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de <http://definicion.de/pasajero/>
- Poder Judicial del Perú. (2007). *Diccionario juridico*. Recuperado el 02 de Junio de 2016, de <http://historico.pj.gob.pe/servicios/diccionario/diccionario.asp>
- SERNATUR. (03 de Marzo de 2018). *Calidad Turística*. Obtenido de [www.calidadturistica.cl/el-sello-de-calidad-turistica](http://www.calidadturistica.cl/el-sello-de-calidad-turistica)
- UNSAAC – NUFFIC. (1990). *Instituto de investigación “ La entrevista como técnica de Investigación ”*.

Van, I. y. (1994). Pacha Mama Raymi. *Cuadernos Andinos Andinos Euroconsult*, 16.

Zambrano, G. R. (2014). *Tesis: La Motivación del Recurso Humano y la Satisfacción Laboral en la Agencia Viajes Pacífico Cusco*. Cusco.

# **ANEXOS**

## ANEXO N° 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

### **TÍTULO: QUEJAS DE PASAJEROS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION POR SERVICIOS TURISTICOS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO CUSCO, 2016**

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS / INSTRUMENTOS
<b>Problema General:</b> ¿Cuáles son los principales motivos de quejas presentados por pasajeros y las alternativas de solución que se implementaron en los servicios turísticos por los tours Valle Sagrado y Machupicchu operados por la agencia Viajes Pacifico Cusco, en los meses de Marzo, Abril y Mayo del 2016?  <b>Problemas Específicos:</b> ¿Cuáles son los principales motivos de quejas de los pasajeros de Viajes	<b>Objetivo General:</b> Identificar y Analizar los motivos de quejas de pasajeros y alternativas de solución que se dieron en los servicios turísticos para los tours de Valle Sagrado y Machupicchu y Viajes Pacifico Cusco, 2016  <b>OBJ. ESP. 1:</b> Identificar y describir las principales quejas de pasajeros de Viajes Pacifico Cusco.	<b>Hipótesis General:</b> Los principales motivos de quejas se presentan en los tours de Valle Sagrado y Machupicchu operados por Viajes Pacifico en los meses de Marzo, Abril y Mayo del 2016, siendo las alternativas de solución implementar capacitaciones constantes.  <b>Hipótesis Específicas:</b> Los principales motivos de quejas del 18% al 20% de pasajeros son distribuidos entre las quejas sobre: La	Quejas de Pasajeros	La Puntualidad	% de quejas por impuntualidad / vez	Análisis de reportes de servicios / Fichas
				Los guías	% de quejas por servicios de los guías / vez	Entrevista / Guía
				El Idioma	% de quejas por dominio de idioma del guía o representante / vez	Análisis de reportes de servicios / Fichas
				El transporte	% de quejas por el uso del transporte / vez	Entrevista / Conductor
				El conductor	% de quejas por la presentación del conductor / vez	
				Los lugares Visitados	% de quejas por lugares no visitados / vez	Análisis de reportes de servicios / Fichas



<p>Pacífico Cusco?</p> <p>¿Cuáles son las alternativas de solución que la agencia Viajes Pacífico implementó para atender las quejas de los pasajeros?</p>	<p><b>OBJ. ESP. 2:</b> Identificar y describir las principales alternativas de solución a las quejas de los pasajeros por los servicios turísticos operados por Viajes Pacífico Cusco.</p>	<p>impuntualidad, el idioma inglés en guías, limpieza en el transporte y conductor y tiempo de visita.</p> <p>Las alternativas de solución que la agencia Viajes Pacífico Cusco implementa son: actividades de capacitación, llamadas de atención y memorándums.</p>	<p>Alternativas de Solución</p>	<p>Capacitaciones anuales</p> <p>Llamadas de atención</p> <p>Memorándums</p>	<p>Numero capacitaciones anuales / vez</p> <p>Número de llamadas de atención / servicios</p> <p>Numero de memorándums / vez</p>	<p>Análisis de documentos / sistema 2X CLIENT Viajes Pacífico</p> <p>Entrevista / Jefes</p>
--	--	--	---------------------------------	--	---	---

**ANEXO N°02 CUESTIONARIO DE REPORTE DE SERVICIOS**

**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

**REPORTE DE SERVICIOS DE PASAJEROS**

**TESIS: QUEJAS DE PASAJEROS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION POR  
SERVICIOS TURISTICOS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO CUSCO, 2016**

**Investigadora:** Rosa Fiorella Abarca Medina

La presente encuesta es el resultado del reporte de servicios de pasajeros durante la prestación de servicios turísticos en los tours de Valle Sagrado y Machupicchu, operados por la Agencia Viajes Pacifico Cusco, 2016.

**I.- DATOS GENERALES**

I.1.- NACIONALIDAD \_\_\_\_\_

I.2.- EDAD

18 –22	<input type="text"/>	38-42	<input type="text"/>	58-62	<input type="text"/>
23-27	<input type="text"/>	43-47	<input type="text"/>	63-67	<input type="text"/>
28-32	<input type="text"/>	48-52	<input type="text"/>	68- a más	<input type="text"/>
33-37	<input type="text"/>	53-57	<input type="text"/>		

I.3.- GÉNERO:

VARON

MUJER

**II.- SERVICIO TURISTICO OPERADO**

Excursión	Nivel de Satisfacción									
	Valle Sagrado					Machupicchu				
	MS	SA	ID	IS	MI	MS	SA	ID	IS	MI
<b>II.1.-Guia</b>										
<b>II.2.- Idioma</b>										
<b>II.3.-Puntualidad</b>										
<b>II.4.- Chofer</b>										
<b>II.5.- Transporte</b>										
<b>II.6.-Lugares Visitados</b>										

Dónde:

MS= Muy Satisfecho

SA= Satisfecho

ID= Indiferente

IS= Insatisfecho

MI= Muy Insatisfecho

**III.-COMENTARIOS GENERALES (Positivos o Negativos)**

---



---

**ANEXO N° 03 GUIA DE ENTREVISTAS**  
**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

**TESIS: QUEJAS DE PASAJEROS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION POR  
SERVICIOS TURISTICOS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO CUSCO, 2016**

**Investigadora:** Rosa Fiorella Abarca Medina

**GUIA DE ENTREVISTA A GERENTES O JEFES**

Buenos días / tardes Sr. (a):

La presente entrevista tiene como objetivo Determinar las principales quejas de pasajeros y alternativas de solución que se dan en los servicios turísticos para los tours de Machupicchu y Valle Sagrado operados por Viajes Pacifico Cusco, 2016, cuya información resultante será utilizada con fines académicos para la elaboración de una tesis de pre – grado.

**A) PERFIL DEL GERENTE O JEFE**

A.1.- ¿Qué profesión y grado académico tiene?

A.2.- ¿Usted se ha capacitado en gerencia o gestión turística? ¿Hace cuánto tiempo?

¿Qué institución fue la capacitadora?, Los costos de la capacitación lo pago la agencia o usted lo asumió? ¿Cuántas horas fue su capacitación?

A.3.- ¿Cuántos años trabaja en la empresa Viajes Pacifico?

A.4.- ¿Usted es de Cusco? ¿Qué edad tiene?

A.5.- ¿Cuántos años de experiencia tiene en el puesto?

## B) QUEJAS DE PASAJEROS

B.1.- En el tiempo que viene trabajando en Viajes Pacifico, ¿Cuáles son los motivos de quejas de los pasajeros?

B.2.- Recuerda ¿Cuáles son las quejas de pasajeros que fueron de mayor impacto y como se corrigió? y ¿Cuáles fueron sus consecuencias?

## C) ALTERNATIVAS DE SOLUCION

C.1.- ¿Usted considera que la capacitación del personal, es una alternativa de solución a las quejas de pasajeros? ¿Por qué?

C.2.- ¿Qué acciones correctivas se han tomado para evitar las quejas de pasajeros?

C.3.-Considera que una llamada de atención o memorándum al personal es una alternativa de solución para evitar futuras quejas de los pasajeros?

## D) OPINIONES

D.1.- ¿En los meses de Marzo, Abril y Mayo del 2016, se han registrados diversos casos de quejas, tiene una propuesta para disminuir el número de quejas?

**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

**TESIS: QUEJAS DE PASAJEROS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION POR  
SERVICIOS TURISTICOS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO CUSCO, 2016**

**Investigadora:** Rosa Fiorella Abarca Medina

**GUIA DE ENTREVISTA A GUIAS DE TURISMO**

Buenos días / tardes Sr. (a):

La presente entrevista tiene como objetivo Determinar las principales quejas de pasajeros y alternativas de solución que se dan en los servicios turísticos para los tours de Machupicchu y Valle Sagrado operados por Viajes Pacifico Cusco, 2016, cuya información resultante será utilizada con fines académicos para la elaboración una tesis de pre – grado.

**A) PERFIL DEL GUIA**

- A.1.- ¿Qué profesión y grado académico tiene?
- A.2.- ¿Usted se ha actualizado en técnicas de guidismo?
- A.3.- ¿Cuántos años trabaja en la empresa Viajes Pacifico?
- A.4.- ¿Usted es de Cusco? ¿Qué edad tiene?
- A.5.- ¿Cuántos años de experiencia tiene guiando turistas?

**B) QUEJAS DE PASAJEROS**

- B.1.- En el tiempo que viene trabajando en Viajes Pacifico, ¿Cuáles son los motivos de quejas de los pasajeros?
- B.2.- Cuéntenos los casos de queja que recuerda

**C) ALTERNATIVAS DE SOLUCION**

C.1.- ¿Usted considera que la capacitación del personal, es una alternativa de solución a las quejas de pasajeros? ¿Por qué?

C.2.- ¿Qué alternativas de solución usted daría a las quejas de pasajeros?

C.3.-Considera que una llamada de atención o memorándum es una alternativa de solución para evitar quejas de pasajeros?

#### D) OPINIONES

D.1.- ¿Qué opiniones tiene sobre las quejas de pasajeros por los servicios brindados por Viajes Pacifico?

**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

**TESIS: QUEJAS DE PASAJEROS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION POR SERVICIOS TURISTICOS OPERADOS POR VIAJES PACIFICO CUSCO, 2016**

**Investigadora:** Rosa Fiorella Abarca Medina

**GUIA DE ENTREVISTA A CONDUCTORES**

Buenos días / tardes Sr. (a):

La presente entrevista tiene como objetivo Determinar las principales quejas de pasajeros y alternativas de solución que se dan en los servicios turísticos para los tours de Machupicchu y Valle Sagrado operados por Viajes Pacifico Cusco, 2016, cuya información resultante será utilizada con fines académicos para la elaboración de una tesis de pre – grado.

**A) PERFIL DEL CONDUCTOR**

A.1.- ¿Qué categoría de licencia tiene?

A.2.- ¿Usted se ha capacitado en mecánica o técnicas de manejo a la defensiva?

A.3.- ¿Cuántos años trabaja en la empresa Viajes Pacifico y que tipo de vehículo maneja?

A.4.- ¿De dónde es? ¿Qué edad tiene?

**B) QUEJAS DE PASAJEROS**

B.1.- En el tiempo que viene trabajando en Viajes Pacifico, ¿Usted a recibido quejas de pasajeros y porque motivo?

B.2.- En su opinión ¿Por qué razones se genera quejas de pasajeros?

**C) ALTERNATIVAS DE SOLUCION**



C.1.- ¿Cuándo Ud., recibió su última capacitación? ¿En que considera que debería recibir capacitaciones?

C.2.- ¿Qué alternativas de solución usted daría a las quejas de pasajeros?

C.3.-Considera que una llamada de atención o memorándum es una medida correctiva?

#### D) OPINIONES

D.1.- ¿Qué opiniones tiene sobre las quejas de pasajeros por los servicios brindados por Viajes Pacifico y por las soluciones que da la agencia?