

**UNIVERSIDAD NACIONAL
"SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO"
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO**



**LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS
AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DE AVENTURA EN LA
CIUDAD DE HUARAZ - 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADA EN TURISMO**

Autora:

Bach. Gisela Almeld Rosas Casca

Asesor:

Lic. Tur. Mag. José Jaime Edmundo Del Carpio García,

HUARAZ, PERÚ, 2022



FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, CONDUCENTES A
OPTAR TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

1. Datos del autor:

Apellidos y Nombres: Rosas Casca Gisela Almeld
Código de alumno: 122.1503.267 Teléfono: 925269139
E-mail: rcgisela93@gmail.com D.N.I. n°: 48111144

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Tipo de trabajo de investigación:

- Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional
 Trabajo Académico Trabajo de Investigación
 Tesinas (presentadas antes de la publicación de la Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014)

3. Para optar el Título Profesional de:

Licenciada en Turismo

4. Título del trabajo de investigación:

LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO DE AVENTURA
EN LA CIUDAD DE HUARAZ-2021.

5. Facultad de: Administración y Turismo

6. Escuela o Carrera: Turismo

7. Línea de Investigación (*): Innovaciones tecnológicas, económicas, sociales, humanísticas, ambientales, de

8. Sub-línea de Investigación(*): Calidad de servicio Turístico

(*)Según resolución de aprobación del proyecto de tesis

9. Asesor:

Apellidos y nombres Lic. Tur. Mag. José Jaime Edmundo Del Carpio García D.N.I n°: 06025539

E-mail: ecoperu1@hotmail.com ID ORCID: 0000-0002-0131-2466

10. Referencia bibliográfica: Tesis en formato APA

11. Tipo de acceso al Documento:

- Acceso público* al contenido completo.
 Acceso restringido** al contenido completo

Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundirlo en el Repositorio Institucional, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso de que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:



12. Originalidad del archivo digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.



Firma del autor

13. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS

Para las investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia Creative Commons, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica.



El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Recolector Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

14. Para ser verificado por la Dirección del Repositorio Institucional

Seleccione la
Fecha de Acto de sustentación:

Huaraz, 28/03/2022

Firma:




Varillas William Eduardo
Asistente en Informática y Sistemas
- UNASAM -

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.



UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO
"Una Nueva Universidad para el Desarrollo"



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO
Dirección de Escuela Profesional de Turismo
Ciudad Universitaria - Teléfono (043) 640020 – Anexo 1212
Huaraz - Ancash - Perú

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME FINAL DE TESIS

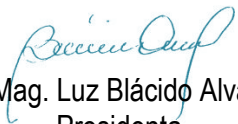
En Huaraz, siendo las 07:00 horas del día 28 de marzo 2022, reunidos a través de la sala virtual del Microsoft Teams, los miembros del jurado evaluador: Mag. Luz Blácido Alva (Presidenta), Mag. Robert Percy Jamanca Anaya (Secretario) y Mag. Arturo Rondón Néglia (Vocal) del informe final de tesis: **"LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE HUARAZ – 2021"**, presentado por la Bach. **GISELA ALMELD ROSAS CASCA**; en mérito a la Resolución de Consejo de Facultad -Decano N°157-2021-UNASAM-FAT, de fecha 08 de octubre del 2021, para proceder al acto público de la sustentación de la mencionada tesis.

Luego de haber procedido con este acto público, el jurado calificador emite su veredicto:

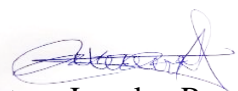
Se le declara APROBADA, con el calificativo de 15 (QUINCE)

Quedando **APTA** para optar el título profesional de LICENCIADA EN TURISMO.

Siendo las 08:15 horas, día 28 de marzo del 2022, damos por concluido este acto, el cual firmamos en señal de conformidad.


Mag. Luz Blácido Alva
Presidenta


Mag. Robert Percy Jamanca Anaya
Secretario


Mag. Arturo Jaroslav Rondón Néglia
Vocal

MIEMBROS DEL JURADO

Mag. Luz Blácido Álva

Presidente

Mag. Arturo Jaroslav Rondón Neglia

Secretario

Mag. Robert Percy Jamanca Anaya

Vocal

DEDICATORIA

A Dios, por ser quien me bendice, por cuidar mi camino y me brinda la oportunidad de seguir adelante

A mis padres, por enseñarme a siempre ser responsable, y a ser una mujer de bien. Sin ellos este título no sería posible.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, por la excelente formación integral brindada.

A mis docentes de la escuela de turismo, por los invaluable conocimientos otorgados a mi persona

A las personas que me han brindado su apoyo incondicional, para la culminación de mi tesis.

ÍNDICE

| | Pág. |
|--|------|
| RESUMEN | 8 |
| ABSTRACT | 9 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 10 |
| 2. HIPÓTESIS | 12 |
| 2.1. Hipótesis General..... | 12 |
| 2.2. Hipótesis Específicas..... | 12 |
| 2.3. Objetivo General..... | 13 |
| 2.4. Objetivos Específicos | 13 |
| 2.5. Definición de Variables..... | 13 |
| 2.6. Operacionalización de Variables..... | 13 |
| 3. MARCO TEÓRICO | 16 |
| 3.1. Antecedentes de la Investigación..... | 16 |
| 3.2. Bases teóricas..... | 22 |
| 3.3. Definición de términos..... | 35 |
| 4. MATERIALES Y MÉTODOS | 38 |
| 4.1. Tipo de Estudio..... | 38 |
| 4.2. Diseño de investigación..... | 38 |
| 4.3. Población..... | 38 |
| 4.4. Unidad de Análisis y Muestra..... | 39 |
| 4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos..... | 39 |
| 4.6. Análisis Estadístico e interpretación de datos..... | 39 |
| 5. RESULTADOS | 40 |
| 5.1. Tablas de frecuencias..... | 40 |
| 5.2. Tablas cruzadas..... | 70 |
| 5.3. Contrastación de hipótesis..... | 74 |
| 6. DISCUSIÓN | 81 |
| 7. CONCLUSIONES | 85 |
| 8. RECOMENDACIONES | 86 |
| 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 87 |
| 10. ANEXOS | 89 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Las actividades de aprovisionamiento aseguran los niveles óptimos de disponibilidad de materiales, materias primas e insumos..... | 39 |
| Tabla 2. La empresa planifica las actividades de compra de materiales, materias primas e insumos..... | 40 |
| Tabla 3. Los proveedores de materiales, materias primas e insumos son seleccionados en base a estándares de calidad..... | 41 |
| Tabla 4. El almacén de la empresa cuenta con la infraestructura adecuada para el correcto resguardo de las existencias..... | 42 |
| Tabla 5. La distribución del almacén permite manipular las existencias, de manera eficiente y eficaz..... | 43 |
| Tabla 6. La gestión de almacenamiento de existencias en la empresa cuenta con estándares de gestión que permiten controlar los niveles óptimos de abastecimiento de los insumos o equipos..... | 44 |
| Tabla 7. Existe un control adecuado sobre los productos averiados..... | 45 |
| Tabla 8. Se entrega al cliente equipos en perfecto estado..... | 46 |
| Tabla 9. La empresa cuenta con el transporte necesario para movilizar los equipos hacia los clientes..... | 47 |
| Tabla 10. La entrega y distribución de insumos o equipos se ejecutan bajo la premisa de acortar tiempos de entrega..... | 48 |
| Tabla 11. La empresa cuenta con equipos modernos..... | 49 |
| Tabla 12. Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas..... | 50 |
| Tabla 13. Los empleados tienen una apariencia pulcra..... | 51 |
| Tabla 14. Los elementos materiales relacionados al servicio brindado son atractivos..... | 52 |
| Tabla 15. La empresa cumple lo prometido..... | 53 |
| Tabla 16. La empresa muestra interés en resolver los problemas de los clientes..... | 54 |
| Tabla 17. La empresa realiza el servicio en el tiempo acordado..... | 55 |
| Tabla 18. La empresa mantiene un registro exento de errores..... | 56 |
| Tabla 19. Los empleados comunican eficientemente a los clientes todo lo relacionado al servicio..... | 57 |
| Tabla 20. La empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes..... | 58 |
| Tabla 21. Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes..... | 59 |

| | |
|---|----|
| Tabla 22. Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes..... | 60 |
| Tabla 23. Los empleados transmiten confianza a sus clientes..... | 61 |
| Tabla 24. Los empleados brindan buen trato a los clientes..... | 62 |
| Tabla 25. Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la organización..... | 63 |
| Tabla 26. Da a sus clientes una atención individualizada..... | 64 |
| Tabla 27. La información de los servicios de la empresa es fácil de obtener..... | 65 |
| Tabla 28. Brinda a sus clientes información sobre sus servicios en un lenguaje adecuado..... | 66 |
| Tabla 29. El horario de atención es conveniente para los clientes..... | 67 |
| Tabla 30. La empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes..... | 68 |
| Tabla 31. Tabla cruzada entre la gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021..... | 69 |
| Tabla 32. Tabla cruzada entre el aprovisionamiento y la calidad de servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021..... | 70 |
| Tabla 33. Tabla cruzada entre el almacenamiento y la calidad de servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021..... | 71 |
| Tabla 34. Tabla cruzada entre la distribución y la calidad de servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021..... | 72 |
| Tabla 35. Correlación entre la gestión logística y la calidad de servicio..... | 73 |
| Tabla 36. Correlación entre el aprovisionamiento y la calidad de servicio..... | 75 |
| Tabla 37. Correlación entre el almacenamiento y la calidad del servicio..... | 76 |
| Tabla 38. Correlación entre la distribución y la calidad del servicio..... | 78 |

RESUMEN

En la presente investigación titulada: La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz – 2021, se ha abordado como problema la medición de los elementos como aprovisionamiento, almacenamiento, distribución, todos incluidos en la gestión logística, que afectan la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz. Se planteó el problema para saber ¿Qué relación existe entre la gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021?

La investigación tuvo como objetivo principal, determinar la relación entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

La hipótesis planteada fue que existe una relación significativa entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

La investigación fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo. Por su alcance fue de tipo correlacional. Tuvo un diseño de investigación no experimental, a su vez fue transaccional.

La población objeto de estudio para el presente estudio de investigación fue el total de las agencias de viaje y turismo de aventura de Huaraz, registradas por Dircetur Ancash siendo un total de 15 Agencias de viajes y turismo de aventura de la ciudad de Huaraz 2021. Al ser una población pequeña la muestra fue el total (censal) de las agencias de viajes y turismo de aventura en Huaraz. El instrumento elegido fue el cuestionario, cuyo diseño contempla la escala de Likert.

Se concluye que la relación entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz – 2021 significativa. En razón a lo obtenido por el índice Tau_b de Kendall es alta (está en el rango entre 0.6 y 0.8) y directamente proporcional (tiene signo positivo). Por lo que se afirma que cuanto mejor sea la gestión logística, mayor será la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz – 2021.

Palabras clave: Gestión logística, calidad del servicio.

ABSTRACT

In the present investigation entitled: Logistics management and quality of service in travel agencies and adventure tourism in the city of Huaraz - 2021, the measurement of elements such as supply, storage, distribution, all included, has been addressed as a problem. in logistics management, which affect the quality of service in travel agencies and adventure tourism in the city of Huaraz. The problem was posed to know what relationship exists between logistics management and quality of service in travel agencies and adventure tourism, Huaraz 2021?

The main objective of the research was to determine the relationship between logistics management and service quality in travel agencies and adventure tourism in the city of Huaraz - 2021.

The hypothesis was that there is a significant relationship between logistics management and service quality in travel agencies and adventure tourism in the city of Huaraz - 2021.

The research was of an applied type with a quantitative approach. Due to its scope, it was correlational. It had a non-experimental research design, it was also transactional.

The population under study for this research study was the total number of travel and adventure tourism agencies in Huaraz, registered by Dircetur Ancash, with a total of 15 travel and adventure tourism agencies in the city of Huaraz 2021. Al Being a small population, the sample was the total (census) of the travel agencies and adventure tourism in Huaraz. The instrument chosen was the questionnaire, whose design includes the Likert scale.

It is concluded that the relationship between logistics management and service quality in travel agencies and adventure tourism in the city of Huaraz - 2021 is significant. Based on what is obtained by Kendall's Tau_b index, it is high (it is in the range between 0.6 and 0.8) and directly proportional (it has a positive sign). Therefore, it is stated that the better the logistics management, the higher the quality of service in travel agencies and adventure tourism in the city of Huaraz - 2021.

Keywords: Logistics management, service quality.

1. INTRODUCCIÓN

Ramírez (2012) menciona que el turismo es una de las principales actividades económicas en muchos países a nivel mundial, según datos proporcionados por la Organización Mundial del Turismo - OMT (2012) se considera que la actividad presenta un crecimiento del 5% anual, lo que genera beneficios económicos a los países que lo practican, lo que se puede apreciar en el incremento del sector turismo y como consecuencia, crecimiento del empleo tanto directo como indirecto.

Dentro de este sector se encuentran las agencias de viajes, dedicadas a brindar el servicio de paquetes turísticos a nivel nacional, local e internacional a los turistas que se movilizan de su lugar de residencia habitual a un destino turístico.

En la actualidad el Perú está liderando el crecimiento del sector turismo en América Latina, muchos expertos internacionales coinciden en señalar que el Perú, como destino turístico “está de moda”; por tal motivo las agencias de viajes ocupan un sitio indispensable en el desarrollo de dicho sector, ya que son una de las principales promotoras del turismo, al manejar flujos constantes de pasajeros a nivel nacional e internacional. Las agencias de viajes se clasifican en: agencia de viajes y turismo minorista, operador de turismo y agencias de viajes y turismo mayorista según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Hoy en día, estas agencias de viajes se han visto afectadas por la competitividad, por lo que se han visto inmersas en buscar las acciones más idóneas para mejorar los servicios que brinda. El profesor Lambert (1998) integra al término logística y la define como la parte de la gestión de la cadena logística en planificar, implementar y controlar el flujo eficiente y eficaz de materiales y el almacenamiento de productos, así como la información asociada desde el punto de origen hasta el de consumo con el objeto de satisfacer las necesidades de los turistas en las agencias de viajes de aventura. Implicando conseguir la meta usando las mejores herramientas para lograr un fin propuesto y para conseguir un resultado determinado. Es aquí donde la logística juega un papel crucial, a partir del manejo eficiente del flujo de bienes y servicios hacia el cliente. A pesar de que la gestión logística ha sido conocida en forma más masiva en el ámbito profesional civil, desde la segunda guerra mundial frecuentemente se le ha considerado sólo como un medio para reducir costos, disminuir inventarios y más aún como algo equivalente a transportar para distribuir bienes. Es solamente durante las últimas décadas que la gestión logística ha sido conceptualizada como un sistema y recibido la atención que merecía como instrumento estratégico de gestión empresarial para lograr ventajas competitivas. Es por ello, muy importante, que todas las empresas ya sean comerciales, industriales o de servicios cuenten con un proceso

de planificación, implementación y control en el flujo y almacenamiento de materias primas, productos terminados y mercaderías, así como también la información relacionada con este proceso desde el lugar de origen hasta el lugar de consumo.

La evaluación de una gestión logística en las agencias de viajes de aventura es muy necesaria ya que si se cumple de manera adecuada con todos los procesos esto ayuda a disminuir los costos, pueden ser más competitivas en el mercado y mejorar su imagen respondiendo a necesidades latentes de los turistas, es decir contar con los productos necesarios al tiempo deseado.

La oportunidad que tienen las agencias de viajes de aventura es de interactuar directamente con el turista, acción clave para crear expectativas que deben ser basadas en la realidad del destino escogido.

En las agencias de viajes y turismo que presta el servicio de turismo de aventura en la ciudad de Huaraz, se ha identificado que no se cumplen de manera eficiente y eficaz con el proceso de gestión logística, debido al mal uso de recursos, no cumplir con los tiempos de servicios, a su vez la eficacia es que no cumple con lo prometido, entregas imperfectas en sus servicios, es por esta razón que se ha decidido realizar la investigación para describir la relación de la gestión logística y la calidad de servicio que brindan estas empresas.

En una prueba piloto los turistas indican que no se sigue con los procedimientos establecidos para la compra, almacenamiento, información sobre los lugares y modalidades del turismo de aventura en las que prestará el servicio; el equipamiento a utilizar, así como las medidas de prevención, seguridad que proporcionan al turista y salida de productos necesarios para brindar este servicio. Tampoco se cuenta con el recurso humano que se haga responsable del control de esta área tan importante en este tipo de empresa. Se puede observar a su vez una baja o mala calidad del servicio brindado por las agencias de viajes y turismo, como, por ejemplo, no brindar la información adecuada, o con contar con esta información, no cumplir con los tiempos programados y no mostrar la consistencia del servicio, demostrando quizá que haya una estrecha relación entre estas variables antes mencionadas. El trato de los empleados hacia los turistas poco cortés en muchos casos no da soluciones inmediatas a problemas surgidos en su labor.

En este ámbito, la gestión logística es una respuesta a la necesidad de garantizar en las agencias, altos y consistentes niveles de servicio al cliente y de mantener relaciones estables y duraderas con los clientes finales. Ante esta situación, la gestión logística no tiene otra alternativa que garantizar un flujo eficiente de los suministros requeridos, puesto que la falta de disponibilidad de cualquiera de los cientos de productos (donde la inmensa

mayoría son imprescindibles) puede paralizar un servicio turístico, con una afectación irrecuperable en la calidad del servicio.

De suceder esta situación, en el peor de los casos se puede provocar la insatisfacción de un cliente, y quizá la pérdida de este; teniendo en cuenta que para una agencia de viajes el costo de captar un nuevo cliente es cinco veces mayor que el costo de conservarlo.

El problema principal radica en la calidad de servicio que ofrecen debido al deficiente aprovisionamiento de los materiales necesarios para realizar el servicio, muchas veces se encuentra una falta de profesionalidad para el almacenamiento de los productos y la mala distribución de productos y tiempos de servicios, escasa atención en las resoluciones de problemas.

En este contexto, la investigación se planteó como problema de investigación las siguientes:

1.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021?

1.2. Problema Específico (P.E.)

(P.E. 1) ¿Cómo se relaciona el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021?

(P.E. 2) ¿Qué relación existe entre el almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021?

(P.E.3) ¿De qué manera la distribución se relaciona con la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021?

2. HIPÓTESIS

2.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe una relación significativa entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS (H.E.)

(H.E.1) La relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz – 2021, es significativa.

(H.E.2) El almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, tiene una relación significativa.

(H.E.3) La relación entre la distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa.

2.3. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

2.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (O.E.)

(O.E.1) Establecer la relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

(O.E.2) Relacionar el almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

(O.E.3) Determinar la relación entre la distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

2.5. DEFINICIÓN DE VARIABLES

Variable gestión logística: gestión del flujo de materias primas, productos, servicios e información a lo largo de toda la cadena de suministro de un producto o servicio (Ayala, 2016)

Variable calidad del servicio: Es el grado en el que un servicio satisface o sobrepasa las necesidades o expectativas que el cliente tiene respecto al servicio. Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones (Ramos, 2017).

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| VARIABLE | DIMENSIÓN | INDICADORES |
|-------------------|-------------------|---------------------------|
| Gestión logística | Aprovisionamiento | Niveles óptimos |
| | | Planificación de pedidos |
| | | Evaluación de proveedores |

| | | |
|---|------------------------|---------------------------------------|
| | Almacenamiento | Resguardo en almacén |
| | | Distribución de almacén |
| | | Gestión de almacenamiento |
| | | Productos averiados |
| | Distribución | Entregas perfectas |
| | | Selección del transporte |
| Flujo de información (tiempo, precio, cantidad) | | |
| Calidad del servicio | Elementos tangibles | Equipamiento. |
| | | Instalaciones físicas |
| | | Personal |
| | | Materiales del servicio |
| | Fiabilidad | Cumplimiento de lo prometido. |
| | | Solucionar problemas |
| | | Conclusión del servicio en el tiempo |
| | | Errores cometidos |
| | Capacidad de respuesta | Comunicación de los servicios |
| | | Servicio rápido |
| | | Disposición de ayudar a los clientes. |
| | | Respuesta pronta y deseada |
| | Seguridad | Conocimiento y profesionalidad |
| | | Trato de los empleados |

| | | |
|--|---------|---|
| | | Capacidad para inspirar confianza |
| | Empatía | Atención individualizada. |
| | | Facilidad de acceso a la información |
| | | Información proporcionada en un lenguaje comprensible |
| | | Horario de atención |
| | | Conocer y atender las necesidades |

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes de la Investigación

A NIVEL INTERNACIONAL

Zaragoza (2009), en su investigación del proyecto “Propuesta de un procedimiento metodológico para el diagnóstico de la gestión logística en la Agencia de Viajes Gaviota Tours Varadero”. Tesis para optar al título de licenciado en Economía. La Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos", Cuba. El proyecto presentado surge de la identificación de la logística como un factor crucial para las empresas, constituyendo una verdadera ventaja competitiva para las mismas, no sólo por su repercusión en la satisfacción de los clientes, sino también por la disminución de costos asociados a los flujos de materiales y de información en las empresas, garantizando la preservación del medio ambiente. Por ello, el objetivo de este trabajo es diseñar un procedimiento metodológico para el diagnóstico de la gestión logística en la Agencia de Viajes Gaviota Tours Varadero. Con este procedimiento se pretende mejorar el sistema de gestión logística de la agencia y su inclusión en el sistema de gestión global tomando como base la integración y ampliación de las herramientas existentes como son: análisis de la documentación de la agencia; observación científica; encuesta; método de selección de expertos; método de coeficiente Kendall; matriz de toma de decisiones; software SPSS Versión 13.0 y Microsoft Visio; así como el estudio de una secuencia de etapas definidas para este propósito. Entre los principales resultados se encuentran la elaboración y aplicación de un procedimiento metodológico para el diagnóstico de la gestión logística en esta Agencia de Viajes y la elaboración de un plan de mejora a partir de los resultados obtenidos a través de la matriz de toma de decisiones con el fin de mejorar los módulos que se encuentren en los cuadrantes de vulnerabilidad competitiva y de indiferencia relativa, haciendo más exitosa y competitiva la gestión logística que realiza la Agencia de Viajes.

Paque et al. (2014) en su investigación “Aplicación de la logística en el sector hotelero de la ciudad de Neiva-Colombia”, indicó que cuando una empresa aplica la logística como un mecanismo táctico y estratégico con el fin de definir su negocio principal, será una constante buscar siempre darle un valor agregado a sus procesos, así concluyen que los clientes reconocen ese factor diferenciador en el servicio que recibe y que es considerado para cuando el cliente emita su calificación, de acuerdo con el resultado, como un servicio favorable o desfavorable. Otra de sus conclusiones

respecto a las características del sistema logístico del sector hotelero indica que una de las principales es que un gran porcentaje de estos brindan sus servicios haciendo uso de una estructura tradicional con ausencia de un sistema logístico estructurado y competitivo.

Alava & Bastidas (2016) en su tesis Estudio de la Calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viaje en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz Ecuador. Tesis de grado para la obtención del título de Licenciado en Turismo Ecológico. Universidad central del Ecuador, Ecuador. Este trabajo permitió conocer la realidad de cómo se oferta y promueve el turismo en nuestras islas, ya que nace a partir de la expectativa del turista y se cristaliza para bien o mal en la experiencia del viaje. Siendo las agencias de viajes clave para el ejercicio de todas las actividades turísticas, vertiginosamente implica una serie de acontecimiento que hace del viaje de turista una travesía, garantizando que los servicios pactados o contratados son de calidad, la tan ansiada calidad que las Islas Galápagos deben ofrecer. Cuando se habla de calidad en el servicio turístico, la presente investigación expone ambas caras del ejercicio de la actividad de agenciamiento ya que existe agencias responsables con los servicios que brinda y otras que solo empañan la imagen de destino, es por ello la necesidad de crear un manual que permita a los agentes de viajes mejorar sus atención al turista y estudiar y conocer la realidad del sitio o paquete ofrecido, pero sobre todo se enmarca en crear el escenario propicio para fortalecer la actividad y la calidad. La oportunidad que tienen las agencias de viajes locales es interactuar directamente con el turista, acción clave para crear expectativas que deben ser basadas en la realidad del destino escogido. Cabe destacar que mucha de X la problemática detectada es por la competencia desleal entre agencias de viajes referente a los precios, propagandas y servicios, que no les permite crecer como empresa y tampoco como destino, ya que al abaratar los precios la demanda del servicio sube, pero la calidad baja, creando la imagen más conocida como destinos de “low cost”, siendo las Islas Galápagos el sitio emblemático del Ecuador. A través de este estudio se pudo constatar incluso el desmedido crecimiento de las agencias de viajes en la provincia ya que hasta el año 2012 existían aproximadamente 80 agencias de viajes y actualmente superan las 100.

A NIVEL NACIONAL

Para Lavado (2016) en su investigación La calidad de los servicios en las agencias de viaje y turismo del centro Histórico de la ciudad de Trujillo en el turista nacional. Tesis para optar al título profesional de licenciada en Administración y servicios turísticos. Universidad Privada del Norte, Trujillo. Esta investigación realizó el análisis de la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes y turismo del centro histórico de la ciudad de Trujillo en el turista nacional, mediante la aplicación de una encuesta del modelo SERVQUAL adecuada a agencias de viajes a los turistas nacionales que arriban a nuestra ciudad, a través de cinco dimensiones las cuales son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Es de tipo No experimental, diseño descriptivo simple y transversal. El turista evaluará el nivel de la calidad de servicio a través del resultado entre la comparación de sus expectativas antes de recibir el servicio y las percepciones que tenga después de haber recibido. En dicho estudio también se conocerán los puntos fuertes y débiles de cada dimensión y cuál es la dimensión que predomina. Y en los resultados se observará que el nivel con el que evaluaron los turistas a las agencias de viajes es "Regular", y se señalaron los aspectos que tienen que mejorar para brindar un buen servicio.

Ramos (2017). Calidad de servicio y satisfacción del cliente según el modelo Servqual aplicado a la agencia de viajes y turismo Cusi Expeditions de la ciudad de Puno periodo 2016. Título Profesional de Licenciado en Administración. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Esta investigación tuvo como objetivo general analizar la calidad de servicio y la satisfacción de acuerdo al modelo Servqual en la agencia de viajes y turismo Cusi Expeditions periodo 2016, desarrollada con una muestra de 283 pasajeros, con un diseño descriptivo, concluye lo siguiente: Los resultados obtenidos a nivel de las expectativas de los clientes de la Agencia de Viajes y Turismo Cusi Expeditions son altas, las cuales están clasificadas en las cinco dimensiones de calidad de servicio (tangible, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), demostrando que es considerada una empresa con servicio de calidad. En el caso de la percepción de calidad de servicio, se pudo apreciar que los usuarios se encontraban satisfechos en todas las dimensiones ya mencionadas anteriormente; por ende, percibieron un nivel de calidad alto. Estos dos resultados no deben ser confundidos, pues las expectativas son alcanzadas antes de adquirir o usar un servicio, a diferencia de las percepciones que evalúan el desempeño del servicio propiamente. Por último,

se concluye que a pesar de haber obtenido respuestas muy positivas en cuanto al servicio que brinda la agencia de viajes, es recomendable que se mantenga en constante evaluación, con el propósito de corregir los procesos que aún tienen fallas.

Zuñiga (2018), La gestión logística y calidad de los servicios en los colaboradores de la empresa Transa SA Ate, 2018. Tesis para optar al título profesional de licenciada en Administración. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Esta investigación tuvo como objetivo general describir la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio, sostiene cuatro indicadores de medición: costos de transporte, gestión del transporte, modos de transporte y tecnología e información para el transporte de igual manera, en cuanto a la segunda variable calidad de servicio el autor, considera que existen 5 indicadores: elementos tangibles. La fiabilidad, la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad. La metodología de la investigación fue descriptiva, correlacional, diseño no experimental, de corte transversal. La muestra fue comprendida por 60 colaboradores del departamento de administración, finanzas, marketing, talento humano y logístico de la empresa Transa S.A, la técnica empleada fue de la encuesta de instrumento el cuestionario con escala de tipo Likert de 20 ítems por cada variable, validado por el juicio de expertos temáticos y metodológico de la Universidad César Vallejo, asimismo se utilizó el programa estadístico SPSS 23, por el cual se obtuvo un nivel del significancia de 0.00 mediante la prueba de correlación Rho Spearman, de manera que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna concluyendo que, existe una relación positiva alta 0.937 entre la gestión logística y la calidad de servicios en los colaboradores de la empresa Transa S.A – Ate 2018.

Frisancho (2017), con investigación titulada gestión logística y satisfacción del cliente interno en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social – 2017, tuvo como objetivo establecer la relación entre ambas variables asimismo, el estudio presentó un estudio básica, con diseño no experimental transversal correlacional, la muestra está constituida por 666 trabajadores de las Unidades orgánicas del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, se utilizó el programa estadístico del SPSS 22.0 con una fiabilidad de 0.958 nivel de significancia 0.00 Rho de Spearman de 0.876 siendo una correlación positiva alta. Se concluye que, la gestión logística se relaciona de forma directa frente a la satisfacción del cliente interno en el ministerio por la cual existe satisfacción de los clientes a nivel interno.

Reyes (2015). Lima. En su tesis “Mejora de la Distribución de Productos a Nivel Local de una Empresa Manufacturera de Aceituna y sus derivados”, Argumenta que objetivo principal de la investigación fue desarrollar un análisis y una propuesta de mejora en la operación de distribución de productos a nivel local de una empresa manufacturera de aceituna y sus derivados. Para lo cual se aplicó un modelo heurístico y un algoritmo desarrollado con las variaciones que el caso amerita, esto con el objetivo de obtener una ruta eficiente de satisfacer los requerimientos de los clientes mejor a la que ya accedían. Se aplicó a una empresa manufacturera de aceituna y derivados distribuyendo a supermercados y tiendas locales, con un total de 95 clientes en la ciudad de Lima Metropolitana. Se recopiló información de cada distancia y volumen de carga, horarios de entrega y tiempo de servicio. Con toda esto, se desarrolló dos propuestas de mejora referidas a la creación de una ruta óptima: El software LINGO empleado para la optimización necesita de un tiempo largo y la otra complementar el modelo de optimización con la heurística de inserción secuencial planteada por Solomon.

Huayra (2021), Gestión logística y calidad de atención en el servicio de enfermería durante la COVID-19 en un Hospital de Lambayeque. La pandemia del COVID-19 ha afectado a muchas instituciones de salud, han tenido fallas en su logística durante el estado de emergencia. En el país, se tiene múltiples insuficiencias en el sistema de salud público y los pocos materiales impiden brindar calidad de atención. Desde esta perspectiva el objetivo de la investigación fue determinar la relación de la gestión logística sobre la calidad de atención en el servicio de enfermería durante la COVID-19, en un Hospital de Lambayeque. Se realizó una investigación descriptiva correlacional, elaborándose un cuestionario con 24 ítems, de los cuales 12 corresponden a gestión logística y 12 corresponden a la calidad de atención, aplicado a un total de 71 licenciadas en enfermería, obteniendo como resultados que el mayor porcentaje se concentra en el nivel moderado respecto a la gestión logística, mientras que el 9.9 % manifiesta que es deficiente. El mayor porcentaje del personal se concentra en el nivel bueno, es decir, la calidad de atención es necesaria. Solamente, un 4.2 % manifiestan que es mala. Se concluye que sí existe correlación entre la variable gestión logística y calidad de atención. También existe relación entre las dimensiones aprovisionamiento, almacenamiento y distribución con la variable calidad de atención.

A NIVEL LOCAL

Vallejos & Olórtegui (2012) La gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía Ferreyros S. A., sucursal Huaraz, 2012. Tesis para optar al título profesional de administrador. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz. Esta investigación tuvo como objetivo conocer la incidencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente de la Compañía Ferreyros S.A., Sucursal Huaraz en el 2012. De acuerdo a la orientación fue de carácter aplicada y descriptiva, porque permitió describir la realidad sobre la gestión logística y la satisfacción del cliente de la empresa. La investigación fue de tipo no experimental y transeccional. Esta investigación fue correlacional. La población estuvo constituida por 142 clientes. Las conclusiones señalan que la gestión logística incide en la satisfacción de los clientes. Esto se ve plasmado en el resultado de la hipótesis.

Chávez (2013) Las agencias de viajes hoy en día se basan en la calidad de servicios a prestar la cual es base del éxito del proceso de mejoramiento en sus establecimientos adecuadamente con una buena política de calidad, que pueda definir con precisión lo esperado por los empleados y clientes; así como también de los productos o servicios que sean brindados a los clientes. indica que dicha política demanda del compromiso de todos los componentes empresariales. La política de calidad debe ser redactada con la finalidad de que pueda ser aplicada a las actividades de cualquier empleado, igualmente podrá aplicarse a la calidad de los productos o servicios que ofrecen las agencias de viajes. Hasta diciembre del 2006, el MINCETUR había registrado en el país un total de 80936 empresas de servicios turísticos aproximadamente, considerando en esa cuenta a restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, transportes turísticos y otros establecimientos. En lo cual las agencias de viajes solo están registradas con un número de 7363 que equivale al 9.1 %, Huaraz ocupa solo el 3.5 %, dado a que el 60 % aproximadamente de las agencias son informales en el Perú, hay casi 4500, compañías dedicadas al rubro que no son parte de ningún 12 gremio empresarial del sector. Si el cliente se guía por el precio más barato, tiene 4500 posibilidades de pasarla mal. Según Publio Santander, ciudades como Cusco, Huaraz, Puno, Arequipa, etc. Son las que tienen más problemas de informalidad, el problema cubre a la oferta dedicada tanto al turista nacional como al extranjero.

Barrenechea (2016). Evaluación de la calidad del servicio de la agencia de viaje Huascarán del distrito de Huaraz, utilizando estándares derivados en las buenas

prácticas, Huaraz 2016. Tesis para optar al título profesional de licenciada en Administración Turística. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz. La presente investigación se llevó a cabo con el objetivo de determinar la calidad del servicio de la agencia de viajes “Huascarán” del distrito de Huaraz, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2016, de tipo cualitativa – cuantitativa, de nivel descriptivo, para lo cual se ha desarrollado un estudio de caso transversal en una empresa dedicada al rubro de servicios turísticos; las dimensiones evaluadas han sido: buenas prácticas en gestión administrativa; en equipamiento e infraestructura; en gestión del servicio; en gestión medioambiental y en gestión sociocultural; en total se han evaluado 148 estándares. Para lo cual use los instrumentos como las encuestas con ello nos dio los siguientes resultados que nos indican que en relación al cumplimiento general de los estándares derivados de las buenas prácticas la agencia de viajes “Huascarán” de Huaraz, cumple en promedio con el 65.4%, concluyendo que la empresa requiere mejorar muchos aspectos para brindar un servicio de calidad.

3.2. Bases teóricas

GESTIÓN LOGÍSTICA:

Gómez (2014) define la gestión logística como “el proceso que se utiliza dentro de una empresa, con el fin de mantener un orden adecuado y estandarizado, de todas las actividades necesarias para llevarse a cabo, dentro de un proyecto y con el objetivo de llegar al éxito” (p.8).

Mora (2010) define a la gestión logística como la parte de la gestión de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla el flujo eficiente, eficaz avance y retroceso y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada entre el punto de origen y el punto de consumo con el fin de satisfacer los requisitos de los clientes, desde el punto de vista del cliente, la eficacia tiene más peso a la hora de contratar un servicio de logística enfocándose en que las mercancías se entregan en tiempo y forma, el servicio resulta según lo esperado. La eficiencia, tiende a ser vista como una cuestión interna a razón de los costos operativos, por lo que podría suponerse que el cliente no pondera la cantidad de imprevistos; brindar un servicio eficaz bajo la premisa de la eficiencia, brinda a un sector logístico cada vez más competitivo, la oportunidad de revisar los procesos operativos al punto de encontrar el balance que le permita. Además, sostiene que el objetivo de la gestión logística debe apuntar a aumentar las ventajas competitivas; indica que esto puede ser logrado mediante la interacción de la distribución física, aprovisionamiento de materias primas, manejo de

información, tiempos de respuesta, control del nivel de inventarios, estudio de la demanda y servicio al cliente, siendo el resultado final una tasa de retorno de la inversión más elevada, con un aumento de la rentabilidad. Asimismo, el autor toma como objetivos primordiales de la gestión logística el reducir costos y contribuir sustancialmente a las utilidades de las compañías, mediante la racionalización y optimización de los recursos utilizados. Se puede inferir que la gestión logística es el proceso de llevar en forma correcta y adecuada el éxito de una determinada empresa.

BENEFICIOS DE LA LOGÍSTICA:

Muchos son los aspectos ligados a la Logística, pero dentro de la organización del turismo tiene, aún si cabe, amplio espacio y mayor utilidad. La Logística se aplica al transporte de personas y bienes de un punto a otro, se ocupa de su alojamiento, de la programación de actividades, de comprobar que todo esté en el lugar y en el tiempo que se precisa, etc.

La logística determina y coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar y el tiempo correctos. Si asumimos que el rol del mercadeo es estimular la demanda, el rol de la logística será precisamente satisfacerla. La logística es fundamental para el comercio. Las actividades logísticas son el puente entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia.

LA LOGÍSTICA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA:

María A. Cabeza (2001). Universidad Simón Bolívar “La Logística en la Actividad Turística”. Los expertos coinciden en que el turismo, juntamente con las comunicaciones y la informática, serán los tres sectores que regirán la economía mundial del Tercer Milenio, caracterizado por una penetración de la tecnología en todos los aspectos de la vida.

Es significativo el incremento espectacular experimentado por la Industria turística, tanto desde el punto de vista económico como social, a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, principalmente en los últimos veinte años.

Entre los factores que lo han posibilitado se encuentran: el mejoramiento del nivel de vida, los avances tecnológicos en el transporte y las comunicaciones y las transformaciones culturales y escala de valores del hombre moderno.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en su Informe Tourism 2020 Visión, pronostica que para el año 2020, los ingresos turísticos excederán los 2 trillones de dólares; en 1999 los ingresos se cifraron en 455 mil millones de dólares, excluyendo el transporte

internacional. Mientras que el número de visitantes internacionales alcanzará la cifra de 1.6 mil millones, cifra que duplicará ampliamente el volumen de turistas internacionales de 1999, en este caso, unos 657 millones, con un aumento del 3.2% respecto al año anterior.

No obstante, el informe de la OMT pone en evidencia el hecho de que el turismo internacional está todavía en su infancia, al llegar a la conclusión de que solamente el 7% de la población mundial que potencialmente puede viajar, realizará algún viaje de turismo en el año 2020. Para el profesional que trabaja en el campo de la Logística, esta tendencia y pronósticos de crecimiento del turismo, representan un gran desafío al cual debe enfrentarse, debido a las características de los servicios turísticos que requieren de un flujo intenso –cada día más complejo– de personas, mercancías y bienes e información, juntamente con una gran exigencia de lograr la satisfacción del turista en toda la cadena de consumo. El profesional logístico no debe obviar que el mercado turístico es altamente competitivo, donde el valor añadido cobra singular fuerza a través de la experiencia única, cuestión está que ha obligado a la actividad turística a ofrecer un servicio superior, no solamente en términos de calidad, sino también de creatividad y donde se le impone dejar de ser una economía de servicios para convertirse en una economía de experiencias. Ante esta situación, la Logística no tiene otra alternativa que garantizar un flujo eficiente de los suministros requeridos, puesto que la falta de disponibilidad de cualquiera de los cientos de productos –donde la inmensa mayoría son imprescindibles– puede paralizar un servicio turístico, con una afectación irrecuperable en la calidad del servicio. De suceder esta situación, en el menor de los casos se puede provocar la insatisfacción de un cliente, y quizás la pérdida de este; téngase en cuenta que para la agencia de viajes el costo de captar un nuevo cliente es cinco veces mayor que el costo de conservarlo.

Por otra parte, para un distribuidor el número de clientes (instalaciones turísticas) - aunque se esté en una época de crecimiento- siempre será un número restringido y muy difícil de reponer. En este ámbito, la gestión logística es una respuesta a la necesidad de garantizar en el turismo altos y consistentes niveles de servicio al cliente y de mantener relaciones estables y duraderas con los clientes finales.

FUNCIONES DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA:

Para Ayala (2016) las funciones de la gestión logística se clasifican en cinco actividades básicas: aprovisionamiento, producción, almacenaje, distribución y logística inversa:

Aprovisionamiento: es el proceso por el cual la empresa adquiere todos los productos o materias primas que necesita para su posterior transformación o venta. La función de

aprovisionamiento comprende la selección, adquisición y recepción de pedidos, entre otros. También definido como un grupo de actividades llevadas a cabo por las empresas con la finalidad de asegurar las existencias que les permitan realizar sus actividades de la manera prevista. Esta función cumple un rol bastante importante en la logística de servicios y se sustenta por: (a) las variaciones que pudieran tener los precios por factores estacionales o temporadas de mayor o menor demanda; (b) rebajas por volumen de demanda o de compras; (c) la presencia de una etapa de incertidumbre con respecto a las ventas de productos o servicios que se puedan realizar, así como de los plazos de entrega de las adquisiciones.

Producción: engloba todo lo relacionado con la transformación de las materias primas en productos semielaborados o terminados. La empresa en su afán de conseguir los máximos rendimientos posibles deberá realizar una buena planificación de la producción, gestionando y controlando los recursos materiales y humanos de los que dispone. La inversión en I+D+I es fundamental a la hora de la supervivencia y el posicionamiento o diferenciación de las empresas con respecto a sus competidores. Es decir, aquellas empresas que destinan mayores recursos a la investigación y creación de nuevos productos, procesos de producción más eficientes, búsqueda de nuevos materiales o componentes, etc. son las que tienen más posibilidad de éxito y permanencia en el mercado.

Almacenamiento: El almacenaje es la actividad de depósito y manipulación de los productos, componentes, materiales y materias primas para poder garantizar el buen funcionamiento de la actividad empresarial. Según Brenes (2015), para que la ubicación y manipulación de los materiales y mercancías almacenados sea eficiente se debe: Realizar un uso óptimo del espacio y utilizar al máximo el volumen disponible. Generar los mínimos costes en el proceso de almacenaje. El mantenimiento de productos almacenados supone un coste, por lo que muchas empresas están optando por minimizar el stock almacenado, y de este modo ser eficientes.

Distribución: La función de distribución es un conjunto de estrategias, procesos y actividades que permite el traslado de productos y/o servicios desde su estado final de producción y acabado hasta el lugar que esté disponible para el cliente o consumidor final, cumpliendo con los tiempos, cantidades y condiciones que los clientes deseen o necesiten. La distribución es un conjunto de actividades tendientes a asegurar las entregas de los pedidos solicitados por el cliente y/o consumidor final de los productos ofrecidos por una empresa y en el mejor precio posible; la realización de este proceso requiere que se tenga una política de distribución

referente a: método de gestión de las existencias de los productos acabados (productos que la empresa mantiene en existencia en un momento determinado), los lead time de entrega (proceso que media desde la solicitud de un pedido hasta la fecha de entrega real del producto o servicio), gestión de transporte). El autor también hace referencia que la etapa de distribución tiene un coste y que corresponde al coste de poner el producto o servicio a disposición del cliente y que involucra los costes de transporte y distribución, salario del personal; el objetivo es cumplir oportunamente con los requerimientos de los clientes.

En esta dimensión se consideran tres indicadores: entregas perfectas, selección del transporte y flujo de información (tiempo, precio, cantidad, etc.). La demanda del producto para su distribución tiene que ver con las necesidades del cliente y puede estar en función a las temporadas que existen en el sector: temporada alta o temporada baja. El envío tiene que ver con la entrega de pedidos que hicieran los clientes y estas deben ser de manera oportuna utilizando los canales de comercialización más adecuados. Respecto al coste de distribución estos serán de acuerdo al volumen, cantidad y distancia de las órdenes de pedido.

Logística Inversa: Es parte del proceso que las empresas se enfoquen en la gestión de venta del producto y el flujo para que el mismo llegue al consumidor en el tiempo correcto, el diseño requerido y otras características necesarias para la adquisición, pero muchas de estas empresas ignoran el estado de sus productos cuando termina su ciclo de vida, no toman ninguna acción post a la venta. La necesidad de consumo y de cambio va cada vez en aumento lo que trae también la generación de residuos de diferentes tipos. Es por esto, que se busca que las empresas integren a sus procesos la conciencia de estos residuos para que sea menor el impacto ambiental. La logística inversa consta en el traslado del producto que ha sido desechado o devuelto por cualquier motivo, ya sea por alguna falla o porque ya no le dan uso hasta el fabricante. También se debe mencionar un agente importante como es el operador logístico ya que ellos son los que realizan la recolección de los productos al ser desechados o devueltos. Lo que se busca no es sólo mejorar la venta del producto cuando es devuelto sino también la calidad y rendimiento que tenga el producto vendido.

DIMENSIONES DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA:

Para Gonzales (2014) las dimensiones de la gestión logística son el aprovisionamiento, almacenamiento y distribución.

Aprovisionamiento:

Es importante medir pedidos efectivos, entregas a tiempo, desabastecimiento, medición del trade off (enfoque operacional y transacciones) y nivel de intermediación; en almacenamiento

tener en cuenta, capacidad utilizada, costo por metro cuadrado, índice de rotación de mercancías, cantidad de mercancía averiada, cantidades óptimas de pedido, distribución del espacio, (Chopra & Meindl, 2018); en distribución incidencias de pedido, costos de transporte, seguridad en el transporte, rutas de distribución, ejercicios de inteligencia de transporte; en servicio al cliente entregas perfectas, indicador de quejas, devoluciones, revisión de órdenes de compra y en costos logísticos todo lo relacionado con el costo pedir, manejar inventarios, empaque, embalaje, almacenamiento, costos financieros, stock averiado, entre otros.

Almacenamiento

Comprende el almacenamiento de los productos para su puesta a disposición de la distribución física, así como la recepción, tratamiento, gestión de stock, tratamiento de información, diseño de rutas.

El almacenamiento forma parte del proceso logístico de la empresa, tiene la responsabilidad de brindar información acerca de la recepción, almacenamiento y movimiento de cualquier ítem dentro del almacén. Su función concluye cuando los ítems almacenados pasan a ser pedidos (Rubio Ferrer & Villarroel Valdemoro, 2012).

Los almacenes tienen funciones específicas, indistintamente de la actividad a la que se dedique la empresa (Campo Varela & Hervás Exojo, 2013) y son las siguientes: Recepción, de mercancías, almacenamiento, conservación y mantenimiento, organización y gestión de control de existencias, expedición de mercancías.

Existen principios generales a tomar en cuenta, cuando se trata de almacenar mercancía tomando en consideración el sistema de distribución implementado y la demanda global y son los siguientes (Bureau Veritas Formación, 2011):

- Aprovechar al máximo el espacio disponible: Implementar los sistemas de almacenamiento que permitan minimizar el costo del espacio ocupado.
- Minimizar las operaciones de manipulación de mercancías: Reducir el coste del tiempo hombre en la manipulación de productos.
- Facilitar el acceso a la mercancía almacenada y su control: Minimizar las operaciones de manipulación, transporte, despacho, generación de pedidos y otras operaciones de inventario y atención al cliente.
- Costos mínimos: utilizar un diseño adaptado a sus necesidades y que faciliten las operaciones.
- Gestión rápida: Mediante equipos informáticos que generen información actualizada.
- Optimizar: A través de la productividad recursos y espacio disponible.
- Coeficiente de crecimiento reducido: la tendencia no ocupe el total de la superficie.

Distribución en planta

Desarrolla en el usuario la habilidad de optimizar el área dedicada al almacenamiento de sus mercancías. Indicadores de inventario: Identifica puntos de gestión en el almacenamiento de mercancías mediante indicadores de sencillo entendimiento. Planeación del inventario: Mediante la construcción de un modelo óptimo identifica los ahorros en costos respecto de la gestión del inventario.

Para Gómez (2014), hay que tomar en cuenta para una buena gestión logística: Sistema de compras: En términos de gestión y control de operaciones relacionadas con los flujos físicos de materiales, las compras se constituyen en la primera función de la cadena de suministro. Esto debido a que el inicio de este importante proceso depende de las necesidades de materias primas y materiales de empaque identificadas para los procesos productivos; así como de los repuestos para las tareas de mantenimiento, recursos humanos necesarios, horas de montacargas requeridas en el centro de distribución, cantidad de papel para fotocopias, etc. Tal determinación de actividades nace de la planeación y pronóstico de la demanda que realice una determinada compañía. Sin embargo, la función de compras se integra a este proceso, al igual que al de innovación y desarrollo, como un agente conocedor de las fuentes de aprovisionamiento y, por ende, de aquellos actores capaces de satisfacer de manera óptima los requerimientos de adquisición de la empresa.

Transporte: Una forma breve y sencilla diremos que la función de transporte se ocupa de todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes, de acuerdo con unos condicionantes de seguridad, servicio y costo. En un sentido amplio, definiremos el transporte como toda actividad encaminada a trasladar el producto desde su punto de origen (almacenamiento) hasta el lugar de destino. Obviamente es una función de extrema importancia dentro del mundo de la distribución, ya que en ella están involucrados aspectos básicos de la calidad del servicio, costos e inversiones de capital.

Inventario: Los inventarios son recursos utilizables que se encuentran almacenados en algún punto específico del tiempo. La función básica de las existencias es el desglose, es decir, separar las actividades internas de una compañía como manufactura, distribución o comercialización. Con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, debe encontrarse el equilibrio ideal, brindándoles el mayor nivel de servicio posible con el menor nivel de inventario. Si un bien no está disponible en el momento en que el cliente lo solicita, se perderá la venta y en algunas circunstancias las ventas futuras. Por el contrario, si

se tienen altas cantidades de dicho producto, se tendrán altos costos asociados a los costos de oportunidad de tener recursos de capital invertidos innecesariamente en dichas mercancías. El objetivo final de una buena administración del inventario es mantener la cantidad suficiente para que no se presenten ni faltas (stockouts) ni excesos de existencias (overstock), en un proceso fluido de producción y comercialización.

Control de equipos y materiales: En el control de equipos y materiales es necesario, que el material sea cuidadosamente controlado con la finalidad de garantizar el uso efectivo y eficiente del mismo y evitar el riesgo de que se deteriore, sufra mermas por daños, u obsolescencia. El control de los materiales se establece mediante la organización funcional y la asignación de responsabilidades, a través del uso de registros y asientos que afectan a los materiales desde el momento en que son solicitados al proveedor. En este sentido, un control efectivo de los equipos y materiales se debe caracterizar principalmente por la existencia de un sistema rutinario para la compra, recepción, almacenamiento y así mejora el nivel de servicio para el cliente.

CALIDAD DE SERVICIO

Acerenza (2010) indica que el manejo de esta empresa lleva implícito el concepto de calidad ya que son empresas complejas, con múltiples facetas en el complicado negocio de los viajes y el turismo y que como toda empresa en cualquier esfera de los negocios, deben ser planificadas, organizadas, conducidas y administradas de una manera profesional, lo cual exige conocimiento de la actividad en la cual se desenvuelven y contar con la capacidad de gestión para poder mantenerse y desarrollarse en el negocio.

Todo cuanto se realiza en estas empresas requiere de mucha capacidad técnica y profesional, además de experiencia, evidenciándose la necesidad de aplicar e implementar todo lo que se refiera a la calidad con el propósito de asegurar que la empresa logre sus objetivos y por lo tanto el éxito en el mercado competitivo donde se desarrolla.

Berdugo, Barbosa y Prada (2016) sostiene que existen 10 modelos conceptuales en relación a la calidad de servicio

1. Modelo de Gronroos consiste en la calidad recibida a través del servicio como una serie de evaluaciones, en donde se relaciona las expectativas del servicio con la atención que ha tenido.
2. Modelo de Bitner sostiene que la condición de trabajo es percibida como un efecto de la experiencia recibida sea de manera satisfecha o insatisfecha derivandose a la conducta post venta.

3. Modelo de Bolton y Drew La calidad de rendimiento es una postura frente a la organización, la satisfacción se manifiesta con respecto al servicio brindado, así mismo los autores sostienen que las probabilidades de los clientes se forman por la transmisión del mensaje boca-oído sobre sus experiencias individuales.
4. Modelo de Chakrapani realiza diferenciación sobre la condición de servicio a partir de lo que se denomina servicio personal, siendo este que hace mención al vínculo con el cliente; y el funcional que es unido con las peculiaridades de un producto.
5. Modelo de Rust y Oliver Considera a tres elementos: 1) Prestaciones y sus peculiaridades; se encuentran el planeamiento del encargo precedente de ser cedido 2) entrega del servicio y 3) el ambiente de enfoque interno donde está la formación estructural y a nivel externo está el ambiente físico.
6. Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry Se enfoca desde la perspectiva del cliente, el cual calidad de servicio es una desigualdad entre la probabilidad y el desempeño que tiene el consumidor en relación al servicio.
7. Modelo de Cronin Jr e Taylor Tienen base de manera única en el desempeño o la percepción, definida como la condición de trabajo como un antecesor de la satisfacción del cliente.
8. Modelo de Philip e Hazlett Propone un trabajo más general basado en tres clases de atributos: fundamental (razón por el que decide acercarse a la organización), nuclear (conjunto de personas, procesos o servicios que interactúan o negocian y periférica (complemento de la entrega del servicio); los cuales representan insumos y procesos.
9. Modelo de Koelemeijer, Roest y Vaerhallen Sostiene en una estructura el resultado y las expectativas se encuentran en tres planos: a) Macro expectativas y percepciones de resultado en relación a clase – productos, b) Meso Expectativa y percepciones en relación al proveedor de servicio y c) Micro expectativa y resultado recibido en relación a una transacción individual.
10. Modelo de Brady y Cronnin Jr Este modelo no tiene una estructura estandarizada solo integra instrumentos y modelos anteriores.

Los autores mencionados sostienen patrones en relación a la evaluación de las cualidades de servicios, sin embargo, se hace un mayor énfasis en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry debido que fueron los pioneros de escuela norteamericana, el cual evalúan por medio de brechas más generales para diversos tipos de servicios.

LOS DIEZ MANDAMIENTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE:

1. El cliente está por encima de todo. Es el cliente a quien debemos tener presente, antes que nada.
2. No hay imposible cuando se quiere. A veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguir lo que él desea.
3. Cumple todo lo que prometas. Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.
5. Para el cliente tú marcas la diferencia. Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que el cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo. ¿Puede que todo funcione a la perfección, que tengan controlado todo, pero que pasa si fallan en el tiempo de entrega, si los boletos no llegan a tiempo o le dan un número equivocado de confirmación de servicios?, todo se va al piso.
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.
8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.
9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar.
10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos son un equipo. (CALTUR, 2013)

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES:

Chávez (2013) indica que la calidad en la gestión de las agencias de viajes, es muy importante, por ello se deben implementar acciones que permitan evaluar la calidad del servicio, como ya se ha visto la calidad supone el cumplimiento de una serie de estándares y normas que buscan la satisfacción de los clientes y garanticen el éxito de la empresa en el mercado; en tal sentido la evaluación consiste en constatar si se están aplicando estas normas y en qué grado, para a partir de ahí poder llevar a cabo medidas correctivas. La evaluación de la calidad es importante pues la empresa se encontrará en la capacidad de desarrollar estrategias y acciones para mejorar la calidad del servicio.

Marco normativo y estándares de la calidad de los servicios de las agencias de viajes

Chávez (2013) trae a colación la diferencia que existe entre norma y estándar. Señala que las normas se deben cumplir, tiene carácter obligatorio; sin embargo, los estándares son definidos

por cada organización de acuerdo a su capacidad y a las exigencias del mercado. Estos estándares son definidos por cada empresa y permiten mejorar la calidad de su servicio.

Dimensiones de la calidad del servicio

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) desarrollaron un modelo de calidad del servicio (SERVQUAL): La calidad de servicio es el resultado de la comparación que realizan los clientes entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las organizaciones prestadoras del servicio. Su investigación identificó 5 dimensiones que son:

1. **Elementos Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. En la escala SERVQUAL, los elementos tangibles están relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos.
2. **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Para la Real Academia Española (RAE) es la “Cualidad fiable (seguridad y buenos resultados), probabilidad del buen funcionamiento de algo. La fiabilidad de un sistema es hacer un producto o proceso sin fallos y evitando el riesgo mínimo, con un factor esencial para la competitividad de una industria, hasta el seguimiento del final de la producción”.
3. **Capacidad de Respuesta o responsabilidad:** Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio. La verdad es que la capacidad de respuesta tiene que ver con tres aspectos fundamentales: tiempo, calidad y tono comunicacional. La responsabilidad se define como la disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud. La responsabilidad es la voluntad de colaborar con los clientes y de prestar el servicio con prontitud. Esta dimensión destaca la atención y la prontitud con para hacerle frente a las solicitudes, las preguntas, las reclamaciones y los problemas de los clientes. La responsabilidad se comunica a los clientes a través de un lapso de tiempo donde debe esperar para recibir la asistencia, la respuesta a sus preguntas o la atención de sus problemas, La responsabilidad también comprende la noción de flexibilidad y la capacidad para personalizar el servicio a las necesidades del cliente.
4. **Seguridad:** Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. La seguridad es una cualidad, habilidad y aptitud del conocimiento de las personas para brindar la información acerca del servicio que se ofrece de una manera fácil, sencilla y precisa. Del mismo modo es la capacidad de transmitir

confianza a las personas para que ellas nos puedan indicar sus necesidades, para así poder brindar la ayuda que requiera.

5. Empatía: Atención individualizada que ofrecen las empresas a los consumidores. (Soret Los Santos & de Obesso, 2013). La empatía es una habilidad propia del ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar, así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando las relaciones interpersonales que permiten la buena comunicación, generando sentimientos de simpatía, comprensión y ternura. Para que esta habilidad pueda desarrollarse de la mejor manera se deben tomar en consideración algunas capacidades del comportamiento tales como: la calidad de interrelación, atención personalizada, el desarrollo moral, buena comunicación y el altruismo (generosidad). También debemos tener en cuenta las respuestas emocionales, el bienestar que orientamos hacia las otras personas y algunos sentimientos empáticos (simpatía, compasión y ternura). Pero la empatía cumple también las funciones de motivación e información en un lenguaje comprensible ya que va dirigida a aliviar la necesidad de otra persona, permitiendo obtener información acerca de la manera en la cual se debe valorar el bienestar de los demás. Podemos decir que una persona es empática cuando sabe escuchar con atención a los demás, pero mejor aún sabe cuándo debe hablar y está dispuesto a discutir de los problemas para así encontrar una solución a ellos. Así que ser empático es simplemente ser capaces de entender emocionalmente a las personas, lo cual es la clave del éxito en las relaciones interpersonales.

TURISMO DE AVENTURA:

Según la revista entorno Turístico (2015). El turismo de aventura pertenece al subsegmento del turismo de naturaleza (antes llamado turismo alternativo); un tipo de turismo que es diferente a los convencionales “de sol y playa” o “de negocios”, que en la mayoría de las ocasiones suele ser menos invasivo y más benéfico para el entorno donde se desarrolla. El turismo de naturaleza y específicamente el de aventura, permite al usuario desafiar sus capacidades físicas en entornos naturales (tierra, agua, aire), ya que es en estos espacios donde se desarrolla. México al ser un territorio rico en condiciones biológicas, climatológicas y geográficas permite al turista encontrar una amplia gama de posibilidades para desarrollarlo. El turismo de aventura es un tipo de turismo activo que se practica aprovechando los recursos que ofrece la naturaleza.

En los últimos años, el turismo de aventura ha tomado más fuerza y ampliado sus horizontes; la demanda que se está haciendo de este tipo de oferta obliga a los prestadores de servicios turísticos a buscar más opciones para satisfacer la demanda del cliente. Las personas buscan en el turismo de aventura una oportunidad para involucrarse en la exploración o viajes con un riesgo latente donde inevitablemente será necesario hacer uso de habilidades tanto físicas como psicológicas.

AGENCIAS DE VIAJE:

Dos Anjos et al (2011). Las agencias de viajes son empresas comerciales cuya finalidad es realizar viajes, por lo consiguiente son prestadores de servicios que informan, organizan y toman las medidas necesarias, en nombre de una o más personas que desean viajar. Ofrecen todas las prestaciones de servicios relativos transporte, hotelería y manifestaciones turísticas de todo tipo y organizan viajes individuales o colectivos a un precio determinado sea a través de programas establecidos por ellas mismas, sean por elección libre de los clientes. Aguilar (2013). Describe que son consideradas las personas jurídicas que se dediquen a la organización, promoción, representación y comercialización del sector turístico, bien sea de forma directa o como intermediaria entre los usuarios y los prestadores de servicios tanto nacionales como internacionales. Lacalle (2013) enuncia son intermediarios del sector turístico, que ofrecen servicio y actividades de valor añadido a compradores y vendedores, a cambio de una comisión.

Chavarría (2014). Expresa que estas son empresas mercantiles que crean intermedian, y acercan productos turísticos al cliente, para satisfacer sus necesidades. El análisis de los autores es el siguiente: Las agencias de viajes son empresas prestadoras de servicios turísticos, que se dedican a la elaboración, comercialización y venta de productos turísticos, dichos productos se elaboran con diversas características que atiendan las necesidades y gustos de los consumidores.

LOGÍSTICA EN UNAS AGENCIAS DE VIAJE QUE BRINDA SERVICIOS DE TURISMO DE MONTAÑA Y AVENTURA:

Andy Martínez (2017) Logística en una Agencia de viajes que brinda servicios de Turismo de Montaña y Aventura Sudamérica adquiere cada vez más popularidad, Ecuador y Perú están introduciéndose actualmente en muchos prospectos. Entre los destinos más importantes de este tipo de turismo se encuentran: Nueva Zelanda, Australia, Costa rica, Brasil, Sudáfrica, Croacia, Nepal, Suiza, Madagascar, Noruega. Los lugares de destino de estos operadores

varían; sin embargo, algunos destinos son tan importantes para los viajes de aventura que inevitablemente figuran en los prospectos de muchos operadores Nepal es uno de estos países.

Equipo de acampada

- Tienda de campaña
- Saco de dormir
- Colchoneta aislante
- Manga Plástica
- Accesorios básicos
- Bastón de caminata
- Piolet y crampones
- Mochila
- Navaja
- Cuerda
- Silbato
- Linterna
- Un pequeño botiquín

Alimentación

Bebida: indispensable cantimplora para llevar agua y beber cuando se necesite. Importante llevar también alguna bebida hidratante.

Comida: generalmente el recorrido es largo y no es probable encontrar donde abastecerse de alimentos, además en caso de retrasarse o perderse es importante contar con comida. Las agencias deberían contar con un personal de cocina (cocinero). Además de recomendar el llevado de elementos energéticos como chocolates, etc.

3.3. Definición de términos

Agencias de viaje y turismo: Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y ventas de servicios turísticos, de acuerdo con su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos (MINCETUR,2016).

Almacén: Un espacio físico donde almacenan productos, para convertirse en una unidad de servicio y de soporte para la estructura orgánica y funcional de una empresa; ya sea comercial o industrial, cuyos objetivos a manera de resumen son resguardar, custodiar, controlar y abastecer materiales y productos (Chuquino, 2015).

Calidad: Es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente (Deming, 1989).

Eficacia: Enmarca a la eficacia como la capacidad que tienen las organizaciones para satisfacer al cliente identificando en forma correcta las necesidades y expectativas, con el propósito de inferir a partir de estas características que deben poseer sus productos para que estén en condiciones de satisfacerlas. (Pacheco et. al,2002)

Eficiencia: Cuando se busca lograr que la productividad u operativa interna tenga el mejor resultado consumiendo la menor cantidad de recursos posibles, es decir, que se logre la meta en la menor cantidad de tiempo posible al menor costo operativo posible. (Garcia,2017)

Empatía: Atención individualizada que se ofrece al usuario. Acceso fácil, buenas comunicaciones y comprensión del usuario (Kotler, 2012)

Expectativa: El cliente espera que sea el servicio que entrega la organización. Como producto el cliente emite un juicio que se traduce en su expectativa (Castillo, 2010).

Gestión: La acción y efecto de realizar tareas con cuidado, esfuerzo y eficacia que conduzcan a una finalidad. La gestión es también la dirección o administración de una compañía de un negocio (Heredia, 1985).

Inventarios: Es un recurso almacenado al que se recurre para satisfacer una necesidad actual o futura. (Perez,2006)

Logística: Es planificar, operar, controlar y detectar oportunidades de mejora del proceso del flujo de materiales (insumos, productos), servicios, información y dinero.es la función que normalmente opera como nexo entre las fuentes de aprovisionamiento y suministro y el cliente final o la distribución. Su objetivo es satisfacer permanentemente la demanda en cuanto a cantidad, oportunidad y calidad al menor costo posible para la empresa. (Aparicio, 2010).

Percepción: Es la identificación de la estimulación y la forma cómo se produjo, en el proceso en la que intervienen la experiencia y el aprendizaje previos, para luego ser interpretados (Zepeda, 2003).

Proveedores: Es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin (Porto,2016)

Servicio: Un proceso, un conjunto de actividades encaminadas a atender y satisfacer al cliente; los productos son objetos, mientras que los servicios son realizados” (Zeithaml, A., Parasuraman, A., & Berry, L. ;1993).

Seguridad: Representa el sentimiento que tienen los clientes de que sus problemas están en buenas manos, además incluye el conocimiento y la actitud de atención que proyecte su personal y la capacidad que tenga para generar “fe” y confianza (Zeithaml, A., Parasuraman, A., & Berry, L.;1993).

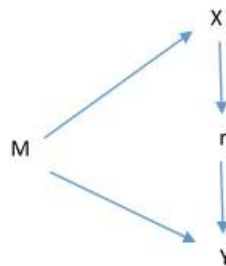
Turismo de aventura: Actividad realizada por los turistas para explorar nuevas experiencias en espacios naturales o escenarios al aire libre, que implica un cierto grado de riesgo, así como de destreza y esfuerzo físico (MINCETUR,2016).

4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Tipo de Estudio

La propuesta de investigación por su naturaleza fue aplicada debido a que los resultados fueron utilizados inmediatamente en la solución de problemas descritos del tema. La investigación por su enfoque es cuantitativa en el entendido que las variables de este análisis fueron medidas tras la recolección de datos para probar las hipótesis y establecer patrones de comportamiento (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018; Rodríguez, 2011). Por su alcance fue de tipo correlacional, ya que describió la relación de la variable gestión logística respecto a la calidad del servicio.

Esquema:



Donde: M : Muestra

X : Observación de la variable 1

Y : Observación de la variable 2

r : Correlación entre las variables

4.2. Diseño de investigación

No experimental: debido a que en el desarrollo de la investigación se estudió a los objetivos de estudio en su ambiente natural sin realizar ningún tipo de manipulación y/o variación deliberada de las variables de estudio.

Transeccional: porque los datos necesarios, para el logro de los objetivos, fueron recolectados en un solo momento, para el análisis en un momento dado.

4.3. Población

La población objeto de estudio para el presente estudio de investigación fue el total de las agencias de viaje y turismo de aventura de Huaraz, registradas por Dircetur Ancash.

N = 15 Agencias de viajes y turismo de aventura de la ciudad de Huaraz 2021.

4.4. Unidad de Análisis y Muestra

La unidad de análisis fueron las agencias de viajes y turismo de aventura de la ciudad de Huaraz. Al ser una población pequeña la muestra fue el total (censal) de las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz.

4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, mientras que el instrumento elegido fue el cuestionario, cuyo diseño contempla la escala de Likert.

Siendo este instrumento diseñado en base a las dimensiones de las variables presentadas. A su vez para determinar la validez del instrumento, es decir al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir; y la confiabilidad al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales, se realizó la evaluación por parte de 3 expertos en el tema a investigar.

Fuentes Primarias: Se contó con información primaria mediante el uso de la encuesta que recopiló directamente información escrita transmitida por los dueños de las agencias de viajes de turismo de aventura.

Fuentes Secundarias: Para el presente estudio de investigación se obtuvo información secundaria mediante el análisis de contenido de referencias bibliográficas sobre el tema de estudio, artículos periodísticos, revistas especializadas, estudios de investigación y otros.

4.6. Análisis Estadístico e interpretación de datos

Una vez finalizada la fase de recogida de información, se procedió a la codificación de variables y su tabulación en la hoja de cálculo de Microsoft Office Excel, todos los datos captados en los cuestionarios considerados válidos (consistencia y sin omisiones) para lo cual se usarán los siguientes programas informáticos. Ingreso de la información: Excel de Microsoft Office 2016, procesamiento de datos: SPSS v. 26. En el tratamiento de la información se utilizó el análisis univariado mediante la aplicación de técnicas estadísticas para determinar la relación entre las variables de estudio; así mismo, para la contrastación de hipótesis y la determinación de las asociaciones entre las variables se utilizó la prueba estadística del coeficiente Tau_b de Kendall.

5. RESULTADOS

Del proceso de recolección de datos mediante las encuestas

5.1. Tablas de Frecuencia

Tabla 1

Las actividades de aprovisionamiento aseguran los niveles óptimos de disponibilidad de materiales, materias primas e insumos.

| | <i>Frecuencia</i> | <i>Porcentaje</i> | <i>Porcentaje acumulado</i> |
|---------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|
| <i>Nunca</i> | 3 | 20.0% | 20.0% |
| <i>Casi nunca</i> | 4 | 26.7% | 46.7% |
| <i>A veces</i> | 2 | 13.3% | 60.0% |
| <i>Casi siempre</i> | 3 | 20.0% | 80.0% |
| <i>Siempre</i> | 3 | 20.0% | 100.0% |
| <i>Total</i> | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

Del total de las agencias de viajes y turismo de aventura las actividades de aprovisionamiento aseguran los niveles óptimos de disponibilidad de materiales el 20% dice nunca, así mismo mencionan casi nunca un 26.7 %, por otro lado el 20% señala casi siempre y el 20% manifiesta siempre.

Tabla 2

La empresa planifica las actividades de compra de materiales, materias primas e insumos.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 5 | 33.3% | 60.0% |
| A veces | 3 | 20.0% | 80.0% |
| Casi siempre | 1 | 6.7% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

En cuanto a la planificación de actividades de compra el 33.3% agencias de viajes y turismo de aventura menciona que casi nunca se realiza, así mismo el 26.7% señala nunca hay planificación, por otro lado, el 20% manifiesta a veces y el 13.3% dice siempre.

Tabla 3

Los proveedores de materiales, materias primas e insumos son seleccionados en base a estándares de calidad.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 40.0% |
| A veces | 3 | 20.0% | 60.0% |
| Casi siempre | 2 | 13.3% | 73.3% |
| Siempre | 4 | 26.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

Del total de agencias de viajes y turismo de aventura el 26.7% menciona nunca se selecciona los productos bajo estándares de calidad, así mismo el 26.7% señala siempre, por otro lado el 20% manifiesta a veces y el 13.3% dice casi siempre.

Tabla 4

El almacén de la empresa cuenta con la infraestructura adecuada para el correcto resguardo de las existencias.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 26.7% |
| A veces | 4 | 26.7% | 53.3% |
| Casi siempre | 6 | 40.0% | 93.3% |
| Siempre | 1 | 6.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

Del total agencias de viajes y turismo de aventura el 40.0% menciona casi siempre se cuenta con infraestructura adecuada para guardar las existencias, así mismo el 26.7% señala a veces, por otro lado, el 13.3% manifiesta nunca y el 13.3% dice casi nunca.

Tabla 5

La distribución del almacén permite manipular las existencias, de manera eficiente y eficaz.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 1 | 6.7% | 20.0% |
| A veces | 5 | 33.3% | 53.3% |
| Casi siempre | 2 | 13.3% | 66.7% |
| Siempre | 5 | 33.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% de agencias de viajes y turismo de aventura manifiesta que a veces hay un manejo eficaz de las existencias, así mismo el 13.3% manifiesta casi siempre y el 6.7% refiere casi nunca.

Tabla 6

La gestión de almacenamiento de existencias en la empresa cuenta con estándares de gestión que permiten controlar los niveles óptimos de abastecimiento de los insumos o equipos.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 3 | 20.0% | 46.7% |
| A veces | 4 | 26.7% | 73.3% |
| Casi siempre | 1 | 6.7% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona que nunca hay estándares para controlar los niveles óptimos, así mismo el 20.0 señala casi nunca, por otro lado, el 26.7% manifiesta a veces y el 6.7% casi siempre.

Tabla 7

Existe un control adecuado sobre los productos averiados.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 26.7% |
| A veces | 6 | 40.0% | 66.7% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

Se ha encontrado un 40% de las agencias de viajes y turismo de aventura que a veces existe un control sobre los productos averiados, así mismo el 20% señala casi siempre, por otro lado el 13.3% manifiesta nunca y el 13.3% dice siempre.

Tabla 8

Se entrega al cliente equipos en perfecto estado.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 6 | 40.0% | 40.0% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 53.3% |
| A veces | 1 | 6.7% | 60.0% |
| Casi siempre | 2 | 13.3% | 73.3% |
| Siempre | 4 | 26.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

Se observa un 40% agencias de viajes y turismo de aventura que nunca entregan equipos en perfecto estado, así mismo el 26.7% señala siempre, por otro lado el 13.3% manifiesta casi nunca, y el 13.3% dice casi siempre.

Tabla 9

La empresa cuenta con el transporte necesario para movilizar los equipos hacia los clientes.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 3 | 20.0% | 33.3% |
| A veces | 2 | 13.3% | 46.7% |
| Casi siempre | 5 | 33.3% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 13.3 % de agencias de viajes y turismo de aventura menciona nunca existe movilidad para trasladar equipos, así mismo el 20.0% señala siempre, por otro lado el 20% manifiesta casi nunca, y el 13.3% dice a veces.

Tabla 10

La entrega y distribución de insumos o equipos se ejecutan bajo la premisa de acortar tiempos de entrega.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 3 | 20.0% | 20.0% |
| Casi nunca | 4 | 26.7% | 46.7% |
| A veces | 3 | 20.0% | 66.7% |
| Casi siempre | 4 | 26.7% | 93.3% |
| Siempre | 1 | 6.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona casi siempre se entregar contando los tiempos de entrega, así mismo el 26.7% señala casi nunca, por otro lado el 20% manifiesta nunca y el 20% refiere a veces.

Tabla 11

La empresa cuenta con equipos modernos.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 3 | 20.0% | 46.7% |
| A veces | 5 | 33.3% | 80.0% |
| Casi siempre | 1 | 6.7% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% agencias de viajes y turismo de aventura a veces cuenta con equipos modernos, así mismo el 26.7% señala nunca, por otro lado el 20% manifiesta casi nunca y el 13.3% refiere siempre.

Tabla 12

Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 3 | 20.0% | 20.0% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 33.3% |
| A veces | 2 | 13.3% | 46.7% |
| Casi siempre | 6 | 40.0% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 40% agencias de viajes y turismo de aventura casi siempre cuenta con instalaciones físicas atractivas, así mismo el 20% señala nunca tienes instalaciones atractivas por otro lado, el 13.3% manifiesta casi nunca, el 13.3% refiere a veces y el 13.3% dice siempre.

Tabla 13

Los empleados tienen una apariencia pulcra.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 3 | 20.0% | 20.0% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 33.3% |
| A veces | 3 | 20.0% | 53.3% |
| Casi siempre | 4 | 26.7% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona casi siempre su personal tiene una apariencia pulcra, así mismo el 20% señala nunca, por otro lado, el 20% manifiesta a veces y el 20% refiere siempre.

Tabla 14

Los elementos materiales relacionados al servicio brindado son atractivos.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 3 | 20.0% | 20.0% |
| Casi nunca | 3 | 20.0% | 40.0% |
| A veces | 1 | 6.7% | 46.7% |
| Casi siempre | 6 | 40.0% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz.

Interpretación:

El 40% agencias de viajes y turismo de aventura menciona que casi siempre sus materiales son atractivos, el 20% señala nunca, el 20% manifiesta casi nunca, el 13.3% refiere siempre y el 6.7% dice a veces.

Tabla 15

La empresa cumple lo prometido.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 3 | 20.0% | 46.7% |
| A veces | 4 | 26.7% | 73.3% |
| Casi siempre | 1 | 6.7% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% agencias de viajes y turismo de aventura a veces cumple lo prometido, así mismo el 26.7% señala que nunca cumple sus promesas, por otro lado el 20% manifiesta casi nunca cumple, el 20% refiere siempre cumple y el 6.7% dice casi siempre.

Tabla 16

La empresa muestra interés en resolver los problemas de los clientes.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 40.0% |
| A veces | 3 | 20.0% | 60.0% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona nunca muestra interés en resolver problemas, así mismo el 20% señala a veces resuelve los problemas de los clientes, por otro lado el 20% manifiesta casi siempre, el 20% refiere siempre y el 13.3% dice casi nunca.

Tabla 17

La empresa realiza el servicio en el tiempo acordado

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 40.0% |
| A veces | 3 | 20.0% | 60.0% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona que nunca realiza el servicio acordado, así mismo el 20% señala a veces cumple lo acordado, por otro lado, el 20% manifiesta casi siempre, el 20% refiere siempre y el 13.3% dice casi nunca.

Tabla 18

La empresa mantiene un registro exento de errores.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 6 | 40.0% | 53.3% |
| A veces | 3 | 20.0% | 73.3% |
| Casi siempre | 2 | 13.3% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz.

Interpretación:

El 40% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona que casi nunca tiene errores, así mismo el 20% señala a veces se cometen errores, por otro lado, el 13.3% manifiesta nunca y el 13.3% refiere casi siempre.

Tabla 19

Los empleados comunican eficientemente a los clientes todo lo relacionado al servicio

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 1 | 6.7% | 6.7% |
| Casi nunca | 3 | 20.0% | 26.7% |
| A veces | 6 | 40.0% | 66.7% |
| Casi siempre | 1 | 6.7% | 73.3% |
| Siempre | 4 | 26.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 40% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona que a veces los empleados comunican a los clientes todo lo relacionado del servicio, el 26.7% señala que siempre lo realiza, el 20% manifiesta casi nunca comunican, el 6.7% refiere nunca.

Tabla 20

La empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 4 | 26.7% | 40.0% |
| A veces | 5 | 33.3% | 73.3% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 93.3% |
| Siempre | 1 | 6.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% agencias de viajes y turismo de aventura menciona que a veces se ofrece un servicio rápido a los clientes, el 20.0% indica que siempre lo realiza, el 20% manifiesta casi nunca, el 6.7% refiere nunca y el 6.7% dice casi siempre.

Tabla 21

Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 6 | 40.0% | 40.0% |
| Casi nunca | 1 | 6.7% | 46.7% |
| A veces | 2 | 13.3% | 60.0% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 40% agencias de viajes y turismo de aventura menciona nunca están dispuesto a ayudar a los clientes, así mismo el 6.7% señala casi nunca, por otro lado, el 20% manifiesta casi siempre y al igual que un 20% manifiesta que siempre está dispuesto a ayudar a los clientes.

Tabla 22

Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 1 | 6.7% | 6.7% |
| Casi nunca | 3 | 20.0% | 26.7% |
| A veces | 3 | 20.0% | 46.7% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 66.7% |
| Siempre | 5 | 33.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% agencias de viajes y turismo de aventura menciona siempre están disponibles para los clientes, así mismo el 20% señala casi siempre, por otro lado el 20% manifiesta a veces y el 20% refiere casi nunca.

Tabla 23

Los empleados transmiten confianza a sus clientes

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 0 | 0.0% | 0.0% |
| Casi nunca | 8 | 53.3% | 53.3% |
| A veces | 3 | 20.0% | 73.3% |
| Casi siempre | 0 | 0.0% | 73.3% |
| Siempre | 4 | 26.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 53.3% de agencias de viajes y turismo de aventura casi nunca los empleados transmiten confianza a sus clientes, así mismo el 26.7% señala siempre hay una confianza y el 20% manifiesta a veces logran generar confianza.

Tabla 24

Los empleados brindan buen trato a los clientes.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 4 | 26.7% | 26.7% |
| Casi nunca | 2 | 13.3% | 40.0% |
| A veces | 4 | 26.7% | 66.7% |
| Casi siempre | 1 | 6.7% | 73.3% |
| Siempre | 4 | 26.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% agencias de viajes y turismo de aventura menciona que sus empleados nunca brindan buen trato a los clientes, así mismo el 26.7% señala a veces hay buen trato, por otro lado el 26.7% manifiesta siempre y el 13.3% refiere casi nunca hay buen trato al cliente.

Tabla 25

Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la organización

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 5 | 33.3% | 46.7% |
| A veces | 3 | 20.0% | 66.7% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% de agencias de viajes y turismo de aventura casi nunca los clientes se sienten seguros con la organización, así mismo el 20% señala a veces, por otro lado el 20% manifiesta casi siempre y el 13.3% refiere que siempre hay la seguridad del cliente con la organización.

Tabla 26

Da a sus clientes una atención individualizada

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 1 | 6.7% | 6.7% |
| Casi nunca | 4 | 26.7% | 33.3% |
| A veces | 2 | 13.3% | 46.7% |
| Casi siempre | 2 | 13.3% | 60.0% |
| Siempre | 6 | 40.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 40% de agencias de viajes y turismo de aventura siempre da una atención individualizada, así mismo el 26.7% señala casi nunca, el 13.3% manifiesta a veces, por otro lado, el 13.3% refiere casi siempre y el 6.7% dice nunca.

Tabla 27

La información de los servicios de la empresa es fácil de obtener.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 5 | 33.3% | 46.7% |
| A veces | 4 | 26.7% | 73.3% |
| Casi siempre | 2 | 13.3% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona casi nunca la información de sus servicios es fácil de obtener, así mismo el 26.7% señala a veces es fácil de obtener información, por otro lado el 13.3% manifiesta nunca, el 13.3% refiere casi siempre y el 13.3% indica que siempre se puede obtener información.

Tabla 28

Brinda a sus clientes información sobre sus servicios en un lenguaje adecuado.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 4 | 26.7% | 40.0% |
| A veces | 4 | 26.7% | 66.7% |
| Casi siempre | 3 | 20.0% | 86.7% |
| Siempre | 2 | 13.3% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona a veces se transmite información en un lenguaje adecuado, así mismo el 26.7% señala casi nunca, por otro lado el 20% manifiesta casi siempre se transmite adecuadamente la información y el 13.3% refiere nunca.

Tabla 29

El horario de atención es conveniente para los clientes.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 1 | 6.7% | 6.7% |
| Casi nunca | 6 | 40.0% | 46.7% |
| A veces | 3 | 20.0% | 66.7% |
| Casi siempre | 2 | 13.3% | 80.0% |
| Siempre | 3 | 20.0% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 40% de agencias de viajes y turismo de aventura casi nunca tiene un horario adecuado para los clientes, así mismo el 20% señala a veces hay un adecuado horario de atención, por otro lado el 20% manifiesta siempre y el 13.3% refiere casi siempre.

Tabla 30

La empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 13.3% | 13.3% |
| Casi nunca | 4 | 26.7% | 40.0% |
| A veces | 7 | 46.7% | 86.7% |
| Casi siempre | 1 | 6.7% | 93.3% |
| Siempre | 1 | 6.7% | 100.0% |
| Total | 15 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta Gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 46.7% de agencias de viajes y turismo de aventura a veces se preocupa por los mejores intereses de los clientes, así mismo el 26.7% señala casi nunca, por otro lado el 13.3% manifiesta nunca se interesa y el 6.7% refiere casi siempre se preocupa.

5.2.- Tablas cruzadas

Tabla 31

Tabla cruzada entre la gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021

| | | | Calidad del servicio | | | Total |
|-------------------|----------------|-------------|----------------------|---------------|--------------|-------|
| | | | Baja calidad | Calidad media | Alta calidad | |
| Gestión Logística | Deficiente | Recuento | 4 | 1 | 0 | 5 |
| | | % del total | 26,7% | 6,7% | 0,0% | 33,3% |
| | Poco eficiente | Recuento | 1 | 5 | 1 | 7 |
| | | % del total | 6,7% | 33,3% | 6,7% | 46,7% |
| | Eficiente | Recuento | 0 | 0 | 3 | 3 |
| | | % del total | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 20,0% |
| Total | Recuento | 5 | 6 | 4 | 15 | |
| | % del total | 33,3% | 40,0% | 26,7% | 100,0% | |

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% de los encuestados señalan que la gestión logística es poco eficiente y la calidad del servicio es media, así mismo el 26.7% por su parte manifiesta que la gestión logística es deficiente y la calidad baja, mientras que el 20% refiere que la gestión logística es eficiente y la calidad de servicios es alta.

Tabla 32

Tabla cruzada entre el aprovisionamiento y la calidad de servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021

| | | | Calidad del servicio | | | |
|-------------------|----------------|-------------|----------------------|---------------|--------------|-------|
| | | | Baja calidad | Calidad media | Alta calidad | Total |
| Aprovisionamiento | Deficiente | Recuento | 4 | 1 | 0 | 5 |
| | | % del total | 26,7 % | 6,7% | 0,0% | 33,3% |
| | Poco eficiente | Recuento | 1 | 4 | 1 | 6 |
| | | % del total | 6,7% | 26,7% | 6,7% | 40,0% |
| | Eficiente | Recuento | 0 | 1 | 3 | 4 |
| | | % del total | 0,0% | 6,7% | 20,0% | 26,7% |
| Total | Recuento | 5 | 6 | 4 | 15 | |
| | % del total | 33,3 % | 40,0% | 26,7% | 100,0 % | |

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 26.7% de los encuestados señalan que el aprovisionamiento es poco eficiente y la calidad de servicio es media, así mismo el 26.7% por su lado manifiesta que el aprovisionamiento es deficiente y la calidad de servicio baja, mientras que el 20% refiere que el aprovisionamiento es eficiente y la calidad de servicios es alta.

Tabla 33

Tabla cruzada entre el almacenamiento y la calidad de servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021

| | | | Calidad del servicio | | | Total |
|----------------|----------------|-------------|----------------------|---------------|--------------|-------|
| | | | Baja calidad | Calidad media | Alta calidad | |
| Almacenamiento | Deficiente | Recuento | 3 | 0 | 0 | 3 |
| | | % del total | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% |
| | Poco eficiente | Recuento | 2 | 5 | 2 | 9 |
| | | % del total | 13,3% | 33,3% | 13,3% | 60,0% |
| | Eficiente | Recuento | 0 | 1 | 2 | 3 |
| | | % del total | 0,0% | 6,7% | 13,3% | 20,0% |
| Total | Recuento | 5 | 6 | 4 | 15 | |
| | % del total | 33,3% | 40,0% | 26,7% | 100,0% | |

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 33.3% de los encuestados señalan que el almacenamiento es poco eficiente y la calidad del servicio es media, el 20% por su parte manifiesta que el almacenamiento es deficiente y la calidad de servicio es baja, mientras que el 13.3% refiere que el almacenamiento es eficiente y la calidad de servicios es alta, pero también el 13.3% señala que el almacenamiento es poco eficiente y la calidad baja, así como se añade que el mismo porcentaje que el almacenamiento es poco eficiente y la calidad de servicio alta.

Tabla 34

Tabla cruzada entre la distribución y la calidad de servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021

| | | | Calidad del servicio | | | Total |
|--------------|----------------|-------------|----------------------|---------------|--------------|-------|
| | | | Baja calidad | Calidad media | Alta calidad | |
| Distribución | Deficiente | Recuento | 5 | 2 | 0 | 7 |
| | | % del total | 33,3% | 13,3% | 0,0% | 46,7% |
| | Poco eficiente | Recuento | 0 | 3 | 0 | 3 |
| | | % del total | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 20,0% |
| | Eficiente | Recuento | 0 | 1 | 4 | 5 |
| | | % del total | 0,0% | 6,7% | 26,7% | 33,3% |
| Total | Recuento | 5 | 6 | 4 | 15 | |
| | % del total | 33,3% | 40,0% | 26,7% | 100,0% | |

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz

Interpretación:

El 20% de los encuestados señalan que la distribución es poco eficiente y la calidad del servicio es media, así mismo el 33.3% por su parte manifiesta que la distribución es deficiente y la calidad de servicio baja, mientras que el 26.7% refiere que la distribución es eficiente y la calidad de servicios es alta.

5.3.- CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

5.3.1.- Contrastación de Hipótesis General:

a.- Formulación de hipótesis

H1: Existe una relación significativa entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

H0: No existe una relación significativa entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.

b.- Establecimiento del nivel de significancia

El nivel de error o nivel de significancia está representado por: $\alpha = 5\%$

c.- Elección del estadístico de prueba:

Para correlacionar 2 variables cualitativas, ordinales la mejor alternativa, explicada teóricamente, es la prueba de Tau b de Kendall.

d.- Lectura del p-valor:

Tabla 35

Correlación entre la gestión logística y la calidad de servicio.

| | | | | Gestión Logística | Calidad del servicio |
|---------------|----------------------|----------------------------|----|-------------------|----------------------|
| Tau_b Kendall | de Gestión Logística | Coeficiente de correlación | de | 1,000 | ,786** |
| | | Sig. (bilateral) | | . | ,001 |
| | | N | | 15 | 15 |
| | Calidad del servicio | Coeficiente de correlación | de | ,786** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | | ,001 | . |
| | | N | | 15 | 15 |

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

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura.

d.- Lectura del p-valor:

En la matriz, el nivel de significancia (Significancia bilateral o valor de probabilidad), presenta el valor de 0.001, el cual, es menor al nivel de error 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe relación lineal entre la gestión logística y la calidad de servicio. Además, la correlación representada por el índice Tau_b de Kendall es alta (está en el rango entre 0.7 y 1) y directamente proporcional (tiene signo positivo).

Al rechazar la hipótesis nula (Ho), se procede a asumir como verdadera la hipótesis alterna (H1), "Existe una relación significativa entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021."

5.3.2.- Contratación de Hipótesis Específica 1:

a.- Formulación de hipótesis

H1: La relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa.

H0: La relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, no es significativa.

b.- Establecimiento del nivel de significancia

El nivel de error o nivel de significancia está representado por: $\alpha = 5\%$

c.- Elección del estadístico de prueba:

Para correlacionar 2 variables cualitativas, ordinales la mejor alternativa, explicada teóricamente, es la prueba de Tau b de Kendall.

d.- Lectura del p-valor:

Tabla 36

Correlación entre el aprovisionamiento y la calidad de servicio.

| | | | | Aprovisionamiento | Calidad del servicio |
|------------------|----------------------|----------------------------|----|-------------------|----------------------|
| Tau_b de Kendall | de Aprovisionamiento | Coeficiente de correlación | de | 1,000 | ,730** |
| | | Sig. (bilateral) | | . | ,002 |
| | | N | | 15 | 15 |
| | Calidad del servicio | Coeficiente de correlación | de | ,730** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | | ,002 | . |
| | | N | | 15 | 15 |

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

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura.

d.- Lectura del p-valor:

En la matriz, el nivel de significancia (Significancia bilateral o valor de probabilidad), presenta el valor de 0.002, el cual, es menor al nivel de error 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: La relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio, es significativa. Además, la correlación representada por el índice Tau b de Kendall es alta (está en el rango entre 0.6 y 0.8) y directamente proporcional (tiene signo positivo).

Al rechazar la hipótesis nula (H_0), se procede a asumir como verdadera la hipótesis alterna (H_1), "La relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa."

4.3.3.- Contrastación de Hipótesis Específica 2:

a.- Formulación de hipótesis

H1: El almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, tiene una relación significativa.

H0: El almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, no tiene una relación significativa.

b.- Establecimiento del nivel de significancia

El nivel de error o nivel de significancia está representado por: $\alpha = 5\%$

c.- Elección del estadístico de prueba:

Para correlacionar 2 variables cualitativas, ordinales la mejor alternativa, explicada teóricamente, es la prueba de Tau b de Kendall.

d.- Lectura del p-valor:

Tabla 37

Correlación entre el almacenamiento y la calidad del servicio

| | | Almacenamiento | Calidad del servicio |
|----------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| Tau_b de Kendall | Almacenamiento | Coeficiente de correlación | de |
| | | 1,000 | ,644** |
| | | Sig. (bilateral) | . |
| | N | 15 | 15 |
| Calidad del servicio | Calidad del servicio | Coeficiente de correlación | de |
| | | ,644** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,008 |
| | N | 15 | 15 |

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

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura.

d.- Lectura del p-valor:

En la matriz, el nivel de significancia (Significancia bilateral o valor de probabilidad), presenta el valor de 0.008, el cual, es menor al nivel de error 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: La relación entre el almacenamiento y la calidad del servicio,

es significativa. Además, la correlación representada por el índice Tau b de Kendall es alta (está en el rango entre 0.6 y 1) y directamente proporcional (tiene signo positivo).

Al rechazar la hipótesis nula (H_0), se procede a asumir como verdadera la hipótesis alterna (H_1), "El almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, tiene una relación significativa."

5.3.4.- Contrastación de Hipótesis Específica 3:

a.- Formulación de hipótesis

H1: La relación entre la distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa.

H0: La relación entre la distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, no es significativa.

b.- Establecimiento del nivel de significancia

El nivel de error o nivel de significancia está representado por: $\alpha = 5\%$

c.- Elección del estadístico de prueba:

Para correlacionar 2 variables cualitativas, ordinales la mejor alternativa, explicada teóricamente, es la prueba de Tau b de Kendall.

d.- Lectura del p-valor:

Tabla 38

Correlación entre la distribución y la calidad del servicio

| Distribución | Calidad del servicio |
|--------------|----------------------|
|--------------|----------------------|

| | | | | | |
|------------------|----------------------|-----|----------------------------|--------|--------|
| Tau_b Kendall | de Distribución | de | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,828** |
| | | | Sig. (bilateral) | . | ,001 |
| | | | N | 15 | 15 |
| | Calidad del servicio | del | Coeficiente de correlación | ,828** | 1,000 |
| | | | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | | | N | 15 | 15 |

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

Fuente: Encuesta La gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura.

d.- Lectura del p-valor:

En la matriz, el nivel de significancia (Significancia bilateral o valor de probabilidad), presenta el valor de 0.001, el cual, es menor al nivel de error 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: La relación entre el almacenamiento y la calidad del servicio, es significativa. Además, la correlación representada por el índice Tau b de Kendall es muy alta (está en el rango entre 0.8 y 1) y directamente proporcional (tiene signo positivo).

Al rechazar la hipótesis nula (H₀), se procede a asumir como verdadera la hipótesis alterna (H₁), “La relación entre la distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa.”

6. DISCUSIÓN

De acuerdo con Mora (2010) la gestión logística forma parte de la gestión de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla el flujo eficiente, eficaz avance y retroceso y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada entre el punto de origen y el punto de consumo con el fin de satisfacer los requisitos de los clientes. Para los turistas o usuarios, la eficacia tiene más peso a la hora de contratar un servicio de turístico enfocándose en que las mercancías se entregan en tiempo y forma, el servicio resulta según lo esperado. Además, sostiene que el objetivo de la gestión logística debe comprender el aumento de las ventajas competitivas; el autor indica que esto puede ser logrado mediante la interacción de la distribución física, aprovisionamiento de materias primas, manejo de información, tiempos de respuesta, control del nivel de inventarios, estudio de la demanda y servicio al cliente.

En las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz, la gestión logística está enfocada a lograr la calidad de los servicios ofrecidos a los turistas o usuarios, logrando con ello el aumento de las ventas y el posicionamiento en el mercado turístico muy competitivo. En estas agencias de viajes se ha encontrado que una baja muy notable en la calidad del servicio ofrecido. Esto debido al deficiente aprovisionamiento, y no existiendo una distribución de los insumos en forma eficaz para brindar el servicio. Esto se evidencia en la tabla N° 5, donde el 33.3% de agencias de viajes y turismo de aventura manifiesta que a veces hay un manejo eficaz de las existencias, el 13.3% manifiesta casi siempre, el 6.7% refiere casi nunca. Donde se demostró la existencia de la relación entre ambas variables. Los resultados obtenidos en el estudio de la gestión logística y la calidad de servicio, permite la comparación con los antecedentes citados por la presente investigación considerando los resultados más relevantes: Los hallazgos del presente estudio sobre la Gestión Logística y la Calidad de Servicio en los colaboradores de la empresa Transa Ate 2018, parten del software SPSS 23 por medio del Rho de Spearman dando como resultado 0.937 siendo una correlación positiva alta con significancia de 0.00 donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

Los resultados guardan relación con la investigación de Frisancho (2017) titulada La Gestión logística y Satisfacción del cliente interno en el ministerio de desarrollo e inclusión social 2017 ($p = 0.000 < 0.05$, Rho de Spearman = 0,876 siendo correlación positiva alta). Por lo tanto, un apropiada Gestión logística genera adecuada, significación de la tarea, favoreciendo de esta manera la satisfacción del cliente interno en el ministerio de desarrollo e inclusión social.

La logística de aprovisionamiento supone todo lo relacionado con recibir mercancías y optimizar los procesos de recepción; se pretende en las agencias de viajes y turismo de aventura garantizar el abastecimiento, el aprovisionamiento gestionará la obtención de mercancías y productos desde el proveedor hasta el almacén. Según los hallazgos las actividades de aprovisionamiento aseguran los niveles óptimos de disponibilidad de materiales, materias primas e insumos.

Según la tabla N°1 del total de las agencias de viajes y turismo de aventura las actividades de aprovisionamiento aseguran los niveles óptimos de disponibilidad de materiales el 20% dice nunca, mencionan casi nunca un 26.7 %, el 20% señala casi siempre, el 20% manifiesta siempre. Estos resultados están en concordancia con Ayala (2016) que menciona que una función de la gestión logística es el aprovisionamiento por el cual la empresa adquiere todos los productos o materias primas que necesita para su posterior transformación o venta. La función de aprovisionamiento busca mejorar la calidad de atención y de servicios; comprende la selección, adquisición y recepción de pedidos, entre otros. También definido como un grupo de actividades llevadas a cabo por las empresas con la finalidad de asegurar las existencias que les permitan realizar sus actividades de la manera prevista. Esta función cumple un rol bastante importante en la logística de servicios y se sustenta por: (a) las variaciones que pudieran tener los precios por factores estacionales o temporadas de mayor o menor demanda; (b) rebajas por volumen de demanda o de compras; (c) la presencia de una etapa de incertidumbre con respecto a las ventas de productos o servicios que se puedan realizar, así como de los plazos de entrega de las adquisiciones.

A su vez, los proveedores no son seleccionados bajo estándares de calidad, información obtenida en la tabla N°3.

Los administradores de las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz-2021, en la tabla N° 4, indican que el almacén de la empresa cuenta con la infraestructura adecuada para el correcto resguardo de las existencias, se observa un 73,4%. Esta función controla físicamente y mantiene todos los artículos inventariados, pero se deben establecer resguardos físicos adecuados para proteger los artículos de algún daño de uso innecesario debido a procedimientos de rotación de inventarios defectuosos y robos. Los registros se deben mantener, lo cual facilitan la localización inmediata de los productos o accesorios. Su principal función es la entrega oportuna de los diversos materiales y equipos, así como a las áreas usuarias de la misma entidad, para que puedan cumplir con sus actividades del servicio, dichos implementos son usados en los diversos servicios que brinda el establecimiento, no solo por el personal de campo,

sino en la gestión y atención administrativa. Los resultados obtenidos guardan relación con la investigación de Mora (2013), señala que la función de almacenamiento en los centros de distribución es uno de los aspectos fundamentales del proceso logístico, cuyo objetivo además de guardar la mercancía, es protegerla y conservarla adecuadamente en un periodo de tiempo y facilitar la labor de despacho cuando este se requiera. Se aplicó el cuestionario con el que se determina que no existen directivas, normas ni reglamentos internos que permitan el correcto manejo tanto de los documentos como del control de los materiales, por lo que no se puede conciliar un inventario de materiales según registros con un inventario físico, teniendo como resultado la no confiabilidad con un 66% de no como respuestas. Cabe señalar que, si se requiere materiales en cantidades apropiadas con las especificaciones técnicas adecuadas, será posible prevenir extravíos o pérdidas de materiales. Se determinó que los materiales no son utilizados en su totalidad, y los restantes no son reportados al personal de almacén, dicho indicador fue propuesto para la presente investigación, teniendo la necesidad de determinar si existe la eficiencia en el uso de sus recursos.

En el proceso de distribución de los insumos se observa ineficiencias en los procedimientos resultando que la entrega y distribución de insumos o equipos no se ejecutan bajo la premisa de acortar tiempos de entrega, según la tabla N° 10 El 26.7% de agencias de viajes y turismo de aventura menciona casi siempre se entrega contando los tiempos de entrega, el 26.7% señala casi nunca. Las agencias de viajes no cuentan con el transporte adecuado, demostrándose una baja atención y percibidos con una mala atención por parte de los turistas, esta situación es indicada por los turistas, sobre la baja cobertura del transporte para las actividades del servicio ofrecido por las agencias. Los resultados concuerdan con la investigación de Huayra (2021), al realizar el análisis de correlación se observa que $P > 0,05$ (significancia bilateral=0,000), se afirma que la dimensión distribución de la gestión logística se relaciona con la variable calidad de atención. Por otro lado, el 5.6% del personal asistencial presenta un nivel regular de calidad de atención, siendo este porcentaje mayor en las encuestadas que indican un deficiente de la distribución de la gestión logística (14.8% de las encuestadas que indican un nivel regular deficiente de la distribución de la gestión logística, señalan un nivel regular de calidad de atención frente al 0.0% de nivel deficiente de distribución). Así mismo, el 67.6% del personal de enfermería presenta un nivel bueno calidad de atención, siendo este porcentaje mayor en la personal enfermería que indica un nivel eficiente de la dimensión de distribución de la gestión logística (92.7% de las encuestadas que indican un nivel eficiente de la distribución, señalan un nivel bueno de calidad de atención, frente

al 37.0% de encuestadas que indican un nivel regular de calidad de atención). A su vez los resultados de la investigación muestran los resultados en la tabla N° 9, donde indica que las agencias de viajes y turismo cuentan con el transporte necesario para movilizar los equipos hacia los clientes, a veces 13.3%, Casi siempre 33.3%, siempre 20.0%. Además, lo indicado en la tabla N° 10 la entrega y distribución de insumos o equipos se ejecutan bajo la premisa de acortar tiempos de entrega es alto, haciendo que el servicio ofrecido por las agencias de viajes sea de calidad. Luego de haberse llevado a cabo el análisis e interpretación de esta, se ha dado a conocer la importancia de emplear un sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio.

7. CONCLUSIONES

- Se ha identificado que la relación entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz – 2021, es significativa. Por lo que se afirma que al aplicar en forma eficaz la gestión logística, se obtiene una mayor calidad del servicio. La adecuada gestión logística facilita la visibilidad en la cadena de suministro, aportando información acerca de los procesos y mejorando el intercambio que logra un buen servicio.
- Se establece que entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, hay una relación significativa. Siendo así que al mejorar el aprovisionamiento se obtendrá mejores resultados en la calidad del servicio. Los motivos que se reflejan son los resultados que arrojan los indicadores de la dimensión aprovisionamiento, evidenciándose que los establecimientos no logran tener un buen trabajo de planificación de actividades de compra de insumos y materiales, no permitiéndoles cumplir con lo prometido, resultando en la poca fiabilidad del servicio.
- Se determinó que entre el almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz – 2021 hay una relación significativa. Por lo que se afirma que cuando haya mejoras en el almacenamiento, se obtendrán mejoras en cuanto a la calidad del servicio. Los motivos que se reflejan son los resultados bajos que arrojan los indicadores de la dimensión almacenamiento, las agencias de viajes y turismo de aventura cuenta con bajos estándares de gestión que no permiten controlar los niveles óptimos de abastecimiento de los insumos o equipos.
- Se concluye que la relación entre distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa. Por lo que se afirma que cuanto mejor sea la distribución, mayor será la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz. Los motivos que se reflejan son los resultados bajos que arrojan los indicadores de la dimensión distribución, las empresas cuentan con el transporte necesario para movilizar los equipos hacia los clientes, así mismo La entrega y distribución de insumos o equipos se ejecutan bajo la premisa de acortar tiempos de entrega, contribuyendo a la calidad optima del servicio.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la gerencia general de las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz tome medidas y establezcan un sistema adecuado de gestión logística, a través de la mejora en el aprovisionamiento, almacenamiento y distribución.
- En cuanto al aprovisionamiento se deben mantener una política de atención al cliente, en la que se garantice la atención oportuna y eficiente de los requerimientos, manteniendo una disponibilidad de materiales, materias primas e insumos, teniendo un plan adecuado de compras de los insumos necesarios para realizar sus actividades, además,
- Es necesario asignar en el área de almacén un responsable de inventariar equipos y materiales de aventura que contemple las políticas y planes de contingencia a fin de que se pueda cubrir requerimientos inmediatos a pedido de los turistas que permitan atender de manera oportuna cualquier emergencia o eventualidad en las operaciones.
- Se recomienda Incorporar políticas de motivación como parte de la estrategia para lograr una buena calidad de servicio, mediante incentivos y reconocimientos.
- Se debe seguir aprovechando el transporte para la entrega de los insumos, para lograr la satisfacción del usuario. en cuanto a la distribución de los insumos de manera oportuna y en perfecto estado, logrando la entrega oportuna de los insumos de tal manera que se mejore la atención al usuario.
- Es preciso planificar las rutas de entrega analizando variables que pueden afectar la gestión del tiempo y la rapidez de la entrega (niveles de tráfico, condiciones de los caminos, conglomeraciones de personas en ciertos lugares, etc.) permite identificar las rutas óptimas para llevar a cabo las entregas en forma segura y ágil. Lograr entregar en tiempo y forma los productos a tus clientes. Al reducir los tiempos de entrega se construirán relaciones sólidas entre los clientes y la empresa.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2010). *Agencias de viajes: operación y plan de negocios*. México: Edit. Trillas.
- Alava, L. & Bastidas, J. (2016). *Estudio de la Calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viaje en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz Ecuador*. Universidad Central del Ecuador, Ecuador. <https://bit.ly/3gAoJZo>
- Ayala. (2016). *Gestión de Compras*. Madrid: Editex.
- Barrenechea, M. (2016). *Evaluación de la calidad del servicio de la agencia de viaje Huascarán del distrito de Huaraz, utilizando estándares derivados en las buenas prácticas, Huaraz 2016*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz. <https://bit.ly/3B9CiIT>
- Berdugo, Barbosa y Prada (2016). *Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49645986028>
- Brenes. (2015). *Técnicas de Almacén*. Madrid: Editex.
- Frisancho, C. (2017). *Gestión logística y satisfacción del cliente interno en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - 2017*. Universidad Cesar Vallejo.
- Campoverde, M. y Cayetano, A. (2017). *Diseño de un manual de gestión logística en el almacén de la empresa star office de la ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil. <https://bit.ly/3B5WN9o>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones*. México: McGraw Hill.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2018). *Administración de la Cadena de Suministro: Estrategia, Planeación y Operación*. México: Pearson.
- Chuquino, J. (2015). *Gestión de Almacenes. Definición, Procesos e Información que la soporta*. <https://bit.ly/3GCU1t6>
- Gómez, J (2014). *Gestión logística y comercial*. McGraw Hill: Education. <https://bit.ly/3uCvr9A>
- Lavado (2016). *La calidad de los servicios en las agencias de viaje y turismo del centro Histórico de la ciudad de Trujillo en el turista Nacional*. Universidad Privada del Norte, Trujillo. <https://bit.ly/3GyoGYF>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). *Guía de orientación al usuario de transporte terrestre*. <https://bit.ly/34IRBmi>
- Mora, A. (2010). *Logística integral*. Bogotá: ECOE.

- Mora, L. (2013). *Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Porto, M. (2016). *Diccionario digital*. <https://bit.ly/3oz1ljB>
- Ramos, Y. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente según el modelo Servqual aplicado a la agencia de viajes y turismo Cusi Expeditions de la ciudad de Puno periodo 2016*. Universidad del Altiplano, Puno. <https://bit.ly/3JbDazt>
- Ramírez, C. (2012). *Calidad Total de la Empresas Turísticas*. México. Edit. Trillas.
- Rojas, M. (2017). *Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo*. <https://bit.ly/3gBl9yl>
- Serrano, R. (2016). *La gestión logística de inventarios en la empresa Calmetal S.A.* Tesis para optar al título de ingeniero en contabilidad y auditoría. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil. <https://bit.ly/3GCUCLm>
- Vallejos, W. Olórtegui E. (2012). *La gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía Ferreyros s. a., sucursal Huaraz, 2012*. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz. <https://bit.ly/3HFuDEv>
- Zeithaml, A., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente en la empresa*. Madrid: Díaz Santos.
- Zuñiga, S. (2018). *La gestión logística y calidad de los servicios en los colaboradores de la empresa Transa SA Ate, 2018*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. <https://bit.ly/3LiTTCS>

ANEXOS

ANEXO 1

CUESTIONARIO

Buenos días, estoy desarrollando una investigación para determinar cómo se relaciona la Gestión logística y la Calidad del servicio en las Agencias de Viajes y Turismo de Aventura en la ciudad de Huaraz, por lo cual solicito su colaboración respondiendo con veracidad las siguientes interrogantes, gracias por su colaboración.

En esta parte contesta las preguntas, marcando con un aspa (X) en los recuadros correspondientes.

| N° | ITEMS | Siempre | Casi siempre | A veces | Casi nunca | Nunca |
|----|---|---------|--------------|---------|------------|-------|
| 1 | Las actividades de aprovisionamiento aseguran los niveles óptimos de disponibilidad de materiales, materias primas e insumos. | | | | | |
| 2 | La empresa planifica las actividades de compra de materiales, materias primas e insumos. | | | | | |
| 3 | Los proveedores de materiales, materias primas e insumos son seleccionados en base a estándares de calidad. | | | | | |
| 4 | El almacén de la empresa cuenta con la infraestructura adecuada para el correcto resguardo de las existencias. | | | | | |
| 5 | La distribución del almacén permite manipular las existencias, de manera eficiente y eficaz. | | | | | |
| 6 | La gestión de almacenamiento de existencias en la empresa cuenta con estándares de gestión que permiten controlar los niveles óptimos de abastecimiento de los insumos o equipos. | | | | | |
| 7 | Existe un control adecuado sobre los productos averiados. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 8 | Se entrega al cliente equipos en perfecto estado. | | | | | |
| 9 | La empresa cuenta con el transporte necesario para movilizar los equipos hacia los clientes. | | | | | |
| 10 | La entrega y distribución de insumos o equipos se ejecutan bajo la premisa de acortar tiempos de entrega. | | | | | |
| 11 | La empresa cuenta con equipos modernos. | | | | | |
| 12 | Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas. | | | | | |
| 13 | Los empleados tienen una apariencia pulcra. | | | | | |
| 14 | Los elementos materiales relacionados al servicio brindado son atractivos. | | | | | |
| 15 | La empresa cumple lo prometido. | | | | | |
| 16 | La empresa muestra interés en resolver los problemas de los clientes. | | | | | |
| 17 | La empresa realiza el servicio en el tiempo acordado. | | | | | |
| 18 | La empresa mantiene un registro exento de errores. | | | | | |
| 19 | Los empleados comunican eficientemente a los clientes todo lo relacionado al servicio. | | | | | |
| 20 | La empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes. | | | | | |
| 21 | Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 22 | Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes. | | | | | |
| 23 | Los empleados transmiten confianza a sus clientes. | | | | | |
| 24 | Los empleados brindan buen trato a los clientes. | | | | | |
| 25 | Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la organización | | | | | |
| 26 | Da a sus clientes una atención individualizada. | | | | | |
| 27 | La información de los servicios de la empresa es fácil de obtener. | | | | | |
| 28 | Brinda a sus clientes información sobre sus servicios en un lenguaje adecuado. | | | | | |
| 29 | El horario de atención es conveniente para los clientes. | | | | | |
| 30 | La empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes. | | | | | |

ANEXO 2: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021

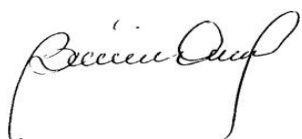
AUTORA: Bach. Gisela Almeld Rosas Casca

| MATRIZ DE VALIDACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------------------|---------------------------|-------|--|---------------------|---------|--------------|--------------|---------|-------------------------------------|----|--------------------------------------|----|------------------------------------|----|--|----|-----------------------------------|
| Variables | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS | | OPCIÓN DE RESPUESTA | | | | | CRITERIO DE EVALUACIÓN: COHERENCIA | | | | | | | | Observaciones y/o recomendaciones |
| | | | | | Nunca | A veces | Regularmente | Casi siempre | Siempre | Relación entre variable y dimensión | | Relación entre dimensión e indicador | | Relación entre el indicador y ítem | | Relación entre el ítem y la opción de repuesta | | |
| | | | | | | | | | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Gestión logística | Aprovisionamiento | Niveles óptimos | 1 | ¿El aprovisionamiento de materiales, insumos, materias primas, etc tienen un nivel óptimo de disponibilidad? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | | Planificación de pedidos | 2 | ¿La empresa planifica las actividades de compra de materiales, materias primas e insumos.? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | | Evaluación de proveedores | 3 | ¿Los proveedores de materiales, materias primas e insumos son seleccionados en base a estándares de calidad. ? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | Almacenamiento | Resguardo en almacén | 4 | ¿ El almacén cuenta con la infraestructura adecuada para el correcto resguardo de las existencias.? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | | Distribución en almacén | 5 | ¿La distribución del almacén permite organizar las existencias, de manera eficiente y eficaz? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |

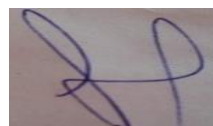
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|---------------------|-------------------------------|---|--|---|--|--|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | | Gestión de almacenamiento | 6 | ¿La gestión de almacenamiento, cuenta con estándares de control que permiten niveles óptimos de abastecimiento de los insumos o equipos? | | | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| | | Productos averiados | 7 | ¿ Existe un control adecuado sobre los productos averiados.? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | | Distribución | Entregas perfectas | 8 | ¿ Se entrega al cliente equipos en perfecto estado.? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | | | Selección del transporte | 9 | ¿ La empresa selecciona el transporte adecuado para el traslado de los equipos hacia los clientes.? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | | | Flujo de información (tiempo, precio, cantidad..) | 10 | El flujo de información permite ejecutar el servicio en tiempo, precio y cantidad de entrega ofrecido al cliente? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| Calidad del servicio | Elementos tangibles | Equipamiento. | 1 | ¿La empresa cuenta con equipos modernos.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| | | Instalaciones físicas | 2 | ¿La instalación física de la empresa son atractivas y adecuadas.? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | | Personal | 3 | El personal laboral tienen una apariencia adecuada y pulcra? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | | Materiales comunicación | 4 | ¿Los materiales de comunicación son relacionados al servicio brindados al cliente? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | Fiabilidad | Cumplimiento de lo prometido. | 5 | ¿ La empresa cumple con el servicio y/o producto prometido.? | | | | | | | | X | | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------------------------|----|--|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
| | Solucionar problemas | 6 | ¿ El personal muestra interés en resolver los problemas de los clientes.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | Conclusión del servicio en el tiempo | 7 | ¿La empresa realiza el servicio en el tiempo acordado.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | Errores cometidos | 8 | ¿La empresa cuenta con un registro de errores cometidos? ? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| Capacidad de respuesta | Comunicación de los servicios | 9 | ¿Los empleados comunican eficientemente a los clientes todo lo relacionado al servicio.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | Servicio rápido | 10 | La empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | Disposición de ayudar a los clientes. | 11 | Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | Respuesta pronta y deseada | 12 | Los empleados están dispuestos a responder oportunamente las preguntas de los clientes? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| Seguridad | Conocimiento y profesionalidad | 13 | ¿ Los empleados poseen conocimientos y profesionalidad en el servicio al cliente.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | Trato de los empleados | 14 | Los empleados brindan buen trato a los clientes.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| | Capacidad para inspirar confianza | 15 | ¿Los empleados inspiran confianza a los clientes al momento de prestar el servicio | | | | | | | X | | X | | X | | X | |
| Empatía | Atención individualizada. | 16 | Brinda a sus clientes una atención individualizada.? | | | | | | | X | | X | | X | | X | |

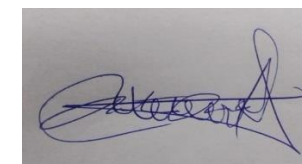
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|----|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|
| | Facilidad de acceso a la información | 17 | La información de los servicios de la empresa es de fácil acceso al cliente.? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | Información proporcionada en un lenguaje comprensible | 18 | ¿La empresa proporciona a sus clientes información comprensible y amigable sobre sus servicios ? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | Horario de atención | 19 | El horario de atención es conveniente para los clientes? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| | Conocer y atender las necesidades | 20 | La empresa se preocupa por conocer y atender las necesidades e intereses de sus clientes? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |



Firma del evaluador
 Lic. Tur. LUZ BLÁCIDO ALVA
 NÉGLIA
 DNI: 31674656



Firma del evaluador
 Mag. ROBERT PERCY JAMANCA ANAYA
 DNI: 31667593



Firma del evaluador
 Mag. ARTURO JAROSLAV RONDÓN
 DNI: 31670761

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE HUARAZ - 2021

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | INDICADOR | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | TIPO Y DISEÑO | POBLACIÓN Y MUESTRA | MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS |
|---|---|---|---|---|---|--|--|--|
| <p>PROBLEMA GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué relación existe entre la gestión logística y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura, Huaraz 2021? <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> (P.E. 1) ¿Cómo se relaciona el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021? (P.E. 2) ¿Qué relación existe entre el almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura | <p>OBJETIVO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021. <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> (O.E.1) Establecer la relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021. (O.E.2) Relacionar el almacenamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de | <p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Existe una relación significativa entre la gestión logística y calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021. <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> (H.E.1) La relación entre el aprovisionamiento y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa. (H.E.2) El almacenamiento y la calidad del servicio | <p><i>Variable</i> Gestión Logística</p> | <ul style="list-style-type: none"> Tiempo de llegada Recepción de pedidos Evaluación de proveedores Distribución en almacén Capacidad utilizada Rotación Productos averiados Entregas perfectas Selección del transporte Flujo de información Equipamiento. Instalaciones físicas Personal | <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> | <p>Tipo de investigación</p> <p>Tipo de investigación aplicada</p> <p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental, transeccional</p> | <p>POBLACIÓN:</p> <p>Agencias de viajes y turismo de aventura = 15</p> <p>MUESTRA :</p> <p>Total de 15</p> | <p>Ingreso de la información: Excel de Microsoft Office 2016, procesamiento de datos: SPSS v. 26. En el tratamiento de la información se utilizará el análisis univariado mediante la aplicación de técnicas estadísticas para determinar la relación entre las variables de estudio; así mismo, para la contrastación de hipótesis y la determinación de las asociaciones entre las variables se utilizará la prueba estadística del coeficiente Rho de Spearman.</p> |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|--|--|
| <p>en la ciudad de Huaraz - 2021?</p> <ul style="list-style-type: none"> (P.E.3) ¿De qué manera la distribución se relaciona con la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021? | <p>aventura en la ciudad de Huaraz - 2021.</p> <ul style="list-style-type: none"> (O.E.3) Determinar la relación entre la distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021. | <p>en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, tiene una relación significativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> (H.E.3) La relación entre la distribución y la calidad del servicio en las agencias de viajes y turismo de aventura en la ciudad de Huaraz - 2021, es significativa. | <p>Variable Calidad del servicio</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Materiales comunicación Encuesta • Cumplimiento de lo prometido. Encuesta • Solucionar problemas Encuesta • Conclusión del servicio en el tiempo Encuesta • Errores cometidos Encuesta • Comunicación de los servicios Encuesta • Servicio rápido Encuesta • Disposición de ayudar a los clientes. Encuesta • Respuesta pronta y deseada Encuesta • Conocimiento y profesionalidad Encuesta • Trato de los empleados Encuesta • Capacidad para inspirar confianza Encuesta • Atención individualizada. Encuesta | | | |
|--|--|--|--|---|--|--|--|

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|----------|--|--|--|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de acceso a la información | Encuesta | | | |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Información proporcionada en un lenguaje comprensible | Encuesta | | | |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de escuchar | Encuesta | | | |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer y atender las necesidades | Encuesta | | | |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Información | Encuesta | | | |

ANEXO 4

Base de datos

| ENCUESTA N° | AVT 01 | AVT 02 | AVT 03 | AVT 04 | AVT 05 | AVT 06 | AVT 07 | AVT 08 | AVT 09 | AVT 10 | AVT 11 | AVT 12 | AVT 13 | AVT 14 | AVT 15 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ítem01 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem02 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Ítem03 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem04 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 5 |
| Ítem05 | 1 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 3 | 1 | 3 |
| Ítem06 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 |
| Ítem07 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| Ítem08 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem09 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem10 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Ítem11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| Ítem12 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| Ítem13 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 1 |
| Ítem14 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem15 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| Ítem16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ítem17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem18 | 2 | 5 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 |
| Ítem19 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem20 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Ítem21 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 3 | 5 |
| Ítem22 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 |
| Ítem23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem25 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| Ítem26 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem27 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 |
| Ítem28 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| Ítem29 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Ítem30 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 |

Opciones de respuesta:

| | |
|--------------|---|
| Nunca | 1 |
| Casi nunca | 2 |
| A veces | 3 |
| Casi siempre | 4 |
| Siempre | 5 |