

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



TESIS

“Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024”

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

Autor:

Bach. Vila Santiago Flabio Cesar
(ORCID: 0009-0007-6045-5540)

Asesor:

Dr. Carpio Campos Wilton Vidauro
(ORCID: 0000-0002-2504-3539)

LINEA DE INVESTIGACION:

Desarrollo sostenible, Emprendimiento y Responsabilidad Social
Marketing

Pimentel, Perú, 2024.



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

TESIS

“Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024”

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

Autor:

Bach. Vila Santiago Flabio Cesar
(ORCID: 0009-0007-6045-5540)

Asesor:

Dr. Carpio Campos Wilton Vidauro
(ORCID: 0000-0002-2504-3539)

Dr. Wilton Carpio Campos

LINEA DE INVESTIGACION:

**Desarrollo sostenible, Emprendimiento y Responsabilidad Social
Marketing**

Pimentel, Perú, 2024.



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Wilton Vidauro Carpio Campos, docente de la Universidad Particular de Chiclayo en calidad de asesor realicé el debido control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de pregrado, según la directiva de similitud vigente; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe presentado por el bachiller: FLABIO CESAR VILA SANTIAGO titulado: "Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024".

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 29%, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud Turnitin. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Chiclayo, 06 de octubre del 2024.

Dr. Wilton Vidauro Carpio Campos
Docente - Asesor
ORCID: 0000-0002-2504-3539

Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

29%

INDICE DE SIMILITUD

30%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

16%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

TEMA DE TESIS

CALIDAD DEL SERVICIO Y DESEMPEÑO LABORAL EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO, AÑO 2024"

PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION Y FINANZAS



Bach. FLABIO CESAR VILA SANTIAGO
AUTOR



Dr. WILTON VIDAURO CARPIO CAMPOS
ASESOR



Mag. LUIS ALBERTO ELERA VILELA
PRESIDENTE



Mag. BETTY LILIANA ESPINOZA BAZAN
SECRETARIO



Mag. LUIS ORLANDO MORANTE ADRIANZEN
VOCAL

Dedicatoria

A mi familia por ser el motivo para salir adelante en mis metas personales y profesionales; así como a mis padres por el amor y educación brindado en mi vida.

Agradecimiento

De manera especial a los docentes de la Universidad Particular de Chiclayo quienes me ayudaron a la realización de mi trabajo de investigación y poder así cumplir la meta trazada de ser un profesional.

Índice

Índice de Contenido	viii
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO	5
III. METODOLOGÍA.....	19
3.1. Tipo de investigación.....	19
3.2. Diseño de investigación.....	19
3.3. Variables y Operacionalización	20
3.4. Población y Muestra de estudio.....	20
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	20
3.6. Procedimiento de recolección de datos e informaciones.	22
3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	22
IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	23
4.1. Análisis Estadístico Descriptivo:	23
4.2. Análisis Estadístico Inferencial:	27
4.3. Discusión de los resultados	31
V. CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS.....	51

Índice de Tablas

Tabla N° 01.	Niveles de la variable calidad del servicio	24
Tabla N° 02.	Niveles de las dimensiones de la variable calidad del servicio	25
Tabla N° 03.	Niveles de la variable desempeño laboral	26
Tabla N° 04.	Niveles de las dimensiones de la variable desempeño laboral	27
Tabla N° 05.	Resultado de la Prueba de Normalidad	28
Tabla N° 06.	Correlación entre calidad del servicio y desempeño laboral	29
Tabla N° 07.	Correlación entre las dimensiones de la variable calidad del servicio y la variable desempeño laboral	30

Índice de Figuras

Figura N° 01.	Niveles de la variable calidad del servicio	24
Figura N° 02.	Niveles de la variable desempeño laboral	26

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación fue determinar la relación entre la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, ante ello la investigación presentó un enfoque cuantitativo, del tipo básica, diseño no experimental y de corte transversal-correlacional. La técnica utilizada en la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento se aplicó dos cuestionarios para medir ambas variables, considerándose como población a 75 colaboradores, de los cuales se trabajó con la muestra censal, siendo la confiabilidad del 0,72 para la calidad del servicio y del 0,85 para el desempeño laboral, cifras que evidencian un grado de confiabilidad. En relación a los niveles (bajo, regular y alto) aplicados para la variable calidad del servicio, los encuestados respondieron en su mayoría en el nivel regular con el 61% y para la variable desempeño laboral el nivel bajo con un 57%; dentro de los resultados inferenciales se encontró una correlación positiva baja entre las variables, al tener un valor de $Rho = 0,238^*$ y un nivel de significancia p valor = 0,040 menor al 0,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación: Existe una relación significativa entre las variables calidad del servicio y desempeño laboral. También señalar que solo presentan correlaciones las dimensiones capacidad de respuestas y empatía con el desempeño laboral por mostrar un p valor de 0,04 y 0,03 respectivamente; siendo la dimensión capacidad de respuesta la que tiene mayor correlación con un 33%; así mismo no presentan ninguna asociación con las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad y seguridad por superar su significación mayor al 0,05

Palabras Claves: Calidad del servicio, desempeño laboral, elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuestas, seguridad y empatía.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the relationship between service quality and job performance in travel and tourism agencies in the Province of Huamanga, Ayacucho Region, Year 2024. Therefore, the research presented a quantitative approach, of the type basic, non-experimental and cross-sectional-correlational design. The technique used in data collection was the survey and as an instrument two questionnaires were applied to measure both variables, considering 75 collaborators as the population, of which we worked with the census sample, the reliability being 0.72 for quality. for service and 0.85 for job performance, figures that demonstrate a degree of reliability. In relation to the levels (low, regular and high) applied for the service quality variable, the majority of respondents responded at the regular level with 61% and for the job performance variable the low level with 57%; Within the inferential results, a low positive correlation was found between the variables, having a Rho value = 0.238* and a significance level p value =0.040 less than 0.05; Therefore, the research hypothesis is accepted: There is a significant relationship between the variables quality of service and job performance. Also note that only the responsiveness and empathy dimensions present correlations with job performance because they show a p value of 0.04 and 0.03 respectively; The responsiveness dimension being the one that has the highest correlation with 33%; Likewise, the dimensions tangible elements, reliability and security do not present any association because they exceed their significance greater than 0.05.

Keywords: Service quality, work performance, tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo como una actividad del tipo económico, social y en el campo empresarial que requiere la participación de actores esenciales (públicos, privados, gremiales, sociales y académicos). Estos actores deben contar con conocimientos, formación, experiencia y habilidades para liderar equipos interdisciplinarios, intersectoriales e interinstitucionales. Su objetivo es formar y coordinar esfuerzos para diseñar políticas de turismo que sean efectivas, competitivas y sostenibles, contribuyendo así al desarrollo integral de los países. (Plataforma turística 2020).

A nivel internacional el turismo, según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2021), el 2020, se ubicó en el noveno año seguido de crecimiento en la línea de sostenibilidad con 5% pasando por un año de crecimiento récord de 7%. En la situación del Perú, siguiendo ese mismo escenario, el turismo internacional, muestra un panorama de crecimiento muy positivo a nivel nacional, ante ello se manifiesta que el año 2021 creció 9,6 puntos porcentuales más que en el año 2020 (Mincetur, 2021), pero que estos resultados no se reflejan en diversos puntos del país, como es la Región Ayacucho en donde no presenta una calificación adecuadamente, con un nivel de prestación de forma deficiente, teniendo que mejorar los niveles de profesionalización en donde los colaboradores reciban una debida formación y capacitación del tipo formal y académica en mayor proporción. (Granados, 2010)

A nivel nacional, esta situación se refleja en empresas y organizaciones que atraviesan crisis institucionales, administrativas y funcionales, donde se observa un rendimiento deficiente. Este rendimiento inadecuado impide la participación eficiente de los empleados, lo que puede debilitar a la entidad. Como resultado, no se desarrolla una cultura relacionada a la calidad que se presenta en el servicio turístico, lo que se convierte en un problema significativo para organizaciones vinculadas a las agencias de viajes y turismo.

En el Perú, estos negocios están experimentando una reingeniería debido al estancamiento que vienen presentándose en algunas. Sobrevivirán aquellas que mejor se adapten a las últimas tecnologías y a las nuevas tendencias de un mercado dinámico. Actualmente, los consumidores buscan soluciones rápidas mediante plataformas digitales accesibles desde dispositivos con conexión a internet. Dentro de los principales problemas del tipo estructural que se presentan,

ante ello deben de reestructurarse, teniendo en cuenta algunos puntos como: Las limitaciones que se presentan en cuanto al acceso vinculado al capital tecnológico; en donde existe una reducida inversión en términos económicos (MYPES), mostrándose poco interés para con la automatización, sistematización en cuanto al marketing que perjudican la productividad (Miranda, y Valencia, 2021). Segundo: La informalidad (60% de las agencias son informales según la Cámara de Comercio Exterior y Turismo (CANATUR, 2020), se ve plasmada en agencias que emiten algún tipo de comprobantes de pago, así como guías turísticas, colaboradores que no están comprometidos por tener salarios bajo e irrisorios, también un punto a tomar en cuenta es la alta competencia como las agencias de viaje online que se da en los últimos tiempos (OTAs), la inseguridad es otro factor relevante. Tercero: Las rigideces que se muestran en el campo laborales (largas jornadas de laborales y las pocas facilidades en cuanto a la flexibilidad en relación a los horarios de trabajo que se trae como consecuencia a colaboradores poco comprometidos).

En cuanto a las agencias de viajes y turismo ubicadas en la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, se puede observar que las oficinas de estas agencias están ambientadas en espacios cortos, compartiendo instalaciones en algunos casos con otros negocios; de hecho, según Pérez (2020), el 75% de las agencias presentan este escenario. El personal se mezcla con los clientes y el público en general, ya que no utilizan uniformes ni accesorios distintivos que los identifiquen. Además, carecen de un lugar seguro y adecuado para el embarque y desembarque de los turistas, lo que da lugar a la competencia desleal y la informalidad.

Estas causas se unen también a la complejidad del desempeño laboral como una inadecuada falta de capital humano y capacitado, en donde las empresas del sector turismo de la Región Ayacucho no se evidencia con un personal capacitado, así como la no existencia de un control de calidad (Cacho y Gavidia, 2020). Marmanillo (2023) indica que la recesión económica, causada por la crisis internacional, se suma a esta problemática, afectando al país con una disminución de inversiones y empleo, lo que resulta en un aumento de los precios; esta situación surge debido a las políticas del gobierno central, que, en su intento por controlar la corrupción, han impuesto más restricciones en la inversión de proyectos, obstaculizando el progreso del país

Mostrándose como consecuencias que estas agencias de la Provincia de Huamanga no sean competitivas respecto de los departamentos vecinos, dado a que no muestran una orientación al mercado, desconociendo el perfil y características de los potenciales turistas, brindando un servicio de baja calidad acorde a las expectativas y necesidades de sus clientes según lo señalado por el Colegio de Economista de Ayacucho. Jornadao (2023) indica que los visitantes no perciben la Región de Ayacucho como un destino turístico en sí mismo, sino más bien como un punto de paso hacia otras ciudades. Las agencias enfrentan varias dificultades importantes. Por un lado, se observa un estancamiento en la calidad de los servicios ofrecidos, con poca variación desde principios del siglo actual, por otro lado, el personal de estas agencias, en su mayoría, carece de formación o capacitación formal en turismo. Además, un alto porcentaje de ellas están dirigidas por individuos sin formación académica especializada en el campo del turismo (Pérez, como se cita en Huaccha, 2019). Se observa una ausencia de liderazgos para las implementaciones del plan de los desarrollos turísticos mediante la colaboración con los sectores públicos, privados y las comunidades receptoras.

Por todo lo expuesto el problema general de investigación será: ¿Cómo se relacionan la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024? y los problemas específicos: 1) ¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024? 2) ¿Cuál es el nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024? y 3) ¿Cuáles de las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) tienen una mayor correlación con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024?

En relación a la justificación metodológica, se ha diseñado instrumentos de investigación que han sido validados en el curso de esta investigación, y que pueden ser de utilidad para investigaciones futuras. Para la justificación desde una perspectiva social, este estudio posibilita la detección de fallos o inconvenientes en relación a calidades de servicios y al desarrollo laboral, con propósito de implementar mejoras tanto para los colaboradores como para otras empresas de características similares.

Esto permite elaborar instrumentos de medición para la recogida de datos mediante encuestas que demuestren la validez y fiabilidad de la relación entre las variables estudiadas. Esta justificación se origina bajo la perspectiva de Hernández y Mendoza (2018), quienes indican que un estudio tiene que fundamentar sus motivos, es decir, explicar por qué es relevante y fundamental. Este estudio se realizó recopilando datos, con el propósito de profundizar en los temas analizados. En cuanto a su justificación práctica, se busca entender cómo el indicador de calidades en los servicios y rendimientos laborales se relacionan directamente con el colaborador de la empresa y el turista, formulando recomendaciones prácticas para el ámbito estudiado, con el objetivo de fomentar mejoras en la organización analizada.

Como objetivo general se tiene: “Determinar la relación entre la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024” y como objetivos específicos: 1) Conocer el nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024 2) Conocer el nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024 y 3) Identificar cuáles de las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) tienen una mayor correlación con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024.

Se elaboró como hipótesis general se tiene: La calidad del servicio se relaciona significativamente con el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024 y como hipótesis específicas: 1) El nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024 es bajo, 2) El nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024 es bajo y 3) Las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) se relacionan significativamente con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

II. DESARROLLO

En los antecedentes de investigación internacionales encontrados

Kwan et al. (2022), con su estudio denominado “Percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A, Paraguay” el objetivo fue establecer la percepción de la calidad del servicio ofrecido utilizando la escala SERVQUAL. Empleo un enfoque cuantitativo, con un diseño transaccional-descriptivo. La muestra consistió en 357 participantes encuestados a través de un cuestionario en línea con 22 preguntas distribuidas con 05 dimensión. Se encontró que el aspecto destacado de las sucursales incluye infraestructuras avanzadas, elemento tangible atractivo, credibilidades y amabilidades por partes del personal. Sin embargo, se identificaron debilidades como el incumplimiento de las promesas de tiempo, ya que los trabajadores a menudo estaban ocupados con otras tareas en lugar de atender la necesidad del cliente. Sin embargo, las calidades de servicios fueron satisfactoria para aquel consumidor o cliente de las agencias.

Arango (2020), el estudio: “Evaluación de la calidad en el servicio del subsector de las agencias operadoras de turismo, ciudad de Santiago de Cali. Colombia”; presento como objetivo desarrollar un modelo de evaluación de la calidad del servicio aplicable a cualquier sector. También buscaba entender las opiniones de los clientes de ciertas sucursales conectadas con el sector turístico en la ciudad. En su metodología, empleó un enfoque mixto descriptivo, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. La muestra consistió en 56 encuestados. Como resultado, se propuso una estrategia para mejorar la infraestructura física en las agencias relacionadas, así como otra para Ecolombia Tours, ambas dirigidas a aumentar la disposición y atención para ofrecer un servicio más eficiente a los clientes.

De acuerdo con Cortez & Vargas (2018), en Colombia se ha observado que las diversas agencias que brindan viajes no han sido objeto de investigación en la línea de tiempo. Persiste un conocimiento vago en torno a estos temas, así como sobre el posible impacto que podrían generar las tecnologías disruptivas al integrarse a los modelos de negocio de ámbito tradicional. Además, la falta de información dificulta la identificación clara de los factores o variables pertinentes dentro del negocio relacionado con el mercado turístico.

Casierra (2018) con su estudio denominado “Evaluación del desempeño laboral en relación a la calidad de los servicios en el Hospital Oswaldo Jervis Alarcón Salitre, Ecuador”, con la finalidad de evaluar los desempeños laborales en el área de enfermería en relación con la calidad del servicio. Se concluye que, en primer lugar, la importancia que debe existir en cuanto al desempeño laboral en toda entidad del sector salud para alcanzar los objetivos que se persigue a nivel organizacional, en donde se identificaron dimensiones con un reducido puntaje en cuanto al desempeño laboral, como el conocimiento y la falta de proactividad e innovación del personal médico; en contraste, las dimensiones de seguridad y fiabilidad fueron las más destacadas en cuanto a importancia para el desempeño laboral. Asimismo, también se concluyó, que existe una relación significativa entre el desempeño laboral y la calidad del servicio, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.766, y que las seis dimensiones del desempeño laboral influyen considerablemente en la calidad del servicio;

En los antecedentes de investigación nacionales encontrados

Arce (2023) en su tesis: “La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en una agencia de viajes, Cusco 2022”, presento como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, utilizando una metodología hipotético-deductiva, con un enfoque cuantitativo y un tipo de investigación descriptiva correlacional. La muestra estuvo compuesta por 100 clientes de una agencia de viajes en Cusco, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico. La técnica utilizada en el estudio fue la encuesta, y el instrumento aplicado fue un cuestionario. Se concluyó que la calidad del servicio está significativamente relacionada con la satisfacción de los clientes de la agencia de viajes en Cusco, con un coeficiente de 0,865, lo que indica una correlación positivamente fuerte. Además, el valor p (0) fue menor que (0,000), confirmando la significancia estadística al nivel de 0,05, lo que apoya la hipótesis alternativa.

Ancasi & Quispe (2022) en su tesis denominada: “Calidad de servicios y el desempeño laboral del personal administrativo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH, en tiempos de emergencia sanitaria, año 2020” cuyo objetivo fue el de determinar la relación entre ambas variables; emplearon un enfoque aplicado, de nivel correlacional y diseño no experimental, utilizando encuestas dirigidas a 36 miembros del personal administrativo. La correlación de Pearson fue el

estadístico seleccionado para analizar la relación entre las variables. Los resultados del estudio mostraron una correlación directa y significativa ($r= 0,745$, $p=0,000$) entre la calidad de los servicios y el desempeño laboral durante la Emergencia Sanitaria y esto sugiere que una mejora en la calidad de los servicios está asociada con un mejor desempeño laboral. Además, se encontraron correlaciones significativas para las distintas dimensiones de la calidad del servicio. Los elementos tangibles mostraron una relación directa y significativa con el desempeño laboral ($r= 0,461$, $p=0,005$). De igual manera, la fiabilidad se correlacionó positivamente con el desempeño laboral ($r= 0,617$, $p=0,000$), al igual que la capacidad de respuesta ($r= 0,614$, $p=0,000$) y la seguridad ($r= 0,488$, $p=0,003$). Finalmente, la empatía también mostró una relación directa y significativa con el desempeño laboral ($r= 0,558$, $p=0,000$).

Chávez (2021) en su tesis denominada: “Buenas prácticas de servicio y desempeño laboral en las Empresas Hoteleras de Tingo María- Huánuco”, cuyo objetivo fue determinar la existencia de dependencias con la buena practica del servicio y desempeños laborales; se empleo un nivel básico y tuvo un enfoque correlacional. La muestra consistió en 34 empresas hoteleras inscritas en la Dirección de Turismo, seleccionadas mediante un cuestionario de 18 preguntas con 5 opciones de respuesta, cuya confiabilidad se verificó utilizando el Alfa de Cronbach ($\alpha= 0.95$). Los datos recopilados se analizaron mediante técnicas de estadística descriptiva (numéricas y gráficas) y estadística inferencial (correlación con Tau_b de Kendall). Se encontró que en la mayoría de los hoteles se brinda una atención amable desde la llegada del huésped, durante su estadía y hasta su salida. Los empleados mostraron un desempeño homogéneo, ya que los coeficientes de variabilidad superaron el 15%, excepto en las dimensiones de calidad y relaciones interpersonales, que presentaron un 13% y un 14% respectivamente. Las pertinentes prácticas de servicios se asocian con el desempeño laboral del personal de los establecimientos hoteleros en Tingo María-Huánuco, encontrándose una correlación positiva entre estas variables ($r= 0.656$; sig. $0.000 < \alpha 0.05$).

García & Astudillo (2020) con su estudio titulado: “Desempeño laboral y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Corrales, Provincia de Tumbes, 2019”; tuvieron como finalidad determinar cómo los desempeños laborales influyen en las calidades de servicios de Municipalidad y utilizaron una investigación descriptiva-correlacional y aplicaron dos encuestas, la primera dirigida a una muestra de 65

trabajadores. La confiabilidad del instrumento se midió con el alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0,976. Los datos fueron procesados con el software SPSS Versión 20. Se observó que el desempeño laboral tuvo un nivel alto en el 41,5% de las respuestas de los trabajadores, mientras que la calidad del servicio presentó un nivel medio en el 38,3% de las respuestas. La correlación entre ambas variables se confirmó con el análisis de Rho de Spearman, arrojando un valor de 0,612. Para las dimensiones de productividad, compensación y capacitación, los coeficientes de correlación fueron 0,465, 0,382 y 0,291, respectivamente. Estos resultados indican que tanto el desempeño laboral como sus dimensiones tienen una incidencia directa y positiva en la calidad del servicio.

Gonzales et al. (2020) en su tesis: “El desempeño laboral y calidad de servicio del personal administrativo en el Hospital Regional de Pucallpa”, cuyo objetivo identificar cómo se relaciona el desempeño laboral del personal administrativo con la calidad del servicio en dicho hospital, con un diseño transeccional correlacional, una muestra conformada por 67 trabajadores, y aplicaron un cuestionario pertinente. Los resultados mostraron una correlación de -0,004 y un valor de significancia de 0,973, lo que indica que no existe una relación estadística directa y significativa entre el desempeño laboral del personal administrativo y la calidad del servicio en el Hospital Regional de Pucallpa.

Navarro & Ríos (2020) con su estudio denominado: “Desempeño laboral y calidad del servicio de la empresa Sodimac Pucallpa, Ucayali”, cuya finalidad fue evaluar las relaciones de desempeños laborales y calidad de los servicios; empleando un diseño descriptivo correlacional y aplicando dos instrumentos a 75 trabajadores, con preguntas pertinentes, en donde los resultados indicaron que existe una relación positiva muy baja y no significativa entre el desempeño laboral y la calidad del servicio en Sodimac Pucallpa en 2019, lo que indicada que las eficiencias, los desarrollos del talento, los trabajos en equipos y las comunicaciones en las empresas no contribuye significativamente a mejorar la calidad del servicio.

Huaccha (2019) con su estudio denominado: “Percepción de la calidad del servicio y su relación con el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo minoristas y operadores de turismo del Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca”; cuyo objetivo fue determinar la relación entre ambas variables. Este estudio adoptó un enfoque descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental transversal y

de correlación causal. La muestra consistió en 170 turistas y 80 colaboradores, seleccionados de manera aleatoria por conveniencia. Se emplearon encuestas y observación directa como técnicas de recolección de datos, y cuestionarios y diarios de campo como instrumentos, utilizando modelos Servperf y Koopmans. Los resultados, obtenidos a través del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, mostraron una relación positiva entre las dos variables de 0.298, con un nivel de significancia de 0.007. Se observó una percepción de calidad del servicio regular en el 62.5% de los casos, relacionada con un desempeño laboral satisfactorio en un 57.5% y deficiente en un 41.3% del personal, concluyendo finalmente que por el resultado de un elevado porcentaje en cuanto al desempeño laboral deficiente en las agencias de viajes, estas proporcionan un servicio de calidad regular.

Mori & Fernández (2018) con su estudio titulado: “Desempeño laboral y calidad del servicio de los trabajadores de Registros Públicos, Chiclayo”; en donde tuvo como objetivo establecer la relación entre ambas variables, por lo cual se realizó mediante un diseño descriptivos correlacionales. La población estudiada consistió en 36 trabajadores, y la muestra seleccionada representó el mismo número de individuos que la población. Los resultados revelaron un coeficiente de correlación de Pearson de 0.664, indicando una relación positiva entre la calidad de servicio y el desempeño laboral. Además, se encontró que esta relación era significativa con un nivel de significancia bilateral de $p=0.009$, que es inferior a 0.01, y con un nivel de confianza del 99%.

El fundamento de las bases teóricas de la investigación viene relacionado para la primera variable **calidad del servicio**, que según lo señalado por Giese & Cote (2019) la atención al cliente se define como el cuidado que las personas ofrecen a los consumidores y usuarios que desean disfrutar de un servicio, comprendiendo y satisfaciendo sus necesidades; donde esto implica entender cómo perciben nuestros clientes sus necesidades y una vez identificado esto, es crucial trabajar en el enfoque que queremos proporcionar, asegurando una organización y distribución racional para garantizar una satisfacción general tanto para clientes internos como externos; además, esta atención al cliente se ve moldeada por la forma en que la organización involucra a sus colaboradores, quienes desempeñan un papel crucial al interactuar amablemente con los compañeros y el equipo en general; el comportamiento de los colaboradores es la primera impresión que se transmite al ofrecer nuestro producto y

servicio. Según García (2018), la calidad del servicio se refiere a la correspondencia entre las necesidades del consumidor y la adecuación del servicio proporcionado; a mayor adecuación, mayor calidad, y viceversa; y se entrelaza con la disparidad entre las expectativas o deseos de los consumidores y su percepción de lo que constituye un servicio óptimo; además, se destaca la variación en cómo cada persona interpreta sus necesidades y deseos, influenciada por sus experiencias previas y la calidad del servicio recibido; se observan dos variables significativas: el precio y la calidad del servicio, siendo esta última perceptible y beneficios para la empresa, ya que un incremento en la satisfacción del cliente puede impulsar el crecimiento rentable de toda la organización.

La calidad del servicio se entiende como el producto de un proceso evaluativo en el que el consumidor contrasta sus expectativas con sus percepciones. En otras palabras, la evaluación de la calidad se lleva a cabo al diferenciar entre el servicio que el cliente espera y el que realmente recibe de la empresa (Nishizawa, como se cita en Hidalgo, 2019). Igualmente, Rojas-Martínez et al. (2020) argumentan que la calidad representa el nivel de satisfacción experimentado tras recibir un servicio específico. En otras palabras, conciben la calidad como la discrepancia entre la percepción del cliente y la valoración de la asistencia proporcionada.

En lo que concierne a la relevancia de la calidad del servicio, según Fajar et al. (2020), esta se considera un factor crítico en las relaciones del tipo comercial, ya que constituye un diferenciador competitivo. Por consiguiente, una experiencia negativa impacta negativamente en el proceso de compra y venta, lo que también afecta la lealtad de los clientes. Asimismo, ofrecer un servicio relacionado con la calidad no solo debe ser concebido como parte de una estrategia o área de una empresa, sino como un componente fundamental de su cultura organizacional. Además, es fundamental valorar al cliente y tener en cuenta la calidad del servicio; al proporcionar un servicio excelente, las organizaciones pueden crear experiencias únicas en las que ambas partes interactúen y mantengan una relación comunicativa adecuada.

El principio de calidad de servicios es abordados por Njilo et al. (2020), quienes sostienen que esta debe centrarse principalmente en alcanzar la satisfacción de los clientes, ya que son ellos quienes evalúan la calidad del servicio recibido; por lo tanto, siempre es crucial tener en consideración sus sugerencias para optimizar la organización; asimismo, la calidad del servicio toma en cuenta las necesidades de los

clientes para desarrollar estrategias que optimicen la utilización de recursos o proporcionen servicios pertinentes, con el fin de impulsar la competitividad de las empresas y diferenciarlas en el mercado. Simultáneamente, Sumardi & Adji (2020) indican que la calidad de los servicios debe contar con respaldos en política, procedimiento y estándar que comprometan a todos los miembros de una organización, con el objetivo de diseñar e implementar estrategias o tácticas para su mejora, considerando el tipo o sector empresarial en el que opera la compañía.

Entre las **dimensiones de la calidad del servicio** se tiene según lo manifestado por Parasuraman et al. (como se cita en Apeña, 2022) según el modelo SERVQUAL se identificó cinco dimensiones de calidad del servicio que no son directamente perceptibles por los clientes y son fundamentales para evaluar cada una de estas dimensiones a través de una serie interrogantes, considerando el nivel de acuerdo o desacuerdo expresado por los clientes en relación con su expectativa y percepción.

El autor señala como primera dimensión a **elemento tangible**, que engloban el aspecto físico perceptibles por el cliente, como los equipos y materiales utilizados por el personal, la condición de higiene de la instalación y la apariencia y presentación del personal. Los componentes que integran esta dimensión incluyen los equipos y materiales empleados, que abarcan tanto los dispositivos móviles utilizados por el personal durante sus tareas como la disponibilidad de dicho personal, evidenciada en su presentación y apariencia al interactuar con el cliente.

Parasuraman et al. (como se cita en Barrenechea & Del Águila, 2019) donde definen al elemento tangible como las apariencias en la instalación física, equipos, personales y el material de comunicación.

La segunda dimensión llamada **confiabilidad**, refleja la capacidad del trabajador para ejecutar el servicio con la precisión prometida. Los componentes que constituyen esta dimensión incluyen la disposición del personal para garantizar el servicio incluso en situaciones imprevistas como pérdidas o robos, evitando tales contratiempos mediante un adecuado monitoreo. Además, implica la entrega oportuna de los pedidos dentro del plazo establecido, asegurando condiciones higiénicas y mostrando interés en resolver cualquier inconveniente que pueda surgir. Según Guillermo (2019), desde hace años, la confiabilidad ha sido y sigue siendo crucial en el ámbito industrial, ya que se aplica en servicios, productos, sistemas y procesos,

donde cada entidad busca generar beneficios a corto, mediano y largo plazo; la confiabilidad se considera una capacidad que influye directamente en los resultados de la entidad; para garantizar una buena confiabilidad, es pertinente adquirir ciertos requisitos asociados a la calidad de productos y servicios de manera ética y argumentada; este concepto se utiliza para expresar un nivel de confianza y seguridad en un entorno exitoso durante un período específico; con el tiempo, la confiabilidad ha evolucionado y se ha adaptado a diversos recursos, volviéndose más específica y garantizada según las necesidades humanas, lo que permite alcanzar la eficacia deseada.

Para la tercera dimensión denominada **capacidad de respuesta**, se orienta a la habilidad inmediata para brindar una atención a los clientes y proporcionar un servicio rápido; esta dimensión implica aspectos temporales que se reflejan en factores como la honestidad del personal, que se manifiesta en la precisión de la información proporcionada al cliente, ya sea sobre precios de productos o servicios, y la velocidad de respuesta, que implica el tiempo que el trabajador tarda en atender al cliente, procurando ser rápido y eficiente. Drucker (como se cita en Barrenechea & Del Águila, 2019) lo define también como la predisposición para ayudar al cliente y proporcionar los servicios rápidos; además, dentro de esta categoría se incluye el cumplimiento puntual del compromiso adquirido, así como la accesibilidad de las organizaciones para los clientes, es decir, las facilidades de contactos y la posibilidad de lograrlo.

La cuarta dimensión llamada **seguridad**, consiste en la capacidad del trabajador para mantener la cortesía durante su jornada laboral y comunicarse de manera que inspire confianza en el cliente. Los componentes de esta dimensión incluyen la confianza transmitida por el personal, que se manifiesta en su capacidad para generar confianza y amabilidad hacia el cliente, así como la seguridad en los pagos, que se refiere a la percepción del cliente de que las transacciones que realiza son seguras y fiables. Drucker (como se cita en Barrenechea & Del Águila, 2019) lo define también como el sentimiento que experimenta el cliente al confiar en que una organización resolverá sus problemas de la mejor manera posible; la seguridad implica credibilidad, la cual engloba integridad, confiabilidad y honestidad; esto indica que no solo es crucial cuidar los intereses del cliente, sino que la organización también

debe demostrar su preocupación en este aspecto para garantizar una mayor satisfacción del cliente.

De acuerdo con Orozco (2018), la seguridad se refiere a atributos con diversas características que permiten establecer un entorno estable y protegido en un área específica, sin riesgos ni peligros. Estos rasgos pueden aplicarse tanto a individuos como al ambiente circundante en un lugar determinado e involucran varios aspectos que generan una sensación de estar protegido y a salvo de cualquier amenaza o daño, junto con la capacidad de responder de manera prevenida ante cualquier situación. Por lo tanto, la seguridad se considera relevante en cualquier ámbito de la sociedad.

Para la quinta y última dimensión se tiene a la **empatía**, que son las habilidades tanto cognitivas como emocionales de trabajadores para ponerse en las situaciones de los otros individuos en cuenta factores que lo conforman como el interés en la atención, el cual consiste en ofrecer la atenciones personalizadas fijando horario y compromisos para prestar atención a sus solicitud y las atenciones personalizadas, que consiste en la muestra de amabilidades a los clientes y especifican los detalles de servicios. Drucker (como se cita en Barrenechea & Del Águila, 2019) lo define también como la voluntad de la empresa para proporcionar a los clientes un cuidado y atención personalizados. No se limita simplemente a ser cortés con el cliente, aunque la cortesía sea un aspecto crucial de la empatía, al igual que lo es de la seguridad; la empatía requiere un compromiso profundo y una participación activa con el cliente, lo que implica conocer a fondo sus características individuales y sus necesidades específicas.

Según Balart (2018), en la revista Claves del Poder Personal, la empatía se manifiesta como un reflejo interno de cómo uno desea ser percibido, lo que implica la capacidad de ponerse en el lugar del otro y comprender sus sentimientos de manera precisa; se trata de la habilidad de sentir, hablar o expresarse de manera adecuada, sintonizando con los mismos o similares sentimientos de la otra persona. Esto se logra mediante una escucha activa, mostrando atención plena y comunicación tanto verbal como no verbal, con un tono de voz apropiado que refleje un estímulo exclusivo hacia el individuo; también describe la empatía como una habilidad para comprender el comportamiento de las personas, incluyendo sus sentimientos, necesidades y problemas, con el objetivo de alcanzar un acuerdo mutuo y satisfactorio; este proceso

implica transmitir un sentido de comprensión y respeto, lo que, según el autor, contribuye a la felicidad y al enlace con otras personas.

La presente investigación se respaldó en modelos SERVQUAL, desarrollados por Parasuraman, Zeithaml y Berry, con el fin de evaluar la variable de calidad de servicio; este modelo se utiliza para medir la calidad del servicio mediante la comparación entre las expectativas y percepciones del cliente. Para Schiffman & Lazar (2014, como se cita en Barrenechea & Del Águila, 2019), esta técnica empleada en estudios en profundidad posibilita la evaluación de la calidad del servicio de las empresas, independientemente de su sector o tipo de servicio.

Respecto a las bases teóricas de la investigación para la segunda variable denominada **desempeño laboral**, esta se fundamenta por Nguyen y NGO (2020) donde señala que los desempeños laborales de los empleados con relación con el objetivo laboral establecido por la organización a la que pertenece, manifestándose a través del comportamiento humano. A partir de esta premisa, se plantea una relación interdependiente entre los objetivos y el comportamiento, que contribuye al logro de metas y objetivos que benefician tanto a la empresa como a los empleados, promoviendo su desarrollo integral y progresivo en términos de conocimientos y actitudes; dichos resultados se logran mediante la realización de actividades laborales durante un período específico, basándose en las características de las tareas realizadas por el individuo en la empresa u organización dentro de plazos determinados; por lo tanto, se requiere la implementación de estrategias basadas en las ideas y acciones específicas propuestas por el individuo para lograr la optimización de los resultados (Wu y Zheng,2019).

Chiavenato (2018) explica que el desempeño se refiere a las características o habilidades de comportamiento o rendimiento de una persona, equipo u organización, en relación con los objetivos, estándares o expectativas establecidos previamente.

Chiavenato (2018) señala que toda gestión de desempeño laboral implica la planificación, organizaciones, direcciones y controles de todas las actividades de las organizaciones en toda la área y nivel para garantizar el logro del objetivo y la entrega del resultado sobresaliente. Destaca que el desempeño de las personas puede y debe mejorar gradual y constantemente. Por lo tanto, el papel del jefe no se limita a supervisar y evaluar los desempeños, sino que implica cuidar que los individuos continúen aprendiendo, desarrollen, establezcan su meta desafiante y reciban una

retroalimentación en tiempo real sobre su resultado y logran alcanzar niveles excepcionales de desempeños. Esto se conoce como excelencias operativas.

Dentro de los objetivos del desempeño laboral se tiene según Chiavenato (2018) propone que la evaluación del potencial de los recursos humanos es fundamental para determinar su uso óptimo, lo que implica considerar a los colaboradores como un recurso valioso dentro de la organización. La forma en que se gestionen estos recursos influirá en los resultados obtenidos. Además, sugiere proporcionar oportunidades de desarrollo y participación dentro de la entidad, teniendo en cuenta tanto los objetivos individuales como los organizacionales.

En cuanto a la evaluación del desempeño lo manifestado por Dessler (2017) la evaluación del desempeño implica analizar el rendimiento pasado o actual de un empleado en comparación con los estándares establecidos. Además, presupone que el empleado estaba al tanto de estos estándares y que recibió la información, capacitación, retroalimentación e incentivos necesarios para corregir cualquier deficiencia. En esencia, este proceso consta de tres pasos: establecimiento de estándares laborales, evaluación del desempeño real de los empleados en relación con dichos estándares (usualmente a través de algún formulario de calificación) y proporcionar retroalimentación para motivar a los empleados a abordar las deficiencias en el desempeño o a mantener un alto nivel de rendimiento.

Para el método de evaluación señala Chiavenato (2018) los métodos como de evaluación. Primero, destaca la evaluación de desempeño de 360°, que implica que todas las personas que interactúan con el evaluado participen en una evaluación circular, incluyendo superiores, colegas, subordinados, clientes internos y externos, proveedores y cualquier otra persona relacionada con el evaluado, ofreciendo así una perspectiva completa del rendimiento. En segundo lugar, menciona el método de escalas gráficas, el cual es ampliamente utilizado debido a su simplicidad, donde se califica el desempeño de acuerdo a factores previamente definidos y graduados. En tercer lugar, se encuentra el método de elección forzada, que evalúa el desempeño mediante frases alternativas que describen el tipo de desempeño individual. Y por último, menciona el Método de investigación de campo, que se basa en entrevistas entre un especialista en evaluación y el superior inmediato de los subordinados, con el fin de evaluar su desempeño y registrar las causas, orígenes y motivos del mismo,

proporcionando un diagnóstico más completo del desempeño del empleado y permitiendo planificar su desarrollo dentro de la organización.

Dentro de las dimensiones del desempeño laboral, la primera posición la ocupa el **desempeño en la tarea**, según lo indicado por Gabini (2018). Este aspecto se refiere a las conductas requeridas para conllevar a cabo la producción de bienes o servicios. Conceptualmente, el desempeño en la tarea se centra en cumplir con las obligaciones y tareas específicas delineadas en la descripción del puesto (Murphy, citado en Huaccha, 2019). Por lo tanto, está relacionado con el aspecto técnico del trabajo u organización, es decir, las actividades relacionadas directa o indirectamente con la transformación de recursos en productos aptos para el intercambio económico (Motowidlo, citado en Huaccha, 2019). Algunos autores lo asocian con las habilidades, capacidades y conocimientos formalmente incluidos en la descripción del puesto, lo que destaca la importancia de los aspectos técnicos del colaborador para el desempeño de sus funciones (Motowidlo, citado en Huaccha, 2019). Como síntesis, como sugiere Murphy (citado en Huaccha, 2019), el desempeño en la tarea abarca las competencias técnicas y conductuales que posibilitan un rendimiento exitoso en el puesto de trabajo. Su objetivo es garantizar que el colaborador posea las capacidades y habilidades necesarias para cumplir con sus obligaciones y tareas tal como se describen en su posición laboral.

Koopmans, et al (como se dice en Cornejo, 2023) indican que el desempeño en la tarea implica cumplir con los deberes y actividades específicas relacionadas con el trabajo, las cuales están vinculadas al núcleo técnico de una empresa. Este núcleo técnico abarca todas las actividades directa o indirectamente relacionadas con la transformación de recursos en productos o servicios para su intercambio económico. Por lo tanto, el desempeño en la tarea se refiere al grado en que un individuo demuestra eficacia en funciones reconocidas que contribuyen al núcleo técnico de las organizaciones, ya sea de manera directa o indirecta. Estas actividades pueden ser evaluadas mediante indicadores que permiten identificar con precisión el desempeño en la tarea. Los cinco indicadores clave para este tipo de rendimiento, según Koopmans et al. (citado en Cornejo, 2023), son: calidad del trabajo, planificación y organización del trabajo, orientación hacia los resultados, priorización y eficiencia laboral.

Según Gabini (2018), la segunda dimensión es el **desempeño en el contexto**, que se refiere a actividades que no están relacionadas con las tareas laborales específicas, pero que vinculan un impacto en la evaluación del rendimiento de la organización. Estas acciones van más allá de lo esperado para un determinado rol (comportamientos extra, papel positivo) y tienen como objetivo beneficiar a la empresa, aunque no sean formalmente requeridas o recompensadas. El desempeño en el contexto es esencial a nivel organizacional, ya que contribuye a la efectividad de la entidad al facilitar las actividades y operaciones laborales. Gabini (2018) señala que el desempeño en el contexto incluye indicadores como iniciativa, asumir tareas desafiantes, actualización de conocimientos y habilidades laborales, así como la capacidad para encontrar soluciones creativas a nuevos problemas; el desempeño en el contexto se refiere a las actitudes y comportamientos de los empleados en el entorno laboral. Hoy en día, las empresas valoran mucho los aspectos psicológicos y emocionales de las personas, ya que estos influyen en las conductas que promueven y motivan un mayor rendimiento en el equipo.

Koopmans, et al (como se dice en Cornejo, 2023) Indican que se trata de comportamientos espontáneos que van más allá de lo esperado en las funciones del puesto, pero que son cruciales para alcanzar los objetivos de la empresa. Estos comportamientos son comunes en todos los entornos laborales y tienen como objetivo mantener un ambiente interpersonal positivo.

Como tercera y última dimensión se tiene a los **comportamientos contraproducentes**, que según Gabini (2018) se indica que los comportamientos con un impacto negativo en la efectividad organizacional también se han considerado como una dimensión importante del desempeño laboral. Estos comportamientos, definidos como antisociales, son acciones llevadas a cabo por empleados en su lugar de trabajo que transgreden normas organizacionales significativas y ponen en peligro la reputación de la empresa, sus miembros o ambos (Gabini, 2018). Koopmans et al. (como se menciona en Huaccha, 2019) afirmaron que los comportamientos contraproducentes incluyen indicadores que evalúan la excesiva negatividad y acciones perjudiciales. Estas tres dimensiones pueden observarse en cada colaborador mientras desempeñan sus funciones, aunque pueden variar según el contexto.

Murphy (referenciado en Huaccha, 2019) explica que las conductas contraproducentes son aquellas que tienen un impacto negativo en la efectividad de la empresa. Estas conductas abarcan desde acciones destructivas o azarosas hasta comportamientos que implican una pérdida de tiempo. Sacket (2002, citado en Huaccha, 2019) las describe como conductas deliberadas y premeditadas por parte de un empleado que van en contra de los intereses de la organización. El término "conductas laborales contraproducentes" se utiliza para referirse a los comportamientos de los trabajadores que son voluntarios y que contradicen las normas de la empresa, poniendo en peligro el bienestar de la empresa o de sus miembros. A partir de estas definiciones, se identifican tres características principales: la intencionalidad, que se refiere a comportamientos voluntarios de los trabajadores con una meta específica; la pertenencia a la organización, indicando que estas conductas contraproducentes son llevadas a cabo por miembros activos de la empresa y no incluyen a ex empleados, clientes u otras personas externas; y la oposición a los intereses legítimos de la empresa, lo que implica que los objetivos de la empresa deben ser éticamente correctos. Koopmans et al. (mencionado en Huaccha, 2019) identifican cuatro indicadores que se ajustan a esta dimensión, comenzando por la manifestación de una excesiva negatividad durante la jornada laboral, seguida por comportamientos que buscan dañar a la organización, acciones que afectan directa o indirectamente a los compañeros de trabajo y la comisión de errores de manera intencional.

Ante ello se menciona la teoría según Estudio (2019) El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio evalúa las expectativas del cliente respecto a la organización que ofrece el servicio en cinco dimensiones específicas. A partir de esta evaluación, se compara con lo que el cliente realmente percibe de ese servicio en dichas dimensiones. A través de sus cinco dimensiones, el modelo SERVQUAL nos permite medir la satisfacción del cliente en relación a la calidad de los servicios que recibe. Además, identifica áreas de debilidad en la empresa, lo que facilita la mejora de estrategias para atraer más clientes al ofrecer servicios de alta calidad.

III. METODOLOGÍA.

3.1. Tipo de investigación.

Medianero (2022) señala que la investigación básica se define como aquella que se enfoca y limita a la comprensión de un problema específico. Puede adoptar dos enfoques: descriptivo o analítico. A menudo, una investigación comienza como un estudio descriptivo, que busca detallar y explicar las características del fenómeno estudiado. Posteriormente, puede evolucionar hacia un estudio analítico, que se adentra en las causas y relaciones subyacentes al problema investigado.

La investigación descriptiva se caracteriza por llevar a cabo estudios cualitativos o cuantitativos centrados en una o más variables, pero tratando cada una de forma independiente sin intentar establecer relaciones causales entre ellas. (Medianero, 2022)

Es de nivel correlacional, como afirma Rus (2020) la investigación descriptiva sigue un protocolo basado en el método científico, lo que permite explorar aspectos fundamentales como la correlación entre dos o más variables. Esto implica comprender cómo una variable varía cuando otra se modifica, descartando así el efecto aleatorio y proporcionando una comprensión más profunda de la relación entre las variables estudiadas.

Se aplicó el método cuantitativo porque se utiliza la medición estadística para recolectar datos y evaluar la hipótesis respecto al comportamiento que existe de las variables

3.2. Diseño de investigación.

Rajiv et al. (2022) la investigación no experimental se caracteriza por la ausencia de manipulación de una variable independiente. En lugar de manipular esta variable, los investigadores simplemente miden las variables tal como se presentan naturalmente, ya sea en el entorno del laboratorio o en el mundo real.

Martínez (2020) el diseño transversal es una metodología de investigación que implica examinar información de varios casos en un momento específico en el tiempo. Este enfoque es comúnmente utilizado en investigaciones cuantitativas con un propósito descriptivo, buscando detectar patrones de asociación entre variables

3.3. Variables y Operacionalización.

Variable Relacional 01 : Calidad del Servicio

Variable Relacional 02 : Desempeño Laboral

La operacionalización de las variables estará demostrada en el apartado Anexos del presente proyecto

3.4. Población y Muestra de estudio

La población estuvo conformada por 75 colaboradores. Para identificar la población se ha definido específicamente el número de agencias de viajes y turismo, las cuales suman un total de 25 empresas (consultar anexo). De estas 25 empresas, se ha considerado un mínimo de tres colaboradores que trabajan en contacto directo con turistas y/o visitantes en cada una de ellas (tales como agentes de atención al cliente, guías turísticos y conductores), lo que totaliza 75 colaboradores. Según Condori (2020), la población está constituida por elementos accesibles o unidades de análisis que pertenecen al ámbito específico donde se lleva a cabo la investigación. En una investigación descriptiva correlacional se recomienda usar muestras grandes. Es por esta razón que elegimos la muestra censal; es decir, trabajar con la población en su totalidad. Según Condori (2020), la muestra se define como una parte representativa de la población, que comparte las mismas características generales que esta última.

En relación a la muestra, se utilizó un método de muestreo no probabilístico para seleccionar una muestra de colaboradores de diversas Agencia de Viaje de la Provincia de Huamanaga, que en total suman 75 participantes.

En cuanto al criterio de inclusión, se consideraron aquellos colaboradores que están vinculados directa o indirectamente a las agencias de viajes y como criterio de exclusión, aquellos que por alguna razón externa no pudieron participar de la investigación

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para la medición de las variables de actividad física y autoestima, se utilizó la técnica de encuesta según lo definido por Feria et. al. (2020) en donde señala que la

encuesta es considerada como técnica investigativa vinculada como el método de indagación empírica, adoptando una posición teórica, en relación con el cuestionario.

Las técnicas que se utilizó para recopilar información del estudio, fue las encuestas y la observación directa. En cuanto a los instrumentos para la obtención de datos se aplicaron los cuestionarios que, según Arias, (2020) enuncia que para este tipo de estudios se utiliza para la recolección de datos, conformado en un conjunto de enunciados enumeradas con diversas alternativas, con el objetivo de que el participante emita su respuesta según su perspectiva, conformado de la siguiente forma tanto para el Cuestionario 1: Calidad del Servicio y el Cuestionario 2: Desempeño Laboral, siendo para el primero 22 ítems y para el segundo 16 ítems, siendo para el cuestionario de la Calidad del Servicio una adaptación de las autoras Damaris Del Águila Berrospi y Mallerly Barrenechea Herrera conformado por cinco dimensiones: Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Para el cuestionario del Desempeño Laboral es una adaptación del modelo KOOPMANS, María Huaccha Paz conformado por tres dimensiones: Desempeño en la tarea, desempeño en el contexto y comportamientos contraproducentes. Ambos diseños fueron estructurados bajo la escala Ordinal tipo LIKERT, Nunca (1), Casi Nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).

En cuanto a la validación de dichos instrumentos, estos fueron a partir de consultas pertinentes a expertos en el rubro del campo administrativo (Anexo V).

Experto 1: Mg. Huertas Lluncor, Yovanna Marisol.

Experto 2: Mg. Mg. Valdiviezo Carhuachinchay Sandra.

Experto 3: Mg. Lovatón Hoyos Néstor

Para poder establecer la confiabilidad del instrumento se aplicó el índice de fiabilidad para la cual se aplicó el Alpha de Cronbach, mediante el software IBM SPSS permitiendo la demostración de la fiabilidad de los instrumentos aplicados en el trabajo de investigación. Para poder evaluar que los instrumentos sean confiables, se optó por la prueba piloto en donde el valor fue: Calidad del Servicio el 0,716 y para la variable Desempeño Laboral del 0,849 ante los resultados obtenidos se pueden evidenciar que ambos factores son fiables por arrojar un resultado superior a 0.6 y más cercano a 1, según Hernández Año 2010. (Anexo VI)

3.6. Procedimiento de recolección de datos e informaciones.

Los instrumentos aplicados fueron los cuestionarios, estos se emitieron en forma virtual para poder adjuntar toda la información vinculada con la población que para este caso fueron los colaboradores de las diversas agencias de viaje de la Provincia, por ello se emitieron un conjunto de interrogantes teniendo en cuenta la misma escala y obtener resultados de la investigación. Según López y Fachelli (2015), el cuestionario es la mejor herramienta para recopilar datos, ya que permite la formulación sistemática y ordenada de las preguntas y el registro directo de las respuestas (p. 17). Estos instrumentos fueron recopilados por la investigadora y validados por expertos en la materia antes de ser utilizados, lo que nos permite tener resultados precisos y aplicables.

3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

La técnica fue la estadística descriptiva, que según Rendón et al (2016) es aquella que se encarga de resumir los datos obtenidos en una investigación usando gráficos, tablas, cuadros, entre otros. La base de datos luego fue vinculada con la hoja de cálculo Excel, para luego asociarlo con al programa SPSS. (Anexo VI)

La base de datos luego fue vinculada con la hoja de cálculo de Excel para posteriormente asociarlo con al programa SPSS versión 22. (Anexo VI)

Luego, se realizó la prueba de normalidad teniendo como objetivo determinar si los datos tienen una distribución normal. Dado que la muestra consta de 250 colaboradores, se empleará la prueba de Kolmogórov-Smirnov, el cual se utilizó para verificar que los datos sigan una distribución normal. Según Novales (2010), esta prueba se utiliza al tener muestras con más de 50 observaciones. Según lo obtenido en las pruebas de normalidad, se aplicó las comprobaciones de hipótesis.

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis Estadístico Descriptivo:

4.1.1. Resultados descriptivos de la variable calidad del servicio

Identificar el nivel de calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024.

Tabla N° 01

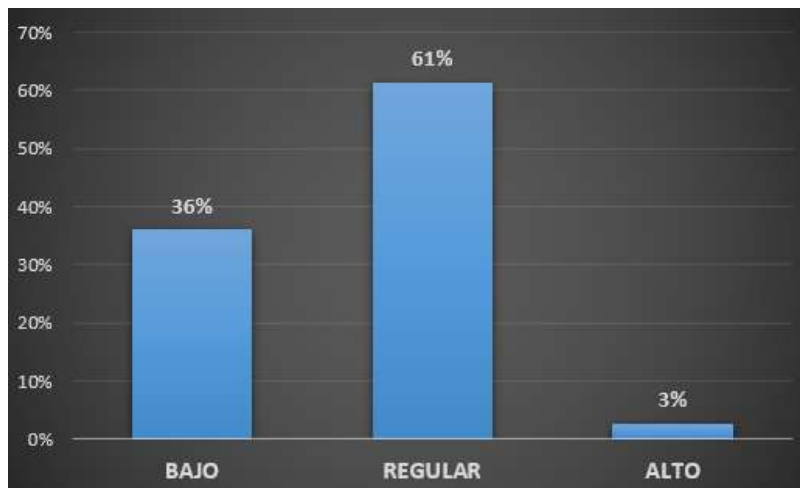
Niveles de la variable calidad del servicio

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	27	36%
Regular	46	61%
Alto	02	03%
Total	75	100%

Fuente: Cuestionario

Figura N° 01

Niveles de la variable calidad del servicio



Interpretación: Como se puede observar la mayoría de los encuestados se encuentran en el nivel regular con un 61% (46 colaboradores), es decir, seguidamente un 36% (27 colaboradores) se ubican en el nivel bajo y solamente el 03% (02 colaboradores) en el nivel alto, lo que representa una cifra a mejorar en cuanto a la percepción de la calidad del servicio.

4.1.2. Resultados descriptivos de las dimensiones de la variable calidad del servicio

Identificar el nivel de las dimensiones de la variable calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

Tabla N° 02

Niveles de las dimensiones de la variable calidad del servicio

Niveles	D1: Elementos Tangibles		D2: Confiabilidad		D3: Capacidad de Respuestas		D4: Seguridad		D5: Empatía	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
	Bajo	38	51%	39	52%	41	55%	38	51%	45
Regular	33	44%	32	43%	16	21%	28	37%	26	35%
Alto	04	05%	04	05%	18	24%	09	12%	04	05%
Total	75	100%	75	100%	75	100%	75	100%	75	100%

Nota: Describe la distribución de frecuencias de las dimensiones de la variable calidad del servicio

Interpretación: En la tabla N° 02 se muestran los resultados sobre los niveles en relación a la variable calidad del servicio, en donde en la primera dimensión llamada elementos tangibles predomina el nivel bajo con un 51% (38 colaboradores) seguido del regular con un 44% (33 colaboradores) y alto con un 05% (04 colaboradores), en la segunda dimensión denominada confiabilidad también predomina el nivel bajo en un 52% (29 colaboradores) el regular con el 43% (32 colaboradores) y el alto con 05% (04 colaboradores), para la tercera dimensión llamada capacidad de respuesta predomina el nivel bajo en un 55% (41 colaboradores), el alto con el 24% (16 colaboradores) y el regular con 21% (16 colaboradores), como cuarta dimensión se tiene a la seguridad, en donde se tiene en el 51% (38 colaboradores), el regular con el 37% (28 colaboradores) y el alto con el 12% (09 colaboradores), finalmente para la quinta y última dimensión de nombre empatía predomina el nivel bajo en un 60% (45 colaboradores), el regular con el 35% (26 colaboradores) y el alto con el 05% (04 colaboradores).

4.1.3. Resultados descriptivos de la variable desempeño laboral

Identificar el nivel de desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024.

Tabla N° 03

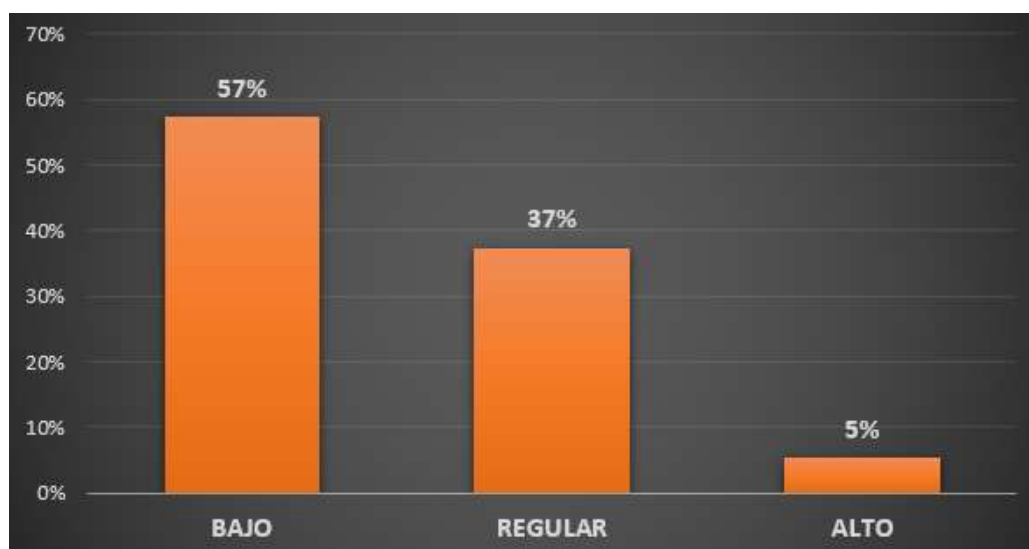
Niveles de la variable desempeño laboral

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	43	57%
Regular	28	37%
Alto	04	05%
Total	75	100,0

Fuente: Cuestionario

Figura N° 02

Niveles de la variable desempeño laboral



Interpretación: En la figura N° 02, se evidencia que predomina el nivel bajo en un 57%, (43 colaboradores) es decir uno de cada dos encuestados, seguidamente se muestra un 37% (28 colaboradores) en el nivel regular y solo el 05% (04 colaboradores) para en el alto.

4.1.4. Resultados descriptivos de las dimensiones de la variable desempeño laboral

Identificar el nivel de las dimensiones de la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

Tabla N° 04

Niveles de las dimensiones de la variable desempeño laboral

Niveles	D1:		D2:		D3:	
	Desempeño en la Tarea		Desempeño en el Contexto		Comportamientos Contraproducentes	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Bajo	53	71%	57	76%	26	35%
Regular	20	27%	16	21%	39	52%
Alto	02	03%	02	03%	10	13%
Total	75	100%	75	100%	75	100%

Nota: Describe la distribución de frecuencias de las dimensiones de la variable desempeño laboral

Interpretación: Según lo mostrado por la tabla N° 04 se observa que en la primera dimensión llamada desempeño en la tarea predomina el nivel bajo con un 71% (53 colaboradores) seguido del regular con un 27% (20 colaboradores) y alto con solo el 03% (02 colaboradores), en la segunda dimensión denominada desempeño en el contexto también predomina el nivel bajo en un 76% (57 colaboradores), el regular con el 21% (16 colaboradores) y el alto con el 03% (02 colaboradores), y como tercera y última dimensión de nombre comportamientos contraproducentes se ubica en primer lugar el nivel regular en un 52% (39 colaboradores), el bajo con el 35% (26 colaboradores) y el alto con el 13% (10 colaboradores).

4.2. Análisis Estadístico Inferencial:

Para verificar las hipótesis, se llevó a cabo una prueba de normalidad en la que se encontró que las variables calidad del servicio y desempeño laboral no presentan una distribución normal, dado que el valor p es menor que el nivel de significancia (α) de 0,05. Por lo tanto, se optó por utilizar la prueba de correlación de Spearman (Rho de Spearman) para evaluar las relaciones entre las variables.

Tabla N° 05
Resultado de la Prueba de Normalidad

	Pruebas de Normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1 Calidad del Servicio	0,074	75	0,200*	0,977	75	0,195
V2 Desempeño Laboral	0,155	75	0,000	0,881	75	0,000

Fuente: Datos que se obtuvieron de las encuestas (elaboración propia)

Interpretación.- En la tabla se pueden observar los resultados de la prueba de normalidad, en donde tomando en cuenta la cantidad de la muestra encuestada que es de 75 colaboradores, cifras que está por encima de 50, es que se considerará la prueba de Kolmogorov – Smirnov, así mismo se observa que la variable desempeño laboral no sigue una distribución normal ya que el p-valor es del 0,000, cifra que se encuentra por debajo del α (0,05) es por ello que se empleará la prueba de Rho Spearman para medir las correlación de las variables, teniendo en cuenta que todas las dimensiones de la variable calidad del servicio se correlacionan con la variable satisfacción de los usuarios, la cual como se muestra en la tabla arrojó una cifra por debajo del p-valor, es decir, 0,05.

Contrastación de la Hipótesis General

Hg: Existe relación que existe entre la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024.

H0: No existe relación que existe entre la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024.

Tabla N° 06

Correlación entre calidad del servicio y desempeño laboral

			CALIDAD DEL SERVICIO	DESEMPEÑO LABORAL
Rho de Sperman	CALIDAD DEL SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,238*
		Sig. (bilateral)	.	,040
		N	75	75
	DESEMPEÑO LABORAL	Coeficiente de correlación	,238*	1,000
		Sig. (bilateral)	,040	.
		N	75	75

Nota: Presenta el análisis inferencial de la Hipótesis General

Interpretación: Según la información mostrada se obtuvo un p-valor de 0,040 que es menor que el 0,05 (Nivel de significancia) por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación; ante ello se puede afirmar que existe relación entre las variables calidad del servicio y desempeño laboral; así mismo se presenta un coeficiente de correlación de 0,238* que según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señala que existe una correlación positiva baja, es decir, que si la calidad del servicio presenta mejoras, la satisfacción de los usuarios también mejorará en el mismo sentido y magnitud del 24%.

Contrastación de la Hipótesis Específica

Hg: Existe relación entre las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

H0: No existe entre las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

Tabla N° 07

Correlación entre las dimensiones de la variable calidad del servicio y la variable desempeño laboral

		VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
Rho de Sperman	D1: Elementos Tangibles	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		-0,127 0,278 75
	D2: Confiabilidad	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		0,112 0,337 75
	D3: Capacidad de Respuesta	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		0,330* 0,004 75
	D4: Seguridad	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		0,145 0,214 75
D5: Empatía	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	
	0,250* 0,031 75	
VARIABLE: DESEMPEÑO LABORAL	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	
	1,000 75	

Nota: Presenta el análisis inferencial de la Hipótesis Específica

Interpretación: Según la tabla se puede afirmar que no existen correlaciones en algunas de las dimensiones de la variable calidad del servicio como son los elementos tangibles, confidencialidad y seguridad con la variable desempeño laboral, por mostrar un nivel de significancia (p-valor) superior a lo establecido del 0,05, ante ello, se puede asegurar que no existen asociaciones; caso contrario si presenta dicha asociación con las dimensiones capacidad de respuesta y empatía por obtener un p valor o nivel de significancia del 0,04 y 0,03 respectivamente cifras menores al límite del 0,05 siendo la dimensión capacidad de respuesta la que tiene un mayor grado de correlación del 33% en comparación del 25% de la dimensión empatía; aceptándose la hipótesis de investigación, que establece que existe una relación entre las dimensiones capacidad de respuesta y empatía con la el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

4.3. Discusión de los resultados

En un primer análisis, se aplicó la estadística descriptiva para la primera variable, denominada calidad del servicio, con el propósito de abordar el primer objetivo de la investigación, que consistía en conocer el nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024. Los resultados muestran que más de la mitad de los encuestados, exactamente el 61% (46 colaboradores) se encuentran en el nivel regular, seguido por un 36% (27 colaboradores) en el nivel medio y solo el 03% (02 colaboradores) en el nivel alto.

En relación a los resultados proporcionados por los encuestados, se observa que seis de cada diez usuarios se encuentran en el nivel regular, lo que representa un indicador en términos medios en cuanto a la calidad del servicio brindado por el personal de las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho; teniendo que mejorar en cuanto a las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; para ello las agencias de viajes deben contar con equipamiento moderno, instalaciones físicas visualmente atractivas, un personal con apariencia limpia y prolija, en donde los materiales relacionados con el servicio brindado como afiches, página en Facebook entre otros sean visualmente atractivos, brindando un buen servicio desde la primera vez, respetando las fechas de entrega del servicio según lo estipulado previamente, comunicándole al cliente la conclusión del servicio; siendo este rápido y estar atento para responder a las preguntas del cliente. El comportamiento de los responsables de la agencia debe transmitir confianza, amabilidad y seguridad al cliente en relación a las transacciones con la agencia de viajes y tener el conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los usuarios, brindándole una atención individualizada para la comprensión de las necesidades específicas de los usuarios y atenderlos en horarios convenientes.

Contrastando por lo establecido por Chávez (2021) en su tesis denominada: “Buenas prácticas de servicio y desempeño laboral en las Empresas Hoteleras de Tingo María- Huánuco”, cuyo objetivo fue determinar la existencia de dependencias con la buena práctica del servicio y desempeños laborales; entre los resultados se encontró que en la mayoría de los hoteles se brinda una atención amable desde la llegada del huésped, durante su estadía y hasta su salida. Los empleados mostraron

un desempeño homogéneo, ya que los coeficientes de variabilidad superaron el 15%, excepto en las dimensiones de calidad y relaciones interpersonales, que presentaron un 13% y un 14% respectivamente. Contrariamente con lo enunciado por Huaccha (2019) con su estudio denominado: “Percepción de la calidad del servicio y su relación con el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo minoristas y operadores de turismo del Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca”; cuyo objetivo fue determinar los niveles y la relación entre la percepción de la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes. Entre los resultados se observó una percepción de calidad del servicio regular en el 62.5% de los casos, relacionada con un desempeño laboral satisfactorio en un 57.5% y deficiente en un 41.3% del personal. El estudio concluyó que, debido al alto porcentaje de desempeño laboral deficiente en las agencias de viajes y turismo, estas proporcionan un servicio de calidad regular.

En cuanto al segundo objetivo de la investigación, el cual fue el de conocer el nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, se observa que el 57% (43 colaboradores) se ubican en el nivel bajo, el 37% (28 colaboradores) se encuentran en el nivel regular, y solo el 05% (04 colaboradores) en el nivel alto. Estos resultados indican una tendencia negativa por parte de los colaboradores para con institución.

En relación a los resultados proporcionados por los encuestados, se observa que seis de cada diez usuarios se encuentran en el nivel bajo, lo que representa un dato preocupante en cuanto a la variable desempeño laboral por parte del personal de las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho; teniendo que mejorar significativamente en sus dimensiones desempeño en la tarea y en desempeño en el contexto ya que según los resultados superan el 70%, siendo en la dimensión comportamientos contraproducentes, la única en donde sobresale el nivel regular en la mitad de los participantes; es por ello que específicamente el colaborador debe presentar mejorar en forma prioritaria en brindar un trabajo de calidad, con soluciones creativas frente a los problemas presentados, y que esté preparado para responder de la manera más apropiada, realizando incluso otras tareas que no les ha sido asignadas, para ello el colaborador debe tener conocimientos laborales actualizados, permitiendo ofrecer un servicio de calidad, con participaciones activas en reuniones laborales de la empresa, evitando difundir

aspectos negativos del trabajo entre sus compañeros, debiéndose enfocarse únicamente en las cosas positivas de la organización

Contrastando con la investigación de García & Astudillo (2020) con su estudio titulado: “Desempeño laboral y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Corrales, Provincia de Tumbes, 2019”; en donde tuvieron como finalidad determinar cómo los desempeños laborales se relacionan en la calidad de servicios de la Municipalidad, en donde se observó que el desempeño laboral tuvo un nivel alto en el 41,5% de las respuestas de los trabajadores, mientras que la calidad del servicio presentó un nivel medio en el 38,3% de las respuestas

En relación al objetivo general establecido en la investigación, que consistía en determinar la relación entre la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, se puede concluir que efectivamente existe una correlación entre estas dos variables, sin embargo, esta correlación es de naturaleza positiva y baja, de acuerdo a los criterios proporcionados por Hernández Sampieri y Mendoza (2018). Esto significa que, si se logra mejorar la calidad del servicio, el desempeño laboral de los colaboradores también mejorará en la misma dirección, pero el grado de mejora es limitado. Esta conclusión se respalda en el nivel de significancia, que arrojó un valor de 0,040, por debajo del promedio del 0,05 (establecido como nivel de significancia), lo que lleva a la aceptación de la hipótesis de investigación y al rechazo de la hipótesis nula. Además, el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0,238*, indicando una correlación positiva de baja intensidad, como se define en la tabla de correlación proporcionada por Hernández Sampieri y Mendoza.

Comparando los hallazgos de esta investigación con otros estudios previos realizados en contextos similares, se pueden extraer algunas conclusiones interesantes. Por ejemplo, la tesis de Arce (2023) titulada: La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en una agencia de viajes, Cusco 2022, en donde presento como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, concluyendo que la calidad del servicio está significativamente relacionada con la satisfacción de los clientes de la agencia de viajes en Cusco, con un coeficiente de 0,865, lo que indica una correlación positivamente fuerte. Además, el valor p (0) fue menor que (0,000), confirmando la

significancia estadística al nivel de 0,05, lo que apoya la hipótesis alternativa. Contrastando además con la investigación de García & Astudillo (2020) con su estudio titulado: “Desempeño laboral y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Corrales, Provincia de Tumbes, 2019”; en donde tuvieron como finalidad determinar cómo los desempeños laborales se relacionan en la calidad de servicios de la Municipalidad, en donde se observó la correlación entre ambas variables se confirmó con el análisis de Rho de Spearman, arrojando un valor de 0,612. Para las dimensiones de productividad, compensación y capacitación, los coeficientes de correlación fueron 0,465, 0,382 y 0,291, respectivamente. Estos resultados indican que tanto el desempeño laboral como sus dimensiones tienen una incidencia directa y positiva en la calidad del servicio. Contrariamente a lo establecido por Gonzales et al. (2020) en su tesis: “El desempeño laboral y calidad de servicio del personal administrativo en el Hospital Regional de Pucallpa”, cuyo objetivo identificar cómo se relaciona el desempeño laboral del personal administrativo con la calidad del servicio en dicho hospital, obteniendo como resultados una correlación de -0,004 y un valor de significancia de 0,973, lo que indica que no existe una relación estadística directa y significativa entre el desempeño laboral del personal administrativo y la calidad del servicio en el Hospital Regional de Pucallpa.

Los resultados de esta investigación respaldan la relación propuesta en el objetivo general. En efecto, se ha encontrado una correlación entre las variables, lo que significa que un aumento del 100% en la calidad del servicio se traduce en un incremento del 24% en el desempeño laboral de los colaboradores. Aunque esta correlación es baja en términos de intensidad, aún es significativa y sugiere que mejorar la calidad del servicio puede influir positivamente en el desempeño laboral de los colaboradores hacia las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho.

En relación al tercer objetivo específico, el cual es el de identificar cuáles de las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) tienen una mayor correlación con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, se puede confirmar que efectivamente existen correlaciones entre algunas de ellas, como las dimensiones capacidad de respuesta y empatía por presentar un nivel de significancia por debajo

del 0,05 señalando además que de entre las dos dimensiones, la que presenta una mayor correlación es la dimensión capacidad de respuesta en un 33% con una asociación positiva pero baja en intensidad, según lo establecido por Hernández Sampieri y Mendoza (2018). Caso contrario las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad y seguridad no tienen ninguna correlación alguna con la variable satisfacción de los usuarios por presentar un nivel de significancia por encima del valor establecido del 0,05. En resumen, se puede afirmar que hay una correlación positiva pero débil entre las dimensiones capacidad de respuesta y empatía con la variable desempeño laboral en los colaboradores de las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, siendo la capacidad de respuesta la de mayor intensidad de correlación en un 33%

Al comparar con la investigación de Mori & Fernández (2018) con su estudio titulado: “Desempeño laboral y calidad del servicio de los trabajadores de Registros Públicos, Chiclayo”; en donde tuvo como objetivo establecer la relación entre ambas variables, en donde obtuvieron como resultados un coeficiente de correlación de Pearson de 0.664, indicando una relación positiva entre la calidad de servicio y el desempeño laboral. Además, se encontró que esta relación era significativa con un nivel de significancia bilateral de $p=0.009$, que es inferior a 0.01, y con un nivel de confianza del 99%. Así mismo se comparan con la investigación vertida por Ancasí & Quispe (2022) en su tesis denominada: “Calidad de servicios y el desempeño laboral del personal administrativo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH, en tiempos de emergencia sanitaria, año 2020” cuyo objetivo fue el de determinar la relación entre ambas variables; obteniendo dentro de los resultados una correlación directa y significativa ($r= 0,745$, $p=0,000$) entre la calidad de los servicios y el desempeño laboral durante la Emergencia Sanitaria y esto sugiere que una mejora en la calidad de los servicios está asociada con un mejor desempeño laboral. Además, se encontraron correlaciones significativas para las distintas dimensiones de la calidad del servicio. Los elementos tangibles mostraron una relación directa y significativa con el desempeño laboral ($r= 0,461$, $p=0,005$). De igual manera, la fiabilidad se correlacionó positivamente con el desempeño laboral ($r= 0,617$, $p=0,000$), al igual que la capacidad de respuesta ($r= 0,614$, $p=0,000$) y la seguridad ($r= 0,488$, $p=0,003$). Finalmente, la empatía también mostró una relación directa y significativa con el desempeño laboral ($r= 0,558$, $p=0,000$). Contrariamente

con lo manifestados por Navarro & Ríos (2020) con su estudio denominado: “Desempeño laboral y calidad del servicio de la empresa Sodimac Pucallpa, Ucayali”, cuya finalidad fue evaluar las relaciones de desempeños laborales y calidad de los servicios; en donde los resultados indicaron que existe una relación positiva muy baja y no significativa entre el desempeño laboral y la calidad del servicio en Sodimac Pucallpa en 2019, lo que indica que las eficiencias, los desarrollos del talento, los trabajos en equipos y las comunicaciones en las empresas no contribuye significativamente a mejorar la calidad del servicio.

Esto concuerda con los hallazgos de la presente investigación, que también mostraron una correlación positiva pero baja entre las dimensiones capacidad de respuesta y empatía con la variable desempeño laboral de los colaboradores, siendo la de mayor correlación con la dimensión capacidad de respuesta en un 33%.

V. CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general de este estudio, que buscaba determinar la relación entre la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, se encontró que el nivel de significancia es del 0,040 menor al valor estadístico de $p= 0,05$ esto confirma la existencia de una correlación positiva baja entre las variables de calidad del servicio y desempeño laboral. En otras palabras, si la calidad del servicio mejora, el desempeño laboral también mejora en la misma dirección y en un 24% de la misma magnitud.
2. En cuanto al objetivo específico número 1, cuyo propósito fue conocer el nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, se observó que el 61% de los colaboradores indicaron que el nivel es regular.
3. En relación al objetivo específico número 2, que tenía como finalidad conocer el nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, se observó que el 57% de los colaboradores señalaron el nivel bajo.
4. En cuanto a los objetivos específicos 3 cuyo propósito fue identificar cuáles de las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) tienen una mayor correlación con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024, se observó que las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad y seguridad no presentan ningún tipo de correlación con la variable desempeño laboral, mientras que si las dimensiones capacidad de respuesta y empatía; en donde es la dimensión capacidad de respuesta la que presenta una mayor correlación con el 33%

VI. RECOMENDACIONES

1. Mejorar la relación entre la calidad del servicio y el desempeño laboral a pesar de haber evidencia de una correlación baja entre ambas variables; por ello se deberán implementar actividades que empoderen y reconozcan a los empleados, e involucrarlos para que comprendan las necesidades de sus clientes y satisfacer sus expectativas; con una buena calidad de trabajo en su labor diaria.
2. Con respecto al calidad del servicio, es necesario llevar a cabo talleres, programas y políticas centrados en la mejora continua de sus colaboradores para una mejor percepción, basada en la capacidad para satisfacer las necesidades del usuario y superar sus expectativas.
3. En lo que respecta al desempeño laboral, se debe implementar un programa de fortalecimiento en el rendimiento de los colaboradores en cuanto a sus funciones, midiendo adecuadamente la eficiencia e identificando la realización de sus funciones, mejorando mejorar la productividad en las agencias de viaje.
4. Para fortalecer las dimensiones de las variables calidad del servicio y satisfacción de los usuarios, es esencial llevar a cabo mejoras con un enfoque en la eficacia y la eficiencia con el objetivo de elevar la percepción de correlación existente entre todas las dimensiones de las variables; por ello en futuras investigaciones, es importante seguir explorando y profundizando en el análisis del comportamiento de las variables de calidad del servicio y desarrollo laboral, permitiendo así identificar causas y consecuencias que contribuyan a optimizar el rendimiento en las agencias de viajes.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2017). Importancia de la excelencia en el servicio al cliente para el sector turístico. Ecuador.
- Alvear Sevilla, C. (1998). Calidad total: Conceptos y herramientas prácticas. México: <https://www.worldcat.org/title/calidad-total-conceptos-y-herramientas-practicas/oclc/651541441?referer=di&ht=edition>
- Ancasi Galvez, F. J., & Quispe Ccora, J. C. (2022). Calidad de servicios y el desempeño laboral del personal administrativo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH, en tiempos de emergencia sanitaria, año 2020.
- Apeña Gonzales, C. M. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente para mejorar la atención del personal de preventa de una distribuidora de consumo masivo, distrito de Santa Anita, 2021.
- Arango, Y. (2020). Evaluación de la calidad en el servicio del subsector de las agencias operadoras de turismo en la ciudad de Santiago de Cali. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente] Santiago de Cali. Repositorio digital UAO Autónoma <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/669>.
- Arias, J. L. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica (1ra ed.). Enfoques consulting: Perú
- Arnheim, R. (1986). Arte y Percepción visual, Madrid: Alianza Blog de Recursos Humanos de Bizneo HP práctico y actual. (02 de marzo de 2020)
- Arce Ferro, J. A., & Paz Ccahuana, D. (2023). La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en una agencia de viajes, Cusco 2022.
- Balart, M. (15 de 11 de 2018). La empatía: La clave para conectar con los demás. Claves del poder personal, 50, 2.
Obtenido de http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf
- Barrenechea Herrera, M. O., & Del Águila Berrospi, D. S. (2021). La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la agencia de viajes Sudamerican Travel & Tour SAC, Santiago de Surco-2019.
- Borman, W. C. y Motowidlo, S. J. (1993). Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance. En N. Schmitt y W. C. Borman (Eds.), Personnel selection in organizations (pp. 71-98). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Bueno, O. (2018). Percepción de los turistas nacionales sobre la calidad del servicio que brinda el guía de turismo en la ciudad de Ayacucho. [Tesis de bachiller, Universidad Nacional de Ayacucho, Perú].
- Cacho, J. y Gavidia, S. (2016) Competitividad del destino turístico distrito de Ayacucho. [Tesis, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Ayacucho - Perú]

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/585&ved=2ahUKEwi0ruDR_8f2AhUdILKGHYaTAGIQFnoECAAQQAQ&usg=AOvVaw3qdhOb4p2MrU1g9Yvorjqc

- Cámara Nacional de Turismo del Perú. (27 de septiembre de 2018). Día Mundial del Turismo: Impacto del sector en la economía peruana. Portal de Turismo.
<http://www.portaldeturismo.pe/noticia/dia-mundial-del-turismo-impacto-del-sector-en-la-economía-peruana>
- Camisón, C., Cruz, S., González, & Tomás. (2006). Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Campbell, J. P., McCloy, R. A., Oppler, S. H. y Sager, C. E. (1993). A theory of performance. En N. Schmitt y W.C. Borman (Eds.), *Personnel selection in organizations* (pp. 35–70). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Carmona, A. (2019). Percepción del turista interno sobre la calidad del servicio al cliente, de la agencia de viajes y turismo, Perú Travel, en la ciudad de Trujillo, 2015. [Tesis, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo - Perú].
- Cantú Delgado, J.H. (2011) Desarrollo de una cultura de calidad. 4ta ed. México: Mc.Graw
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=dialnet.unirioja.es/servlet/articulo%3Fcodigo%3D6349235&ved=2ahUKEwj955KakvX2AhWLILKGHbF8AnkQFnoECFEQAQ&usg=AOvVaw30PCpjBY7u_cKtshzS7FpB
- Casierra (2018) Tesis “Evaluación del desempeño laboral en relación a la calidad de los servicios en el Hospital Oswaldo Jervis Alarcón Salitre, 2016”
- ComexPerú. (22 de mayo de 2020) Agencias de viajes y turismo, en la primera línea de la reactivación del sector. [Semana 1026]. Actualidad.
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/agencias-de-viaje-y-turismo-en-la-primera- linea-de-la-reactivacion-del-sector>
- ComexPerú. (29 de marzo de 2019) Turismo en el Perú. [Semana 978]. Actualidad.
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/turismo-en-el-peru>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERU]. (2018).
- Condori, O. P. (2020) Universo, población y muestra.
<https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>
- Cornejo Alfaro, C. A. (2023). La motivación de los trabajadores y su relación con el desempeño laboral de una IPRESS en Lima, con enfoque global.
- Córdova, L. M. (2017). Nivel de Calidad de servicio de la Empresa Macga SAC, usando el modelo SERVQUAL en la ciudad de Ayacucho, 2017. [Tesis, Universidad Nacional de Ayacucho, Perú].

- Córdova, L., & Vela, S. (2022). Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa Open Market, Tarapoto 2022 (Doctoral dissertation, Tesis de licenciatura]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/95322>).
- Cortés-Bello, Rosa del Carmen y Vargas-Martínez, Elva Esther (2018). PROSPECTIVA EN AGENCIAS DE VIAJES: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA. *Turismo y Sociedad*, 22 (), 45-64.
- Cronin, J. Y Taylor, S. (1994). SERVPERF vs. SERVQUAL Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus Expectations Measurement of Service Quality, *Journal of Marketing*, vol. 58, pp. 125-131, febrero.
- Crosby, P.B. (1988). *La organización permanece exitosa*. México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2018). *Administración de Recursos Humanos*. McGraw Hill Educación. México.
- Cruz Sánchez, A., Orduña Carlos, M., & Álvarez Hernández, J. (2017). Evolución del concepto de calidad y los modelos de medición de calidad en el servicio. *Innovaciones de Negocios*, 259. 278. <https://red.uao.edu.co/handle/10614/13369?show=full>
- Cueva, V. (2015). Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. [Tesis, Universidad de Piura, Perú].
- Chavez Bravo, J. D. (2021). Buenas prácticas de servicio y desempeño laboral en las empresas hoteleras de Tingo María-Huánuco.
- Chiavenato, I. (2019). *Administración de recursos humanos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de CV
- Deming, W.E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Madrid.
- Dessler, G. (2017). *Administración de Recursos Humanos*. (5ª. ed.). México: Prentice-Hall.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. (10 de enero de 2019). Mas de 900 mil turistas visitaron Ayacucho el 2018. *Viajando por Perú*. <https://viajandoporperu.com/2019/01/10/mas-de-900-mil-turistas-visitaron-ayacucho-en-2018/>
- Duque, E.J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Colombia. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15 (25), 64 - 80.
- Economía. (1 de abril de 2018). Llegada de turistas al Perú crecerá hasta 8% en 2018. *El Comercio*.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/llegada-turistas-peru-crecera-8-2018-noticia-508771>

Estudio, A. (2019). Aiteco Consultores.

<https://www.aiteco.com/modeloservqual-de-calidad-de-servicio/>

Fajar, A., Wijaya, B., Surachman, S., & Mugiono, M. (2020). The effect of service quality, perceived value and mediating effect of brand image on brand trust. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–56.

<https://doi.org/10.9744/JMK.22.1.45-56>

Feria, A. H., y Gonzáles, S. M., y Mantecón, L. S. (2020) La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? <https://acortar.link/Jja3K>

Gabini, S. (2018). Potenciales predictores del rendimiento laboral. Buenos Aires, Argentina: Editorial Teseo.

Gabini, S., & Salessi, S. (2016). Validación de la Escala de Rendimiento Laboral Individual en Trabajadores Argentinos. *Revista Evaluar*, 16(1), 10-26.

Gabriel, Adi. (2003) Medición de la calidad de los servicios. Universidad del Cema.

http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas20037MADE_Weil.pdf.

García Lizano, y. G., & Astudillo Rosillo, J. P. (2020). Desempeño laboral y calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Corrales, Provincia de Tumbes, 2019.

Garay, D. y Ballestas, A. (2016). Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil en Cartagena desde la perspectiva del usuario a través del SERPERF. [Tesis, Universidad de Cartagena de Indias - Colombia].

García, J. (2016). Estudio del estrés laboral en el personal administrativo y trabajadores de la Universidad de Cuenca. Cuenca 2015 [Tesis de Maestría. Universidad de Cuenca, Ecuador].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24644/1/Tesis.pdf>

García, T. Á. (27 de 12 de 2018). La calidad de servicio para la conquista del cliente. Obtenido de

http://apdo.org/web_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf

Giese, J., & Cote, J. (2019). Defining Customer satisfaction. *Academy of Marketing Science*, 1. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Gonzales Puma, S. R., Leon Tafur, R., & Sanchez Guimaraes, V. H. (2020). El desempeño laboral y calidad de servicio del personal administrativo en el Hospital Regional de Pucallpa, 2019.

Gorriti, M. (2006). La evaluación del desempeño: Concepto, criterios y métodos. España. <https://www.vitoriagasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/22/22/2222.pdf&ved=2ahUKEwia8oqx8ND0AhXJHLkGHTXaDikKFnoECC4QAQ&usq=AOvVaw2dCyYH0wLQoEUzYBDtrr>

- Granados M. (31 de diciembre de 2010) Gestión en el Tercer Milenio: Empleo con profesionalización en el sector turismo. Universidad Nacional Mayor de San Marcos [Artículo].
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/issue/view/875>
- Grönroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality. Review of Business. New York: St. John's University Press.
- Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-interamericana.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1968). The motivation to work. New York: Wiley.
- Ishikawa, K. (1986). ¿Qué es control total de la calidad? Colombia: normal.
- Huaccha Paz, M. E. (2019). Percepción de la calidad del servicio y su relación con el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo minoristas y operadores de turismo del centro histórico de la ciudad de Ayacucho, 2019.
- Hidalgo Pezo, G. J. (2019). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente SAC-Tarapoto, 2018.
- Jaén, M. (2010). Predicción del rendimiento laboral a partir de indicadores de motivación, personalidad y percepción de factores psicosociales. España.
- Jornada (2023) Ayacucho: El turismo es el sector que presenta más dificultades. <https://jornada.com.pe/ayacucho-el-turismo-es-el-sector-que-presenta-mas-dificultades/>
- Juran, J., & Gryna, F. (1993). Manual de control de la calidad. Madrid: Reverté.
- Kwan, C., Urbietta, M., González, G., Gorostiaga, J., Cáceres, M., & Díaz, M. (2022). Percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A. – Paraguay mediante el modelo servqual. Revista Científica de la Ucsa, 103-111.
- Klingner, E. y Nalbandian, J. (2002). Administración del Personal en el Sector Público. México, ELIAC
- Koopmans, L., Bernaards, C., Hildebrandt, V., de Vet, H., & van der Beek, A. (2013). Measuring individual work performance: Identifying and selecting indicators. A Journal of Prevention, Assessment & Rehabilitation.
- Kotler, F., Bowen, J. (2003), Marketing para Turismo, Madrid-España: Pearson Education.
- La Agencia de Viajes Perú. (13 de marzo de 2017). El largo camino hacia la competitividad. <https://www.google.com/amp/s/peru.ladevi.info/el-largo-camino-la-competitividad-n17112>
- La Asociación de Estados del Caribe para el Turismo [ACS-AEC]. (2013). Elemento principal para un servicio turístico de calidad global: un Recurso Humano capacitado. Francia. <http://www.acs-ec.org/index.php?q=es/centro-de->

prensa/comunicados/2013/el-elemento-principal-para-un-servicio-turístico-de-calidad-global

La Cámara. (26 de marzo de 2018). Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) [Cámara de Comercio de Lima].

<file:///D:/demanta%20tca/informe%20economico.pdf>

La República. (3 de enero de 2018). Ayacucho entre los mejores lugares a visitar en el 2020. La República.

<https://larepublica.pe/sociedad/1166088-ayacucho-entre-de-los-mejores-lugares-a-visitar-en-el-2020>

Lavado, K. (2016). La calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo del Centro Histórico de la Ciudad de Trujillo en el Turista Nacional. [Tesis de bachiller, Universidad Privada del Norte, Trujillo - Perú].

López-Roldán, P., y Fachelli, S. (2020). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Universitat Autònoma de Barcelona. <http://ddd.uab.cat/record/129382>

Martínez, Z. C. (2020) Diseño de investigación, muestreo y métodos de recolección de datos. <https://escueladedatos.online/tutorial/disenio-de-investigacion-muestreo-y-metodos-de-recoleccion-de-datos/>

Marmanillo, M. (2023) Ayacucho: El turismo es el sector que presenta más dificultades. <https://jornada.com.pe/ayacucho-el-turismo-es-el-sector-que-presenta-mas-dificultades/>

Max-neef (1998) Teoría del Desarrollo a Escala Humana de Max-Neef

Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación. [Formato PDF] Universidad Nacional Autónoma de México.

Medianero, B. S. (2022) Investigación en Gestión Pública: Conceptos Básicos y Clasificación General. Universidad Mayor de San Marcos. Recuperado de: https://economia.unmsm.edu.pe/doc_trab/dt2022/DT-IEE-UNMSM-2022-01.pdf

Mori Neira, K. I., & Fernández Cusman, A. G. (2018). Desempeño laboral y calidad del servicio de los trabajadores de Registros Públicos, Chiclayo.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023) Reporte Regional de Turismo Año 2023. Ayacucho. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5817686/4315787-reporte-regional-de-turismo-ayacucho-ano-2023.pdf?v=1712000958>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Estadísticas de Turismo 2017. <https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/tripticos/2018/ayacucho.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (14 de julio de 2019) Mincetur otorgó reconocimiento de buenas prácticas a más de 400 empresas de turismo. [Andina].

- <https://andina.pe/agencia/noticia-mincetur-otorgo-reconocimiento-buenas-practicas-a-mas-400-empresas-turismo-716548.aspx>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). Perú, cuarto país con más turistas internacionales en Sudamérica. [Andina.pe.]
<https://andina.pe/agencia/noticia-turismo-genero-divisas-al-peru-4895-millones-2018-747132.aspx>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (13 de octubre de 2019). Un reto por resolver en el turismo. [Nota informativa].
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/52467-un-reto-por-resolver-en-el-turismo>
- Miranda A, V. & Valencia H, A. (2018) La supervivencia de las agencias de viaje y turismo: Gestión de marketing digital como estrategia para la atracción de clientes turistas. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú]
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/13122/13122>
- Molina, O. (2014). EcuRed. Obtenido de https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios
- Morales Méndez, E. D. (2015). Medición de clima organizacional en el Colegio Cambridge de Huehuetenango. [Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar - Guatemala].
- Motowidlo, S. (2003). Job performance. *Handbook of psychology: industrial and organizational psychology*, 12, 39-53.
- Movimiento Científico (2014) Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. Artículo. <https://dialnet.unirioja.es>
- Muñoz Benavides, G. (2017). Análisis de la calidad del servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas. [Tesis de maestría, Ecuador – PUCESE].
[https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20B ENAVIDEZ%20GIRA.pdf](https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20B%20ENAVIDEZ%20GIRA.pdf)
- Murphy, K. R. (1989a). Dimensions of job performance. En R. Dillon y J. Pellingrino (Eds.), *Testing: Applied and theoretical perspectives* (pp. 218-247).
- Navarro Pezo, I. C., & Rios Macedo, J. M. (2020). Desempeño laboral y calidad del servicio de la empresa Sodimac Pucallpa, Ucayali, 2019.
- Njilo, C. M., Karadaş, G., & Garanti, Z. (2020). The mediation effect of learning organization in the relationship between internal service quality and job satisfaction of nurses. *Ethiopian Journal of Health Development*, 34(4), 286–292.
<https://www.ajol.info/index.php/ejhd/article/view/20346>
- Nguyen, H. M., & NGO, T. T. (2020). Psychological Capital, Organizational Commitment and Job Performance: A Case in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(5), 269–278.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO5.269>

- Omachonu, V. y Ross, J. (1995) Principios de la calidad total. México: Editorial Diana.
<https://www.casadellibro.com/libro-principios-de-la-calidad-total-vincent-k-omachonu-y-joel-e-ross-diana-mexico-1995/mkt0005859039/11550619>
- ONU Turismo (2023). El turismo internacional en camino de cerrar 2023 cerca del 90% de los niveles prepandemia. <https://acortar.link/S8dcXi>
- Organización Mundial del Turismo (s.f.) Panorama del turismo internacional edición 2019. [OMT-UNWTO]. <https://www.unwto.org/es/UNWTO-quest>
- Organización Mundial del Turismo, (20 de marzo de 2021) ¿Qué es calidad turística según la OMT? <https://aleph.org.mx/que-es-calidad-turistica-segun-la-otm>
- Orozco, G. (2018). El concepto de la seguridad en la teoría de las relaciones Internacionales. Fundación CIDOB, 161-180. Obtenido de Fundación CIDOB
- Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en Psicología con base en la Teoría Gestalt. Revista de Estudios Sociales, (18), 89-96. ISSN:0123-885x. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81501809>
- Palacios, D. (2014). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/51538>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
- Pasco Malca, E. M. (2022). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la agencia de viaje Inka Wasi Travel.
- Pérez Villanueva de Ortiz, R. C. (2017) La oferta turística y las estrategias de desarrollo sostenible del servicio en la ciudad de Cajamarca, 2016 – 2017. [Tesis de maestría. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/394>
- Plataforma Turística [Plataforma Turística – Ayacucho] (13 de abril de 2018) En la Reciente publicación que realiza Dircetur, sobre afluencia turística durante semana santa. Facebook. <https://www.facebook.com/plataformaturisticaayacucho/>
- Plataforma Turística [Plataforma Turística – Ayacucho] (25 de abril de 2018). Guías de turismo edición limitada. Facebook. <https://www.facebook.com/plataformaturisticaayacucho/>
- Quezada (2023) Importancia del turismo RD. <https://acortar.link/NyIPcX>
- Ramírez Vielma, R. G. (2013). Diseño del trabajo y desempeño laboral individual. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid – España]. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/13039/62525_Ram%C3%ADr ez%20Vielma%20Raul%20Gonzalo.pdf?sequence=1

- Rajiv S. Jhangiani, I-Chant A. Chiang, Carrie Cuttler, & Dana C. Leighton (2022). Métodos de investigación en psicología. <https://acortar.link/RPCosN>
- Rendon, M. E., Villasís, M. Á. y Miranda, M. G. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755026009>
- Rollano Málaga, G. E. (2017). Calidad de servicio y desempeño laboral de los trabajadores en el Hotel Royal Inka Pisac - I Semestre, Cusco 2016. [Tesis de bachiller, Universidad Andina de Cusco – Perú].
http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1234/3/Gabriela_Tesis_bachiller_2017.pdf
- Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221–232.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Romani Nazario, M. (2017). Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo, Perú].
- Romero Mendoza, P. (2017). Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios del centro de atención al ciudadano de la Municipalidad Provincial de Cajamarca - 2015. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Cajamarca, Perú].
<http://repositorio.unc.pe/handle/UNC/1195>
- Rus, A. E. (2020) Investigación correlacional. Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-correlacional.html>
- Ruíz Flores, M. E. (2017). Percepción de la calidad de los servicios que brinda Yuraq Hotel. [Tesis de bachiller, Universidad Nacional de Cajamarca, Perú].
- Ruiz Hurtado, W. (2019) Relación entre el desempeño laboral y la percepción del cliente acerca de la calidad del servicio de la empresa San Lorenzo Asociados S.R.L. [Tesis de maestría Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca. Perú].
- Rust, R.A. y Oliver, R.L. (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice*. California: Sage Publications.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. Ginebra [formato PDF].
- Sastre, M. & Aguilar, E. (2003). *Dirección de recursos humanos, un enfoque estratégico*. Madrid: McGraw•Hill.
- Silva Sinning, L. H. (2015). Aplicación y validación de un modelo de medición de la calidad percibida del servicio (Servperf) para la industria automotriz en Colombia (Servicio Posventa). [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].
https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/56903falta_completar

- Sumardi, S., & Adji, R. (2020). The influence of quality management on organization performance: service quality and product characteristics as a medium. *Property Management*, 38(3), 383–403. <https://doi.org/10.1108/PM-10-2019-0060>
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. 1° edición Argentina.
http://www.laqi.org/pdf/libros_coacing/Excelencia+en+Servicio.pdf
- T News (28 de febrero de 2019) Según Mincetur, el crecimiento del turismo del 2018 fue de 9.60%. [Turismo Noticias]. <https://tnews.com.pe/segun-mincetur-el-crecimiento-del-turismo-del-2018-fue-de-9-60/>
- USIL Blog (2023) Estudios revelan imagen positiva de destinos turísticos en Perú.
<https://acortar.link/ldVVg8>
- Varisco, C. (2012). Sistema turístico, subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. [Universidad Nacional de Mar del Plata – Argentina].
<http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Vicuña Condor, S. y Olea Chuquisengo, C. (2018). Relación de la calidad de servicio, calidad de relación y valor percibido con la lealtad del cliente en las agencias de viaje MYPES de Miraflores 2017. [Tesis de bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola - Perú]. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3787>
- Vroom, V. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley y Sons. Wu G, Hu Z & Zheng J. Role Stress, Job (2019) Burnout, and Job Performance in Construction Project Managers: The Moderating Role of Career Calling. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(13), 1 – 10.
<https://doi.org/10.3390/ijerph16132394>

ANEXOS

Anexo I. Matriz de consistencia.

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo se relacionan la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO 1 ¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación entre la calidad del servicio y el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICO 1 Conocer el nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL La calidad del servicio se relaciona significativamente con el desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1 El nivel de la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024 es bajo</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>

<p>PROBLEMA ESPECÍFICO 2 ¿Cuál es el nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO 3 ¿Cuáles de las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) tienen una mayor correlación con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024?</p>	<p>OBJETIVO ESPECÍFICO 2 Conocer el nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICO 3 Identificar cuáles de las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) tienen una mayor correlación con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2 El nivel del desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024 es bajo.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 Las dimensiones de la variable calidad del servicio (Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) se relacionan significativamente con la variable desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo de la Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>

Anexo II. Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICA / INSTRUMENTO
Variable 1: Calidad del Servicio	Giese & Cote (2019) señalan que es la atención prestada conformada por personas, para los consumidores y usuarios que quieran adquirir del servicio en interpretarlo como y cuáles son las necesidades de los clientes y como es que lo percibe	La variable se está midiendo, considerando las cinco dimensiones, que fueron contemplados en 22 enunciados, que permitieron a elaborar el cuestionario para medir la variable	Elementos Tangibles	Equipos modernos y materiales e instalaciones visualmente atractivos.	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Encuesta – Cuestionario
			Confiabilidad	Inicia y finaliza el servicio en el tiempo indicado y da solución a los problemas.		
			Capacidad de Respuesta	Tiene buena predisposición para atender al cliente y comunica la hora que van a tomar el servicio.		
			Seguridad	El personal es amable, transmite confianza y tiene conocimientos suficientes para responder a los clientes.		
			Empatía	Horarios convenientes y atención personalizada a los clientes.		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICA / INSTRUMENTO
Variable 2: Desempeño Laboral	Nguyen y NGO (2020) señalan que el desempeño laboral del empleado se define en relación con los objetivos de trabajo de la organización donde el empleado pertenece a, y existe en la forma del comportamiento humano	La variable se está midiendo, considerando las tres dimensiones, conformada por 16 ítems, que permitieron a elaborar el cuestionario para medir la variable la variable	Desempeño en la Tarea	Hacer bien el trabajo, dedicar tiempo y esfuerzo para tener conocimientos y habilidades laborales actualizadas, capacidad para dar soluciones creativas y desafiantes y realizar otras labores sin que lo pidan	1. Nunca	Encuesta – Cuestionario
			Desempeño en el Contexto	Planificar el trabajo y analizar si es óptimo, trabajar para mantener habilidades actualizadas, participar de las reuniones de la empresa	2. Casi nunca 3. A veces	
			Comportamientos Contraproducentes	Agrandar los problemas, quejas y comentarios de asuntos sin importancia y aspectos negativos del trabajo con compañeros o personas externas en vez de enfocarse en lo positivo.	4. Casi siempre 5. Siempre	

Anexo III. Declaración jurada de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado colaborador, solicito su apoyo para la realización de la investigación denominada “Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024”.

Se detalla que:

- La encuesta está conformada por dos cuestionarios de 22 enunciados para la primera variable Calidad del Servicio y de 16 para la segunda variable Desempeño Laboral, las cuales deberán ser respondidas con total honestidad.
- La información que se me brinde será utilizada únicamente para esta investigación, además de que los datos obtenidos con la encuesta serán tratados de manera anónima.
- La participación en la mencionada encuesta es totalmente voluntaria, en el cual el encuestado tiene la libertad de responder las preguntas que considere.
- Si surgen dudas acerca de la investigación, el cliente puede realizar las consultas que considere necesarias.

Chiclayo, Julio del 2024.



Bach. Vila Santiago Flabio Cesar
DNI: 45559786

Anexo IV. Instrumentos de recolección de datos.

CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO

Instrucciones: La presente técnica de la Encuesta tiene por finalidad recoger información sobre la investigación titulada: “Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024”, la misma que está compuesta por un conjunto de preguntas, donde luego de leer dicha interrogante debe elegir la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (X). Se le recuerda, que esta técnica es anónima, se agradece su participación.

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Elementos Tangibles						
1	La agencia de viajes cuenta con equipamiento moderno.	1	2	3	4	5
2	Las instalaciones físicas de la agencia son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
3	El personal de la agencia tiene apariencia limpia y prolija.	1	2	3	4	5
4	Los materiales relacionados con el servicio –como afiches, página en Facebook, website, etc.- son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
Fiabilidad						
5	Cuando el servicio promete hacer algo en determinado tiempo, realmente lo realiza.	1	2	3	4	5
6	Cuando tiene un problema, la agencia muestra interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
7	La agencia realiza bien el servicio a la primera vez.	1	2	3	4	5
8	Las fechas de entrega del servicio es según lo estipulado previamente.	1	2	3	4	5
9	Considera que la agencia mantiene un historial adecuado con su información.	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta						
10	La agencia comunica al cliente cuando concluirá el servicio.	1	2	3	4	5
11	La agencia ofrece un servicio rápido al cliente.	1	2	3	4	5
12	La agencia siempre está dispuesta a ayudar al cliente.	1	2	3	4	5
13	La agencia nunca está muy ocupada para responder a las preguntas del cliente.	1	2	3	4	5
Seguridad						
14	El comportamiento de los responsables de la agencia transmite confianza al cliente	1	2	3	4	5
15	Siente seguridad al realizar transacciones con la agencia de viajes	1	2	3	4	5
16	Los responsables de la agencia son amables con el cliente.	1	2	3	4	5
17	Los responsables de la agencia tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.	1	2	3	4	5

Empatía						
18	La agencia brinda a los usuarios una atención individualizada.	1	2	3	4	5
19	La agencia de viajes tiene horarios de atención convenientes.	1	2	3	4	5
20	La agencia ofrece atención personalizada al usuario.	1	2	3	4	5
21	La agencia muestra interés en el cliente.	1	2	3	4	5
22	La agencia comprende las necesidades específicas de los usuarios.	1	2	3	4	5

Fuente: Tomado de Águila Berrospi Damaris Del & Barrenechea Herrera Mallerly, 2019

CUESTIONARIO SOBRE EL DESEMPEÑO LABORAL

Instrucciones: La presente técnica de la Encuesta tiene por finalidad recoger información sobre la investigación titulada: “Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024”, la misma que está compuesta por un conjunto de preguntas, donde luego de leer dicha interrogante debe elegir la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (X). Se le recuerda, que esta técnica es anónima, se agradece su participación.

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Desempeño en la Tarea						
1	Soy capaz de hacer bien mi trabajo y de calidad, porque dedico el esfuerzo necesario	1	2	3	4	5
2	Se me ocurren soluciones creativas frente a los problemas presentados.	1	2	3	4	5
3	Cuando puedo realizo tareas laborales desafiantes y estoy preparado para responder a éstas	1	2	3	4	5
4	Cuando termino con el trabajo asignado, realizo otra tarea sin que me lo pidan	1	2	3	4	5
5	En mi trabajo, tengo en mente los resultados de calidad que debo lograr	1	2	3	4	5
6	Tengo mis conocimientos laborales actualizados.	1	2	3	4	5
7	Sigo buscando nuevos desafíos en mi trabajo, para ofrecer un servicio de calidad	1	2	3	4	5
Desempeño en el Contexto						
8	Planifico mi trabajo para realizarlo a tiempo y de calidad	1	2	3	4	5
9	Trabajé los últimos tres meses para mantener mis habilidades laborales actualizadas	1	2	3	4	5
10	Participo activamente de las reuniones laborales en la empresa	1	2	3	4	5
11	Mi planificación al terminar el día laboral es óptima	1	2	3	4	5
Comportamientos Contraproducentes						
12	Me quejo de asuntos sin importancia en el trabajo con el cliente o el empleador	1	2	3	4	5

13	Comento aspectos negativos de mi trabajo con mis compañeros	1	2	3	4	5
14	Agrando los problemas que se presentaron en el trabajo.	1	2	3	4	5
15	Me concentro en los aspectos negativos del trabajo, en lugar de enfocarme en las cosas positivas	1	2	3	4	5
16	Comento aspectos negativos de mi trabajo con gente que no pertenece a la empresa	1	2	3	4	5

Fuente: Tomado de Huaccha Paz María, 2019

Anexo V. Juicio de Expertos

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS

Informe de opinión de expertos del instrumento de Investigación

I.- DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres : Mg. Lovatón Hoyos Nestor
1.2. D.N.I : 16520965
1.3. Institución donde labora : IESTP. 4 DE JUNIODE 1821
1.4. Autor del Instrumento : Vila Santiago Flabio Cesar
1.5. Título de la Investigación : Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

II.- ASPECTOS DE VALIDACION

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre: 01 – 40 DEFICIENTE; 41 – 90 REGULAR; 91 – 100 EXCELENTE.

Nº	ITEMS	INDICACIONES	DEFICIENTE (01 - 40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91 - 100)
1	Claridad	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2	Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X
3	Actualidad	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los servicios educativos.			X
4	Organización	Existe organización lógica en el instrumento			X
5	Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6	Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7	Consistencia	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8	Coherencia	Existe coherencia entre los índices e indicadores y dimensiones			X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III.- OPINION DE APLICABILIDAD : Aplicación a la población de estudio.

IV.- PROMEDIO DE VALORACION : 100%

Chiclayo, Mayo 2024


Mg. Nestor Paul Lovatón Hoyos
DNI: 16705703

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS

Informe de opinión de expertos del instrumento de Investigación

I.- DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres : Mg. Valdiviezo Carhuachinchay Sandra
1.2. D.N.I : 03117083
1.3. Institución donde labora : Jefa de Centros de Producción - USS
1.4. Autor del Instrumento : Vila Santiago Flabio Cesar
1.5. Título de la Investigación : Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

II.- ASPECTOS DE VALIDACION

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre: 01 – 40 DEFICIENTE; 41 – 90 REGULAR; 91 – 100 EXCELENTE.

Nº	ITEMS	INDICACIONES	DEFICIENTE (01 - 40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91 - 100)
1	Claridad	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2	Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X
3	Actualidad	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los servicios educativos.			X
4	Organización	Existe organización lógica en el instrumento			X
5	Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6	Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7	Consistencia	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8	Coherencia	Existe coherencia entre los índices e indicadores y dimensiones			X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III.- OPINION DE APLICABILIDAD : Aplicación a la población de estudio.

IV.- PROMEDIO DE VALORACION : 100%

Chiclayo, Mayo 2024



Valdiviezo Carhuachinchay Sandra Isabel
DNI: 03117083

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS

Informe de opinión de expertos del instrumento de Investigación

I.- DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres : Mg. Huertas Lluncor, Yovanna Marisol
1.2. D.N.I : 03117083
1.3. Institución donde labora : Docente UTP.
1.4. Autor del Instrumento : Vila Santiago Flabio Cesar
1.5. Título de la Investigación : Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024

II.- ASPECTOS DE VALIDACION

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre: 01 – 40 DEFICIENTE; 41 – 90 REGULAR; 91 – 100 EXCELENTE.

Nº	ITEMS	INDICACIONES	DEFICIENTE (01 - 40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91 - 100)
1	Claridad	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2	Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X
3	Actualidad	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los servicios educativos.			X
4	Organización	Existe organización lógica en el instrumento			X
5	Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6	Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7	Consistencia	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8	Coherencia	Existe coherencia entre los índices e indicadores y dimensiones			X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III.- OPINION DE APLICABILIDAD : Aplicación a la población de estudio.

IV.- PROMEDIO DE VALORACION : 100%

Chiclayo, Mayo 2024

Anexo VI. Declaratoria de Autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD - ASESOR

Yo, Wilton Carpio Campos, identificado con DNI N° 80565745 docente de la Universidad Particular de Chiclayo, asesora de la Tesis titulada: “Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024”, del autora Vila Santiago Flabio Cesar , constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

Chiclayo, marzo del 2024.



Dr. Wilton Carpio Campos
DNI: 80565745

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD - AUTOR

Yo, Bach. Vila Santiago Flabio Cesar perteneciente a la Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios (FACEN) de la Universidad Particular de Chiclayo, identificada con DNI N° 45559786, cuyo informe de tesis se denomina “Calidad del servicio y desempeño laboral en las agencias de viajes y turismo, Provincia de Huamanga, Región Ayacucho, Año 2024”

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales APA de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por lo tanto, en el desarrollo de la presente tesis no se ha realizado plagio alguno.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada, es decir, no ha sido publicada con anterioridad para la obtención de algún grado académico o título profesional.
- 4) Los datos que se han presentado en los resultados son reales, no han sido falseados, duplicados ni copiados, por lo tanto, los resultados que se presentan en este informe de tesis se han obtenido realizando la investigación pertinente.

De identificarse alguna falta de fraude como datos falsos, plagio (información sin citar los autores que corresponden), auto plagio (presentar como nuevo un trabajo de investigación propio publicado anteriormente), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Chiclayo, julio del 2024.

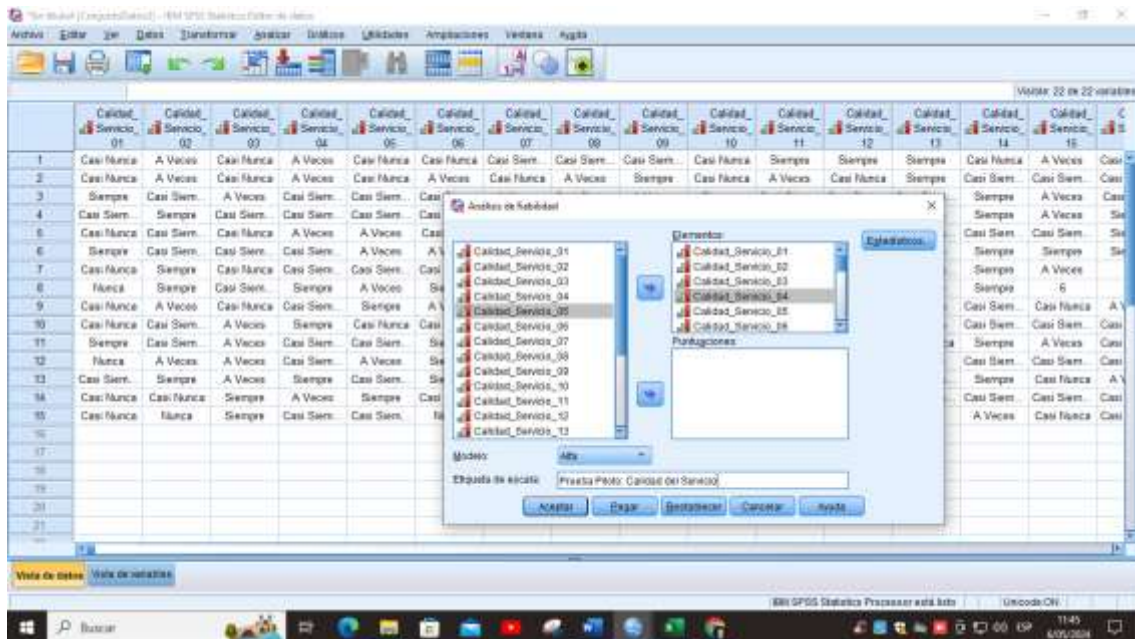


Bach. Vila Santiago Flabio Cesar
DNI: 45559786

Anexo VII. Base de Datos de Prueba Piloto (Alfa de Cronbach).

PRUEBA PILOTO PARA ESTABLECER LA CONFIABILIDAD DE LOS DOS INSTRUMENTOS																																							
CALIDAD DEL SERVICIO Y DESEMPEÑO LABORAL EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO, AÑO 2024																																							
N°	VARIABLE 1: CALIDAD DEL SERVICIO										VARIABLE 2: DESEMPEÑO LABORAL																												
	Dimensión 1: Elementos Tangibles		Dimensión 2: Fiabilidad		Dimensión 3: Capacidad de Respuesta		Dimensión 4: Seguridad		Dimensión 5: Empatía		Dimensión 1: Desempeño en la tarea			Dimensión 2: Desempeño en el Contexto			Dimensión 3: Comportamientos Contraproducentes																						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
E1	2	3	2	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	5	5	5	2	4	3	4	1	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
E2	2	3	2	3	2	3	2	3	5	2	3	2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	4
E3	5	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	3	2	4	4	5	2	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
E4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	5	5	2	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	2	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4
E5	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	2	4	4	4	2	4	2	2	4	4	3	5	4	3	5	5	4	5	5
E6	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	3	4	3	3	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	
E7	2	5	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	2	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	
E8	1	5	4	5	3	5	5	4	2	4	5	5	5	5	2	2	5	4	5	4	3	4	5	4	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
E9	2	3	2	4	5	3	3	5	4	5	4	5	4	3	4	2	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	4	4	3	5	4
E10	2	4	3	5	2	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
E11	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	2	5	3	4	1	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
E12	1	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4
E13	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	3	3	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
E14	2	2	5	3	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	2	4	2	2	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
E15	2	1	5	4	4	1	3	4	3	1	3	4	1	3	2	4	4	2	4	5	2	1	4	5	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4

Valoración en Escala Likert: Nunca (1) Casi Nunca (2) A Veces (3) Casi Siempre (4) Siempre (5)



➔ Fiabilidad

Escala: Prueba Piloto: Calidad del Servicio

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		15	100,0

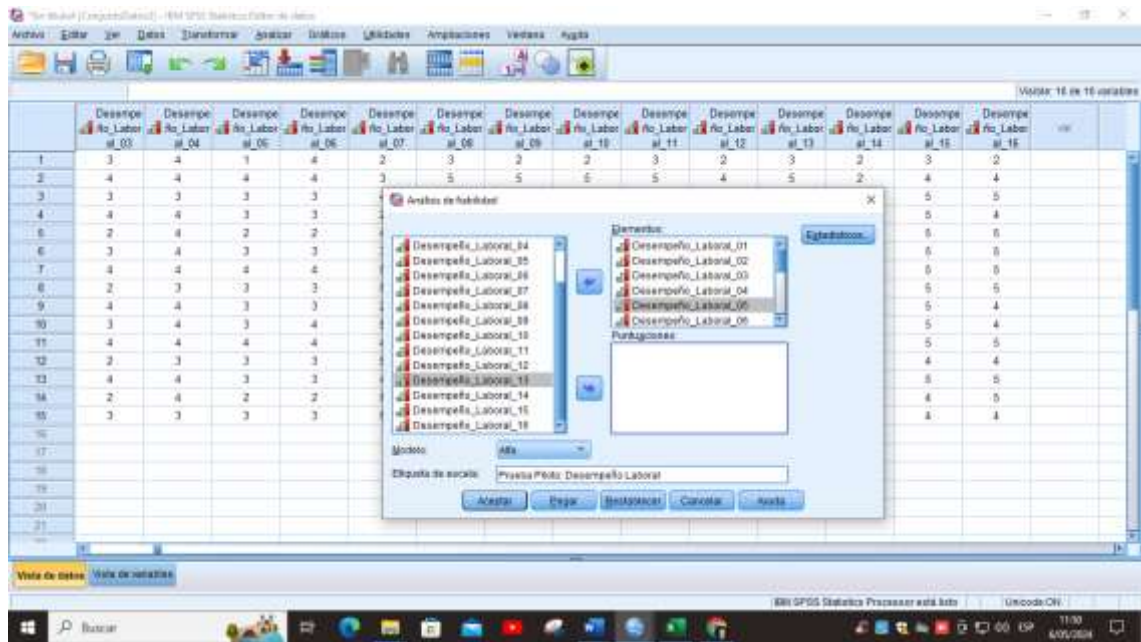
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,716	22

Rango	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruíz (como se cita en cita en Hernández et al, 2006).



➔ Fiabilidad

Escala: Prueba Piloto: Desempeño Laboral

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

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

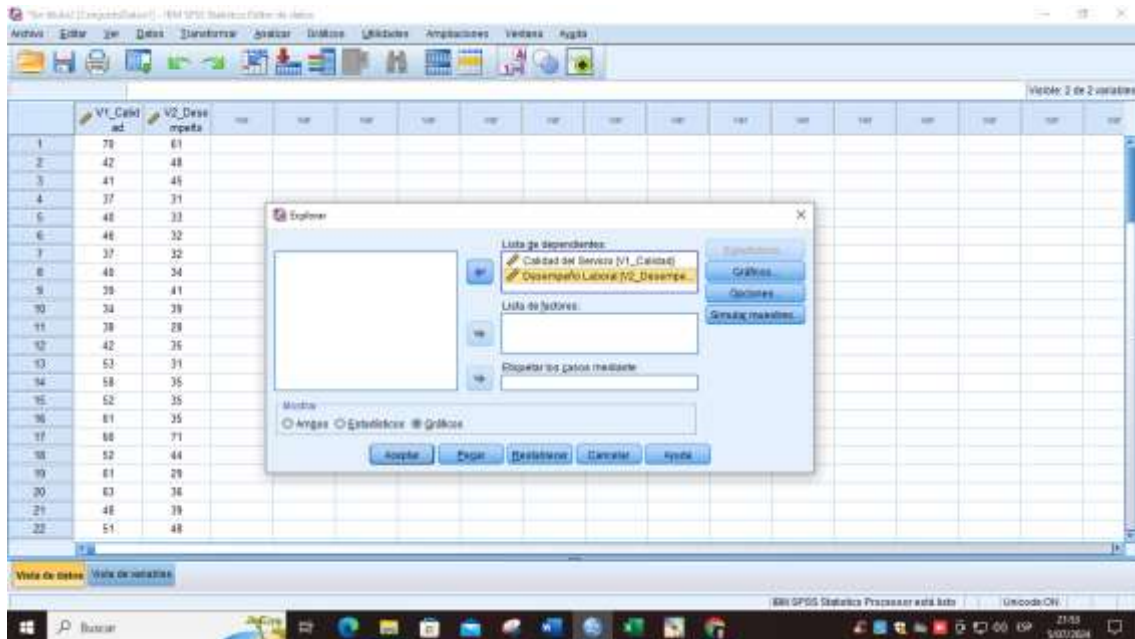
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	16

Rango	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (como se cita en cita en Hernández et al., 2006).

Anexo VIII. Evidencia de la contrastación de la hipótesis general y específicas.



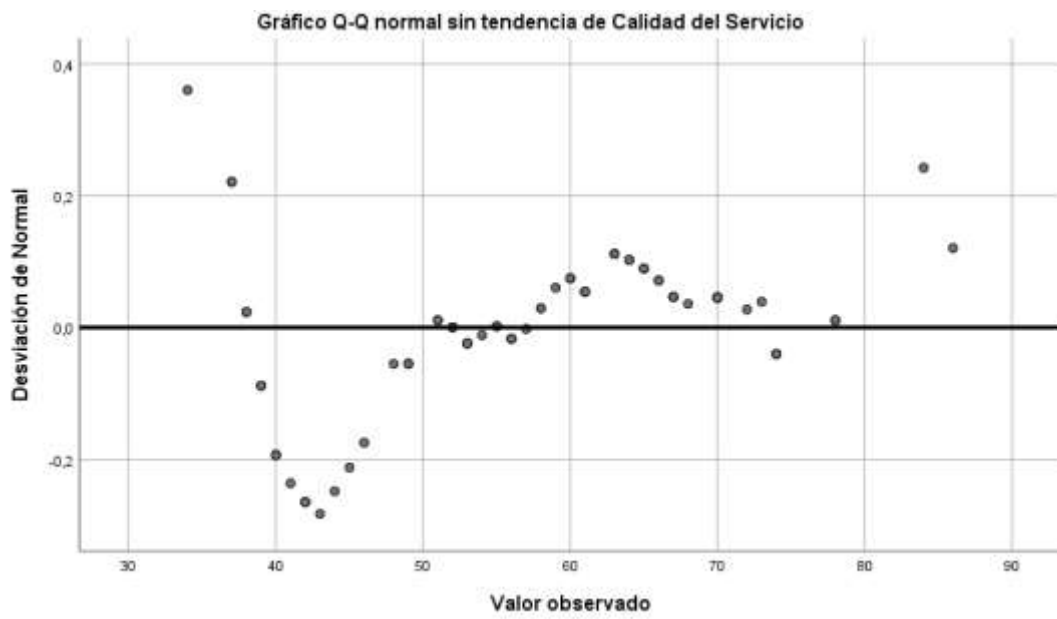
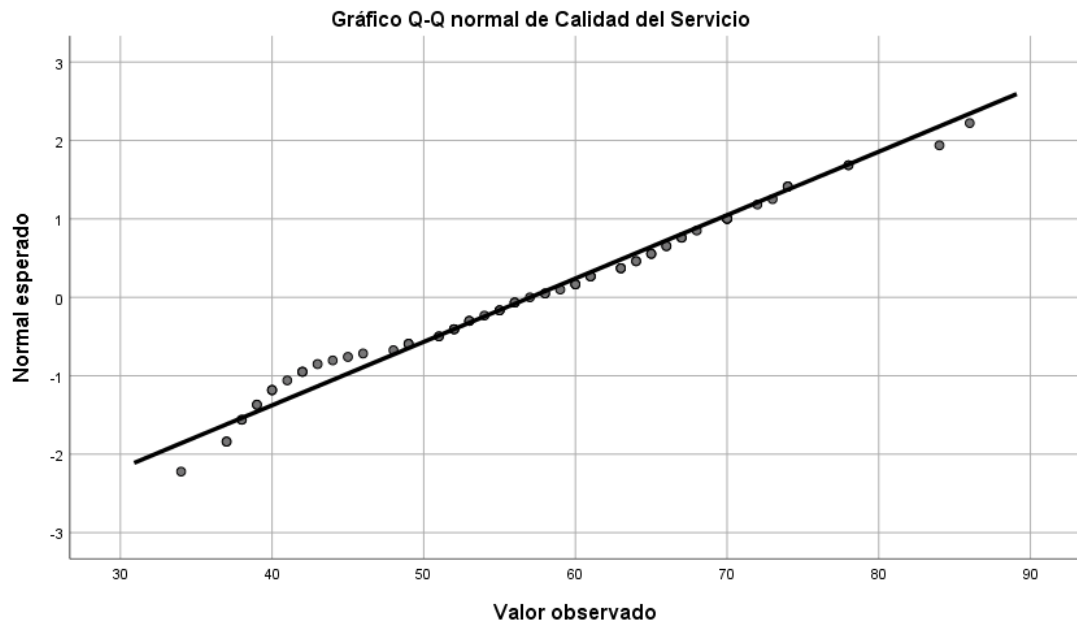
Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad del Servicio	,074	75	,200 [*]	,977	75	,195
Desempeño Laboral	,155	75	,000	,881	75	,000

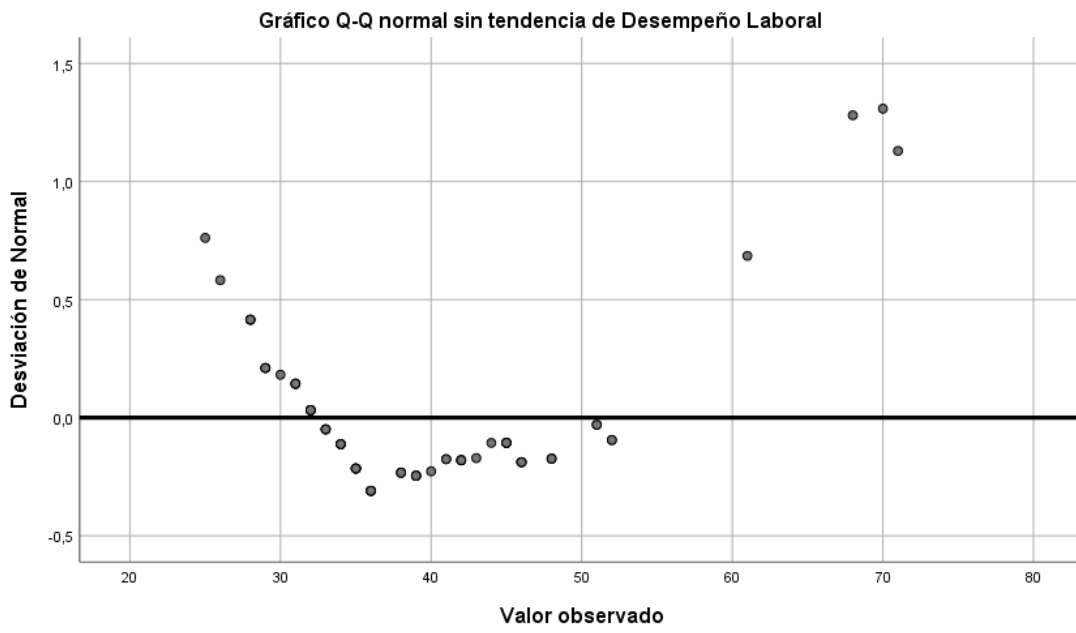
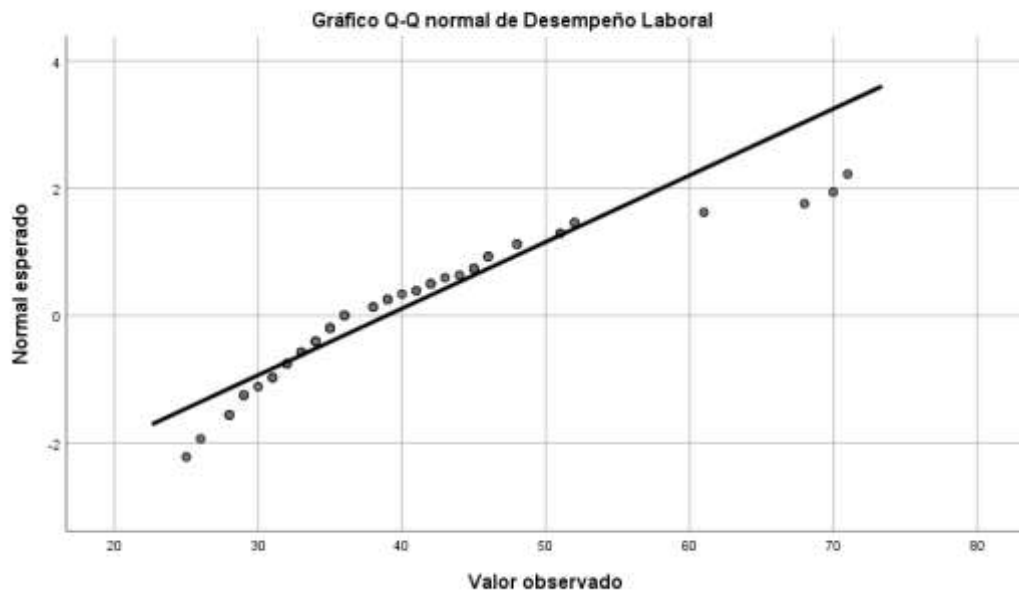
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

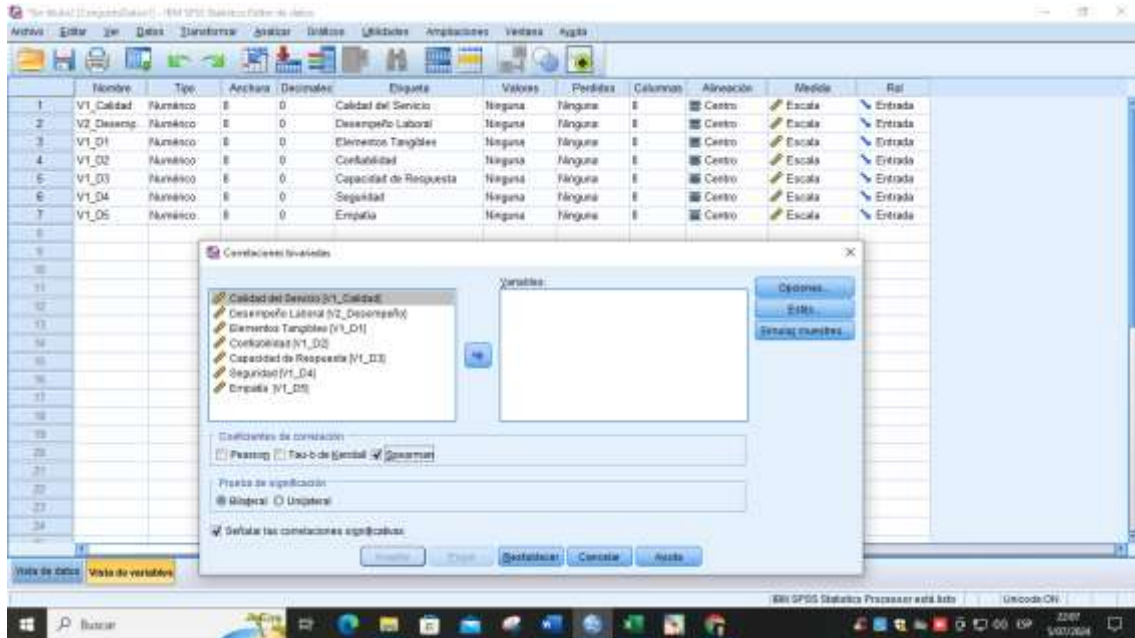
Calidad del Servicio



Desempeño Laboral



Correlaciones



INTERPRETACIÓN DEL COEFICIENTE CORRELACIÓN DE SPEARMAN

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a ,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta



➔ **Correlaciones no paramétricas**

Correlaciones

			Calidad del Servicio	Desempeño Laboral
Rho de Spearman	Calidad del Servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,238*
		Sig. (bilateral)	.	,040
		N	75	75
	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	,238*	1,000
		Sig. (bilateral)	,040	.
		N	75	75

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

➔ **Correlaciones no paramétricas**

Correlaciones

			Desempeño Laboral	Elementos Tangibles
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	1,000	-,127
		Sig. (bilateral)	.	,278
		N	75	75
	Elementos Tangibles	Coefficiente de correlación	-,127	1,000
		Sig. (bilateral)	,278	.
		N	75	75

➔ **Correlaciones no paramétricas**

Correlaciones

			Desempeño Laboral	Confiabilidad
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,112
		Sig. (bilateral)	.	,337
		N	75	75
	Confiabilidad	Coefficiente de correlación	,112	1,000
		Sig. (bilateral)	,337	.
		N	75	75

➔ **Correlaciones no paramétricas**

Correlaciones

			Desempeño Laboral	Capacidad de Respuesta
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,330**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	75	75
	Capacidad de Respuesta	Coefficiente de correlación	,330**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

➔ **Correlaciones no paramétricas**

Correlaciones

			Desempeño Laboral	Seguridad
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,145
		Sig. (bilateral)	.	,214
		N	75	75
	Seguridad	Coefficiente de correlación	,145	1,000
		Sig. (bilateral)	,214	.
		N	75	75

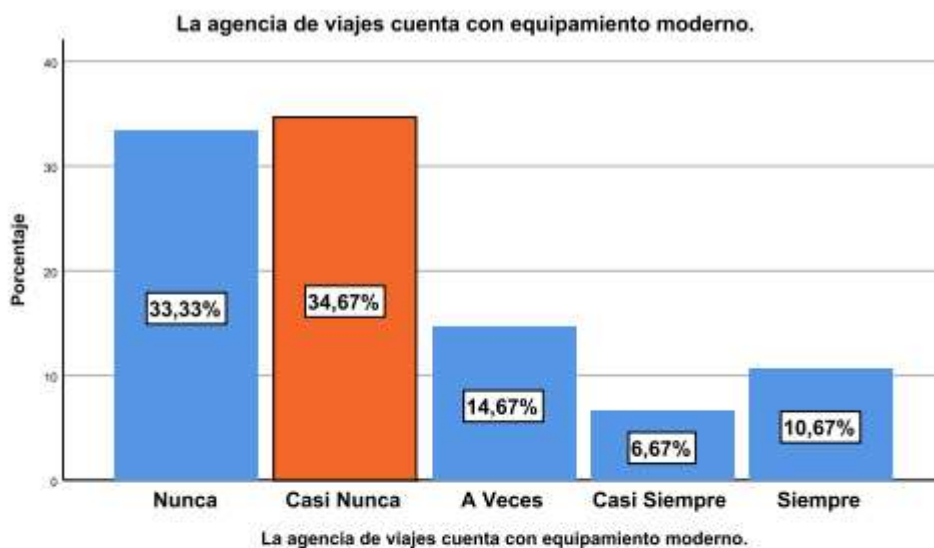
➔ **Correlaciones no paramétricas**

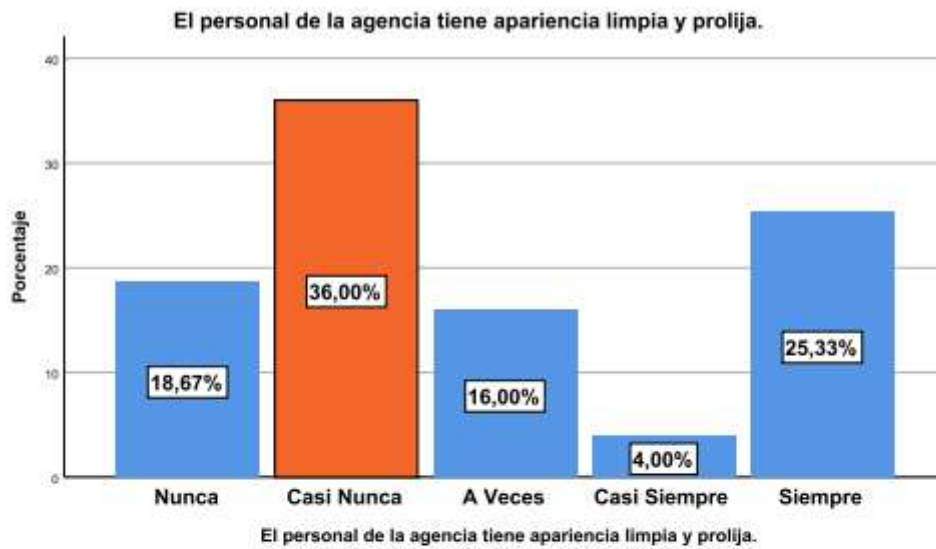
Correlaciones

			Desempeño Laboral	Empatía
Rho de Spearman	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,250*
		Sig. (bilateral)	.	,031
		N	75	75
	Empatía	Coefficiente de correlación	,250*	1,000
		Sig. (bilateral)	,031	.
		N	75	75

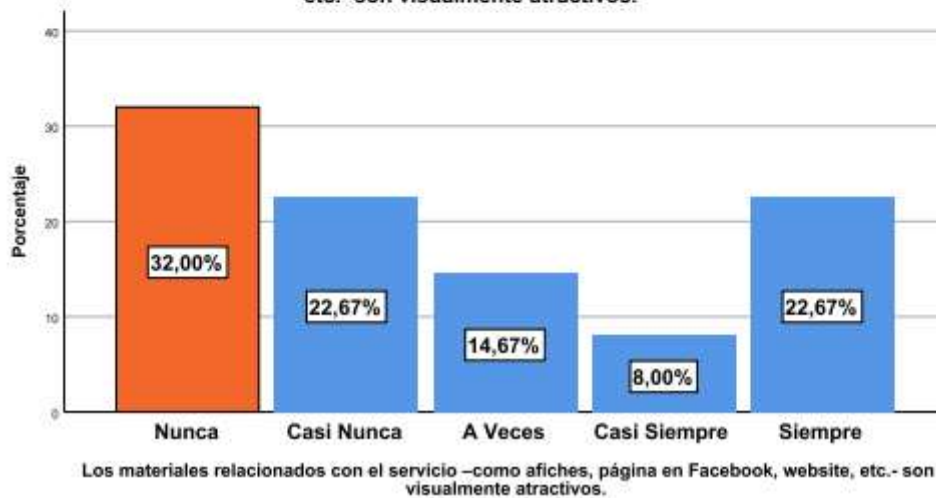
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Anexo X. Análisis Estadístico Descriptivo (Gráficos de frecuencias).

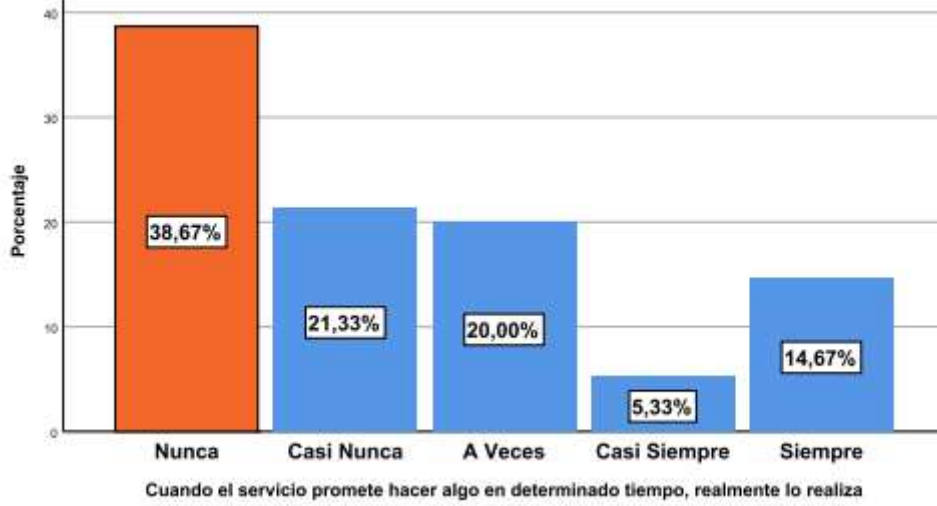




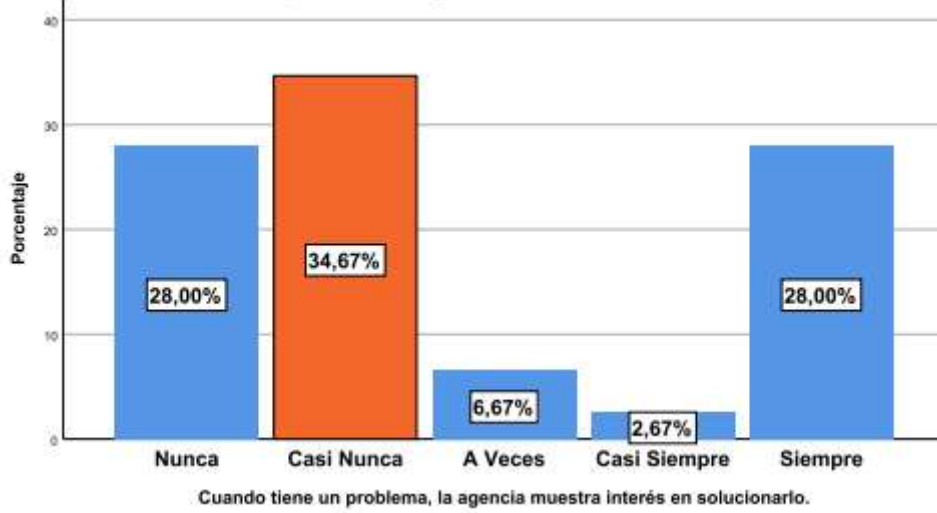
Los materiales relacionados con el servicio –como afiches, página en Facebook, website, etc.- son visualmente atractivos.

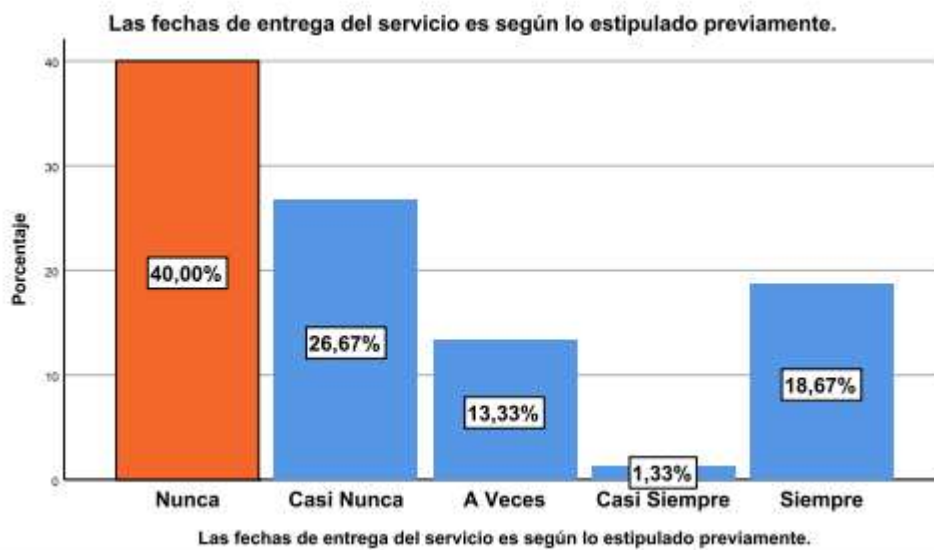
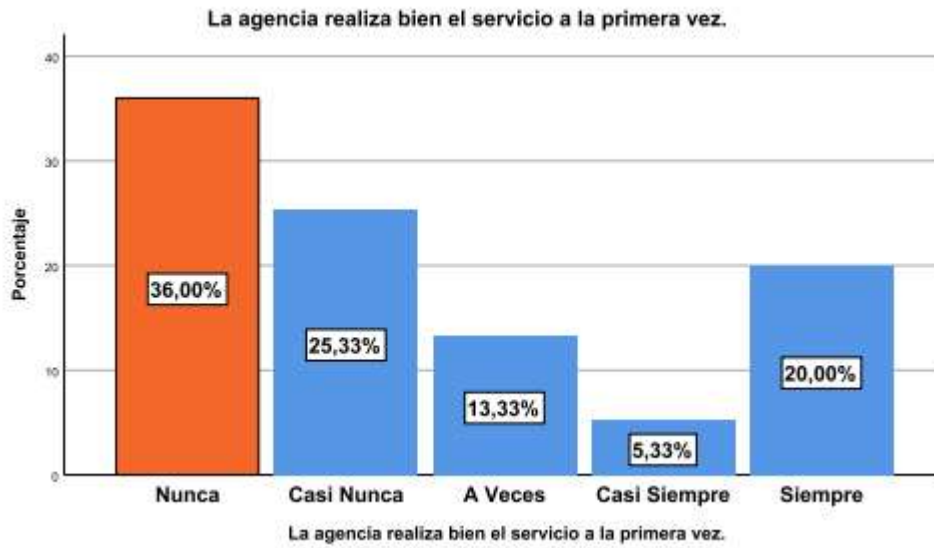


Quando el servicio promete hacer algo en determinado tiempo, realmente lo realiza

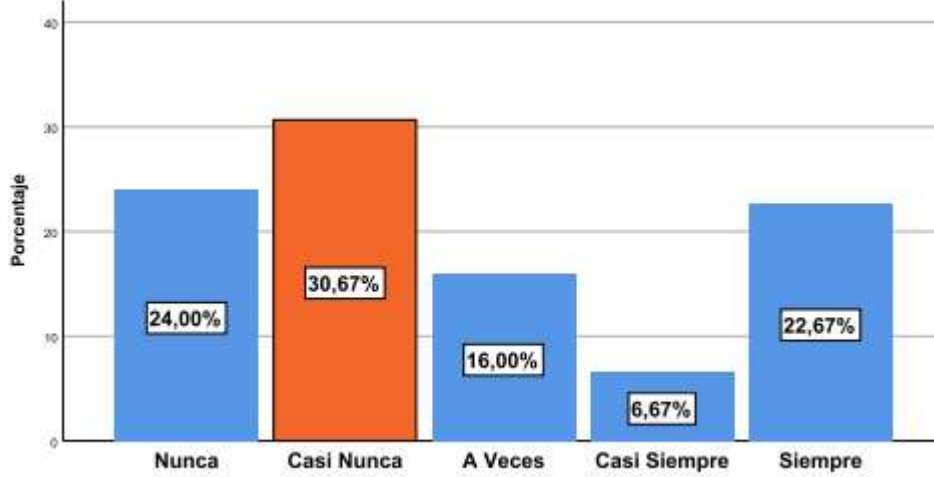


Quando tiene un problema, la agencia muestra interés en solucionarlo.



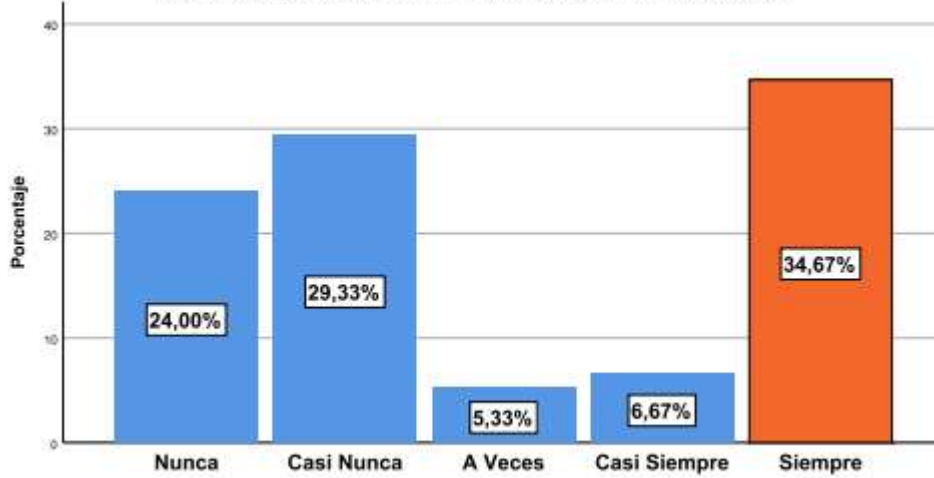


Considera que la agencia mantiene un historial adecuado con su información.



Considera que la agencia mantiene un historial adecuado con su información.

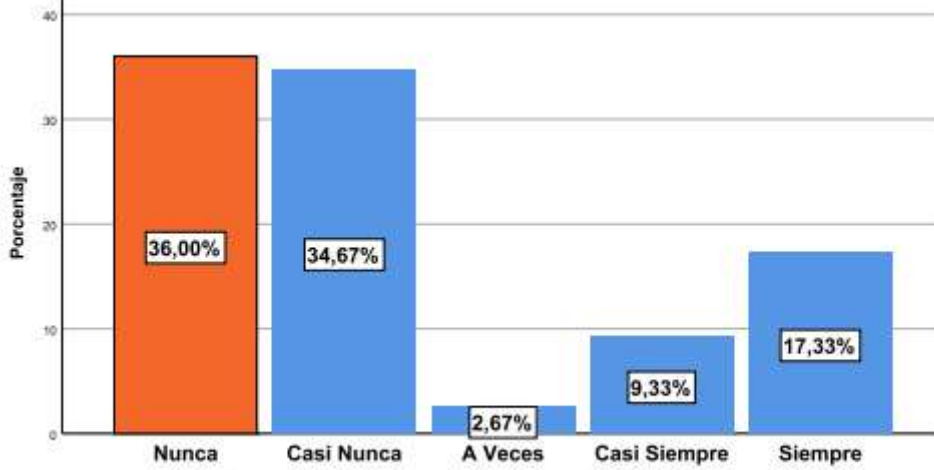
La agencia comunica al cliente cuando concluirá el servicio.



La agencia comunica al cliente cuando concluirá el servicio.

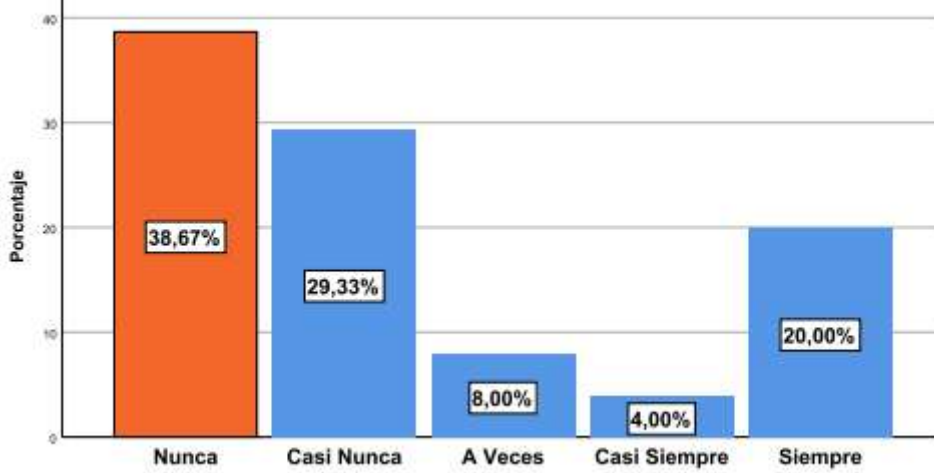


La agencia nunca está muy ocupada para responder a las preguntas del cliente.

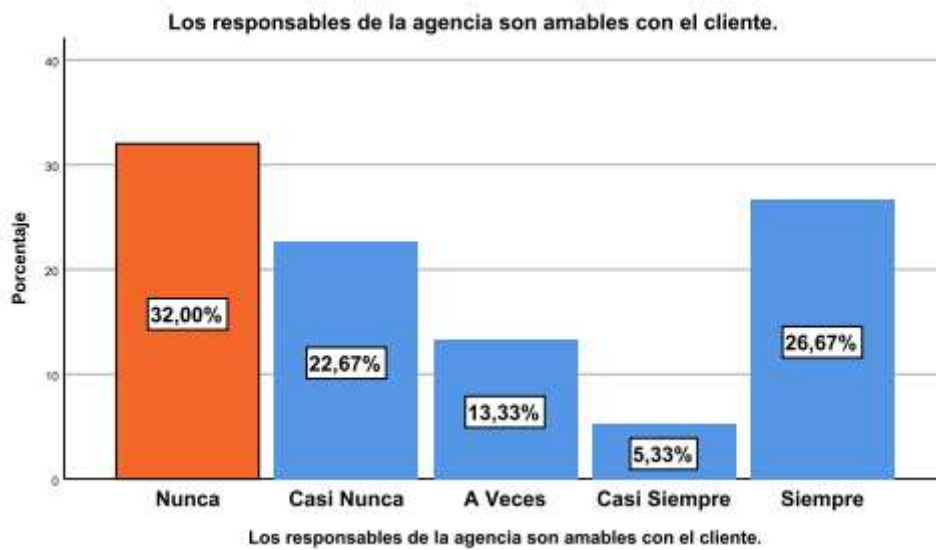


La agencia nunca está muy ocupada para responder a las preguntas del cliente.

El comportamiento de los responsables de la agencia transmite confianza al cliente



El comportamiento de los responsables de la agencia transmite confianza al cliente

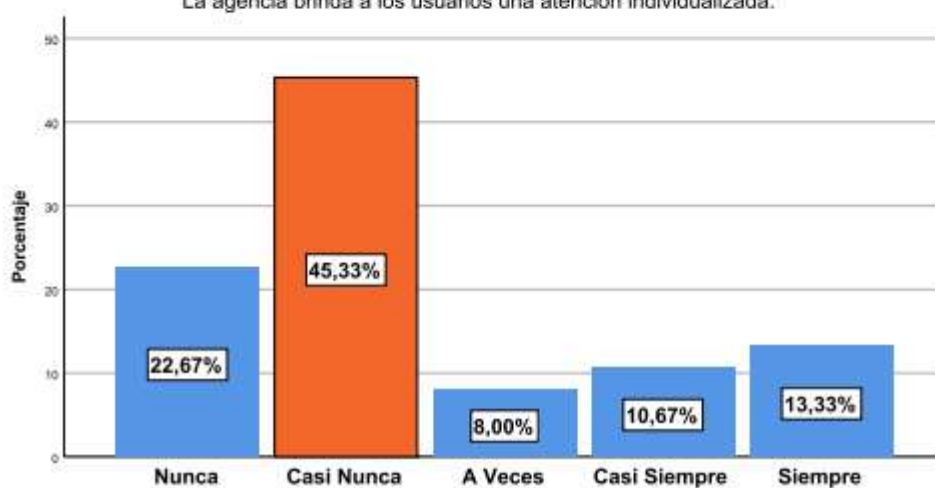


Los responsables de la agencia tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.



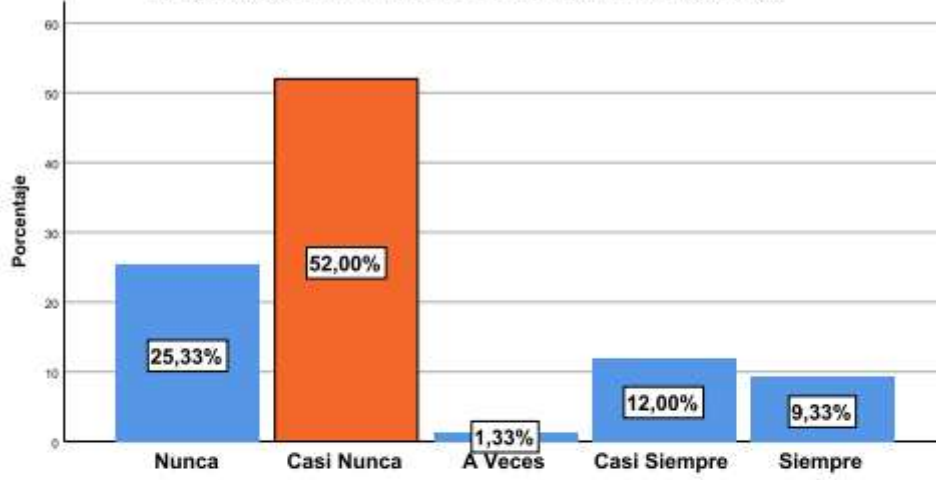
Los responsables de la agencia tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.

La agencia brinda a los usuarios una atención individualizada.



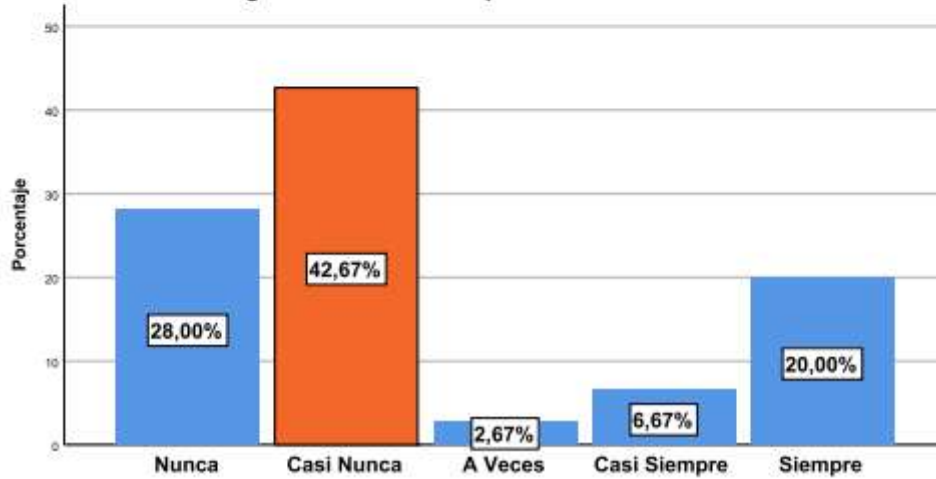
La agencia brinda a los usuarios una atención individualizada.

La agencia de viajes tiene horarios de atención convenientes.



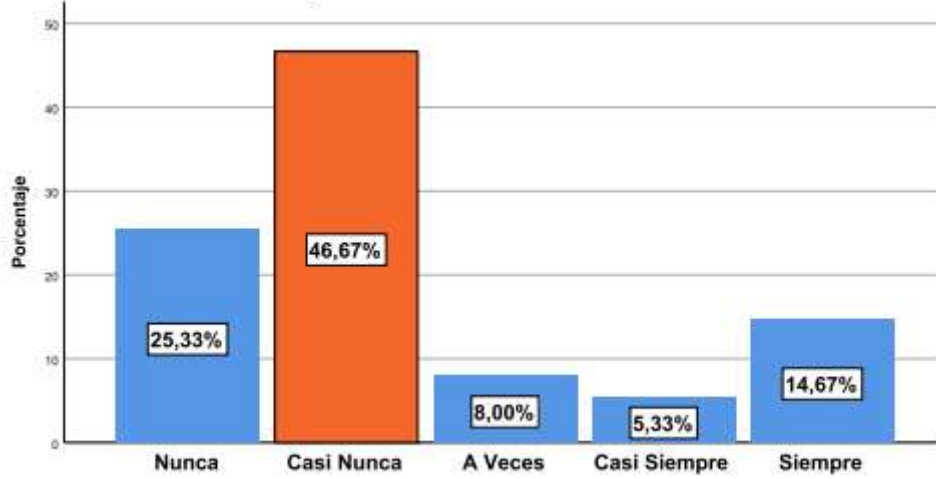
La agencia de viajes tiene horarios de atención convenientes.

La agencia ofrece atención personalizada al usuario.



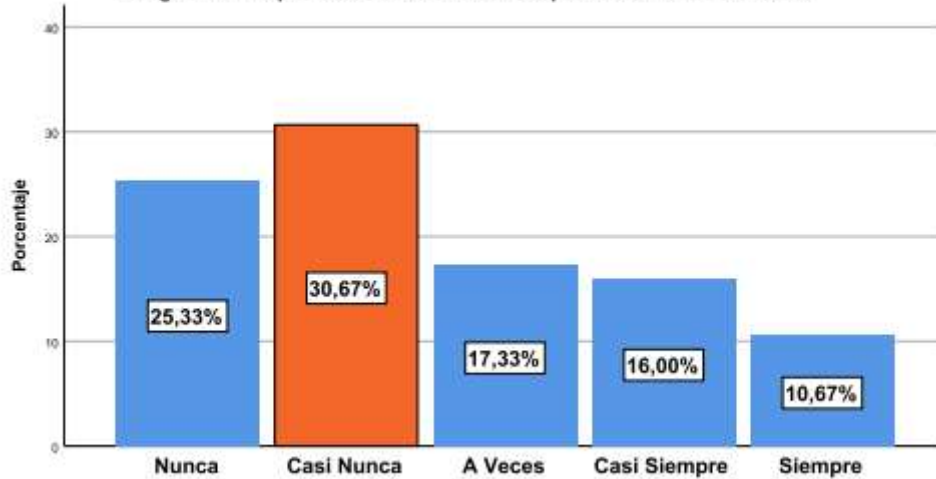
La agencia ofrece atención personalizada al usuario.

La agencia muestra interés en el cliente.



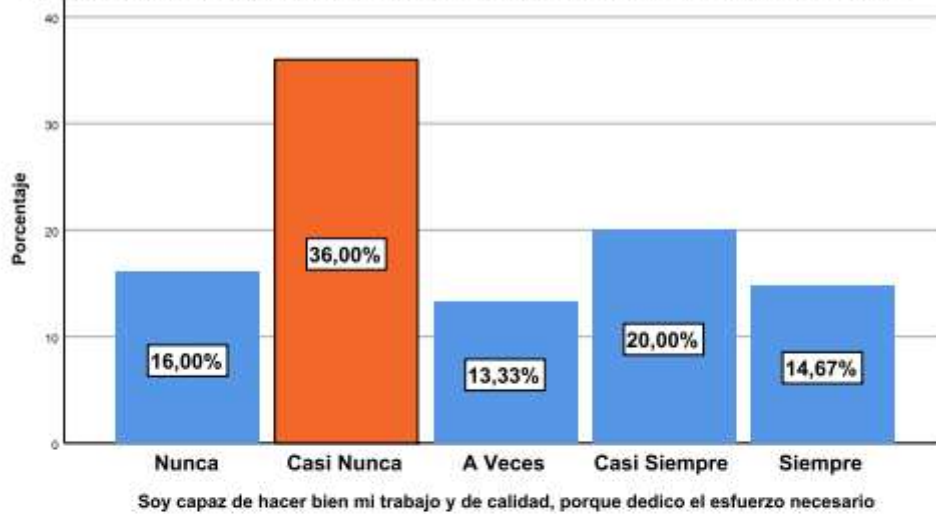
La agencia muestra interés en el cliente.

La agencia comprende las necesidades específicas de los usuarios.

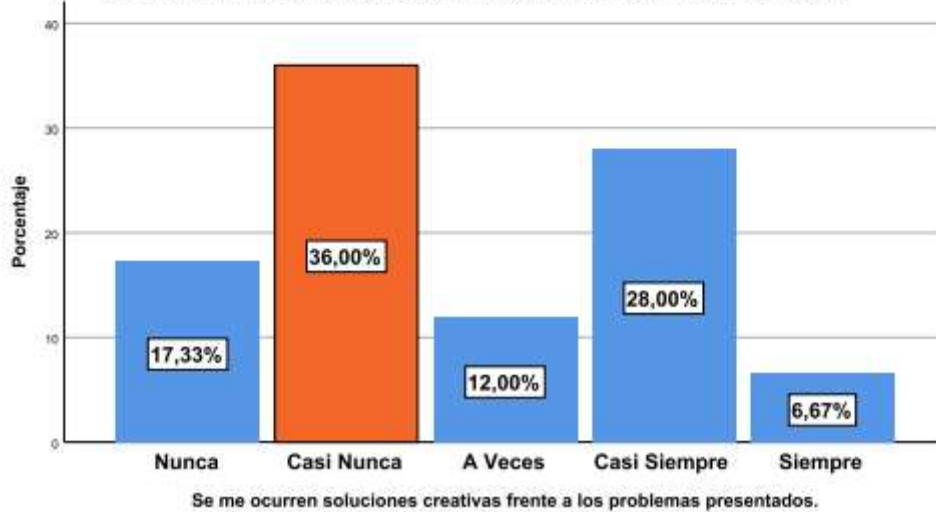


La agencia comprende las necesidades específicas de los usuarios.

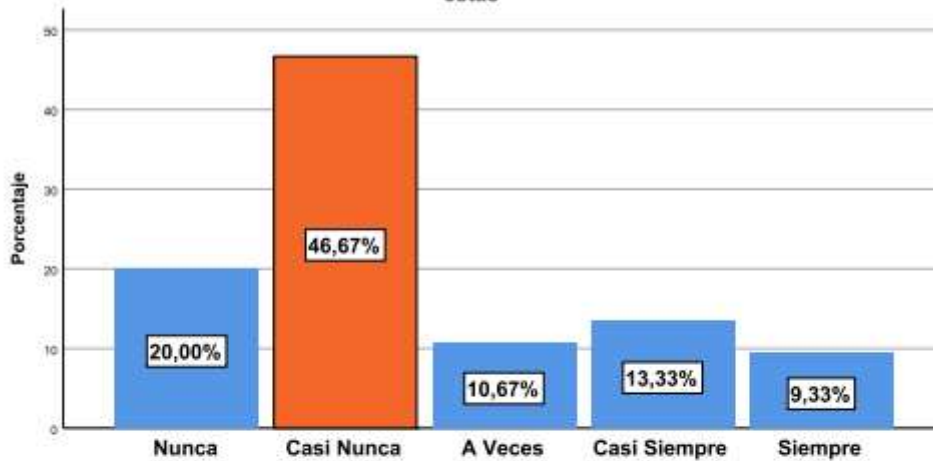
Soy capaz de hacer bien mi trabajo y de calidad, porque dedico el esfuerzo necesario



Se me ocurren soluciones creativas frente a los problemas presentados.

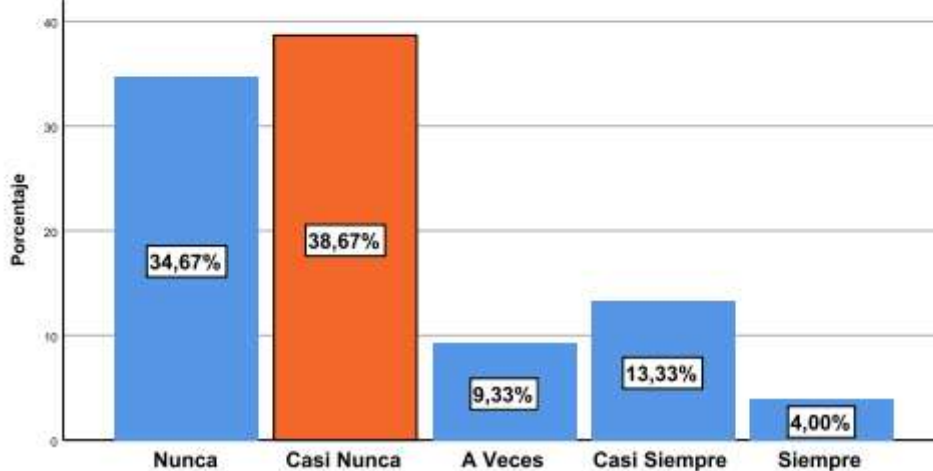


Quando puedo realizo tareas laborales desafiantes y estoy preparado para responder a éstas



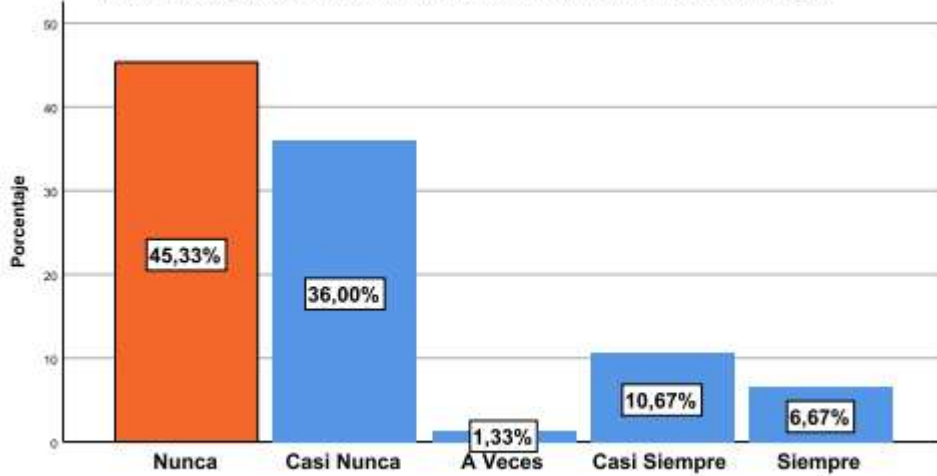
Quando puedo realizo tareas laborales desafiantes y estoy preparado para responder a éstas

Quando termino con el trabajo asignado, realizo otra tarea sin que me lo pidan



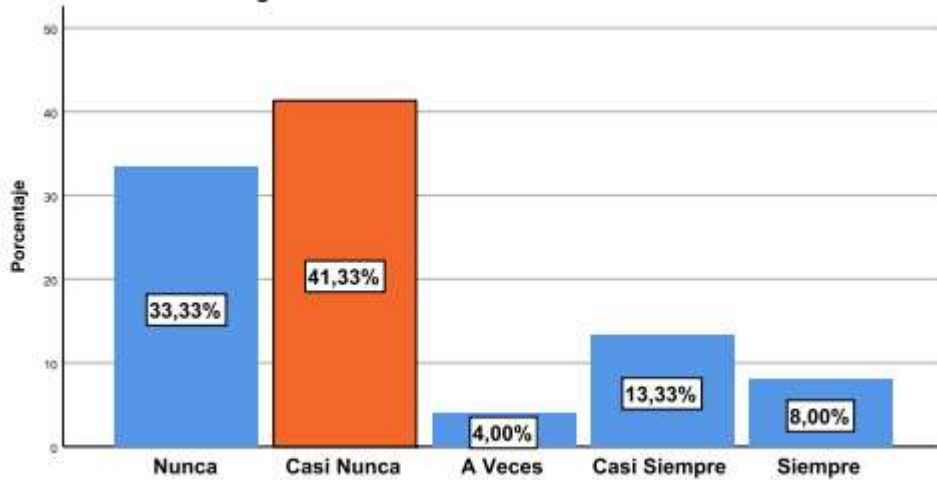
Quando termino con el trabajo asignado, realizo otra tarea sin que me lo pidan

En mi trabajo, tengo en mente los resultados de calidad que debo lograr



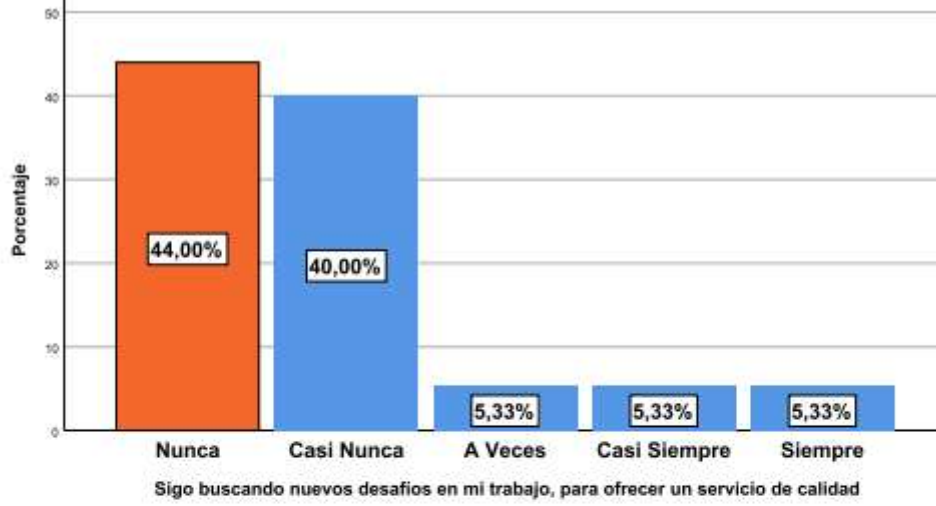
En mi trabajo, tengo en mente los resultados de calidad que debo lograr

Tengo mis conocimientos laborales actualizados.

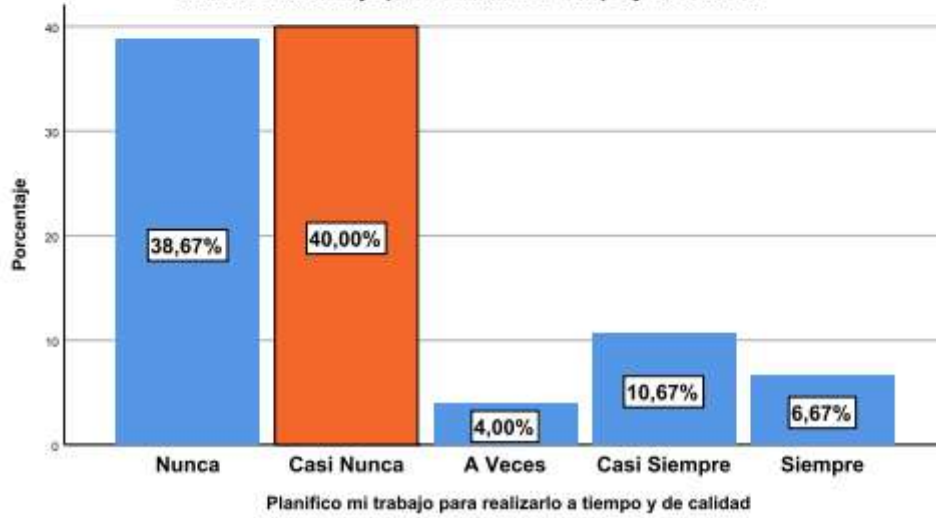


Tengo mis conocimientos laborales actualizados.

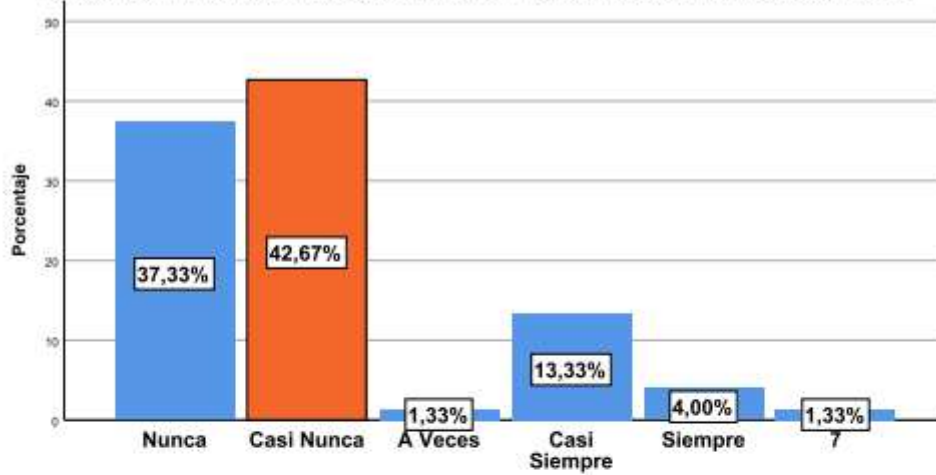
Sigo buscando nuevos desafíos en mi trabajo, para ofrecer un servicio de calidad



Planifico mi trabajo para realizarlo a tiempo y de calidad

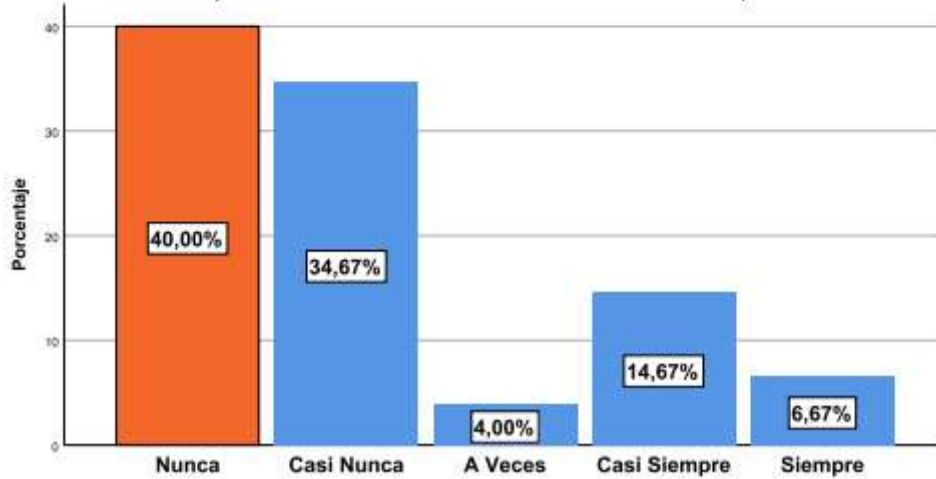


Trabajé los últimos tres meses para mantener mis habilidades laborales actualizadas



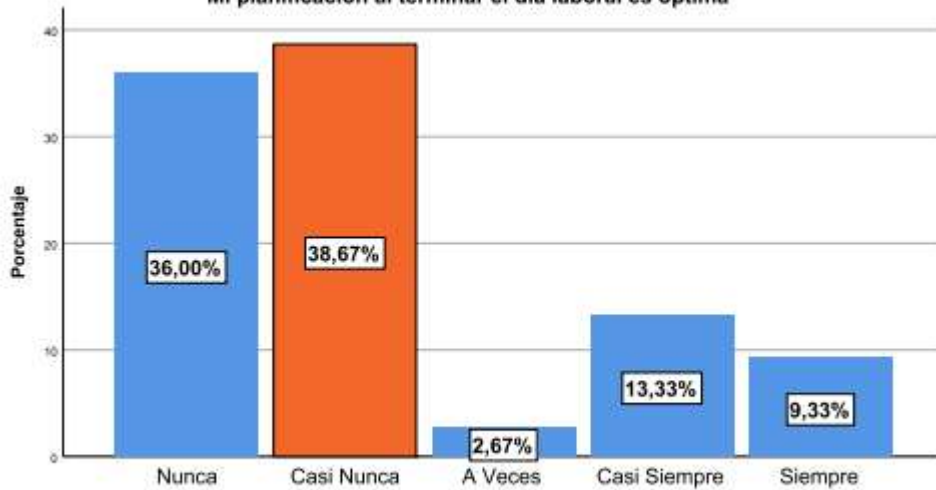
Trabajé los últimos tres meses para mantener mis habilidades laborales actualizadas

Participo activamente de las reuniones laborales en la empresa



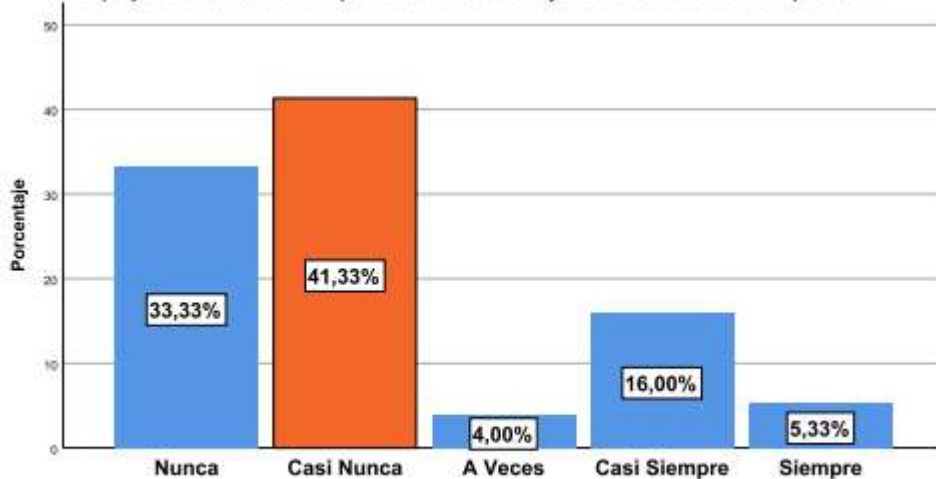
Participo activamente de las reuniones laborales en la empresa

Mi planificación al terminar el día laboral es óptima



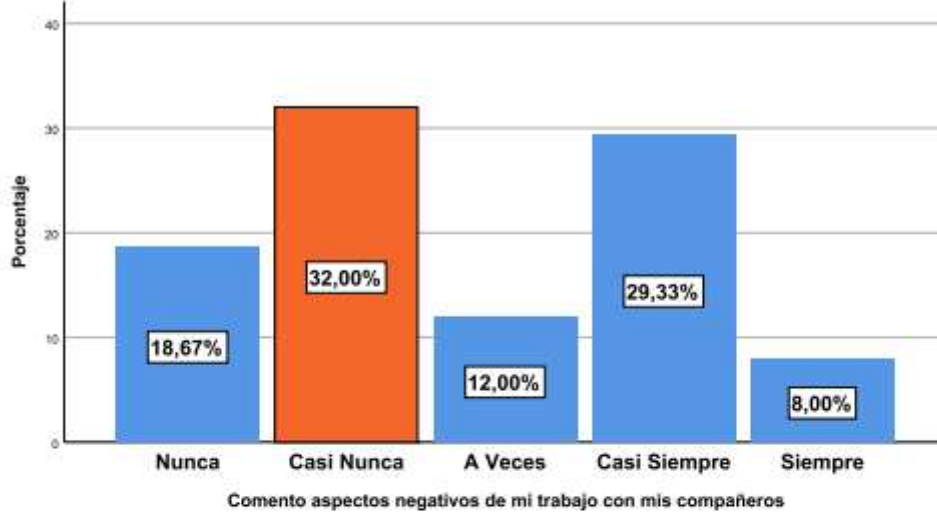
Mi planificación al terminar el día laboral es óptima

Me quejo de asuntos sin importancia en el trabajo con el cliente o el empleador

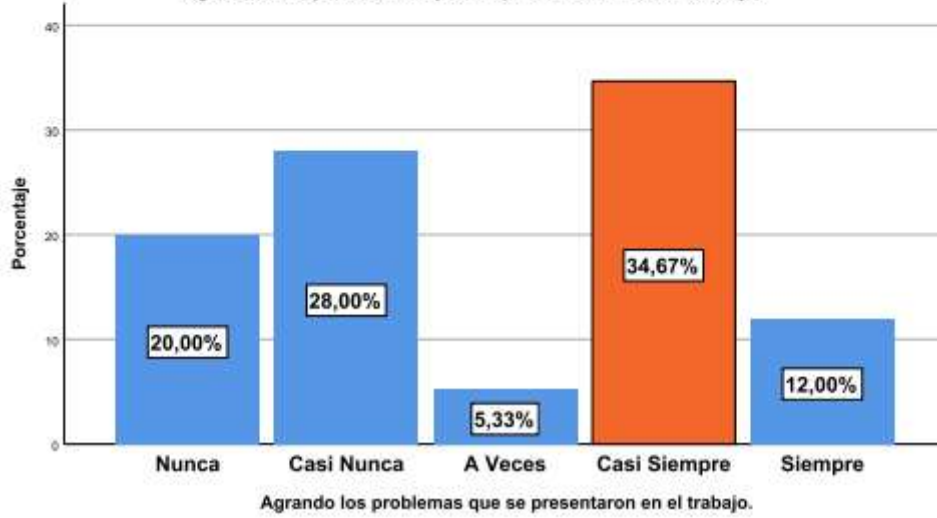


Me quejo de asuntos sin importancia en el trabajo con el cliente o el empleador

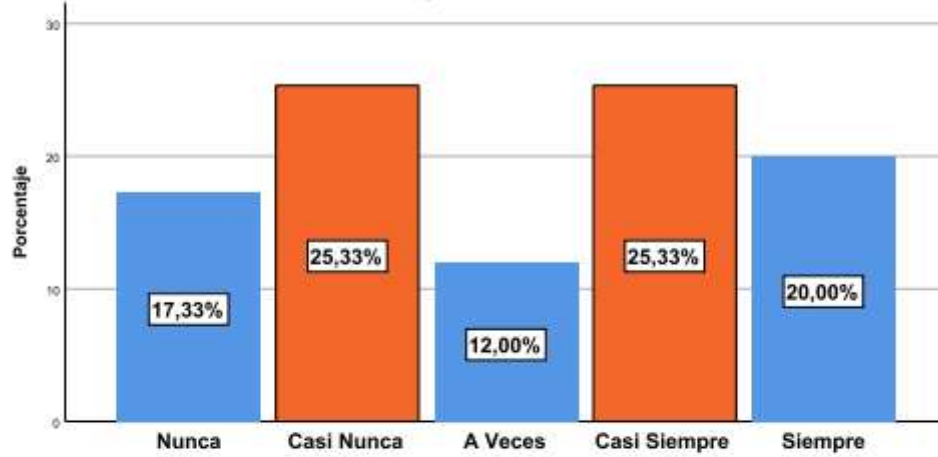
Comento aspectos negativos de mi trabajo con mis compañeros



Agrandando los problemas que se presentaron en el trabajo.

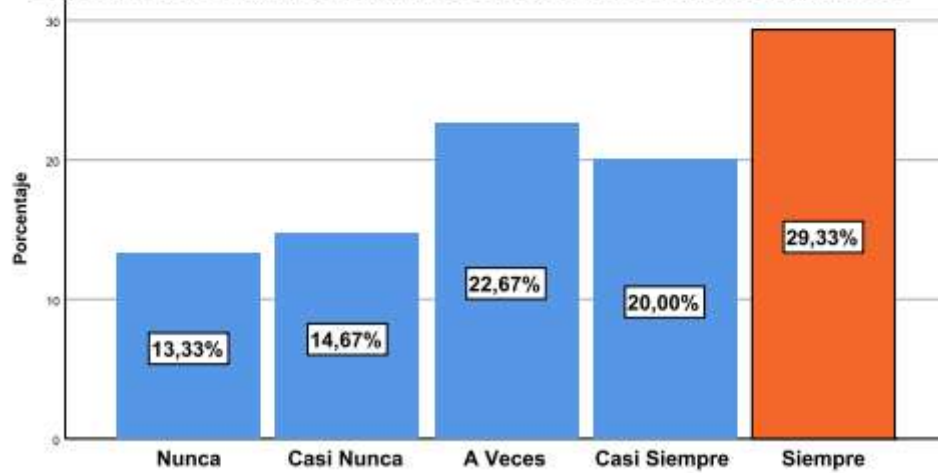


Me concentro en los aspectos negativos del trabajo, en lugar de enfocarme en las cosas positivas



Me concentro en los aspectos negativos del trabajo, en lugar de enfocarme en las cosas positivas

Comento aspectos negativos de mi trabajo con gente que no pertenece a la empresa



Comento aspectos negativos de mi trabajo con gente que no pertenece a la empresa

IPERÚ Ayacucho

Jr. Cusco 108 (Municipalidad Provincial De Huamanga)

E-mail: iperuyacucho@promperu.gob.pe

Teléfono: (066) 318305

Horario: L-V 09:00 – 18:00 h

**AYACUCHO-AGENCIAS DE VIAJES Y
TURISMO**

CLASIFICACIÓN	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	PROVINCIA	DISTRITO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL	PÁGINA WEB
Operador de Turismo	Fly Travel E.I.R.L.	Fly Travel E.I.R.L.	Huamanga	Ayacucho	Jr. 9 de Diciembre 118	(066) 313282 / 20129245426	flytravel_ayp@hotmail.com	www.flytravelayacucho.blogspot.com
Agencias Minoristas	Agencia Viaje y Turismo Wari Tours S.A.	Wari Tours Ayacucho	Huamanga	Ayacucho	Jr. Lima 138 Int. Of. B	(066) 311415 / 966000206	waritoursayacucho@gmail.com	www.waritoursayacucho.blogspot.com
Operador de Turismo	Agencias de Viajes y Turismo Urpillay Tours E.I.R.L.	Ayacucho Urpillay Tours	Huamanga	Ayacucho	Portal independencia 67	(066) 315074	urpillaytours@hotmail.com	www.ayacuchoviajes.com
Agencias Minoristas	Viajes y Negocios S.A.C.	Net Travel	Huamanga	Ayacucho	Jr. 9 de Diciembre N°123, Ayacucho	(066) 313060	sstrubing@nettravelperu.com	www.nettravel.pe
Operador de Turismo	A & R Tours S.R.L.	A & R Tours	Huamanga	Ayacucho	Jr. 09 de diciembre N° 130, Ayacucho	(066) 311300	ar_tours@hotmail.com	ar_tours@hotmail.com
Operador de Turismo	Morochucos Rep's S.R.L.	Morochucos Rep's	Huamanga	Ayacucho	Jr. 9 de Diciembre 136	(066) 317844	morochucos@hotmail.com	www.morochucos.com
Agencias Minoristas	E & N Huamanga Tours S.R.L.	Huamanga Tours	Huamanga	Ayacucho	Jr. 9 de diciembre 139	948877507/941950727/913015590	info@enhuamangatours.com	www.wmhuamangatours.com
Operador de Turismo	Empresa de Turismo Ylla Tours S.A.C.	Ylla Tours	Huamanga	Ayacucho	Jr. Lima 159 Segundo Piso	(066) 287997 / 967882241	yllatours@gmail.com	
Operador de Turismo	Flabio Cesar Vila Santiago	Ayacucho Travel	Huamanga	Ayacucho	Jr. 28 de Julio 178 Int.107	9828891237 / 937673089	ventas@ayacuchotravel.com	www.ayacuchotravel.com
Operador de Turismo	Yasser Marcelino Marapi Bautista	Expedicionarios	Huamanga	Ayacucho	Portal.Constitucion 09 Int. 1 A	(066)307133/984050406	expedicionariosayacucho@outlook.com	
Operador de Turismo	Agencia de viajes y turismo operador de turismo JAYUDI Sac	Huancaraylla Tours Perú	Huamanga	Ayacucho	Portal Constitución 9 Int. 3 Plaza de Armas	(066) 282838	huancaraylla@hotmail.com	www.huancaraylla.com.pe
Agencias Minoristas	Agencia Turismo Willy Tours EIRL	Agencia Willy Tours EIRL	Huamanga	Ayacucho	Jr. 9 de diciembre 209	966650290	wily_tours@hotmail.com	www.wilytours.com
Operador de Turismo	Traveling Ayacucho	Traveling Ayacucho S.A.C	Huamanga	Ayacucho	Jr.Lima 114	(066)750058	info.travelingayp@gmail.com	www.travelingayp.com.pe
Operador de Turismo	Agencia de viaje y Turismo Zamy E.I.R.L.	Zamy Tours	Huamanga	Ayacucho	Portal Independencia 66	990552258	zamytours@hotmail.com	www.zamytours.com
Operador de Turismo	Agencia de viajes y Turismo Halcones Tours	Halcones Tours	Huamanga	Carmen Alto	Av. los Libertadores 219	949000033	reservas@halconestours.com	www.halconestours.com
Operador de Turismo	Sisari Travel Perú E.I.R.L.	Sisari Travel	Huamanga	Andrés Avelino Cáceres Dorregaray	Jr. San Jose Mz 5 Lote 5	999717599	sisaritavel@gmail.com	www.sisaritravelperu.com
Operador de Turismo	Sarhua Tours Perú E.I.R.L.	Sarhua Tours	Huamanga	Andrés Avelino Cáceres Dorregaray	Jr. San José Mz 5 Lte 05	990501068	fernandezaeber@gmail.com	sarhuatours.com
Operador de Turismo	Apu Kuntur Travel E.I.R.L.	Apu Kuntur Travel Tours operador turístico	Lucanas	Carmen Salcedo	Jr. Jorge Chávez 223	999084145	amautapmft@gmail.com	agenciaapukunturtravel.com

IPERÚ Ayacucho

Jr. Cusco 108 (Municipalidad Provincial De Huamanga)

E-mail: iperuyacucho@promperu.gob.pe

Teléfono: (066) 318305

Horario: L-V 09:00 – 18:00 h

**AYACUCHO-AGENCIAS DE VIAJES Y
TURISMO**

Agencias Minoristas	Ayacucho Explorer EIRL	Ayacucho Explorer	Huamanga	Ayacucho	Jr. 9 de diciembre 140	(066)632391/925683104	reservas@ayacuchoexplorer.com	www.ayacuchoexplorer.com
Operador de Turismo	Viajes Italo Peru EIRL	Viajes Italo Peru EIRL	Huamanga	Ayacucho	Jr. Lima 255 cercado	982685350	viajesitaloperu@hotmail.com, italo_89_17@outlook.com	www.viajesitaloperu.com.pe
Operador de Turismo	Agencia de Viajes y Turismo Tours Operador Turismo Quechua SAC	Turismo Quechua	Huamanga	Ayacucho	Jr. Bellido N° 371 2do piso	999992070	turismoquechua@gmail.com	
Operador de Turismo	CEI Travel E.I.R.L.	Click Travel	Huamanga	Ayacucho	Jr. Lima 114 Int 05	987841268	clicktraveloficial@gmail.com	www.clicktravel.com.pe
Operador de Turismo	Turismo Roko E.I.R.L.	Agencia de viaje Roko	Huamanga	Ayacucho	Jr. Garcilazo de la vega 508	966885655	roko_7_12@hotmail.com	www.turismoroko.com
Operador de Turismo	Agencia de viajes y turismo Waira S.A.C	Agencia de viajes y Turismo Waira	Huamanga	Ayacucho	Jr. Lima 114 Int.03	920414439/998720901	svtwaira@gmail.com	www.agenciadeviajesyturismowaira.com
Operador de Turismo	Destino Takana - Perú S.A.C.	Destino Takana Perú	Huamanga	Ayacucho	Jr. Callao Nro. 223 Oficina 210	930984109	destinoperu4@gmail.com	