

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



TESIS

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO
INTERNO EN LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO
DE RUPA RUPA.**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

MARIYI BEATRIZ, Rojas Moreno.

TINGO MARÍA, PERÚ

2025



"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N° 046/2025-EPA-FCEA-UNAS

En la ciudad universitaria, a los 4 días del mes de diciembre de 2025, siendo las 11:00 a.m., reunidos en el auditorio del Centro de Simulación de Negocios y Asesoría Empresarial de la Escuela Profesional de Administración, se instaló el jurado evaluador nombrado mediante Resolución Nro.243/2025-D-FCEA, de fecha 30 de junio de 2025, a fin de dar inicio a la sustentación de la tesis para optar el título de Licenciado en Administración denominado: **GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO INTERNO EN LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DE RUPA RUPA**, presentado por la Bachiller en Ciencias Administrativas **MARIYI BEATRIZ ROJAS MORENO**.

Luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor, se procedió a la respectiva calificación de conformidad con el Art. 53° del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cuyo resultado se indica a continuación:

APROBADO POR : UNANIMIDAD

CALIFICATIVO : MUY BUENO

Siendo las 12:20 p.m., se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 04 de diciembre de 2025


.....
Dr. MIGUEL ANGULO CARDENAS
Presidente




.....
Mag. MONICA GISELA JUSTINIANO ADVINCULA
Miembro


.....
Mag. ANTONIO SANTOS SIMEON NUÑEZ
Miembro


.....
Llc. Adm. LEONOR HUAMAN CAMACHO
Asesora


.....
Dr. JUAN ALFREDO TUESTA PANDURO
Co asesor

Nota:

(Excelente = 19-20)
(Muy Bueno = 16, 17, y 18)
(Bueno = 13, 14, y 15)
(Regular = 11, 12.)
(Malo = 0, a 10)



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

CERTIFICADO DE SIMILITUD T.I. N 044 - 2026 - CS-RIDUNAS

El Jefe de la Unidad de Soporte Científico de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, quien suscribe,

CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Investigación; aprobó el proceso de revisión a través del software TURNITIN, evidenciándose en el informe de originalidad un índice de similitud no mayor del 25% y contenido generado por Inteligencia Artificial menor o igual al 20%. Según establece el Art. 29° y 30° del Acuerdo Nro.017-2025-CIUNAS-VRI-UNAS.

Programa de Estudio:

Administración

Tipo de documento:

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional	
-------	-------------------------------------	------------------------------------	--

TÍTULO	AUTOR	PORCENTAJE	
		SIMILITUD	CONTENIDO GENERADO POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL
GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO INTERNO EN LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DE RUPA RUPA	MARIYI BEATRIZ, ROJAS MORENO	18 % Dieciocho	Menor a 20 %

Tingo María, 13 de febrero de 2026.

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
 UNIDAD DE SOPORTE CIENTÍFICO

 ING. EINSTEIN A. ORTIZ MORALES
 JEFE

C.C. Archivo



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
Tingo María
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Carretera Central - km. 1.21. Tingo María, Perú

(Resolución N°.461-2023-R-UNAS – Resolución N°.295-2023-CU-R-UNAS)

REGISTRO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO

Universidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva
Facultad : Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela profesional/ : Escuela profesional de Administración
Departamento Académico :
Título de Tesis : “Gestión administrativa y calidad del servicio interno en las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa”
Objetivo General : Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
Objetivos Específicos :
a) Determinar la relación entre la planeación y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
b) Determinar la relación entre la organización y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
c) Determinar la relación entre la dirección y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
d) Determinar la relación entre el control y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
Autor : Mariyi Beatriz Rojas Moreno
DNI : 75838821
Correo Electrónico : mariyi.rojas@unas.edu.pe
Asesor de Tesis : Lic. Adm. Leonor Huamán Camacho
Coasesor : Dr. Juan Alfredo Tuesta Panduro
Área de Investigación : Gestión Integral de Organizaciones
Grupo de Investigación : Desarrollo empresarial
Línea (s) de investigación : Desarrollo Empresarial
Lugar de Ejecución : Distrito de Rupa Rupa
Fecha Inicio : 07 de noviembre 2024
Fecha Termino : 24 de noviembre 2025
Financiamiento : Propio (x) FIF () Externo ()
Presupuesto : S/. 3,613.00

Bach. Adm. Mariyi Beatriz Rojas Moreno

Tesista

Lic. Adm. Leonor Huamán Camacho

Asesora

Dr. Juan Alfredo Tuesta Panduro

Co-asesor

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con amor y gratitud a mis padres, Marivel Moreno Mogollón y Rosas Rojas Puentes, por su apoyo incondicional, por ser mi mayor motivación para superarme y por brindarme siempre su amor, consejos y respaldo constante. Gracias a ustedes, hoy cumpla una meta más en mi vida.

A mis hermanos, quienes son un pilar fundamental en mi camino y en mi crecimiento personal, gracias por su compañía y fortaleza en cada etapa.

Y a mi querida abuelita Nisulia Mogollón, por sus oraciones y bendiciones constantes, que siempre me han acompañado y guiado.

AGRADECIMIENTO

- En primer lugar, agradezco profundamente a Dios, el dador de la vida y quien ocupa el primer lugar en todo. Él ha sido mi guía constante, dándome fortaleza y dirección para continuar cada día, aun en los momentos más difíciles. Como dice su palabra en Isaías 41:10: "No temas, porque yo estoy contigo; no desmayes, porque yo soy tu Dios que te esfuerzo; siempre te ayudaré, siempre te sustentaré con la diestra de mi justicia."
- A mi familia, quienes han sido una fuente constante de amor, apoyo y fortaleza durante todo este proceso. En especial, agradezco a mis padres, quienes con su amor incondicional, sacrificios y sabias enseñanzas me han brindado siempre su respaldo y guía en cada paso de mi vida. A mis hermanos, por su apoyo, paciencia y por estar siempre presentes en los momentos importantes. Y a mi abuelita, quien con sus sabios consejos y su cariño ha sido un faro de luz y motivación.
- A mi alma mater, gracias por ser el espacio donde crecí no solo profesionalmente, sino también como persona. Agradezco a todos los docentes que formaron parte de mi camino académico; cada uno dejó huellas valiosas en mi formación.
- De manera muy especial, expreso mi gratitud a la Lic. Leonor Huamán Camacho, mi asesora, por su guía, su paciencia y su experiencia. Y también al Dr. Juan Alfredo Tuesta, mi co-asesor, por su acompañamiento, su valioso apoyo y por compartir generosamente su conocimiento durante este proceso. Ambos han sido pilares importantes para culminar esta etapa con éxito.

A todos, gracias por ser parte de este logro.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLA	vii
ÍNDICE DE FIGURA.....	viii
RESUMEN	9
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO TEÓRICO	7
1.1. Antecedentes.....	7
1.1.1 A nivel internacional.....	7
1.1.2. A nivel nacional	8
1.1.3 A nivel local.....	10
1.2. Bases teóricas.....	12
2.2.1. Gestión administrativa.....	12
2.2.2. Calidad de servicio interno	18
1.3. Definición de términos básicos.....	30
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	33
2.1. Hipótesis general.....	33
2.2. Hipótesis específicas.....	33
2.3. Matriz de consistencia	35
2.4. Operacionalización de variables	36
CAPÍTULO III.....	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.1. Tipo de investigación.....	37
3.2. Diseño de investigación.....	38
3.3. Población y muestra.....	39

3.3.1. Población	39
Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR).	40
3.3.2. Muestra	40
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	47
CAPÍTULO IV	48
RESULTADOS	48
4.1 Análisis descriptivo de la muestra	48
CAPÍTULO V DISCUSIÓN	65
CONCLUSIONES.....	69
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS	72
ANEXOS	79

ÍNDICE DE TABLA

	Pág
Tabla 1 Matriz de consistencia	35
Tabla 2 Matriz de operacionalización de variables	36
Tabla 3 Agencias de turismo en el Distrito de Rupa Rupa	40
Tabla 4 Alfa de Cronbach de la variable Gestión administrativa.....	45
Tabla 5 Alfa de Cronbach de la variable Calidad del servicio interno.....	45
Tabla 6 Resultados demográficos.....	48
Tabla 7 Niveles de las variables	48
Tabla 8 Resultados de la dimensión Planeación.....	49
Tabla 9 Resultados de la dimensión Organización.....	50
Tabla 10 Resultados de la dimensión Dirección	51
Tabla 11 Resultados de la dimensión Control.....	52
Tabla 12 Resultados de la dimensión Elementos Tangibles	54
Tabla 13 Resultados de la dimensión Confiabilidad	55
Tabla 14 Resultados de la dimensión Empatía.....	56
Tabla 15 Resultados de la dimensión Capacidad de respuesta.....	57
Tabla 16 Resultados de la dimensión Seguridad.....	59
Tabla 17 Prueba de normalidad	60
Tabla 18 Correlación de la hipótesis general	61
Tabla 19 Correlación de la hipótesis específica N° 1	61
Tabla 20 Correlación de la hipótesis específica N° 2.....	62
Tabla 21 Correlación de la hipótesis específica N° 3.....	63
Tabla 22 Correlación de la hipótesis específica N°4.....	64

ÍNDICE DE FIGURA

	Pág.
Figura 1 Diagrama del diseño de investigación	39

RESUMEN

El estudio de investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. La investigación fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo-correlacional y de diseño no experimental. El estudio incluyó a 120 colaboradores de las agencias de Turismo del Distrito de Rupa Rupa. Se evaluaron las 2 variables principales: una relacionada con la gestión administrativa (compuesta por 12 ítems distribuidos en 4 dimensiones) y la otra sobre la calidad de servicio interno (15 ítems agrupados en 5 dimensiones). De los resultados obtenidos se determina que teniendo en cuenta la hipótesis planteada se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno. Esta relación se ve reflejada por la correlación de Pearson con un valor de 0,580 siendo una correlación positiva. Por ello, se acepta la hipótesis planteada.

Palabras claves: Gestión, administración, calidad de servicio, atención y agencias.

ABSTRACT

The main objective of this research study was to determine the relationship between administrative management and internal service quality at tourism agencies in the Rupa Rupa District. The research was applied, descriptive-correlational, and non-experimental in design. The study included 120 employees of tourism agencies in the Rupa Rupa District. Two main variables were evaluated: one related to administrative management (composed of 12 items distributed across 4 dimensions) and the other to internal service quality (15 items grouped into 5 dimensions). Based on the results obtained, it is concluded that there is a relationship between administrative management and internal service quality. This relationship is reflected by the Pearson correlation coefficient, which is 0.580, indicating a positive correlation. Therefore, the hypothesis is accepted.

Keywords: Management, administration, quality of service, care and agencie

INTRODUCCIÓN

En el contexto dinámico y competitivo de la industria del turismo, la gestión administrativa de las agencias de turismo juega un papel fundamental en la entrega de servicios de calidad a los clientes. Los diversos problemas que puedan existir en la gestión administrativa conllevan un impacto directo en la calidad del servicio interno, ya que afectan la eficiencia, la efectividad y la capacidad de las agencias de turismo. Por lo tanto, es imperativo abordar estos desafíos para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las agencias de turismo, así como potenciar el desarrollo turístico en su conjunto (Barzola et al., 2023).

La gestión administrativa comprende una secuencia de procedimientos destinados a prevenir, corregir y aplicar decisiones racionales. Su objetivo primordial radica en proporcionar servicios de alta calidad en diversos contextos económicos. Por consiguiente, resulta indispensable identificar con precisión los elementos clave de la gestión administrativa, ya que la eficacia de la administración se evalúa en función de su pertinencia y los resultados obtenidos. Esta evaluación nos permite comprender las razones por las cuales algunas empresas alcanzan sus metas mientras que otras no lo logran (Pérez et al., 2022).

Es esencial comprender que los empleados internos interactúan de diversas maneras al realizar sus tareas, lo cual se refleja en sus conductas individuales y grupales. Generalmente, estas conductas no están orientadas hacia la provisión de un buen servicio al cliente externo. Esta variabilidad en la actitud de los trabajadores está vinculada con la solidez del clima organizacional, y este, a su vez, con las experiencias de los clientes, lo cual se asocia con una personalidad madura. La calidad del servicio interno tiene un impacto positivo en los comportamientos prosociales, como la cooperación entre empleados, lo que permite concluir que ofrecer servicios internos

de alta calidad incrementa o mantiene la satisfacción de los clientes. Estos comportamientos prosociales son clave para gestionar la responsabilidad social institucional, ya que contribuyen significativamente al desarrollo personal de los empleados internos y a la satisfacción del cliente, y van más allá de una simple estrategia de marketing comercial (Sarmiento y Paredes, 2019).

Por lo tanto, si las empresas de turismo mejoran su gestión administrativa también mejorarán la calidad del servicio interno, una gestión administrativa eficiente ayuda a optimizar costos y recursos ayudando a la rentabilidad de la empresa a largo plazo. Algunas de las causas por las cuales las empresas carecen de una gestión administrativa adecuada es por la falta de capacitación del personal, la falta de sistemas adecuados para la gestión administrativa y también la falta de comunicación interna afectando la calidad del servicio interno (Lovato et al., 2018).

Algunas de las consecuencias que se pueden apreciar en aquellas empresas de turismo es que no tienen una adecuada gestión administrativa y por lo tanto tampoco ofrecen un servicio de calidad es que van a perder clientes porque se encontrarán insatisfechos al usar los servicios y buscarán otras alternativas, también dañarán su reputación afectando su capacidad de atraer nuevos clientes y generarán costos adicionales como reembolsos por errores o compensaciones por inconvenientes causados a los clientes, es por ello que es fundamental para las agencias de turismo implementar prácticas administrativas eficientes y efectivas para garantizar la satisfacción del cliente brindándoles un servicio de calidad (Barzola et al., 2023).

A nivel internacional, el turismo y las agencias de viajes en muchos países están desarrollando estrategias innovadoras para atraer visitantes y contribuir a la economía local. Sin embargo, en Colombia, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo menciona que el sector de agencias de viajes enfrenta un

panorama desafiante en 2023, con una caída estimada del 23% en ventas. Esta disminución se debe a factores negativos como los efectos económicos de la pandemia, un aumento del 27% en los costos operacionales debido a la inflación, la devaluación de la moneda y el aumento del salario mínimo. Además, la eliminación de exenciones tributarias y la incertidumbre económica han reducido los márgenes de ganancia de las empresas, dificultando su operatividad y competitividad. A pesar de la importancia de una gestión adecuada y altos estándares de calidad en el servicio, estas medidas pueden no ser suficientes para superar completamente los desafíos económicos y financieros (Calle, 2023).

En concordancia, en Argentina, el turismo atraviesa un momento crítico con una fuerte caída en la demanda y reservas en agencias locales. La presidenta de la Cámara de Agencias de Viajes y Turismo de Río Cuarto reporta una disminución de hasta el 90% en algunas agencias. Este declive se debe a factores como las turbulencias económicas y el cambio de gobierno, que han generado incertidumbre y cautela entre los viajeros. La inestabilidad económica y política desincentiva los viajes y reduce la demanda de servicios turísticos. Para enfrentar esta situación, es crucial que las agencias adopten medidas de gestión adecuada y mantengan altos estándares de calidad, incluyendo trato personalizado, opciones flexibles de cancelación y atención a las necesidades de los viajeros. Además, se deben implementar políticas que favorezcan al turismo, como incentivos fiscales, campañas de promoción y protocolos de seguridad sanitaria (Stauffer, 2023).

A nivel nacional, existen 5 mil 729 agencias de viaje y operadores de turismo, número mayor en 4,0% al registrado en diciembre de 2012. De este total, el 69,6% de empresas dedicadas a estos servicios operan en el departamento de Lima, la Provincia Constitucional del Callao y en el Cusco, pero las agencias de turismo siguen

presentando múltiples dificultades, tanto en el servicio prestado, como en la gestión administrativa que las mismas realizan; es pues, que la mayoría de ellas aún siguen realizando gestiones engañosas para poder captar a la mayoría de clientes. Hace poco la Indecopi realizó una fiscalización a distintas agencias de turismo, donde se encontró que muchas de ellas realizaban malas gestiones y utilizaban publicidad engañosa para poder realizar contratos engañosos a diversos clientes. Los métodos engañosos utilizados por estas agencias van desde la falsa promesa de premios como paquetes turísticos hasta la coerción de los consumidores para firmar contratos que no han solicitado. La falta de transparencia y honestidad en la captación de clientes socava la confianza del consumidor y genera una percepción negativa de la industria turística en su conjunto. Además, el tiempo y los recursos invertidos por los clientes en la búsqueda y contratación de servicios turísticos se ven desperdiciados cuando se ven envueltos en prácticas fraudulentas (Indecopi, 2021).

Por otro lado, en Perú, como en muchos otros lugares del mundo, el turismo ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, lo que ha llevado a un aumento en la oferta de servicios turísticos, incluidas las agencias de viajes. Sin embargo, este crecimiento también ha dado lugar a la proliferación de agencias de viajes ilegales que operan de manera fraudulenta, poniendo en riesgo la seguridad y la satisfacción de los viajeros. Estas agencias ilegales a menudo se valen de métodos comerciales engañosos y agresivos para atraer a los clientes, ofreciendo paquetes turísticos a precios bajos o promociones irresistibles. Sin embargo, detrás de estas ofertas tentadoras, se esconden prácticas fraudulentas que pueden resultar en pérdida de dinero, servicios de baja calidad o incluso situaciones de riesgo para los viajeros. Jonathan Mendoza de Destinos Ideales, un especialista en el sector turístico peruano, advierte sobre esta situación y destaca la importancia de ser precavidos y estar alerta

para evitar caer en manos de estafadores. Además, señala que el aumento en el interés por viajar entre los peruanos ha llevado a un incremento en el presupuesto destinado a viajes, lo que hace que el riesgo de ser víctima de fraudes sea aún mayor. En este contexto, es fundamental que los viajeros tomen precauciones al momento de elegir una agencia de viajes, asegurándose de que esté debidamente registrada y autorizada para operar, verificando referencias y testimonios de otros clientes, y evitando ofertas que parezcan demasiado buenas para ser verdad (Mendoza, 2023).

A nivel local, la crisis desatada por la pandemia de la Covid-19 ha tenido un impacto devastador en el sector turístico de la región de Huánuco, con una caída significativa en el empleo y una disminución en el número de visitantes a sus atracciones turísticas; esta situación ha afectado negativamente tanto a los trabajadores del sector como a la economía local en general. En términos de empleo, la pérdida del 18.5% de los puestos de trabajo en el sector turístico en 2022 en comparación con 2019 ha dejado a más de 5 mil huanuqueños sin empleo. Aunque se observa una recuperación gradual, con el aumento de arribos a hospedajes y un ligero repunte en el empleo turístico, aún no se han alcanzado los niveles prepandemia. En cuanto al sector hotelero, si bien se ha registrado una recuperación en la oferta de hospedajes, con un aumento en el número de establecimientos en los últimos dos años, la demanda aún no ha vuelto a niveles anteriores a la pandemia. Por otro lado, los atractivos turísticos de Huánuco están mostrando signos de recuperación, con un notable aumento en el número de visitantes al Parque Nacional de Tingo María en 2022 en comparación con el año anterior. Sin embargo, aún se observa una brecha con respecto a los niveles de visitas registrados antes de la pandemia, lo que indica la importancia de implementar estrategias para atraer a más turistas a la región. Es fundamental que las agencias de turismo mantengan altos estándares de calidad en todos los aspectos

de sus operaciones, desde la selección de proveedores hasta la atención al cliente. Esto contribuye a generar confianza y fidelidad entre los turistas, lo que es clave para el éxito a largo plazo del negocio (Instituto Peruano de Economía, 2023).

Se han identificado varios síntomas que manifiestan problemas en las agencias de turismo en el distrito de Rupa Rupa, tales como quejas frecuentes de los clientes, baja tasa de retorno de turistas, comentarios negativos en plataformas de reseñas y una ineficiencia en la gestión interna. Las posibles causas de estos problemas incluyen deficiencias en la formación del personal, procesos administrativos obsoletos, falta de comunicación interna y recursos insuficientes. Si no se aborda esta situación, las agencias de turismo podrían enfrentar una pérdida significativa de clientes, deterioro de la reputación, posible cierre de negocios y un impacto negativo en la economía local. Para controlar o eliminar estas causas, se recomienda implementar programas de capacitación continua para el personal, modernizar los procesos administrativos, mejorar la comunicación interna y asegurar la inversión en recursos tecnológicos y humanos adecuados. Bajo este enfoque se plantea la presente investigación, en el contexto actual del sector turístico, es fundamental comprender cómo la gestión administrativa impacta en la calidad del servicio interno en las agencias de turismo en el distrito de Rupa Rupa. El distrito de Rupa Rupa, al igual que muchas otras regiones, depende en gran medida del turismo como una fuente importante de ingresos y desarrollo económico; sin embargo, el éxito y la competitividad de las agencias de turismo en este distrito están estrechamente relacionados con la calidad del servicio interno. Por lo tanto, esta investigación se propone determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

1.1.1 A nivel internacional

Rizzo (2022), desarrolló un trabajo de investigación con el objetivo de determinar la correspondencia existente entre la gestión administrativa y la calidad de los servicios de salud brindado por el Hospital BABA en el año 2021. La investigación empleó un tipo descriptivo, enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y de diseño no experimental. La población fue un total de 120 pacientes y la muestra fue igual a la población, la evaluación se dio mediante un cuestionario. Llegó al siguiente resultado, con un nivel de confianza del 95%, que hay una relación directa entre la gestión administrativa y la calidad de los servicios en el Hospital Básico del cantón Baba, según la estadística de prueba τ -B (Calculado) = 8.630, con un p-valor = 0.000 < 0.05. Se observa que la gestión administrativa se considera regular en un 62.5%, mientras que la calidad del servicio se percibe como regular en un 73.8%.

Acosta (2022), desarrolló una tesis con el propósito de determinar el impacto de la gestión administrativa en la calidad del servicio en el GAD Municipal de Ambato. La investigación fue descriptiva, nivel correlacional, enfoque cuantitativo y de diseño no experimental. La población fueron los dueños de los nichos y tumbas de los cementerios municipales, la muestra mediante un muestreo probabilístico fue de 373 personas, a quienes se aplicó un cuestionario.

En los resultados se demostró que hay dependencia entre las dimensiones de las dos variables estudiadas, con una correlación de Spearman de 0,902 se demuestra una correlación casi perfecta demostrando que la gestión administrativa tiene impacto en la calidad del servicio en los cementerios municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

Orozco (2023), desarrolló una tesis con el propósito de determinar de qué manera se relaciona la gestión administrativa en la calidad de servicios en el Sindicato de Chóferes del Cantón Penípe. La investigación fue descriptiva, con un nivel correlacional y diseño no experimental. La población fue de 365 personas y la muestra mediante un muestreo probabilístico fue de 187 personas, se aplicó un cuestionario para recolectar los datos. Los resultados se obtuvieron utilizando el sistema SPSS V.25, y se ha identificado un valor de Chi-cuadrado de Pearson $X^2 = 12.00$, donde el valor obtenido en la investigación es de $X^2 = 8.34$. Esto indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, sugiriendo que la gestión administrativa contribuye a mejorar la calidad de los servicios del Sindicato de Choferes del Cantón Penípe.

1.1.2. A nivel nacional

Paredes y Rivera (2020), en su trabajo de investigación tuvo como finalidad demostrar en qué medida la gestión administrativa propuesta mejora la calidad de servicio de la Mype Tiendas Sandoval Huancayo Metropolitano 2018. La investigación fue aplicada, de diseño preexperimental, y de nivel aplicativo, la población fue infinita y la muestra mediante un muestreo probabilístico simple estuvo conformada por 385 clientes de la mencionada tienda. Llegó al siguiente resultado, en merito a la significación contemplada la prueba de rangos con signo

de Wilcoxon para datos pareados, $p = 0.000$ es de inferior valor de significación teórica $\alpha=0.05$, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula H_0 y se toma la hipótesis alterna H . Se observó un aumento en la puntuación de confiabilidad del servicio entre las mediciones previas ($Md = 2,33$) y posteriores ($Md = 3,67$) a la implementación de la propuesta de gestión administrativa ($Z = -14,877$, $p < 0,05$).

Bajonero (2020), en su trabajo de investigación tuvieron como propósito determinar la influencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio de los clientes internos del Distrito Judicial de Lima Norte, 2019. La investigación fue básica, de nivel correlacional causal y de diseño no experimental transversal. La población y muestra fueron 110 usuarios internos del Distrito de Lima Norte, a quienes se aplicó un cuestionario. En los resultados se observa que la gestión administrativa impacta en la calidad del servicio a los clientes internos del Distrito Judicial de Lima Norte en el año 2019. Esta influencia se demuestra, en primer lugar, mediante la prueba estadística de ajuste de los modelos, donde se obtuvo un $p_valor < 0,05$ y un Chi-cuadrado de 26,282, lo que indica que la gestión administrativa y la calidad de servicio de los clientes internos no son variables independientes. En segundo lugar, la prueba de ajuste del modelo confirma que tanto la gestión administrativa como la calidad del servicio de los clientes internos se alinean con el modelo de regresión logística ordinal, respaldado por los valores de Chi-cuadrado = ,375 y sig. = ,829. En tercer lugar, el 24,0% de la variabilidad en la calidad del servicio de los clientes internos está asociada a la gestión administrativa, como lo refleja el estadístico de Nagelkerke.

Baldeón (2021), en su trabajo de investigación tuvo como propósito

determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio ofertado por la empresa “JBP” S.A.C., Huancayo - Junín, 2021. La investigación fue básica, de nivel descriptivo, enfoque correlacional causal y de diseño no experimental. La población fueron los 42 trabajadores de la empresa y la muestra fue censal por lo tanto estuvo compuesta por toda la población, el instrumento que se aplicó fue el cuestionario. En los resultados se obtuvo que el coeficiente de correlación de Spearman tiene un valor de 0.694, este valor confirma que hay una correlación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de atención en la empresa JBP SAC, Huancayo, 2021.

1.1.3 A nivel local

Berrios y Ramírez (2020), en su trabajo de investigación tuvo como finalidad analizar la influencia entre la gestión administrativa y la calidad de servicio de Seda Huánuco, periodo 2018. La investigación fue aplicada, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población fueron los 270 trabajadores de dicha institución y la muestra mediante un muestreo probabilístico estuvo conformada por 159 trabajadores de Seda Huánuco S.A. Se llegó al siguiente resultado, respecto a la influencia de la gestión administrativa en la planificación de la calidad del servicio en Seda Huánuco, se encontró un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.505, indicando una influencia positiva moderada. estos hallazgos sugieren deficiencias en la gestión administrativa, especialmente en la falta de compromiso y en la planificación insuficiente para abordar rápidamente los problemas en el servicio.

Reátegui (2021), en su investigación tuvo como objetivo conocer de qué manera la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción laboral en Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) – Tocache – 2021. La investigación fue aplicada, con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental, la población y muestra fueron 90 trabajadores, a quienes se aplicó el cuestionario como instrumento. En los resultados mediante la aplicación de Pearson se determinó que existe una correlación positiva elevada de 0.826 y una significancia bilateral de $p \leq 0.000$ entre la gestión administrativa y la satisfacción laboral, como se muestra en la tabla 24. Esto indica que la gestión administrativa tiene una relación significativa con la satisfacción laboral en la Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) – Tocache – 2021. Además, las dimensiones de planeación, organización, dirección y control presentan un grado de relación significativo.

Muñoz (2022), en su investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión administrativa y la organización al sistema cooperativo en la Cooperativa Ahorro y Crédito Ancascocha, Ayacucho, 2022. La investigación fue básica, de enfoque cuantitativo, nivel correlacional, y de diseño no experimental. La población y muestra fueron 333 socios, a quienes se aplicó un cuestionario. En los resultados se encontró un coeficiente de correlación de 0.717 (0.000) entre la percepción de la gestión administrativa y la organización dentro del sistema cooperativo. Asimismo, se hallaron coeficientes de correlación de 0.706 (0.000), 0.695 (0.000), 0.686 (0.000) y 0.714 (0.000) entre las dimensiones de planificación, organización, dirección y control con la variable de organización en el sistema cooperativo, respectivamente.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Gestión administrativa

La gestión administrativa es un pilar fundamental en la operación eficaz de cualquier organización, y su impacto en la calidad del servicio es especialmente crítico en el sector turístico. En las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa, una gestión administrativa sólida permite la adecuada asignación y uso de recursos, la implementación de procesos estandarizados y la mejora continua de las prácticas operativas. Esto incluye la planificación estratégica, la organización interna, la dirección eficiente y el control riguroso de todas las actividades. Un buen manejo administrativo asegura que el personal esté debidamente capacitado y motivado, que los procesos sean claros y eficientes. Por lo tanto, la hipótesis de que la gestión administrativa se relaciona con la calidad del servicio interno se sustenta al considerar que una gestión administrativa eficiente, que incluye una planificación adecuada, una organización estructurada, una dirección efectiva y un control riguroso, crea un entorno de trabajo más ordenado y motivador para los empleados. Esto, a su vez, se traduce en una mejora en la calidad del servicio interno, ya que los empleados que trabajan en un entorno bien gestionado son más propensos a estar satisfechos y a desempeñarse mejor en sus funciones, lo que impacta directamente en la calidad del servicio que ofrecen a nivel interno dentro de la agencia.

De acuerdo con Koontz et al. (2012), la gestión administrativa es el conjunto de procesos, políticas y estrategias utilizadas para dirigir y coordinar eficientemente los recursos humanos, financieros y materiales de una organización con el fin de alcanzar sus objetivos y metas establecidas. Este enfoque implica la planificación adecuada de las actividades, la asignación eficaz de los recursos disponibles, el

establecimiento de políticas y procedimientos claros, así como la supervisión y evaluación constante de las operaciones para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y eficiencia. Los lineamientos de las funciones administrativas se organizan en planeación, organización, dirección y control (p. 202).

Según Marco (2016), la gestión administrativa implica dirigir de manera racional a las organizaciones para alcanzar metas específicas, implica un proceso de planificación orientado a establecer objetivos y traducirlos en programas de acción con el fin de lograr esos objetivos de manera efectiva y eficiente, para ello el ciclo administrativo se compone de las siguientes etapas: planeación, organización, dirección y control (p. 40).

La gestión administrativa está presente en todas las funciones realizadas por los administradores en diversos niveles y áreas de una empresa. Esto significa que directores, gerentes, jefes, supervisores, capataces o encargados, cada uno en su respectivo nivel, llevan a cabo actividades esenciales como la planeación, organización, dirección y control, estas funciones son fundamentales dentro del ámbito administrativo de cualquier organización (Chiavenato, 2007, p. 71).

La gestión administrativa como disciplina se enfoca en la configuración interna de la empresa, incluyendo sus estructuras, métodos y sistemas de información, con el propósito de realizar la planificación, organización, dirección y control de sus recursos y operaciones (Hernández, 2011, p. 3).

La gestión es esencial en cualquier entidad, y se basa en acciones como planificar, organizar, dirigir y coordinar. El proceso administrativo abarca etapas como la planificación, organización, dirección y control, las cuales se aplican tanto a la producción de bienes como a la provisión de servicios (Larrarte, 2018, p. 10).

Importancia de la gestión administrativa

La gestión administrativa ha llegado a ser esencial en la gestión de la sociedad actual. No se trata de un fin en sí misma, sino de un recurso para asegurar que las actividades se lleven a cabo de la mejor forma posible, con el menor costo y alcanzando tanto eficiencia como eficacia (Chiavenato, 2006, p. 13).

La gestión administrativa es crucial para el éxito tanto de los administradores como de las organizaciones, ya que se aplica en la necesidad de innovar y renovar en empresas con sistemas adaptables, capaces de generar y adoptar nuevas ideas. Cada teoría surgió en respuesta a desafíos empresariales, y su éxito en la implementación, junto con la diversidad de situaciones que abordan, permite que muchas sean aplicables a contextos actuales (Larrarte, 2018, p. 10).

Ventajas de la gestión administrativa

- **Eficiencia en el uso de recursos:** La gestión administrativa ayuda a optimizar el uso de los recursos, tanto humanos como materiales y financieros, reduciendo desperdicios y aumentando la productividad.
- **Mejora en la toma de decisiones:** Un proceso administrativo bien estructurado facilita el acceso a información relevante y precisa, lo que mejora la toma de decisiones en todos los niveles de la organización.
- **Claridad en las responsabilidades:** La organización de tareas y roles permite a los empleados conocer claramente sus responsabilidades, lo que reduce la confusión y mejora la coordinación.
- **Incremento en la productividad:** Al organizar los procesos de manera eficiente y asegurarse de que cada tarea esté alineada con los objetivos de la organización, se puede lograr una mayor productividad.

- Facilita el control y la evaluación: La gestión administrativa establece mecanismos de control que permiten monitorear el rendimiento de las actividades y hacer ajustes cuando sea necesario para alcanzar los objetivos organizacionales.
- Fomento de la innovación y mejora continua: Un buen sistema de gestión administrativa facilita la revisión y actualización de procesos, promoviendo la innovación y la adaptación a los cambios (Chiavenato, 2006, p. 51).

Desventajas de la gestión administrativa

- Rigidez en los procedimientos: A veces, un sistema administrativo demasiado estructurado puede volverse rígido, limitando la flexibilidad para adaptarse a cambios inesperados o circunstancias únicas.
- Costos administrativos: La implementación de una gestión administrativa requiere recursos en términos de personal, tecnología y tiempo, lo que puede representar un costo considerable para las organizaciones.
- Burocracia: En algunas organizaciones, la gestión administrativa puede generar procesos burocráticos lentos y complicados que dificultan la toma rápida de decisiones o la innovación.
- Resistencia al cambio: La formalización de procedimientos puede generar resistencia entre los empleados, quienes pueden sentirse incómodos o reacios a adaptarse a nuevas políticas o sistemas de gestión.
- Dependencia de la calidad del liderazgo: El éxito de la gestión administrativa depende en gran medida de la capacidad de los líderes.
- Exceso de control: Un enfoque excesivo en el control administrativo puede generar desconfianza entre los empleados, lo que puede afectar el clima laboral y reducir la motivación (Chiavenato, 2006, p. 164).

Marco normativo peruano de la gestión administrativa

En el Perú, la gestión administrativa para empresas privadas está regulada por diversas normativas que establecen lineamientos en aspectos laborales, financieros, tributarios, y de cumplimiento empresarial. A continuación, algunos de los principales marcos normativos:

- **Código Civil (Decreto Legislativo N° 295):** Regula las actividades comerciales y los contratos entre empresas privadas, estableciendo las obligaciones y derechos en materia de contratación.
- **Ley General de Sociedades (Ley N° 26887):** Establece el marco legal para la constitución, funcionamiento y disolución de las empresas privadas en sus diferentes formas societarias (sociedad anónima, sociedad colectiva, etc.). Regula aspectos sobre capital, accionistas y responsabilidades de los administradores.
- **Ley del Impuesto a la Renta (Decreto Legislativo N° 774):** Norma la tributación de las empresas privadas respecto al impuesto a la renta, estableciendo el tratamiento fiscal de los ingresos y gastos empresariales.
- **Ley General del Sistema Nacional de Contabilidad (Ley N° 28708):** Establece los principios y normas contables que deben seguir las empresas privadas en Perú para asegurar la transparencia y uniformidad en la información financiera.
- **Ley contra la Represión de la Competencia Desleal (Decreto Legislativo N° 1044):** Busca promover la competencia en el mercado regulando prácticas desleales o abusivas que puedan perjudicar a otras empresas y consumidores.
- **Ley de Protección al Consumidor (Código de Protección y Defensa del Consumidor - Ley N° 29571):** Regula las relaciones de las empresas con los

consumidores, garantizando derechos como la información adecuada y la protección contra prácticas abusivas.

- Ley de Protección de Datos Personales (Ley N° 29733): Establece obligaciones para las empresas privadas en relación con la recolección, tratamiento y protección de los datos personales de clientes y empleados, garantizando el derecho a la privacidad.

Dimensiones de la gestión administrativa

Las dimensiones de la variable gestión administrativa se basaron en lo que menciona el autor Marco (2016), las funciones administrativas, que incluyen la planeación, organización, dirección y control, no se limitan exclusivamente a la gestión estratégica de la organización, sino que abarcan todos los niveles organizativos. Cada nivel jerárquico tiene responsabilidades específicas. Los directivos superiores dedican más tiempo a la planeación y organización, mientras que en niveles inferiores la dirección ocupa un tiempo proporcionalmente mayor. Estas funciones están interrelacionadas dinámicamente en lo que se conoce como proceso administrativo, que sigue un ciclo secuencial donde los resultados de cada etapa retroalimentan la siguiente (pp. 46-47).

D1: Planeación

Koontz et al. (2012), nos mencionan que cuando se crea un entorno propicio para el rendimiento eficiente y efectivo de los individuos que colaboran en un equipo, el principal deber de un administrador es garantizar que todos comprendan tanto la naturaleza del proyecto como los objetivos del grupo, así como los métodos para alcanzarlos (p. 108).

D2: Organización

De acuerdo con Koontz et al. (2012), organizar se describe como:

- Identificar y categorizar las actividades necesarias.
- Agrupar las actividades requeridas para lograr los objetivos.
- Designar a cada conjunto de actividades a un gerente con la autoridad (delegación) adecuada para supervisarlas.
- Facilitar la coordinación horizontal (entre unidades de igual nivel organizativo) y vertical (entre las oficinas corporativas, divisiones y departamentos) dentro de la estructura organizativa (p. 200).

D3: Dirección

Koontz et al. (2012), nos indican que la dirección y el liderazgo suelen ser equiparados entre sí. Aunque es cierto que el gerente más efectivo suele ser también un líder eficaz, y que dirigir constituye una función primordial de los gerentes, implica una planificación cuidadosa, establecer una estructura organizacional que facilite a las personas alcanzar los objetivos, e integrar personal altamente competente en dicha estructura (p. 386).

D4: Control

La función de control abarca la evaluación y ajuste del rendimiento para garantizar el logro de los objetivos organizacionales y los planes diseñados para alcanzarlos. Esta función está estrechamente vinculada con la planificación; de hecho, algunos expertos en administración consideran que estas funciones son inseparables, aunque es prudente diferenciarlas conceptualmente (Koontz et al., 2012, p. 496).

1.2.2. Calidad de servicio interno

La variable calidad del servicio interno se refiere al nivel de satisfacción y eficiencia con el que los empleados de las agencias de turismo en el distrito de Rupa Rupa perciben y experimentan los procesos internos de la organización.

Esta variable es fundamental, ya que un servicio interno de alta calidad no solo mejora el clima laboral, sino que también potencia el desempeño y la motivación del personal, lo que, a su vez, se traduce en un servicio externo más efectivo y satisfactorio para los clientes. En esta investigación se analizará de qué manera la gestión administrativa se relaciona con la calidad del servicio interno, buscando identificar las áreas de mejora que contribuyan al fortalecimiento del turismo en la región. Por lo tanto, la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio se fundamenta en que una administración bien estructurada y eficiente es esencial para tener un servicio de calidad interno en las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa.

De acuerdo con Camisón et al. (2006), desde la perspectiva de los empleados como clientes internos, es necesario considerar dos grupos de factores que afectan su percepción de la calidad: por un lado, los factores organizativos que generan satisfacción o insatisfacción en su trabajo, como el liderazgo, el trabajo en equipo, la comunicación, y la coordinación, entre otros; y por otro lado, los factores interpersonales que influyen en su satisfacción o insatisfacción en su interacción con otros individuos o departamentos dentro de la organización. Para abordar estos factores interpersonales, es esencial mejorar los factores organizativos. En este sentido, es crucial conocer las expectativas de los clientes internos respecto al servicio, utilizando esta información como base para el proceso de mejora de la calidad, tal como se hace con los clientes externos. Es vital identificar y comprender las necesidades de los clientes internos para poder responder adecuadamente a ellas (p. 933).

La calidad del servicio interno se refiere al nivel de excelencia con el que se gestionan y ejecutan los procesos y servicios dentro de una organización,

dirigidos a los empleados y equipos internos. Este concepto abarca aspectos como la eficiencia de la comunicación, la disponibilidad y accesibilidad de recursos, la claridad en las políticas y procedimientos, y el apoyo que reciben los empleados para realizar sus tareas de manera efectiva (Mosquera y Martínez, 2018, p. 12).

Podemos definir a la calidad de servicio interno como se gestionan y prestan los servicios dentro de una organización, enfocados en satisfacer las necesidades y expectativas de los empleados que forman parte de ella (Lovelock y Wirtz, 2009, p. 418).

La calidad del servicio interno se define como el conjunto completo de atributos y características de un servicio que se basa en su capacidad para cumplir con las necesidades explícitas o implícitas (Carro y González, 2012, p. 3).

Es la calidad de los recursos, la comunicación, el apoyo y las herramientas que los empleados reciben para realizar su trabajo de manera efectiva. Una buena calidad de servicio interno crea un ambiente de trabajo positivo, donde los empleados se sienten apoyados y valorados, lo que a su vez mejora su desempeño y contribuye al éxito general de la organización (Fernández, 2000, p. 67).

Marco normativo de la calidad del servicio turístico en el Perú

La Nueva Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) establece el marco legal que regula el desarrollo de la actividad turística en el Perú, priorizando la calidad del servicio, la protección del turista y la sostenibilidad de los destinos turísticos. Esta norma reconoce al turismo como una actividad de interés

nacional y como política prioritaria del Estado. Principio de calidad en la actividad turística

Uno de los principios fundamentales de Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) es el principio de calidad, el cual señala que el Estado, en coordinación con los actores públicos y privados, debe promover e incentivar la calidad de los destinos turísticos y de los servicios que los conforman, con el objetivo de garantizar la satisfacción del turista y la protección de sus derechos.

Este principio implica:

- Mejora continua de los servicios turísticos.
- Establecimiento de mecanismos de supervisión y control.
- Protección del consumidor turístico frente a malas prácticas.

Calidad del servicio turístico y competitividad

La Nueva Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) vincula directamente la calidad del servicio turístico con la competitividad del sector. El desarrollo del turismo debe basarse en una oferta turística:

- Eficiente y competitiva.
- Innovadora y ética.
- Sostenible en el uso de recursos naturales y culturales.

La prestación de servicios turísticos de calidad contribuye al valor agregado del turismo, mejora la experiencia del visitante y fortalece la imagen del destino turístico a nivel nacional e internacional.

Rol del Estado en la calidad del servicio turístico

De acuerdo a la Nueva Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) es el organismo

rector del sector turismo y tiene funciones clave relacionadas con la calidad del servicio, entre ellas:

Formular y actualizar la política nacional de turismo.

- Aprobar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR).
- Promover productos turísticos con estándares de calidad, sostenibilidad y accesibilidad.
- Emitir lineamientos técnicos y normativos para la prestación de servicios turísticos.
- Supervisar inversiones públicas y privadas que mejoren la infraestructura y la experiencia turística.

Formación y capacitación para la mejora de la calidad

La Nueva Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) incorpora el principio de formación continua, mediante el cual el Estado promueve el fortalecimiento de capacidades y competencias de las personas vinculadas al turismo. Esto permite:

- Mejor atención al turista.
- Profesionalización de los prestadores de servicios turísticos.
- Mejora constante de los estándares de calidad del servicio.
- Protección del turista y seguridad

La calidad del servicio turístico también se relaciona con la seguridad y protección del turista. La Nueva Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) establece:

- Enfoque preventivo en seguridad turística.
- Coordinación entre autoridades nacionales, regionales y locales.

- Lucha contra prácticas ilegales, como la venta ambulatoria de servicios turísticos y métodos comerciales abusivos.

Estas medidas buscan garantizar una experiencia turística segura, confiable y de calidad.

Sostenibilidad y calidad en los destinos turísticos

La Nueva Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) establece que la calidad del servicio turístico debe desarrollarse bajo criterios de sostenibilidad, considerando los impactos económicos, sociales y ambientales. La conservación del patrimonio cultural y natural es indispensable para mantener la calidad de los destinos turísticos a largo plazo.

La Nueva Ley General de Turismo N.º 32392 (2025) integra la calidad del servicio turístico como un eje central del desarrollo del sector. A través de principios como la calidad, competitividad, formación continua, seguridad y sostenibilidad, la norma busca garantizar servicios turísticos eficientes, responsables y orientados a la satisfacción del turista, contribuyendo al desarrollo económico y social del país.

Importancia de la Calidad de servicio interno

Según Carro y González (2012), la calidad en una empresa es importante por lo siguiente:

- **Costos y Participación en el Mercado:** Mejorar la calidad puede resultar en una mayor cuota de mercado y en reducciones de costos debido a la disminución de fallos, retrabajos y reclamaciones por devoluciones.
- **Reputación de la Empresa:** La percepción de la calidad por parte de los clientes sobre los nuevos productos de la empresa, así como las prácticas de los empleados y la relación con los proveedores, influye en el prestigio de la

organización.

- **Responsabilidad por Productos:** Las empresas que fabrican productos o servicios defectuosos pueden enfrentar responsabilidades por daños o lesiones derivadas de su uso. Esto puede resultar en elevados gastos legales, costosos acuerdos o pérdidas, y en una publicidad negativa que puede afectar seriamente a la empresa.
- **Aspectos Internacionales:** En la era de la globalización, la calidad es crucial a nivel internacional. Para competir eficazmente en la economía global, tanto una empresa como un país deben garantizar que sus productos cumplan con los estándares de calidad y precios esperados en el mercado internacional (pp. 2-3).

La importancia de implementar un sistema de gestión de la calidad radica en la manera en que optimiza todos los procesos dentro de la organización, lo que se conoce como gestión por procesos. Asegurar el desarrollo eficaz de estos procesos es crucial, ya que pueden ser tan competitivos como los propios productos. Así, la gestión de la calidad debe enfocarse en los procesos en lugar de en las funciones individuales, permitiendo identificar la necesidad de mecanismos para su mejora continua. Una gestión efectiva de los procesos garantiza la entrega de valor al cliente, además de lograr altos estándares técnicos en la producción y mantener un control adecuado, sin descuidar los procesos de apoyo no directamente productivos. Con una gestión adecuada de los procesos, que incluya mejora continua e innovación, se puede alcanzar la satisfacción tanto del cliente externo como interno y otros grupos de interés, debido a que los procesos generarán cada vez más valor (Camisión et al., 2006, pp. 28-29).

Ventajas de la Calidad de servicio interno

Para Mosquera y Martínez (2018), muchas empresas encuentran que la calidad ofrece diversas ventajas, tales como:

- Disminuye los costos económicos y de imagen asociados con errores, repetición de procesos defectuosos y no conformidades.
- Mejora los beneficios empresariales al reducir los gastos relacionados con la mala calidad.
- Incrementa la eficiencia y la rapidez en la respuesta, fortaleciendo la lealtad de los clientes y facilitando la adquisición de nuevos clientes.
- Minimiza el número de quejas y reclamaciones.
- Motiva a los empleados y clarifica la distribución de responsabilidades.
- Aumenta el prestigio de la empresa al superar con éxito las auditorías de las entidades certificadoras (p. 9).

Desventajas de la Calidad de servicio interno

Para Mosquera y Martínez (2018), algunas desventajas de los sistemas de calidad son:

- Exceso de papeleo y burocracia: Muchos creen que la documentación implica solo un aumento en la burocracia, sin reconocer que una adecuada documentación proporciona información valiosa y necesaria para tomar decisiones informadas, basadas en datos en lugar de intuiciones.
- Excesivo formalismo: Hay quienes piensan que los sistemas de calidad son demasiado formales. Sin embargo, establecer responsabilidades claras fomenta una mayor transparencia tanto dentro como fuera de la empresa.
- Costo innecesario: Aunque desarrollar un sistema de calidad conlleva costos, incluso en términos de tiempo, estos deben verse como una inversión en lugar

de un gasto innecesario, ya que conlleva mejoras significativas en los resultados (pp. 9-10).

Marco normativo peruano de la Calidad de servicio interno

El marco normativo se enfoca en regular las relaciones laborales, las condiciones de trabajo, y el bienestar de los empleados, lo que impacta directamente en la eficiencia operativa y la calidad del servicio prestado dentro de la organización. Aunque no existe una ley específica que regule exclusivamente la calidad del servicio interno, varias normas influyen en la gestión de recursos humanos y el ambiente laboral, asegurando buenas prácticas en la administración interna de las empresas. A continuación, se destacan las principales normativas relacionadas:

- **Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ley N° 29783):** Esta ley es fundamental para garantizar un ambiente de trabajo seguro y saludable, lo cual es clave para la calidad del servicio interno. Establece que las empresas deben implementar políticas y medidas para prevenir riesgos laborales, proteger la salud física y mental de los trabajadores, y promover un entorno seguro.
- **Ley de Productividad y Competitividad Laboral (Decreto Legislativo N° 728):** Regula las relaciones laborales en el sector privado, asegurando que los derechos de los empleados sean respetados. Incluye disposiciones sobre la contratación, despidos, remuneraciones, jornadas laborales y beneficios.
- **Ley General de Inspección del Trabajo (Ley N° 28806):** A través de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL), esta ley regula las inspecciones y auditorías para asegurar que las empresas cumplan con las normativas laborales. El objetivo es garantizar que las condiciones de trabajo sean justas y seguras, promoviendo así un mejor desempeño y calidad en el

servicio prestado internamente.

- Ley de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (Ley N° 28983): Garantiza que no existan discriminaciones dentro de la empresa en cuanto a la contratación, promoción o remuneración. Asegurar la igualdad de oportunidades contribuye a un mejor ambiente de trabajo, lo que refuerza la calidad del servicio interno.
- Ley de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual (Ley N° 27942): Esta ley protege a los empleados de cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, promoviendo un ambiente seguro y respetuoso. El respeto de los derechos de los empleados y el establecimiento de políticas claras sobre acoso sexual contribuyen a un ambiente laboral más saludable, lo que influye positivamente en la calidad de los procesos internos.
- Ley de Protección de Datos Personales (Ley N° 29733): Regula el tratamiento de la información personal de los empleados, garantizando la privacidad y seguridad de sus datos. Asegurar que los datos de los trabajadores sean tratados de manera adecuada genera confianza en la gestión interna, mejorando el clima organizacional.
- Ley de Relaciones Colectivas de Trabajo (Decreto Legislativo N° 25593): Regula los derechos de los trabajadores a organizarse en sindicatos y negociar colectivamente con el empleador. Promueve el diálogo entre trabajadores y empleadores, lo que contribuye a mejorar las condiciones de trabajo y, por lo tanto, la calidad del servicio dentro de la organización.
- Normativa sobre Capacitación Laboral (Ley N° 28518): Establece la importancia de la capacitación continua de los trabajadores para mejorar sus habilidades y competencias. La capacitación es clave para mejorar la calidad del

servicio interno, ya que permite a los empleados estar mejor preparados y motivados para cumplir con sus funciones.

Dimensiones de la calidad de servicio interno

Las dimensiones para la variable calidad del servicio interno fueron tomadas en cuenta del libro del autor Camisón et al. (2006), quien menciona que la referencia más habitual para identificar las dimensiones de la calidad del servicio interno es la presentada por Zeithaml, Parasuraman y Berry en 1990. Mediante un estudio que empleó sesiones, identificaron diez dimensiones que reflejan los criterios de evaluación empleados por los clientes para valorarla. Estas dimensiones, posteriormente, se redujeron a 5 siendo las siguientes: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, eficiencia y empatía (p. 172). Por ello para el desarrollo del presente trabajo se tomó en cuenta 5 dimensiones siendo los elementos tangibles, la confiabilidad, la empatía, la capacidad de respuesta y seguridad.

D1: Elementos tangibles

Los autores mencionan que los elementos tangibles hacen referencia a la apariencia moderna de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones y cómo las personas perciben el servicio que están por recibir, tales como los muebles, aparatos o lo que se les proporciona durante sus visitas. Incorpora al equipo responsable de la gestión del negocio. Estos elementos evalúan las cualidades de la infraestructura, equipos, atuendos y mobiliario que existe en una empresa en el cual se observa desde un enfoque global de la calidad de atención (Acosta et al., 2023).

D2: Confiabilidad

Mejías et al. (2018), nos mencionan que la confiabilidad es la capacidad de una organización para cumplir consistentemente con sus compromisos y ofrecer servicios internos de manera precisa y sin errores. Esto significa que los empleados pueden confiar en que los procesos, sistemas y apoyo que reciben funcionarán correctamente y de manera predecible cada vez que los necesiten.

D3: Empatía

Según Camisón et al. (2006), la empatía es la capacidad de una organización, y de sus empleados, para comprender y responder a las necesidades, preocupaciones y emociones de los compañeros de trabajo. Implica ponerse en el lugar del otro y actuar con sensibilidad y consideración hacia sus circunstancias (p. 934).

D4: Capacidad de respuesta

Para Camisón et al. (2006), se refiere a la habilidad y disposición de una organización para atender rápidamente y de manera efectiva las necesidades, solicitudes y problemas de los empleados. Esto implica estar disponible para resolver inquietudes, proporcionar información o recursos cuando se necesiten, y actuar con agilidad ante situaciones que requieren atención inmediata (p. 901).

D5: Seguridad

Según Narvárez-Gamboa et al. (2020), la seguridad es la carta de presentación de los empleados. Mencionan que es la preparación y la amabilidad del servicio que los empleados ofrecen a los clientes. Esta dimensión evalúa la habilidad para generar credibilidad y confianza en los clientes englobando los estándares de cortesía, profesionalidad y confiabilidad, las dimensiones de valoración se ajustan y se especializan en función del tipo de servicio (p.194).

1.3. Definición de términos básicos

- **Adaptación del plan estratégico:** Ajustes realizados en el plan estratégico de una organización para responder a cambios internos o externos, asegurando que continúe siendo relevante y efectivo (Baque et al., 2019).
- **Capacidad de comprensión a las necesidades del cliente:** Habilidad para entender las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, y adaptar los productos o servicios ofrecidos para satisfacerlas de manera efectiva (Miranda et al., 2021).

Analizar la capacidad de comprensión a las necesidades del cliente permite evaluar cómo las agencias identifican y responden proactivamente a las expectativas y demandas de los turistas, fortaleciendo relaciones y fidelización.

- **Comunicación interna efectiva:** Proceso de intercambio de información clara, precisa y oportuna dentro de una organización, facilitando la coordinación, colaboración y entendimiento entre los miembros del equipo (Rivera et al., 2005).
- **Cumplimiento de estándares de calidad:** Adhesión a las normas y criterios establecidos para garantizar la calidad de los productos o servicios ofrecidos, asegurando que se cumplen las expectativas del cliente (Silva et al., 2019).
- **Cumplimiento de promesas:** Mantenimiento de la palabra dada a los clientes o partes interesadas, asegurando que se cumplen los compromisos y expectativas acordadas (Díaz y Morillo, 2017).
- **Eficiencia en la asignación de recursos:** Uso óptimo y efectivo de los recursos disponibles, minimizando desperdicios y maximizando la productividad y resultados (Soledispa et al., 2022).
- **Estructura organizativa:** La disposición formal de roles, responsabilidades, relaciones y niveles jerárquicos dentro de una organización, que define cómo se coordina y opera la entidad (Reyna, 2024).

- **Flexibilidad en la atención a solicitudes especiales:** Capacidad para ajustar y adaptar los procesos o procedimientos estándar para satisfacer necesidades específicas o solicitudes especiales de los clientes, mejorando la experiencia y la satisfacción del cliente (Collantes et al., 2020).
- **Gestión de riesgos y prevención de incidencias:** Proceso de identificación, evaluación, mitigación y control de riesgos potenciales que puedan afectar negativamente a la organización, y la implementación de medidas para evitar incidentes (Ulloa, 2012).
- **Grado de personalización de servicios:** Nivel en el que los servicios ofrecidos por una organización son adaptados a las necesidades individuales y preferencias de cada cliente, mejorando la experiencia y satisfacción del cliente (Fonseca y Estela, 2016).
- **Índice de errores o fallos en el servicio:** Medida de la frecuencia y gravedad de errores o fallos en la prestación de servicios, que afectan la satisfacción del cliente y la reputación de la organización (Vilela et al., 2019).
- **Objetivos establecidos:** Metas y resultados específicos que una organización define para alcanzar en un periodo determinado, guiando sus actividades y esfuerzos hacia el logro de resultados concretos (Peña et al., 2022).
- **Satisfacción:** En el ámbito laboral es el grado de contento y bienestar que experimentan los empleados en relación con su trabajo, ambiente laboral, condiciones y beneficios ofrecidos por la organización (Saavedra y Delgado, 2020).
- **Tiempo de espera:** Periodo que los clientes deben esperar antes de recibir un servicio o atención, influyendo significativamente en la percepción de calidad del servicio (Izquierdo y Anastacio, 2021).
- **Tiempo de respuesta promedio:** El periodo medio que una organización tarda en responder a una solicitud o consulta, crucial para la satisfacción del cliente y la

eficiencia operativa (Izquierdo y Anastacio, 2021).

- **Utilización de recursos:** Aprovechamiento efectivo de los recursos disponibles, incluyendo equipos, capital humano, tecnología y materiales, para alcanzar los objetivos organizacionales de manera eficiente (Hernández et al., 2018).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Hipótesis general

HG: La Gestión Administrativa se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Ho: La Gestión Administrativa no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

2.2. Hipótesis específicas

- **HE1:** La planeación se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
- **Ho1:** La planeación no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
- **HE2:** La organización se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
- **Ho2:** La organización no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
- **HE3:** La dirección se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
- **Ho3:** La dirección no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.
- **HE4:** El control se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

- **H04:** El control no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

2.3. Matriz de consistencia

Tabla 1

Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	VARIABLE ASOCIADA	Tipo de investigación: Aplicada
PG: ¿De qué manera la gestión administrativa se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa?	OG: Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	HG: La Gestión Administrativa se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Ho: La Gestión Administrativa no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	Gestión Administrativa	Enfoque de investigación: Cuantitativo
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	DIMENSIONES	Nivel de investigación: Descriptivo-correlacional
PE₁: ¿De qué manera la planeación se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa?	OE₁: Determinar la relación entre la planeación y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	HE₁: La planeación se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Ho₁: La planeación no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	• Planeación • Organización • Dirección • Control	Diseño de investigación: No experimental
PE₂: ¿De qué manera la organización se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa?	OE₂: Determinar la relación entre la organización y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	HE₂: La organización se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Ho₂: La organización no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	VARIABLE DE SUPERVISIÓN	Población: La población de interés para este estudio, estará conformada por un total de 120 trabajadores.
PE₃: ¿De qué manera la dirección se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa?	OE₃: Determinar la relación entre la dirección y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	HE₃: La dirección se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Ho₃: La dirección no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	Calidad del servicio interno	Muestra: La muestra está compuesta por la totalidad de la población.
PE₄: ¿De qué manera el control se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa?	OE₄: Determinar la relación entre el control y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	HE₄: El control se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Ho₄: El control no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.	DIMENSIONES	Técnica de recolección de datos: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Técnica estadística: Se realizará de manera descriptiva e inferencial de acuerdo a los resultados obtenidos.
			• Elementos tangibles • Confiabilidad • Empatía • Capacidad de respuesta • Seguridad	

2.4. Operacionalización de variables

Tabla 2

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Ítems
Gestión administrativa (Variable asociada)	Conceptual. La gestión administrativa es el conjunto de procesos, políticas y estrategias utilizadas para dirigir y coordinar eficientemente los recursos humanos, financieros y materiales de una organización con el fin de alcanzar sus objetivos y metas establecidas (Koontz et al., 2012, p. 202). Operacional. La gestión administrativa se operacionaliza como el conjunto de procesos, prácticas y estrategias que las agencias de turismo implementan para coordinar y optimizar sus recursos humanos, financieros y materiales con el objetivo de ofrecer un servicio eficiente y de alta calidad. La variable será medida mediante un cuestionario de 12 ítems dirigido a los trabajadores de las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa.	Planeación	Objetivos establecidos	Cuestionario (Anexo 2)	1
			Adaptación del plan estratégico		2
		Organización	Estructura organizativa		3
			Eficiencia en la asignación de recursos		4
			Comunicación interna efectiva		5
		Dirección	Satisfacción		6
					7
			8		
		Control	Cumplimiento de estándares de calidad		9
			Gestión de riesgos y prevención de incidencias		10
			11		
			12		
Calidad del servicio interno (Variable de supervisión)	Conceptual. Conceptual. Es crucial conocer las expectativas de los clientes internos respecto al servicio, utilizando esta información como base para el proceso de mejora de la calidad, tal como se hace con los clientes externos (Camisón et al., 2006, p. 933). Operacional. La calidad de servicio interno se operacionaliza como el conjunto de acciones, estrategias y procesos implementados por una organización para coordinar, supervisar y optimizar los servicios que se brindan a sus empleados. La variable será medida mediante un cuestionario de 15 ítems dirigido a los trabajadores de las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa.	Elementos tangibles	Instalaciones	Cuestionario (Anexo 2)	1
			Equipamiento		2
		Confiabilidad	Cumplimiento de promesas		3
			Índice de errores o fallos en el servicio		4
			5		
			6		
		Empatía	Grado de personalización de servicios		7
			Capacidad de comprensión a las necesidades del cliente		8
			9		
		Capacidad de respuesta	Tiempo de espera		10
			Flexibilidad en la atención a solicitudes especiales		11
			12		
		Seguridad	Confianza		13
			Aclaración de dudas		14
			Confidencialidad		15

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El enfoque cuantitativo se basa en la recopilación y el análisis de datos para responder preguntas de investigación y verificar hipótesis previamente planteadas. Este enfoque depende de la medición numérica, la cuantificación y, a menudo, la aplicación de métodos estadísticos para identificar con precisión patrones de comportamiento dentro de una población (Hernández et al., 2014). La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo debido a su objetivo de evaluar y establecer patrones específicos en la gestión administrativa y su relación con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. A través de la recolección y análisis de datos numéricos por medio de los cuestionarios elaborados, se podrán identificar tendencias, medir variables y probar hipótesis, el uso de métodos estadísticos permitió obtener resultados precisos.

El tipo de investigación aplicada se caracteriza por su enfoque práctico y utilitario, con el objetivo de generar conocimientos que puedan ser aplicados para resolver problemas concretos en contextos específicos (Hernández et al., 2014). Para la presente investigación, el tipo de investigación aplicada implicó el estudio y análisis práctico de la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno en las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa. En este tipo de investigación, se buscó identificar los procesos administrativos que se relacionan con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo,

así como proponer posibles mejoras o intervenciones que puedan ser implementadas para optimizar dicha calidad.

Los estudios correlacionales abordan preguntas de investigación dentro de un contexto específico, buscando establecer asociaciones entre dos o más variables. En estos estudios, se mide una variable y luego se examina cómo se relaciona con las otras variables observadas (Hernández et al., 2014). La investigación fue de nivel correlacional debido a que su propósito es explorar y determinar la relación existente entre la gestión administrativa de las agencias de turismo y la calidad del servicio interno. Al analizar cómo se asocian estas dos variables, se pretende identificar patrones y tendencias que permitan entender cómo las prácticas administrativas se relacionan con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo.

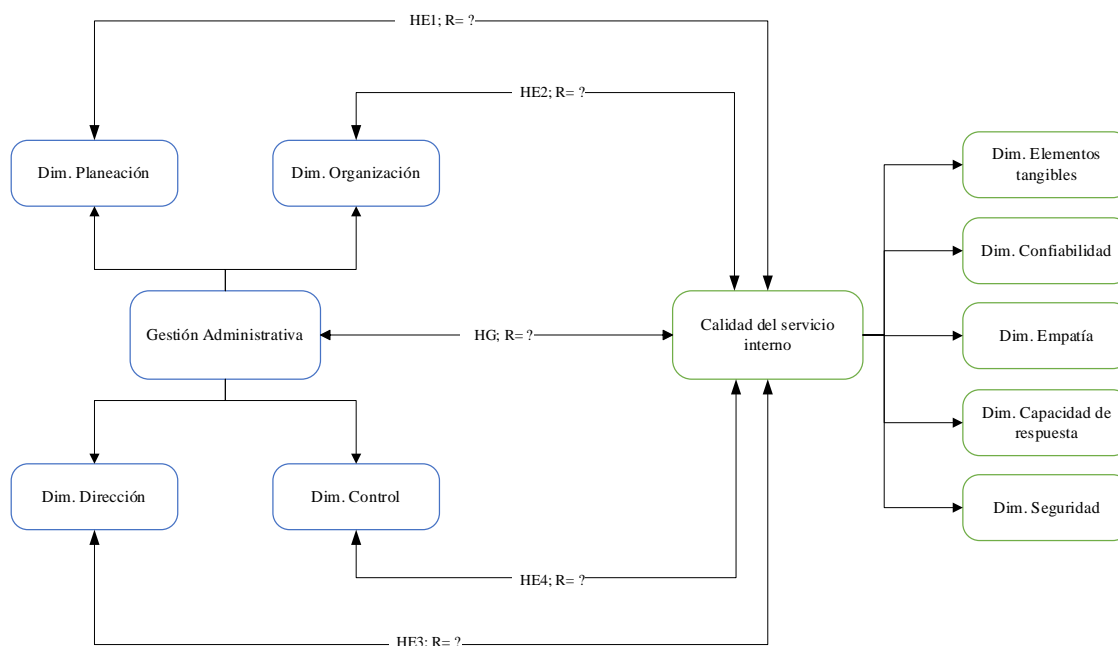
3.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación no experimental se caracteriza por la observación y la recopilación de datos sin manipulación deliberada de variables (Hernández et al., 2014).

El presente estudio adopta un enfoque de investigación no experimental conforme a las directrices propuestas por Hernández. Este enfoque se justificó por la naturaleza de nuestro objeto de estudio, que se centra en comprender la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno en las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa. En lugar de manipular variables o establecer relaciones de causa y efecto, nuestro objetivo es observar y describir estas relaciones tal como se presentan en su contexto natural.

Figura 1

Diagrama del diseño de investigación.



Fuente: Microsoft Visio.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

La población, en términos de investigación, se refiere al conjunto total de elementos que poseen características específicas y sobre los cuales se quiere generalizar los resultados de la investigación (Hernández et al., 2014).

En este estudio, la población estuvo conformada por un total de 120 trabajadores pertenecientes a 15 agencias de turismo registradas en el distrito de Rupa Rupa. Esta información fue obtenida a través de un reporte oficial proporcionado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), la cual regula las actividades turísticas en la región. Los trabajadores encuestados desempeñan funciones en tres áreas clave dentro de las agencias: recepción, guías turísticos y personal administrativo. Este grupo fue considerado adecuado para evaluar las percepciones internas sobre la gestión administrativa y la calidad del servicio.

Tabla 3*Agencias de turismo en el Distrito de Rupa Rupa*

Agencias de turismo	Trabajadores
Tingo María travel SRL	10
Agencia de viajes Tinkus Tours EIRL	8
Encuentro tours EIRL	8
Corporación GS Sport SAC	10
Tingo María Pal tour EIRL	8
Travel and explore the world SAC	6
Inversiones mhilux EIRL	7
Tingotours	10
Tingo María Nunash tours EIRL	8
Yakumama hostel y restaurant EIRL	8
Estur Ecology Perú EIRL	9
Tincco tours Tingo María EIRL	6
Pastor Cacha, Miguel Ángel	8
Tours Tingo María EIRL	7
Turismo en Ruedas SAC	7
Total	120

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR).

3.3.2. Muestra

La muestra, por otro lado, es un subconjunto representativo de la población total que se selecciona con el propósito de realizar inferencias sobre la población en su conjunto (Hernández et al., 2014).

La muestra estuvo compuesta por la totalidad de la población, siendo 120 colaboradores. Estos trabajadores representan una variedad de roles y responsabilidades dentro de las agencias, incluyendo personal administrativo, guías turísticos, personal de atención al cliente, entre otros.

Criterio de inclusión

- Trabajadores de las Agencias Turísticas del distrito de Rupa Rupa.
- Colaboradores que desean participar de la encuesta.

Criterios de exclusión

- Trabajadores de las Agencias Turísticas que no se encuentren en el distrito de Rupa Rupa.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Encuesta: En este estudio, se empleó la técnica de recolección de datos a través de encuestas, utilizando como instrumento principal un cuestionario estructurado. Esta metodología se seleccionó debido a su eficacia para obtener información directa y específica de los participantes, lo que permitirá recopilar datos relevantes sobre la percepción y experiencia de los sujetos de estudio (Baena, 2017). Para el trabajo de investigación se empleó la técnica de la encuesta debido a su capacidad para recopilar datos directamente de los trabajadores de las agencias de turismo. Las encuestas permitieron obtener información detallada y específica sobre la percepción de los empleados respecto a la eficacia de las prácticas administrativas y sobre la calidad del servicio interno. Este método facilitó la recolección de datos cuantitativos relevantes para analizar y evaluar tanto la gestión administrativa como la calidad del servicio interno, proporcionando una visión integral de los factores que afectan la calidad del servicio interno en las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa.

Instrumento

Cuestionario: El cuestionario ha sido diseñado cuidadosamente para abordar los objetivos y variables de interés de la investigación. Se estructura en torno a preguntas claras y pertinentes, que exploran aspectos relacionados con la gestión administrativa y la calidad del servicio interno en las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa. El cuestionario fue distribuido entre los

participantes de manera presencial, según sea más conveniente, asegurando la confidencialidad y la privacidad de las respuestas; así mismo, los datos recopilados a través de esta técnica proporcionaron una base sólida para el análisis y la interpretación de los resultados, además se contó con 3 juicios de expertos, para que de esta manera se contribuya al logro de los objetivos planteados en esta investigación (Baena, 2017).

Para la variable asociada gestión administrativa y para la variable de supervisión calidad del servicio interno se elaboró un cuestionario de 27 ítems destinado a los trabajadores de las empresas de turismo del distrito de Rupa Rupa y tuvo una escala Likert de 5 opciones (1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4 = De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo). Para la validez de los cuestionarios se solicitó a 3 profesionales expertos que validen el instrumento y para la confiabilidad se realizó la prueba de Alfa de Cronbach el cual indicó el nivel de confiabilidad de los instrumentos. Se recopilaron los datos mediante los cuestionarios, luego se procesaron los resultados con métodos estadísticos para obtener los resultados, para la contrastación de hipótesis se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, considerando un tamaño de muestra de 120 participantes. Los resultados mostraron que las significancias de las variables fueron mayores al valor de $p = 0.05$, lo que indica que los datos siguen una distribución normal, permitiendo el uso de estadística paramétrica. En consecuencia, se aplicó la correlación de Pearson para analizar la relación entre las variables estudiadas. Finalmente, se elaboraron las conclusiones y recomendaciones a partir de los hallazgos obtenidos.

Este cuestionario fue elaborado a partir de referentes teóricos sólidos y ampliamente reconocidos en el campo de las ciencias administrativas y la gestión de calidad. En el caso de la variable “gestión administrativa”, su construcción se

sustentó en el enfoque clásico propuesto por Henri Fayol, cuyos postulados han sido fundamentales para el desarrollo de la teoría organizacional. Fayol establece que la administración se compone de funciones esenciales como la planeación, organización, dirección y control, las cuales fueron tomadas como dimensiones clave para estructurar los ítems correspondientes, permitiendo una evaluación integral de esta variable dentro del contexto de las agencias de turismo. Por otro lado, la variable “calidad del servicio interno” se diseñó tomando como base conceptual el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, el cual ha sido validado a lo largo del tiempo en diversas investigaciones orientadas a medir la percepción de calidad tanto en servicios externos como internos. Este modelo contempla dimensiones fundamentales como los elementos tangibles, la confiabilidad, la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad, las cuales permiten captar de manera precisa la experiencia del personal frente al servicio brindado dentro de la organización. La adopción de estos marcos teóricos no solo garantiza la coherencia interna del instrumento, sino que además respalda su validez conceptual y pertinencia con los objetivos del estudio.

Resultado el juicio de expertos

Para asegurar la validez de contenido del instrumento utilizado en esta investigación, se aplicó la técnica del juicio de expertos, que consiste en someter el cuestionario a la evaluación crítica de especialistas con formación y experiencia en el área de estudio.

Participaron tres profesionales con el perfil adecuado para valorar la pertinencia, coherencia y claridad de los ítems:

Licenciada Noly Virginia Penadillo Barrueta, administradora de Turismo y Hotelería con experiencia en gestión organizacional, evaluación institucional y diseño de instrumentos.

Licenciado Jean Pierre Zavaleta Silupú, administrador con conocimientos en análisis de procesos, gestión pública y mejora continua en entornos organizacionales.

Magíster Liana Sixto Dávila, magíster con conocimientos en especialización académica y profesional.

Cada experto evaluó los ítems del cuestionario asignando puntajes en función de criterios como: redacción clara, relevancia respecto a las dimensiones evaluadas y adecuación al contexto organizacional. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- La Lic. Noly Virginia Penadillo otorgó un puntaje promedio de 84.
- El Lic. Jean Pierre Zavaleta otorgó un puntaje promedio de 81.
- La Mag. Liana Sixto Dávila otorgó un puntaje promedio de 78.

Ambas evaluaciones fueron favorables y permitieron identificar pequeños ajustes en la redacción de algunos ítems para optimizar su comprensión. En base a sus observaciones, se procedió a realizar las correcciones pertinentes, fortaleciendo así la validez del instrumento.

Resultados del Alfa de Cronbach

Fórmula del Alfa de Cronbach para la confiabilidad del instrumento

$$\alpha = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

- **K**: El número de ítems.
- **Si²**: Sumatoria de Varianzas de los Ítems.
- **ST²**: Varianza de la suma de los Ítems.
- **α**: Coeficiente de Alfa de Cronbach.

Tabla 4*Alfa de Cronbach de la variable Gestión administrativa*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.956	12

Nota. Software estadístico SPSS.**Rangos del Alfa de Cronbach**

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

$$\alpha = \left[\frac{12}{12-1} \right] \left[1 - \frac{21.48}{174.06} \right]$$

$$\alpha = [1.0909][1 - 0.1234]$$

$$\alpha = [1.0909][0.8766]$$

$$\alpha = 0.9562$$

$$\alpha = 0.956$$

Tabla 5*Alfa de Cronbach de la variable Calidad del servicio interno*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.773	15

Nota. Software estadístico SPSS.**Rangos del Alfa de Cronbach**

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

$$\alpha = \left[\frac{15}{15-1} \right] \left[1 - \frac{42.69}{153.07} \right]$$

$$\alpha = [1.0714][1 - 0.2789]$$

$$\alpha = [1.0714][0.7211]$$

$$\alpha = 0.7725$$

$$\alpha = 0.773$$

Luego del proceso de validación por juicio de expertos, se realizó la evaluación de la confiabilidad interna del instrumento mediante el coeficiente alfa

de Cronbach, con el propósito de medir la consistencia de los ítems que componen las variables e indicadores del estudio. Para ello, se aplicó una prueba piloto a una muestra de 20 trabajadores de las agencias de turismo, con características similares a la población final. Con el fin de evaluar la consistencia interna del instrumento, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach a cada una de las variables evaluadas. Este coeficiente permite determinar el grado de confiabilidad de los ítems que componen cada escala. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

- **Gestión administrativa:** El valor del alfa de Cronbach fue de 0.956 con un total de 12 ítems, lo cual indica un nivel de confiabilidad excelente, ya que supera ampliamente el umbral mínimo aceptable de 0.70.
- **Calidad del servicio interno:** Se obtuvo un alfa de 0.773 para 15 ítems, lo que representa una confiabilidad aceptable a buena, según los criterios metodológicos establecidos.

Ambos resultados respaldan la fiabilidad de las escalas utilizadas en el estudio, ya que superan el valor de corte de 0.70, Por lo tanto, se concluye que el cuestionario utilizado posee una consistencia interna muy alta, siendo adecuado para su aplicación en la investigación principal.

Aspectos Éticos

Durante el trabajo de campo se respetaron los principios éticos fundamentales que rigen la investigación científica con seres humanos. A los participantes se les informó previamente sobre los objetivos del estudio, su carácter académico y la naturaleza voluntaria de su participación. Se garantizó en todo momento la anonimidad de los encuestados y la confidencialidad de sus respuestas.

El cuestionario no recolectó ningún dato personal sensible, asegurando así el resguardo de la identidad de los trabajadores. Asimismo, se aplicó un

consentimiento informado, en el cual los participantes manifestaron su acuerdo para colaborar al continuar con el cuestionario. Los datos recopilados fueron utilizados exclusivamente para fines académicos, en cumplimiento con los principios de respeto, integridad y responsabilidad científica.

3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

En el proceso de análisis de datos de esta investigación, se emplearon dos enfoques estadísticos complementarios: la estadística descriptiva y la estadística inferencial. La estadística descriptiva fue utilizada inicialmente para examinar y comprender la información recopilada a partir de los cuestionarios de encuesta. Esta fase incluyó la construcción de tablas y gráficos que resuman de manera clara y concisa los datos obtenidos. Estas herramientas visuales nos permitieron explorar las tendencias, patrones y variaciones presentes en los datos, lo que facilitó la realización de descripciones detalladas, comparaciones entre grupos y posibles predicciones. Además, para profundizar en el análisis y realizar inferencias sobre la población en general a partir de nuestra muestra, se empleó la estadística inferencial. Una de las metodologías más adecuadas para esta investigación, dada la naturaleza paramétrica de los datos obtenidos y el nivel de medición de las variables, fue la correlación de Pearson. Esta técnica permitió examinar la relación lineal entre las variables, evaluando tanto la fuerza como la dirección de dicha relación de forma estadísticamente significativa. La integración de esta prueba estadística en el análisis permitió realizar una evaluación precisa de los datos recopilados, lo cual contribuyó a obtener conclusiones sólidas y fundamentadas, fortaleciendo el conocimiento en el área de estudio y proporcionando información relevante para la toma de decisiones en el ámbito de las agencias de turismo del distrito de Rupa Rupa.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo de la muestra

Resultados demográficos

Tabla 6

Resultados demográficos

Datos de control	Parámetros	F	%
Género	Masculino	91	75,8
	Femenino	29	24,2
Edad	18 a 25 años	36	30,0
	26 a 35 años	63	52,5
	36 años a más	21	17,5
Cargo	Recepcionista	15	12,5
	Guías turísticos	21	17,5
	Personal administrativo.	84	70,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

La mayoría de los encuestados fueron de género masculino (75,8%) y pertenecen principalmente al grupo etario de 26 a 35 años (52,5%). En cuanto al cargo, el 70% de los participantes se desempeñan como personal administrativo, siendo este el grupo más representativo de la muestra.

Resultados de las variables

Tabla 7

Niveles de las variables

Baremos	Gestión administrativa			Calidad del servicio interno		
	Rango	Frecuencia	Nivel	Rango	Frecuencia	Nivel
Alto	42-60	62	51,2	52-75	73	60,8
Medio	21-41	47	39,2	26-51	40	33,3
Bajo	12-20	11	9,6	15-25	7	5,9
Total		120	100,0	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

Los resultados muestran que el 51,2% de los trabajadores perciben un nivel alto en la gestión administrativa, mientras que un 60,8% considera que la calidad del servicio interno también se encuentra en un nivel alto. Esto indica una percepción mayoritariamente positiva respecto a ambas variables dentro de la organización.

Resultados por dimensiones**Tabla 8***Resultados de la dimensión Planeación*

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
Considera usted que los objetivos establecidos por la agencia son claros y alcanzables, y proporcionan una dirección clara en sus tareas diarias.	Totalmente en desacuerdo	18	15,0
	En desacuerdo	25	20,8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	33	27,5
	De acuerdo	23	19,2
	Totalmente de acuerdo	21	17,5
	Total	120	100,0
Considera usted que la planificación realizada por la agencia es adecuada para llevar a cabo las actividades administrativas.	Totalmente en desacuerdo	10	8,3
	En desacuerdo	14	11,7
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	31	25,8
	De acuerdo	39	32,5
	Totalmente de acuerdo	26	21,7
	Total	120	100,0
Considera usted que se realiza una adaptación oportuna del plan estratégico de la agencia de turismo en respuesta a cambios significativos en el entorno económico o del mercado.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	15	12,5
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	38	31,7
	De acuerdo	51	42,5
	Totalmente de acuerdo	16	13,3
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Planeación, se observa una tendencia general positiva en la percepción de los encuestados, ya que en dos de los tres indicadores predomina la opción “de acuerdo”, con un 32.5% considerando adecuada la planificación de las actividades

administrativas y un 42.5% señalando que la agencia se adapta oportunamente a los cambios del entorno. Sin embargo, en el indicador relacionado con la claridad de los objetivos, la mayoría (27.5%) respondió de forma neutral (“ni de acuerdo ni en desacuerdo”), lo que podría indicar cierta ambigüedad o falta de comunicación respecto a la formulación y comprensión de los objetivos institucionales. En conjunto, se puede inferir que, si bien la agencia muestra fortalezas en su gestión operativa y estratégica, aún hay oportunidades de mejora en la definición clara y compartida de sus metas organizacionales.

Tabla 9*Resultados de la dimensión Organización*

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
Considera usted que los cargos y las funciones establecidas en la agencia de turismo son adecuados para facilitar la administración y las operaciones.	Totalmente en desacuerdo	2	1,7
	En desacuerdo	13	10,8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	35	29,2
	De acuerdo	46	38,3
	Totalmente de acuerdo	24	20,0
	Total	120	100,0
Los materiales y equipos que le asigna la agencia le permiten prestar los servicios turísticos eficientemente.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	19	15,8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	51	42,5
	De acuerdo	34	28,3
	Totalmente de acuerdo	16	13,3
	Total	120	100,0
Considera usted que los materiales y equipos en la agencia de turismo se asignan de manera eficiente para maximizar su uso y obtener resultados óptimos.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	19	15,8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	55	45,8
	De acuerdo	40	33,3
	Totalmente de acuerdo	6	5,0
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Organización, los resultados reflejan una percepción mixta por parte de los encuestados. Por un lado, se destaca una valoración positiva en cuanto a la estructura organizacional, ya que el 38.3% se muestra de acuerdo y el 20% totalmente de acuerdo con que los cargos y funciones establecidas en la agencia de turismo son adecuados para facilitar la administración y las operaciones. Sin embargo, en lo que respecta a los recursos materiales y su gestión, predominan las posturas neutras: el 42.5% manifestó estar “ni de acuerdo ni en desacuerdo” sobre si los equipos asignados permiten prestar los servicios turísticos eficientemente, y un 45.8% respondió lo mismo respecto a la eficiencia en la asignación de estos materiales. Estas cifras sugieren que, si bien existe una percepción favorable hacia la estructura organizativa interna, hay incertidumbre o falta de claridad en torno a la disponibilidad y el uso eficiente de los recursos, lo que podría estar afectando la operatividad y percepción del desempeño institucional.

Tabla 10*Resultados de la dimensión Dirección*

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
Considera usted que la comunicación interna entre la dirección y los empleados de la agencia de turismo es efectiva y clara.	Totalmente en desacuerdo	8	6,7
	En desacuerdo	12	10,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	2,5
	De acuerdo	48	40,0
	Totalmente de acuerdo	49	40,8
	Total	120	100,0
Considera usted que se comparten de manera oportuna y transparente información relevante sobre decisiones estratégicas y cambios organizacionales.	Totalmente en desacuerdo	6	5,0
	En desacuerdo	10	8,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	46	38,3
	De acuerdo	43	35,8
	Totalmente de acuerdo	15	12,5
	Total	120	100,0
Considera usted que el personal se siente escuchado	Totalmente en desacuerdo	3	2,5

y valorado por la dirección de la agencia de turismo	En desacuerdo	22	18,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	55	45,8
	De acuerdo	40	33,3
	Totalmente de acuerdo	3	2,5
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Dirección, los resultados reflejan una percepción predominantemente positiva por parte de los encuestados respecto al rol directivo dentro de la agencia de turismo. Destaca una alta valoración de la comunicación interna, con un 40.8% que está totalmente de acuerdo y un 40% de acuerdo en que esta es clara y efectiva. Asimismo, un 45.8% considera que el personal se siente escuchado y valorado por la dirección, lo cual sugiere una gestión cercana y receptiva. No obstante, en el aspecto relacionado con la transparencia y oportunidad en el manejo de información estratégica, el 38.3% manifestó una postura neutral, lo que podría indicar cierta falta de claridad o constancia en la forma en que se comparten decisiones organizacionales importantes. En conjunto, se puede inferir que, si bien existe una percepción favorable sobre la comunicación y el trato del equipo directivo hacia el personal, todavía hay espacio para fortalecer la transparencia en la divulgación de información clave dentro de la organización.

Tabla 11

Resultados de la dimensión Control

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
Considera usted que se cuenta con procedimientos claros y definidos para ofrecer un servicio de calidad.	Totalmente en desacuerdo	2	1,7
	En desacuerdo	6	5,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	50	41,7
	De acuerdo	32	26,7
	Totalmente de acuerdo	30	25,0
Total		120	100,0

	Totalmente en desacuerdo	2	1,7
Considera usted que se brinda capacitación y entrenamiento adecuado al personal para mantener y mejorar el servicio ofrecido.	En desacuerdo	7	5,8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	27	22,5
	De acuerdo	41	34,2
	Totalmente de acuerdo	43	35,8
	Total	120	100,0
	Totalmente en desacuerdo	13	10,8
Considera usted que la agencia de turismo tiene un sistema para detectar y reducir posibles problemas o incidentes.	En desacuerdo	32	26,7
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	34	28,3
	De acuerdo	41	34,2
	Totalmente de acuerdo	13	10,8
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Control, los resultados muestran una percepción moderadamente positiva por parte de los encuestados, aunque con ciertas áreas que reflejan ambigüedad o falta de claridad. En cuanto a la capacitación del personal, destaca una opinión favorable, con un 35.8% que está totalmente de acuerdo y un 34.2% de acuerdo en que se brinda entrenamiento adecuado para mantener y mejorar el servicio, lo que indica una fortaleza en los procesos de mejora continua. Asimismo, el 34.2% considera que la agencia cuenta con un sistema para detectar y reducir problemas, mostrando confianza en los mecanismos preventivos. Sin embargo, en el aspecto relacionado con la existencia de procedimientos claros para garantizar la calidad del servicio, un 41.7% manifestó una postura neutral, lo que podría sugerir que estos procedimientos no están bien definidos o no se comunican adecuadamente al personal. En conjunto, se puede inferir que, si bien existen esfuerzos importantes en control interno, particularmente en capacitación y gestión de riesgos, aún se requiere fortalecer la estandarización y comunicación de los procedimientos operativos para asegurar la calidad del servicio.

Tabla 12*Resultados de la dimensión Elementos Tangibles*

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
Sus ambientes son confortables, limpios y ordenados.	Totalmente en desacuerdo	13	10,8
	En desacuerdo	21	17,5
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	12,5
	De acuerdo	56	46,7
	Totalmente de acuerdo	15	12,5
	Total	120	100,0
El ambiente del servicio es visualmente atractivo, es fácil identificarlo, cuentan con teléfonos, celulares y sitios web.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	4	3,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	24	20,0
	De acuerdo	40	33,3
	Totalmente de acuerdo	52	43,3
	Total	120	100,0
El personal atiende de manera eficiente y eficaz su requerimiento.	Totalmente en desacuerdo	9	7,5
	En desacuerdo	10	8,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	18	15,0
	De acuerdo	44	36,7
	Totalmente de acuerdo	39	32,5
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Elementos Tangibles, la percepción de los encuestados es mayormente positiva, especialmente en cuanto a la presentación visual del servicio y la atención brindada por el personal. Un 43.3% está totalmente de acuerdo y un 33.3% de acuerdo en que el ambiente del servicio es visualmente atractivo, fácil de identificar y que cuenta con los canales de contacto adecuados, lo que evidencia una imagen institucional bien cuidada. Asimismo, un 36.7% se mostró de acuerdo y un 32.5% totalmente de acuerdo en que el personal atiende los requerimientos de manera eficiente y eficaz, reforzando la percepción favorable sobre la atención directa al cliente. Sin embargo, en relación con las condiciones físicas del entorno (comodidad,

limpieza y orden), si bien el 46.7% está de acuerdo, también se reporta un 28.3% de desacuerdo (sumando "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo"), lo que podría indicar cierta inconsistencia en la calidad de los espacios físicos. En general, se puede inferir que los aspectos tangibles del servicio son bien valorados, aunque podrían fortalecerse las condiciones del ambiente físico para garantizar una experiencia más homogénea y satisfactoria.

Tabla 13

Resultados de la dimensión Confiabilidad

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
La agencia es confiable en cuanto al cumplimiento de sus compromisos con los empleados.	Totalmente en desacuerdo	33	27,5
	En desacuerdo	4	3,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	38	31,7
	De acuerdo	17	14,2
	Totalmente de acuerdo	28	23,3
	Total	120	100,0
Recibo respuestas consistentes y precisas cuando solicito información.	Totalmente en desacuerdo	6	5,0
	En desacuerdo	9	7,5
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	47	39,2
	De acuerdo	51	42,5
	Totalmente de acuerdo	7	5,8
	Total	120	100,0
El equipo es capaz de identificar y corregir errores en el servicio interno de manera efectiva.	Totalmente en desacuerdo	5	4,2
	En desacuerdo	11	9,2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	25	20,8
	De acuerdo	35	29,2
	Totalmente de acuerdo	44	36,7
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Confiabilidad, los resultados evidencian una percepción dividida por parte de los encuestados. En cuanto a la capacidad del equipo para identificar y

corregir errores internamente, la valoración es positiva, con un 36.7% que está totalmente de acuerdo y un 29.2% de acuerdo, lo que refleja confianza en la reacción técnica ante fallas. Asimismo, el 42.5% de los participantes considera que recibe respuestas consistentes y precisas al solicitar información, lo que refuerza la idea de un servicio informado y estructurado. Sin embargo, se observa una señal de alerta en relación con el cumplimiento de los compromisos de la agencia hacia sus empleados, ya que el 27.5% está totalmente en desacuerdo y el 31.7% mantiene una postura neutral, lo que podría reflejar desconfianza o incertidumbre en aspectos internos como beneficios, estabilidad o promesas institucionales. En conjunto, se puede inferir que, aunque la agencia muestra eficiencia en la atención técnica y en la respuesta al usuario, existen aspectos internos que afectan la percepción de confiabilidad desde la perspectiva del personal, especialmente en lo que respecta al cumplimiento de compromisos laborales.

Tabla 14

Resultados de la dimensión Empatía

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
La agencia ofrece soluciones personalizadas para los problemas y necesidades internas.	Totalmente en desacuerdo	3	2,5
	En desacuerdo	3	2,5
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	32	26,7
	De acuerdo	30	25,0
	Totalmente de acuerdo	52	43,3
	Total	120	100,0
Los trabajadores muestran interés en comprender las preocupaciones y necesidades de los clientes.	Totalmente en desacuerdo	3	2,5
	En desacuerdo	26	21,7
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	38	31,7
	De acuerdo	44	36,7
	Totalmente de acuerdo	9	7,5
	Total	120	100,0
El equipo de trabajo es capaz de identificar correctamente las necesidades de los clientes.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	11	9,2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	12,5

De acuerdo	41	34,2
Totalmente de acuerdo	53	44,2
Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Empatía, los resultados reflejan una percepción positiva respecto a la atención personalizada y la sensibilidad del equipo ante las necesidades internas y de los clientes. Un 43.3% de los encuestados está totalmente de acuerdo y un 25% de acuerdo en que la agencia ofrece soluciones personalizadas a los problemas internos, lo cual sugiere una gestión orientada al trato individualizado. Además, el 44.2% afirma estar totalmente de acuerdo y el 34.2% de acuerdo en que el equipo de trabajo identifica correctamente las necesidades de los clientes, destacando una fuerte capacidad de interpretación y respuesta. No obstante, cuando se trata del interés del personal en comprender las preocupaciones de los clientes, aunque un 36.7% se muestra de acuerdo, también hay un 21.7% en desacuerdo y un 31.7% que se mantiene en una posición neutral. Esto podría indicar que, aunque hay esfuerzos, aún existen áreas de mejora en la empatía activa y en la calidad del vínculo interpersonal con el cliente. En conjunto, la agencia demuestra fortalezas importantes en la personalización del servicio y en el reconocimiento de necesidades, aunque convendría reforzar la comunicación empática directa del personal con los usuarios.

Tabla 15

Resultados de la dimensión Capacidad de respuesta

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
El personal responde a las solicitudes en el tiempo oportuno.	Totalmente en desacuerdo	10	8,3
	En desacuerdo	16	13,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	24	20,0
	De acuerdo	37	30,8

	Totalmente de acuerdo	33	27,5
	Total	120	100,0
El personal está dispuesto a adaptar su trabajo para cumplir con solicitudes especiales.	Totalmente en desacuerdo	1	,8
	En desacuerdo	10	8,3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	37	30,8
	De acuerdo	50	41,7
	Totalmente de acuerdo	22	18,3
	Total	120	100,0
El equipo se muestra receptivo ante cambios o ajustes solicitados.	Totalmente en desacuerdo	3	2,5
	En desacuerdo	6	5,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	19,2
	De acuerdo	50	41,7
	Totalmente de acuerdo	38	31,7
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Capacidad de Respuesta, los resultados reflejan una percepción favorable respecto a la disposición del personal para atender solicitudes y adaptarse a las necesidades cambiantes. Un 30.8% de los encuestados está de acuerdo y un 27.5% totalmente de acuerdo en que el personal responde a las solicitudes en el tiempo oportuno, aunque también destaca que un 20% se mantiene neutral y cerca de un 21.6% muestra alguna forma de desacuerdo, lo que sugiere que existen oportunidades de mejora en la eficiencia de la respuesta. Por otro lado, un 41.7% está de acuerdo y un 18.3% totalmente de acuerdo en que el personal se adapta para cumplir con solicitudes especiales, evidenciando flexibilidad laboral. Asimismo, un 41.7% está de acuerdo y un 31.7% totalmente de acuerdo en que el equipo se muestra receptivo ante cambios o ajustes solicitados, lo que consolida la imagen de un equipo abierto a modificaciones en su rutina de trabajo. En conjunto, los resultados muestran una actitud proactiva y adaptable por parte del personal, aunque se sugiere fortalecer los mecanismos que garanticen una respuesta más oportuna y uniforme para todos los casos.

Tabla 16*Resultados de la dimensión Seguridad*

Ítems		Frecuencia	Porcentaje
Los trabajadores están capacitados para informar y guiar a los pasajeros en todas las áreas relacionadas con el viaje.	Totalmente en desacuerdo	5	4,2
	En desacuerdo	5	4,2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	45	37,5
	De acuerdo	32	26,7
	Totalmente de acuerdo	33	27,5
	Total	120	100,0
Los trabajadores laboran en equipo para proporcionar la mejor atención posible.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	5	4,2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	45	37,5
	De acuerdo	42	35,0
	Totalmente de acuerdo	28	23,3
	Total	120	100,0
Los trabajadores supervisan el programa durante todo el circuito turístico.	Totalmente en desacuerdo	0	0,0
	En desacuerdo	11	9,2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	39	32,5
	De acuerdo	38	31,7
	Totalmente de acuerdo	32	26,7
	Total	120	100,0

Nota. Encuesta 2025.

Interpretación:

En la dimensión Seguridad, los resultados muestran una percepción dividida entre los encuestados. El 27.5% está totalmente de acuerdo y el 26.7% de acuerdo en que los trabajadores están capacitados para informar y guiar a los pasajeros en todas las áreas relacionadas con el viaje; sin embargo, un 37.5% se mantiene neutral, lo que indica incertidumbre o falta de una opinión definida. Respecto al trabajo en equipo para proporcionar la mejor atención, un 23.3% está totalmente de acuerdo y un 35% de acuerdo, aunque nuevamente un 37.5% permanece neutral. Finalmente, en cuanto a la supervisión del programa durante todo el circuito turístico, el 26.7% está totalmente de acuerdo y el 31.7% de acuerdo, mientras que un 32.5% se mantiene en posición neutral y

un 9.2% en desacuerdo. Hay una proporción significativa de encuestados que no tienen una opinión clara, lo que podría apuntar a la necesidad de reforzar la comunicación y capacitación para mejorar la confianza en estos aspectos.

4.2 Análisis inferencial

Tabla 17

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk			Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión administrativa	,935	120	,010	,758	128	,097
Calidad del servicio interno	,976	120	,000	,699	128	,111

Interpretación

Según la tabla 17, a través del Gl (tamaño de muestra) es de 120, donde se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov^a. Donde las significancias de las variables son mayores a P valor (0.05) afirmando que son resultados paramétricos y de esta manera se aplicó la correlación de Pearson para la contrastación de hipótesis.

Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández-Sampieri y Mendoza (2018).

- **Contrastación de la Hipótesis general**

HG: La Gestión Administrativa se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

H0: La planeación no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Tabla 18

Correlación de la hipótesis general

		Gestión administrativa	Calidad del servicio interno
Gestión administrativa	Correlación de Pearson	1	,580**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	120	120
Calidad del servicio interno	Correlación de Pearson	,580**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	120	120

Nota. Software estadístico SPSS.

Interpretación:

Teniendo en cuenta la hipótesis planteada se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno. Esta relación se ve reflejada por la correlación de Pearson con un valor de 0,580 siendo una correlación positiva moderada. Por ello, se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna.

- **Contrastación de la Hipótesis específica N° 1**

HE1: La planeación se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Ho1: La planeación no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Tabla 19

Correlación de la hipótesis específica N° 1

		Planeación	Calidad del servicio interno
Planeación	Correlación de Pearson	1	,768**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	120	120
Calidad del servicio interno	Correlación de Pearson	,768**	1
	Sig. (bilateral)	,000	

- **Contrastación de la Hipótesis específica N° 3**

HE3: La dirección se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Ho3: La dirección no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Tabla 21

Correlación de la hipótesis específica N° 3

		Dirección	Calidad del servicio interno
Dirección	Correlación de Pearson	1	,859**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	120	120
Calidad del servicio interno	Correlación de Pearson	,859**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	120	120

Nota. Software estadístico SPSS.

Interpretación:

Teniendo en cuenta la hipótesis planteada se concluye que existe relación entre la dirección y la calidad del servicio interno. Esta relación se ve reflejada por la correlación de Pearson con un valor de 0,859 siendo una correlación positiva muy alta. Por ello, se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna.

- **Contrastación de la Hipótesis específica N°4**

H4: El control se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Ho4: El control no se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa.

Tabla 22*Correlación de la hipótesis específica N°4*

		Control	Calidad del servicio interno
Control	Correlación de Pearson	1	,830**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	120	120
Calidad del servicio interno	Correlación de Pearson	,830**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	120	120

Nota. Software estadístico SPSS.**Interpretación:**

Teniendo en cuenta la hipótesis planteada se concluye que existe relación entre el control y la calidad del servicio interno. Esta relación se ve reflejada por la correlación de Pearson con un valor de 0,830 siendo una correlación positiva muy alta. Por ello, se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna.

CAPÍTULO V DISCUSIÓN

Según la hipótesis general, la Gestión Administrativa se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de la correlación de Pearson de 0.580 se demuestra una relación positiva moderada entre las variables. Comparando con la investigación de Baldeón (2021), concluye que el coeficiente de correlación de Spearman tiene un valor de 0.694, este valor confirma que hay una correlación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de atención en la empresa JBP SAC, Huancayo, 2021. Se coincide con los hallazgos obtenidos del autor y de la presente investigación, los cuales respaldan la estrecha relación existente entre la gestión administrativa y la calidad del servicio, tanto en el contexto de SEDAPAL como en el sector de agencias de turismo. Estos resultados refuerzan la importancia de una administración eficiente y estratégica para optimizar los procesos operativos, garantizar un servicio de alto nivel y satisfacer las expectativas de los usuarios. Una adecuada gestión administrativa no solo fortalece la estructura organizacional, sino que también se convierte en un pilar fundamental para el crecimiento y la competitividad en distintos sectores.

También en la hipótesis específica 1, la planeación se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de la correlación de Pearson de 0.768 se demuestra una relación positiva muy alta entre la dimensión de la planeación y la variable de la calidad del servicio interno. Donde según la investigación de Muñoz (2022), concluyendo por medio de un coeficiente de correlación de 0.717 (0.000) entre la percepción de la gestión administrativa y la

organización dentro del sistema cooperativo, determinando una relación positiva entre las variables. Asimismo, se hallaron coeficientes de correlación de 0.706 (0.000), 0.695 (0.000), 0.686 (0.000) y 0.714 (0.000) entre las dimensiones de planificación, organización, dirección y control con la variable de organización en el sistema cooperativo, respectivamente. Coincidiendo con los hallazgos obtenidos y la del autor, evidenciando que la gestión administrativa, específicamente en su dimensión de planeación, mantiene una estrecha relación con la calidad del servicio y el sistema cooperativo, tanto en el ámbito de una cooperativa como en las agencias de turismo. Estos resultados subrayan la importancia de una planificación estratégica efectiva como eje fundamental para optimizar la operatividad, mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la sostenibilidad del sistema cooperativo. Una gestión administrativa bien estructurada no solo impulsa la eficiencia organizativa, sino que también contribuye significativamente al desarrollo y competitividad en estos sectores clave.

De acuerdo a la hipótesis específica 2, la organización se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de la correlación de Pearson de 0.765 se demuestra una relación positiva muy alta entre la dimensión de la organización y la variable de la calidad del servicio interno. Comparando con la investigación de Reátegui (2021), concluyendo que la gestión administrativa tiene una relación significativa con la satisfacción laboral en la Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) – Tocache – 2021. Además, las dimensiones de planeación, organización, dirección y control presentan un grado de relación significativo. Concordando con los resultados obtenidos y la del autor, los cuales demuestran que la gestión administrativa, particularmente en su dimensión de organización, guarda una estrecha relación con la calidad del servicio y la satisfacción laboral, tanto en el ámbito de la UGEL como en las agencias turísticas. Estos resultados resaltan la importancia de una estructura organizativa eficiente como pilar fundamental para optimizar los procesos internos, garantizar un

servicio de alta calidad y promover un ambiente laboral favorable. Una gestión organizativa bien implementada no solo mejora el desempeño institucional, sino que también impacta positivamente en la motivación y productividad del personal, consolidando así el éxito y sostenibilidad de las entidades evaluadas.

Al respecto de la hipótesis específica 3, la dirección se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de la correlación de Pearson de 0.859 se demuestra una relación positiva muy alta entre la dimensión de la dirección y la variable de la calidad del servicio interno. Según la investigación de Orozco (2023), concluyendo por medio de sus resultados del Chi-cuadrado de Pearson $X^2 = 12.00$, donde el valor obtenido en la investigación es de $X^2 = 8.34$. Esto indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, sugiriendo que la gestión administrativa contribuye a mejorar la calidad de los servicios del Sindicato de Choferes del Cantón Penípe. Concordando con la investigación del autor y los resultados obtenidos, los cuales evidencian que la gestión administrativa, en su dimensión de dirección, guarda una estrecha relación con la calidad del servicio tanto en el ámbito de los sindicatos de choferes como en las agencias de turismo. Estos resultados resaltan la importancia de un liderazgo sólido y una dirección estratégica eficiente para optimizar la prestación de servicios, garantizando estándares más altos de atención y operatividad. Una gestión directiva eficaz no solo fortalece la estructura organizativa, sino que también impacta positivamente en la experiencia de los usuarios, promoviendo un entorno más dinámico y orientado a la excelencia.

Y, por último, la hipótesis específica 4, el control se relaciona con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de la correlación de Pearson de 0.830 se demuestra una relación positiva muy alta entre la dimensión del control y la variable de la calidad del servicio interno. Demostrando en la investigación de Acosta (2022), concluyendo con una correlación de Spearman de 0,902

demuestra una correlación casi perfecta, donde la gestión administrativa tiene un impacto en la calidad del servicio en los cementerios municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato. Concordando con la investigación del autor y los resultados obtenidos, los cuales demuestran que la gestión administrativa, específicamente en su dimensión de control, mantiene una relación significativa con la calidad del servicio en el ámbito del GAD Municipal de Ambato y las agencias de turismo. Estos hallazgos resaltan la importancia de implementar mecanismos efectivos de supervisión y evaluación para optimizar los procesos administrativos y garantizar un servicio eficiente. Un control riguroso y bien estructurado no solo mejora la operatividad de las instituciones, sino que también contribuye al cumplimiento de estándares de calidad, asegurando la satisfacción de los usuarios y la mejora continua en la prestación de servicios.

CONCLUSIONES

1. Se determinó la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de un coeficiente de Pearson de 0.580, afirmando una correlación positiva y una significancia de 0.000 indicando que es menor a P valor (0.05) demostrando que se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna, confirmando si existe una relación significativa entre la gestión administrativa con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo.
2. Se evidenció la relación entre la planeación y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de un coeficiente de Pearson de 0.768, afirmando una correlación positiva y una significancia de 0.000 indicando que es menor a P valor (0.05) demostrando que se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna, confirmando que si existe una relación significativa entre la planeación con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo.
3. Se identificó la relación entre la organización y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de un coeficiente de Pearson de 0.765, afirmando una correlación positiva y una significancia de 0.000 indicando que es menor a P valor (0.05) demostrando que se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna, confirmando que si existe una relación significativa entre la organización con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo.
4. Se estableció la relación entre la dirección y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de un coeficiente de Pearson de 0.859, afirmando una correlación positiva y una significancia de 0.000 indicando que es menor a P valor (0.05) demostrando que se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna, confirmando que si existe una relación significativa entre la dirección con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo.

5. Se determinó la relación entre el control y la calidad del servicio interno de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa. Por medio de un coeficiente de Pearson de 0.830, afirmando una correlación positiva y una significancia de 0.000 indicando que es menor a P valor (0.05) demostrando que se acepta la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis alterna, confirmando que si existe una relación significativa entre el control con la calidad del servicio interno de las agencias de turismo.

RECOMENDACIONES

1. Los gerentes de las agencias de turismo deben organizar las tareas mediante cronogramas y emplear formatos simples para reportes. Asimismo, es conveniente utilizar un formulario digital como el Google Forms para centralizar los requerimientos del personal. Esto no solo permitirá una gestión más dinámica y efectiva, sino que también mejorará la experiencia del usuario interno, proporcionando un servicio más ágil, preciso y satisfactorio.
2. Los gerentes de las agencias de turismo deben impulsar activamente la integración del equipo en el proceso de planificación, realizando reuniones breves para recordar los objetivos clave y ajustar la planificación según las necesidades reales del día a día donde el equipo identifique problemas y oportunidades de mejora, asegurando que continúe siendo relevante y efectivo.
3. Los gerentes de las agencias de turismo, deben revisar y ajustar las funciones de cada cargo para que las tareas asignadas coincidan con las habilidades de cada trabajador, definiendo responsabilidades claras y evitando duplicidades, lo que permite tener una estructura más ordenada y acorde con las necesidades reales de la agencia, optimizando los procesos y elevando la calidad del servicio interno.
4. Los gerentes de las agencias de turismo, deben involucrar a los colaboradores en algunas decisiones y reconocer las buenas prácticas que surjan del personal, acciones que mejoran la comunicación interna. Asimismo, brindar apoyo y acompañamiento directo, especialmente en situaciones complicadas con clientes o procesos internos que permitirá fortalecer la capacidad organizacional para ofrecer un servicio de calidad superior.
5. Los gerentes de las agencias de turismo, deben crear un registro simple de incidentes para identificar tendencias y corregir fallas antes de que afecten al cliente, Además establecer alianzas estratégicas con entidades clave como la cámara de comercio, DIRCETUR y PROMPERÚ para que el personal acceda a capacitaciones que fortalezcan su desempeño y ayuden a mantener la calidad del servicio interno.

REFERENCIAS

- Acosta, E., Palacios, C. y Armenta, J. (2023). Modelo SERVQUAL para evaluar la calidad en el servicio al cliente de empresa de autoservicio. *Revista de Investigación Académica sin Frontera*, 16(40), 1-27. <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/596/751>
- Acosta, K. (2022). *Gestión administrativa y la calidad del servicio en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato* [Tesis de posgrado, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35592/1/53%20ADP.pdf>
- Araujo, L., López, C. (2022). Estado del arte de los estudios del modelo SERVQUAL en la gestión pública. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 6364-6382. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3879
- Avello, R., Rodríguez, M., Rodríguez, P., Sosa, D., Companioni, B. y Rodríguez, R. (2019). ¿Por qué enunciar las limitaciones del estudio? *Revista Medisur*, 17(1), 10-12. <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v17n1/1727-897X-ms-17-01-10.pdf>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Editorial Patria. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales de consulta/Drogas de Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)
- Bajonero, M. (2020). *Gestión administrativa en la calidad de servicio de los clientes internos del Distrito Judicial Lima Norte, 2019* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41902/Bajonero_MI-SD.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Baldeon, P. (2021). *Gestión administrativa y calidad de servicio de la empresa JBP SAC, Huancayo - Junín, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio Institucional UAP. https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12990/10436/1/Tesis_Gesti%C3%B3nAdministrativa_Calidad.Servicio_Empresa%20JBP%20SAC._Huancayo_Jun%C3%ADn.pdf
- Baque, M., Cantos, M. y Baque, S. (2019). Planificación estratégica y gestión administrativa en microempresas. *Revista Cienciometría*, 5(9), 623-635. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7088768.pdf>

- Barzola, I., Flores, W., Daza, P., Flores, C., Flores, J. y Flores, A. (2023). Importancia de la planificación para mejorar la gestión administrativa en las empresas públicas de turismo, Ecuador. 2023. *Revista Ciencia Latina*, 7(1), 2707-2724. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4617>
- Berrios, K. y Ramírez, S. (2020). *Gestión administrativa y su influencia en la calidad de servicio de Seda Huánuco, periodo 2018* [Tesis de posgrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/5903/TEC00390B46.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calle, P. (2023). *Agencias de viajes estiman caída del 23% en sus ventas para el 2023, ¿por qué motivos?* Editorial Semana. <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/agencias-de-viajes-estiman-caida-del-23-en-sus-ventas-para-el-2023-por-que-motivos/202315/>
- Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Editorial Pearson Educación. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/64db843c11c52aaf913a5322feafd3d8.pdf>
- Carro, R. y González, D. (2012). *Administración de la calidad total*. Editorial Universidad Nacional de Mar del Plata. https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1614/1/09_administracion_calidad.pdf
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. Editorial McGraw Hill. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Collantes, A., Santa, M. y Nauca, E. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Revista Científica Epistemia*, 4(2), 1-10. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/1322/1250>
- Díaz, F. y Morillo, M. (2017). Cumplimiento de las promesas en el marco de la calidad del servicio de alojamiento turístico del estado Mérida, Venezuela. *Revista Tec Empresarial*, 11(2), 27-40. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-33592017000200027

- Fernández, A. (2000). *Calidad en las empresas de servicios*. Editorial Instituto de Fomento Regional. <https://www.idepa.es/documents/20147/94410/caliserv.pdf/c30d620a-5536-12ad-ec46-d19e3bbfb244?version=1.1>
- Fonseca, R. y Estela, A. (2016). La Calidad del Servicio Personalizado en la Gestión Hotelera. *Revista Gestión en el Tercer Milenio*, 11(38), 69-76. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/13790/12223>
- Hernández, H., Barrios, I. y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Revista Criterio Libre*, 16(28), 179-195. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/1621>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill. <https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Methodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n-Sampieri.pdf>
- Hernández, S. (2011). *Introducción a la administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia*. Editorial McGraw Hill. https://santic.cl/mt-content/uploads/2022/09/hernandez_introduccion_a_la_admin.pdf
- Indecopi. (2021). *El INDECOPI fiscaliza que agencias de viaje no capten clientes con métodos engañosos*. Portal Web Indecopi. <https://www.indecopi.gob.pe/-/el-indecopi-fiscaliza-que-agencias-de-viaje-no-captan-clientes-con-metodos-enganosos>
- Instituto Peruano de Economía. (2023). *Huánuco: Sector turismo registró una pérdida de 5 mil empleos desde el inicio de la pandemia*. Portal Web Instituto Peruano de Economía. <https://www.ipe.org.pe/portal/huanuco-sector-turismo-registro-una-perdida-de-5-mil-empleos-desde-el-inicio-de-la-pandemia/>
- Izquierdo, J. y Anastacio, C. (2021). Calidad de servicio en instituciones privadas y públicas: Revisión sistemática. *Revista Tzhoeco*, 12(2), 84-93. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/download/2002/2548/9064>
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. Editorial McGraw Hill. https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresaial_Koontz.pdf

- Larrarte, P. (2018). *Fundamentos de Administración*. Editorial Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425223.pdf>
- Lovato, S., Acosta, M. y Montesdeoca, M. (2018). La gestión administrativa del turismo sostenible en áreas marinas protegidas y la influencia de los grupos de interés. *Revista Espacios*, 39(44), 1-10. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p21.pdf>
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios personal, tecnología y estrategias*. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- Marco, F. (2016). *Gestión y Administración en las organizaciones*. Editorial Universidad Nacional Arturo Jauretche. <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>
- Mejía, D. (2023). *Gestión administrativa y la calidad del servicio en el GAD Municipal de Pangua en el periodo 2019-2023* [Tesis de posgrado, Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/9973/1/MUTC-001410.pdf>
- Mendoza, J. (2023). *Agencias de viaje ilegales: recomendaciones para evitar ser víctima de fraude*. Diario Gestión. <https://gestion.pe/peru/agencias-de-viaje-ilegales-recomendaciones-para-evitar-ser-victima-de-fraude-viajes-ilegales-estafa-noticia/>
- Miranda, M., Romero, M., Chiriboga, P. y Tapia, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística Rancho Los Emilio's. Alausí. *Revista Dominio de las ciencias*, 7(4), 1430-1446. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8383980.pdf>
- Mosquera, G. y Martínez, L. (2018). *Calidad de servicio*. Editorial Instituto Superior de Investigación y Desarrollo. <https://www.benjaminfranklinsg.com/wp-content/uploads/2020/11/LibroCalidadServicio.pdf>
- Muñoz, A. (2022). *Gestión administrativa y la organización al sistema cooperativo en la Cooperativa Ahorro y Crédito Ancascocha, Ayacucho, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <https://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14257/4233/Mu%c3%b1oz%20Luj%c3%a1n%2c%20Alvaro%20Atilio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Narváez, E., Reinoso, C. y Castro, J. (2020). Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. *593 revista Digital Publisher CEIT*, 5(3), 191-204. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.3.238>
- Nueva Ley General de Turismo N.º 32392. (2025, 27 de junio). Congreso de la República. Diario oficial El Peruano, 27/06/2025. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/8382524/6972419-ley-n-32392.pdf?v=1752845125>
- Orozco, J. (2023). *La gestión administrativa en la calidad de servicios en el sindicato de choferes del cantón Penípe* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador]. Repositorio Institucional UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10893/1/Orozco%20Veloz%2c%20J.%20%282023%29%20La%20gesti%c3%b3n%20administrativa%20en%20la%20calidad%20de%20servicios%20en%20el%20Sindicato%20de%20Choferes%20de%20cant%c3%b3n%20Penipe.pdf>
- Paredes, A. y Rivera, W. (2020). *Propuesta de gestión administrativa para la mejora de la calidad de servicio de la Mype Tiendas Sandoval Huancayo Metropolitano 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio Institucional. https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6046/T010_72497_150_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peña, D., Sánchez, M. y Sancan, L. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Revista Recimundo*, 6(1), 120-131. <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/download/1626/2085/>
- Pérez, W., Serrano, J., Colcha, R. y Moreno, M. (2022). Gestión Administrativa y Calidad de Servicio de Acuerdo a la Normativa Legal. *Revista Polo del Conocimiento*, 7(2), 1077-1088. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8354894>
- Reátegui, D. (2021). *La gestión administrativa y la satisfacción laboral en la Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) – Tocache – 2021* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <https://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3416/Re%c3%a1tegui%20Castillo%2c%20Deyvi%20Jaqueline.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reyna, R. (2024). Estructura organizacional y la Gestión administrativa en el servicio de suministro de energía eléctrica en el Perú, 2019. *Revista Ciencia y Tecnología*, 20(1), 75-87. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/5861>

- Rivera, A., Rojas, L., Ramírez, F. y Álvarez, T. (2005). La comunicación como herramienta de gestión organizacional. *Revista Negotium*, 1(2), 32-48. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>
- Rizzo, J. (2022). *La gestión administrativa y la calidad de servicio en los usuarios del Hospital básico del cantón Baba perteneciente al Ecuador en el año 2021* [Tesis de posgrado, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/6544/Jordy%20Gabriel%20Rizzo%20Vargas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romaní, G. (2021). Análisis de la motivación y productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente en entidades financieras de la ciudad de Puno. *Revista UNAMBA*, 2(1), 60-68. <https://revistas.unamba.edu.pe/index.php/micaela/article/view/61>
- Saavedra, J. y Delgado, J. (2020). Satisfacción laboral en la gestión administrativa. *Revista Ciencia Latina*, 4(2), 1510-1523. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/176>
- Sarmiento, S. y Paredes, M. (2019). Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública. *Revista Industrial Data*, 22(1), 95-112. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/16529/14189>
- Silva, I., Jiménez, W., Santamaría, E. y Villalba, R. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(2), 83-95. <https://www.redalyc.org/journal/280/28059953007/html/>
- Soledispa, X., Pionce, J. y Sierra, M. (2022). La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. *Revista Dominio de las Ciencias*, 8(1), 280-294. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383391.pdf>
- Stauffer, P. (2023). *Fuerte caída del turismo: las agencias hablan de un bajón de hasta el 90%*. Portal Web Puntal. <https://www.puntal.com.ar/turismo/fuerte-caida-del-turismo-las-agencias-hablan-un-bajon-el-90-n207963>
- Ulloa, M. (2012). Riesgos del Trabajo en el Sistema de Gestión de Calidad. *Revista Ingeniería Industrial*, 33(2), 100-111. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433580002.pdf>

Vilela, P., Govea, E. y Vilela, G. (2019). Importancia de los costos y el control en la gestión de la calidad de bienes y servicios. *Revista Científica Retos De La Ciencia*, 3(6), 104-116. <https://retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/269>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos

Anexo N°2: Cuestionario dirigido a los trabajadores

INSTRUCCIONES:

Estimado/a participante, agradecemos sinceramente tu colaboración en este cuestionario, que tiene como objetivo recopilar información valiosa para nuestro estudio de investigación titulado “Gestión administrativa y calidad del servicio de las agencias de turismo del Distrito de Rupa Rupa”. Tu participación es fundamental para comprender mejor la relación entre la Gestión Administrativa y la calidad del servicio en las agencias de turismo de nuestra región. Se garantiza la total confidencialidad de los datos del encuestado y de sus respuestas. Toda la información recopilada será manejada de manera anónima y se utilizará únicamente con fines académicos y de análisis estadístico. Por favor, responde con sinceridad cada pregunta, marcando la opción que mejor refleje tu opinión o experiencia.

CONSENTIMIENTO INFORMADO: está garantizando la confidencialidad y anonimato para evitar suspicacias de cualquier tipo, le rogamos, por tanto, que responda con la mayor sinceridad posible.

NO

GÉNERO: M () F ()

EDAD:

CARGO:

Lea cuidadosamente las siguientes preguntas y conteste con sinceridad, elija una sola opción marcando con un (x) aspa. De acuerdo a las siguientes escalas:

1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
TD	D	NI	A	TA

VARIABLE: GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Dimensión 1: Planeación

1	Considera usted que los objetivos establecidos por la agencia son claros y alcanzables, y proporcionan una dirección clara en sus tareas diarias.					
2	Considera usted que la planificación realizada por la agencia es adecuada para llevar a cabo las actividades administrativas.					
3	Considera usted que se realiza una adaptación oportuna del plan estratégico de la agencia de turismo en respuesta a cambios significativos en el entorno económico o del mercado.					

Dimensión 2: Organización					
4	Considera usted que los cargos y las funciones establecidas en la agencia de turismo son adecuados para facilitar la administración y las operaciones.				
5	Los materiales y equipos que le asigna la agencia le permiten prestar los servicios turísticos eficientemente.				
6	Considera usted que los materiales y equipos en la agencia de turismo se asignan de manera eficiente para maximizar su uso y obtener resultados óptimos.				
Dimensión 3: Dirección					
7	Considera usted que la comunicación interna entre la dirección y los empleados de la agencia de turismo es efectiva y clara.				
8	Considera usted que se comparten de manera oportuna y transparente información relevante sobre decisiones estratégicas y cambios organizacionales.				
9	Considera usted que el personal se siente escuchado y valorado por la dirección de la agencia de turismo.				
Dimensión 4: Control					
10	Considera usted que se cuenta con procedimientos claros y definidos para ofrecer un servicio de calidad.				
11	Considera usted que se brinda capacitación y entrenamiento adecuado al personal para mantener y mejorar el servicio ofrecido.				
12	Considera usted que la agencia de turismo tiene un sistema para detectar y reducir posibles problemas o incidentes.				
VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO INTERNO					
Dimensión 1: Elementos tangibles					
13	Sus ambientes son confortables, limpios y ordenados.				
14	El ambiente del servicio es visualmente atractivo, es fácil identificarlo, cuentan con teléfonos, celulares y sitios web.				
15	El personal atiende de manera eficiente y eficaz su requerimiento.				
Dimensión 2: Confiabilidad					
16	La agencia es confiable en cuanto al cumplimiento de sus compromisos con los empleados.				
17	Recibo respuestas consistentes y precisas cuando solicito información.				
18	El equipo es capaz de identificar y corregir errores en el servicio interno de manera efectiva.				

Dimensión 3: Empatía					
19	La agencia ofrece soluciones personalizadas para los problemas y necesidades internas.				
20	Los trabajadores muestran interés en comprender las preocupaciones y necesidades de los clientes.				
21	El equipo de trabajo es capaz de identificar correctamente las necesidades de los clientes.				
Dimensión 4: Capacidad de respuesta					
22	El personal responde a las solicitudes en el tiempo oportuno.				
23	El personal está dispuesto a adaptar su trabajo para cumplir con solicitudes especiales.				
24	El equipo se muestra receptivo ante cambios o ajustes solicitados.				
Dimensión 5: Seguridad					
25	Los trabajadores están capacitados para informar y guiar a los pasajeros en todas las áreas relacionadas con el viaje.				
26	Los trabajadores laboran en equipo para proporcionar la mejor atención posible.				
27	Los trabajadores supervisan el programa durante todo el circuito turístico.				

Muchas gracias por su colaboración

Ficha técnica

NOMBRE	:	Cuestionario de la gestión administrativa y la calidad del servicio interno.
AUTOR	:	Rojas Moreno, Mariyi Beatriz (2024).
OBJETIVO	:	Recolectar información sobre la variable gestión administrativa y calidad del servicio interno de acuerdo a sus dimensiones e indicadores.
UNIDADES DE ANÁLISIS	DE	Trabajadores que laboran en las 15 agencias de turismo ubicadas en el distrito de Rupa Rupa.
FORMA DE APLICACIÓN	DE	Personal
LUGAR DE APLICACIÓN	:	Distrito de Rupa Rupa, provincia de Leoncio Prado, departamento de Huánuco.

Descripción del instrumento.

El instrumento que se aplicará para la obtención de datos de la variable gestión administrativa, es un cuestionario compuesto de 27 ítems elaboradas por la investigadora, para medir la variable gestión administrativa se tiene 12 ítems que fueron formulados de acuerdo a sus 4 dimensiones: planeación, organización, dirección y control, el cuestionario será aplicado de manera personal. Para medir la variable calidad del servicio interno se tienen 15 ítems que fueron formulados de acuerdo a sus 5 dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, el cuestionario será aplicado de manera personal.

La muestra del presente estudio otorgará la valoración en una escala Likert de 5 puntos (donde 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4 = De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo) a cada uno de los ítems.

Incluye 5 variables demográficas, para saber el género, la agencia donde trabajan, la edad, el cargo que ocupan y los años de servicio, con opciones de respuesta nominales.

Validez

El cuestionario será evaluado por tres expertos para verificar su validez.

Confiabilidad

El cuestionario antes de su implementación será evaluado utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach para determinar su confiabilidad.

Anexo 3: Matriz de base de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
2	P2	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
3	P3	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
4	P4	Númérico	8	0	Considera uste...	Ninguno	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
5	P5	Númérico	8	0	Los materiales ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
6	P6	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
7	P7	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
8	P8	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
9	P9	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
10	P10	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
11	P11	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
12	P12	Númérico	8	0	Considera uste...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
13	P13	Númérico	8	0	Sus ambientes ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
14	P14	Númérico	8	0	El ambiente del...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
15	P15	Númérico	8	0	El personal atie...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
16	P16	Númérico	8	0	La agencia es ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
17	P17	Númérico	8	0	Recibo respues...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
18	P18	Númérico	8	0	El equipo es ca...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
19	P19	Númérico	8	0	La agencia ofre...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
20	P20	Númérico	8	0	Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
21	P21	Númérico	8	0	El equipo de tra...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
22	P22	Númérico	8	0	El personal res...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
23	P23	Númérico	8	0	El personal est...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
24	P24	Númérico	8	0	El equipo se m...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
25	P25	Númérico	8	0	Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
26	P26	Númérico	8	0	Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada
27	P27	Númérico	8	0	Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	≡ Derecha	⊕ Nominal	↩ Entrada

Anexo 4: Matriz de base de datos de las agencias de turismo

	Ruc	Razón Social	Nombre Comercial	Dirección	Ubigeo
1	20542547171	TINGO MARIA TRAVEL S.R.L	TINGO MARIA TRAVEL S.R.L.	AV. ALAMEDA PERÚ 568	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
2	20613159194	AGENCIA DE VIAJES TINKUS TOURS E.I.R.L.	AGENCIA DE VIAJES TINKUS TOURS	JR. AUCAYACU 130	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
3	20605384936	ENCUENTRO TOURS E.I.R.L.	ENCUENTRO TOURS	AV. ALAMEDA PERU 363	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
4	20609097737	CORPORACION GS SPORT SOCIEDAD ANONIMA	GS TOURS ADVENTURE	AV. ALAMEDA PERU 384	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
5	20611924918	TINGO MARIA PAL TOUR EIRL	TINGO MARIA PAL TOUR	AV. ALAMEDA PERU 455	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
6	20609770938	TRAVEL AND EXPLORE THE WORLD S.A.C.	VIAJA Y EXPLORA EL MUNDO	AV. ALAMEDA PERU 356	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
7	20609493730	INVERSIONES MHILUX E.I.R.L.	TINGO MARIA EXPEDITION	AV. ALAMEDA PERU 413	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
8	20602612938	Tingotours	TINGO TOURS	P.J. 9 DE OCTUBRE 111	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
9	20573185031	TINGO MARIA NUNASH TOURS E.I.R.L.	TINGO MARIA NUNASH TOURS	AV. ALAMEDA PERU 553	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
10	20602103600	YAKUMAMA HOSTEL Y RESTAURANT E.I.R.L.	MONO ADVENTURES	KM. 2.5 SANTA ROSA DE QUILI	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
11	20573024452	ESTUR ECOLOGY PERU E.I.R.L	ECOLOGY PERU-SUCURSAL	ALM. ALAMEDA PERU 562	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
12	20600460987	TINCCO TOURS TINGO MARIA E.I.R.L.	TINCCO TOURS	AV. VILLA PIÑA MZ"F", LT"7"	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
13	10468088407	PASTOR CACHA, MIGUEL ANGEL	SELVA PARADISE	AV. RAYMONDI 379	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
14	20603270089	TOURS TINGO MARIA EIRL	TOURS TINGO MARÍA	JR. LOS COLONOS LT 2 A	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA
15	20607425931	Turismo En Ruedas S.A.C	TURISMO EN RUEDAS	ALM. PERU 560 TINGO MARIA	HUÁNUCO/LEONCIO PRADO/RUPA-RUPA