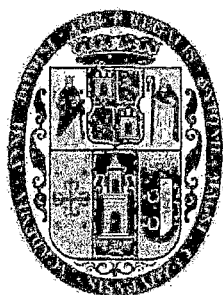


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



TESIS

**MODELO DE CALIDAD DE SERVICIOS Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA
EN LOS OPERADORES DE TURISMO DEL CENTRO RECEPTOR CUSCO
CASO: "LIMA TOURS S.A.C."**

TESIS PRESENTADO POR:

Br. Denize Luque Mamani

Br. Elein Karen Sosa Dueñas

Para optar al Título Profesional de:

LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN

ASESOR:

Mgt. Federico Moscoso Ojeda

TESIS AUSPICIADA POR EL CONSEJO DE INVESTIGACIÓN – UNSAAC

CUSCO – PERÚ

2013

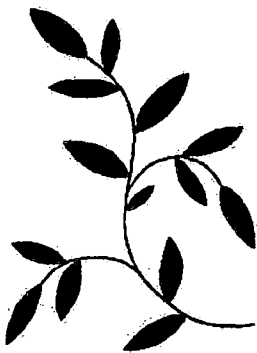
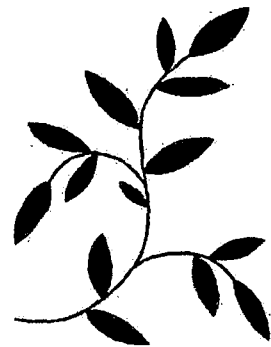
DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de existir y la fuerza de salir adelante a pesar de las dificultades de la vida.

A mis padres, que con su ejemplo han formando en mí una persona.

A mis hermanos Marvin y Kelvin que me inspiran a ser una mejor persona cada día.

Denize



*A mis padres
por su amor y constancia,
por su ejemplo y esfuerzo.*

*Ya que sin ellos no estaría presentando lo que significa
la culminación de la travesía como estudiante y el comienzo
del camino como
profesional dentro de toda mi vida....*

Elein

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero darle las gracias a nuestro asesor Mg. Federico Moscoso Ojeda por su ánimo en la tutoría de esta investigación. En segundo lugar quiero agradecer a mi compañera de trabajo, ya que en conjunto pudimos lograr que este trabajo de investigación se alcanzara de manera satisfactoria, pudiéndonos complementar muy bien como equipo de trabajo. Además quiero agradecer a mi familia, en especial a mis papás que a lo largo de toda mi vida de estudiante me han apoyado y estimulado continuamente. Nuevamente a todos muchas gracias.

Denize



*Agradezco a Dios por iluminar y guiar mi camino y realizar mis sueños,
A mi asesor de tesis el Mg. Federico Moscoso Ojeda por su
constante apoyo durante toda mi carrera
A toda mi familia en especial a mis padres y hermana que por su amor y
contribución logre terminar este trabajo
A mi enamorado y todas aquellas personas que de una u otra manera pusieron un
granito de arena para la feliz culminación de este trabajo que nos ha costado
sacrificio, tiempo y perseverancia.*

Elein

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento al reglamento de grados y títulos vigente de la carrera profesional de Ciencias Administrativas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación intitulado : “ **MODELO DE CALIDAD DE SERVICIOS Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LOS OPERADORES DE TURISMO DEL CENTRO RECEPTOR CUSCO CASO: LIMA TOURS S.A.C.**”, con la finalidad de optar el título profesional de licenciadas en administración.

En la actualidad los operadores de turismo constituyen uno de los canales más importantes en la comercialización de la oferta turística a nivel local, regional, nacional e internacional, incidiendo de manera directa el desplazamiento de turistas.

En este sentido ocupan un lugar estratégico en el desarrollo del sector turismo, ya que se dedican en forma exclusiva a satisfacer las necesidades de los turistas que desean conocer y disfrutar de nuestros atractivos turísticos, hecho que exige que tengan un conocimiento profesional de las diversas técnicas de operación, organización e intermediación de servicios. Así como un conocimiento detallado de lo que significa brindar servicios de calidad.

Un estudio específico acerca de la calidad de servicios que brindan el operador de turismo LIMA TOURS S.A.C. en nuestra ciudad del Cusco ha sido realizado en la presente investigación, con los conocimientos adquiridos durante los estudios universitarios, el esfuerzo de un largo período de investigación y el conocimiento de la problemática del turismo.

Las Tesistas.

INDICE

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

DISEÑO METODOLÓGICO

	PAG
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. IDENTIFICACIÓN O ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	3
1.2.2. PROBLEMA ESPECÍFICO.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	3
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO.....	3
1.4. HIPÓTESIS.....	4
1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	4
1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA.....	4
1.5. VARIABLES.....	4
1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	4
1.7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.7.1. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.7.1.1. ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	6
1.7.1.2. TEMPORALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.7.1.3. UNIDAD DE ANÁLISIS.....	6
1.7.1.4. UNIDAD DE OBSERVACIÓN.....	6
1.7.2. LIMITACIONES.....	7
1.7.2.1. TEÓRICAS.....	7
1.7.2.2. METODOLÓGICAS.....	7
1.7.2.3. PRÁCTICAS.....	7
1.8. JUSTIFICACIÓN.....	7

1.8.1. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	7
1.8.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	7
1.9. METODOLOGÍA.....	8
1.9.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.9.1.1. EN CUANTO A SU FINALIDAD:	8
1.9.1.2. EN CUANTO AL TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:	8
1.9.1.3. SEGÚN SU PROLONGACIÓN EN EL TIEMPO:	8
1.9.1.4. SEGÚN EL ÉNFASIS EN LA NATURALEZA DEL MANEJO DE LOS DATOS:	8
1.9.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	9
1.9.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.10. OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	9
1.10.1. DE FUENTES PRIMARIAS.....	9
1.10.1.1. MÉTODO PROBABILÍSTICO.....	9
A. POBLACIÓN.....	9
B. MUESTRA.....	9
1.10.1.2. MÉTODO NO PROBABILÍSTICO.....	11
A. POR JUICIO DE EXPERTO.....	11
B. POR CONVENIENCIA.....	11
1.10.2. DE FUENTES SECUNDARIAS.....	12
1.11. TÉCNICAS.....	12
1.11.1. ENTREVISTAS.....	12
1.11.2. OBSERVACIÓN DIRECTA.....	12
1.11.3. ENCUESTA.....	12
1.12. HERRAMIENTAS.....	12
1.12.1. GUÍA DE ENTREVISTA.....	12
1.12.2. GUÍA DE REGISTRO DE OBSERVACIÓN.....	13
1.12.3. CUESTIONARIO.....	13
1.13. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	14

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y REFERENCIAL

2.1. ESTADO DEL ARTE.....	15
2.2. MARCO TEÓRICO.....	18
2.2.1. GESTIÓN DE LA CALIDAD.....	18
2.2.1.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN.....	18
2.2.1.2. APORTACIONES A LA CALIDAD.....	18
2.2.2. TRILOGÍA DE JURAN.....	19
2.2.2.1. PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD.....	19
2.2.2.2. CONTROL DE LA CALIDAD.....	20
2.2.2.3. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD.....	20
2.2.3. MODELO DE CALIDAD DE SERVICIO.....	20
2.2.3.1. FASES DEL MODELO DE CALIDAD.....	22
A. FASE 1: PLANIFICACIÓN DEL C.A.C.....	22
B. FASE 2: EVALUACIÓN INTEGRAL.....	23
C. FASE 3: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE LOS PLANES.....	27
D. FASE 4: IMPLEMENTACIÓN.....	31
E. FASE 5: SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN.....	32
2.2.4. DIMENSIONES DE LA CALIDAD.....	34
2.2.5. METODOLOGÍA EPI (EXPECTATIVAS, PERCEPCIÓN, IMPORTANCIA).....	36
2.2.6. CUESTIONARIO EPI.....	39
2.2.7. LA CALIDAD Y EL TURISMO.....	40
2.2.8. SERVICIOS TURÍSTICOS.....	42
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	44
2.3.1. MODELO.....	44
2.3.2. CALIDAD.....	44
2.3.3. SERVICIO.....	45
2.3.4. CALIDAD DEL SERVICIO.....	45
2.3.5. SERVICIOS TURÍSTICOS.....	45
2.3.6. GESTIÓN DE LA CALIDAD.....	45

2.3.7.	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	46
2.3.8.	EXPECTATIVAS DEL CLIENTE.....	46
2.3.9.	PERCEPCIONES DEL CLIENTE.....	46
2.3.10.	NIVEL DE IMPORTANCIA.....	46
2.3.11.	EL TURISTA.....	47
2.3.12.	EL TURISMO.....	47
2.3.13.	TURISMO RECEPTOR.....	47
2.3.14.	OPERADOR DE TURISMO.....	47
2.3.15.	CENTRO TURÍSTICO.....	48
2.3.16.	AMBIENTE ORGANIZACIONAL.....	48
2.3.17.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	48
2.4.	MARCO REFERENCIAL.....	48
2.4.1.	EL TURISMO INTERNACIONAL.....	48
2.4.1.1.	MERCADOS RECEPTORES.....	49
2.4.1.2.	MERCADOS EMISORES.....	51
2.4.2.	EL TURISMO EN EL PERÚ.....	53
2.4.2.1.	LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES.....	53
2.4.2.2.	GENERACIÓN DE DIVISAS.....	54
2.4.2.3.	AFLUENCIA DEL TURISMO SEGÚN LUGAR DE ORIGEN.....	56
2.4.2.4.	LOS DESTINOS MÁS VISITADOS DEL PERÚ.....	57
2.4.3.	EL TURISMO EN EL CUSCO.....	58
2.4.3.1.	ORIGEN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL CUSCO.....	58
2.4.3.2.	PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	60
2.4.3.3.	FLUJOS TURÍSTICOS HACIA EL CUSCO.....	63
2.4.3.4.	IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL CUSCO.....	65

CAPITULO III
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1.	AMBIENTE EXTERNO.....	67
3.1.1.	AMBIENTE GENERAL.....	67
3.1.1.1.	CONDICIONES TECNOLÓGICAS.....	67
3.1.1.2.	CONDICIONES POLÍTICAS.....	68

3.1.1.3.	CONDICIONES LEGALES.....	68
3.1.1.4.	CONDICIONES SOCIO-DEMOGRÁFICAS.....	70
3.1.1.5.	CONDICIONES CULTURALES.....	71
3.1.1.6.	CONDICIONES ECOLÓGICO- AMBIENTALES.....	72
3.1.1.7.	CONDICIONES ECONÓMICAS.....	72
3.1.2.	AMBIENTE DE TAREA.....	74
3.1.2.1.	PROVEEDORES.....	74
3.1.2.2.	CLIENTES.....	75
3.1.2.3.	COMPETIDORES.....	76
3.1.2.4.	ENTIDADES REGULADORAS.....	78
3.2.	AMBIENTE INTERNO: ANÁLISIS SITUACIONAL CASO LIMA TOURS	
S.A.C.	80
3.2.1.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	80
3.2.1.1.	DATOS GENERALES.....	80
3.2.1.2.	RESEÑA HISTÓRICA.....	80
3.2.2.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	81
3.2.2.1.	MISIÓN.....	81
3.2.2.2.	VISIÓN.....	81
3.2.2.3.	POLÍTICAS.....	81
3.2.3.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.....	82
3.2.3.1.	DESCRIPCIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS.....	82
A.	GERENCIA DE SUCURSAL CUSCO.....	82
B.	CONTABILIDAD.....	83
C.	RESERVAS.....	83
D.	OPERACIONES.....	84
E.	COORDINACIÓN.....	84
F.	BOLETAJE	85
G.	PROGRAMACIÓN.....	85
H.	VENTAS	86
3.2.4.	CAPITAL HUMANO DE LA EMPRESA.....	86
3.2.5.	DOCUMENTOS UTILIZADOS EN LA EMPRESA.....	86
3.2.5.1.	FILE.....	86
3.2.5.2.	BIBLIA.....	88

3.2.5.3.	ORDEN DE RESERVAS.....	89
3.2.5.4.	VOUCHER.....	89
3.2.5.5.	ORDEN DE EXCURSIÓN O TOUR.....	90
3.2.6.	SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA.....	90
3.2.6.1.	SERVICIOS ORGANIZADOS.....	90
3.2.6.2.	SERVICIOS SUELTOS.....	90
3.2.6.3.	SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA.....	90
3.2.6.4.	SERVICIOS TRADICIONALES EN EL CUSCO.....	91
A.	CITY TOUR.....	91
B.	VALLE SAGRADO DE LOS INCAS.....	91
C.	VALLE SUR.....	92
D.	MARAS MORAY.....	93
E.	MACHUPICCHU.....	93
3.2.7.	ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LIMA TOURS S.A.C...	94
3.2.8.	ANÁLISIS FODA.....	95
3.2.9.	MATRIZ FODA.....	97
3.2.10.	MATRIZEFI-EFE.....	99

CAPITULO IV

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 FUENTES PRIMARIAS.....	101
4.1.1 MÉTODO PROBABILÍSTICO.....	101
4.1.1.1 ENCUESTA A OPERADORES DE TURISMO.....	101
4.1.2 MÉTODO NO PROBABILÍSTICO.....	110
4.1.2.1 POR JUICIO DE EXPERTO:	110
4.1.2.2 POR CONVENIENCIA: ENCUESTA A LOS TURISTAS.....	112
4.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	137
4.2.1 DOCUMENTOS ESCRITOS.....	137
4.2.2 DOCUMENTOS ESTADÍSTICOS.....	137
4.2.3 INTERNET.....	137

CAPITULO V
MODELO DE CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS
CASO LIMA TOURS S.A.C.

5.1. FUNDAMENTO.....	138
5.2. OBJETIVO.....	139
5.3. DESARROLLO.....	139
5.3.1. FASE 1: PLANIFICACIÓN DEL C.A.C.....	139
5.3.2. FASE 2: EVALUACIÓN INTEGRAL.....	141
5.3.2.1. PLANIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	141
5.3.2.2. EJECUCIÓN DE LA EVALUACIÓN INTEGRAL.....	144
5.3.2.3. REVISIÓN GERENCIAL.....	144
5.3.2.4. RECOMENDACIONES.....	144
5.3.3. FASE 3: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PLANES.....	145
5.3.3.1. DOCUMENTACIÓN DEL MODELO DE CALIDAD.....	145
A. METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DOCUMENTAL DEL MODELO.....	145
B. DISEÑO DEL SISTEMA DOCUMENTAL.....	145
5.3.3.2. PLAN DE TRABAJO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO.....	146
A. LISTA DE RESPONSABLES DEL C.A.C.....	146
B. ACTIVIDADES.....	146
C. RECURSOS.....	148
D. CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	148
5.3.3.3. PLAN DE COMUNICACIONES.....	149
5.3.4. FASE 4: IMPLEMENTACIÓN.....	150
5.3.5. FASE 5: SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN.....	150

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo que ponemos a vuestra consideración es la investigación intitulada “ **MODELO DE CALIDAD DE SERVICIOS Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LOS OPERADORES DE TURISMO DEL CENTRO RECEPTOR CUSCO CASO: LIMA TOURS S.A.C.**”

El turismo es una de las actividades económicas que ha cobrado mayor impulso en el Perú en los últimos años y hoy en día, sin lugar a dudas, ocupa uno de los primeros lugares en el rubro de servicios. Esta situación además de constituir un reto obliga al sector a contar cada vez más con recursos humanos que brinden servicios con altos estándares de calidad, que mejoren la competitividad y cumplan las expectativas del cliente – turista.

La calidad se entiende como una opción empresarial, que quiere establecer y asegurar el nivel de prestación de los servicios que satisfaga las expectativas de los clientes. De este modo un trabajo de investigación en este campo contribuirá a servir de apoyo de lectura a los estudiantes de la facultad de Ciencias Administrativas y Turismo así también para todos los interesados.

El presente trabajo de investigación consta de cinco capítulos y están organizados de la siguiente manera.

CAPITULO I. Comprende el Diseño Metodológico de la investigación, formulación del problema, objetivos, hipótesis, variables, justificación, metodología, obtención de la información, técnicas, herramientas y matriz de consistencia.

CAPITULO II. En este capítulo están considerados, el Marco Teórico, Conceptual y Referencial en el cual trata de las teorías de calidad relacionados al tema de investigación.

CAPITULO III. Muestra el Diagnóstico de la Situación Actual del operador de turismo LIMA TOURS S.A.C. y la calidad de servicios turísticos que brinda dicho operador de la ciudad del Cusco. Este diagnóstico permite la identificación del nivel de satisfacción del turista y calidad de servicio que brinda el operador de turismo en la ciudad del Cusco, con el que se puede elaborar la matriz FODA.

CAPITULO IV. En este capítulo se realiza el análisis e interpretación de las encuestas dirigidas tanto a los operadores de turismo del Centro Receptor Cusco, así como a los turistas de LIMA TOURS S.A.C. Esto constituye el cuerpo principal de nuestra investigación, en el cual no sólo nos limitamos a presentar los hallazgos obtenidos, sino también hacemos un análisis de los mismos.

CAPITULO V. Finalmente en este capítulo se presenta una propuesta de un Modelo de Calidad en la prestación de servicios turísticos y satisfacción del turista para LIMA TOURS S.A.C. en el centro receptor Cusco. Dicho modelo contiene 5 fases: planificación del comité de administración de la calidad, evaluación integral, diseño y elaboración de planes, implementación y finalmente seguimiento y verificación.

DENIZE LUQUE MAMANI
ELEIN KAREN SOSA DUEÑAS

INDICE DE CUADROS

	PAG
✚ CUADRO N°01 PRINCIPALES INVOLUCRADOS EN LA IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE CALIDAD.....	23
✚ CUADRO N°02 MEDIDAS POTENCIALES DE LA METODOLOGÍA EPI.....	39
✚ CUADRO N°03 LOS 10 PAÍSES RECEPTORES MÁS IMPORTANTES.....	50
✚ CUADRO N°04 INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL.....	50
✚ CUADRO N°05 ARRIBO DE TURISTAS INTERNACIONALES A NIVEL MUNDIAL.	51
✚ CUADRO N°06 LOS 10 PAÍSES QUE MÁS GASTAN EN TURISMO INTERNAC...	52
✚ CUADRO N°07 ARRIBO DE TURISTAS POR PAÍSES.....	53
✚ CUADRO N°08 PERÚ: LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES	54
✚ CUADRO N°09 PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS GENERADORES DE DIVISAS EN EL PERÚ 2006 -2012.....	54
✚ CUADRO N°10 PERÚ: INGRESOS MONETARIOS DEL TURISMO RECEPTOR 1991- 2012.....	55
✚ CUADRO N°11 PERÚ: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA PERMANENTE 2008 – 2012.....	56
✚ CUADRO N°12 LOS 15 PRIMEROS PAÍSES GENERADORES DE VISITAS HACIA EL PERÚ.....	57
✚ CUADRO N°13 DESTINOS MÁS VISITADOS DEL PERÚ.....	58
✚ CUADRO N°14 CUSCO: TURISMO RECEPTOR 1992-2012.....	64
✚ CUADRO N°15 CUSCO: P.B.I. EN MILES DE NUEVOS SOLES.....	66
✚ CUADRO N°16 CUSCO: PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DEL P.B.I. POR SECTORES.....	66
✚ CUADRO N°17 CUSCO: POBLACIÓN PROYECTADA POR PROVINCIA 2012.....	71
✚ CUADRO N°18 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR CATEGORÍA INSCRITAS EN LA DIRCETUR.....	74
✚ CUADRO N°19 RESTAURANTES POR CATEGORÍA INSCRITAS EN LA DIRCETUR.....	75
✚ CUADRO N°20 AGENCIAS DE VIAJE POR ESPECIALIDAD INSCRITAS EN LA DIRCETUR.....	76
✚ CUADRO N°21 LISTADO DE OPERADORES DE TURISMO COMPETIDORES	77

✚ CUADRO N°22 ¿QUÉ SIGNIFICA CALIDAD PARA USTED?.....	101
✚ CUADRO N°23 ¿REALIZAN UNA ADECUADA PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD	102
✚ CUADRO N°24 LOS OBJETIVOS DE VUESTRO OPERADOR DE TURISMO ESTÁN ORIENTADOS HACIA:.....	103
✚ CUADRO N°25 ¿EFECTÚAN UN CONTROL MINUCIOSO DE LA CALIDAD?.....	104
✚ CUADRO N°26 ¿QUÉ TÉCNICAS UTILIZAN PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD?.....	105
✚ CUADRO N°27 ¿CUENTA VUESTRO OPERADOR DE TURISMO CON PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD?.....	106
✚ CUADRO N°28 ¿CONSIDERA USTED QUE LOS PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ESTÁN SIENDO APLICADOS DE MANERA EFICIENTE EN VUESTRO OPERADOR DE TURISMO?.....	107
✚ CUADRO N°29 SEGÚN SU PERCEPCIÓN, LOS TURISTAS ATENDIDOS POR VUESTRO OPERADOR ESTÁN:.....	108
✚ CUADRO N°30 SEGÚN SU PERCEPCIÓN ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA EL TURISTA LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS?.....	109
✚ CUADRO N°31 NACIONALIDAD.....	113
✚ CUADRO N°32 GÉNERO.....	114
✚ CUADRO N°33 ESTADO CIVIL.....	115
✚ CUADRO N°34 EDAD.....	116
✚ CUADRO N°35 GRADO DE INSTRUCCIÓN.....	117
✚ CUADRO N°36 OCUPACIÓN.....	118

INDICE DE GRÁFICOS

✚	GRÁFICO N°01 MERCADOS RECEPTORES.....	49
✚	GRÁFICO N°02 PERÚ: INGRESOS MONETARIOS DEL TURISMO RECEPTOR	55
✚	GRÁFICO N°03 CUSCO: TURISMO RECEPTOR 1992-2012.....	63
✚	GRÁFICO N°04 CUSCO: P.B.I. EN MILES DE NUEVOS SOLES.....	65
✚	GRÁFICO N°05 PORCENTAJE DEL PBI REGIONAL POR SECTORES CUSCO 2012.....	73
✚	GRÁFICO N°06 TOTAL DE PASAJEROS ATENDIDOS POR LIMA TOURS S.A.C	75
✚	GRÁFICO N°07 DISTRIBUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO POR ESPECIALIDAD INSCRITAS EN LA DIRCETUR (%) 2011.....	76
✚	GRÁFICO N°08 ¿QUÉ SIGNIFICA CALIDAD PARA USTED?.....	101
✚	GRÁFICO N°09 ¿REALIZAN UNA ADECUADA PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD?.....	102
✚	GRÁFICO N°10 LOS OBJETIVOS DE VUESTRO OPERADOR DE TURISMO ESTÁN ORIENTADOS HACIA:.....	103
✚	GRÁFICO N°11 ¿EFECTÚAN UN CONTROL MINUCIOSO DE LA CALIDAD?.....	104
✚	GRÁFICO N°12 ¿QUÉ TÉCNICAS UTILIZAN PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD?.....	105
✚	GRÁFICO N°13 ¿CUENTA VUESTRO OPERADOR DE TURISMO CON PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD?.....	106
✚	GRÁFICO N°14 ¿CONSIDERA USTED QUE LOS PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ESTÁN SIENDO APLICADOS DE MANERA EFICIENTE EN VUESTRO OPERADOR DE TURISMO?.....	107
✚	GRÁFICO N°15 SEGÚN SU PERCEPCIÓN, LOS TURISTAS ATENDIDOS POR VUESTRO OPERADOR ESTÁN:.....	108
✚	GRÁFICO N°16 SEGÚN SU PERCEPCIÓN ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA EL TURISTA LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS?.....	109
✚	GRÁFICO N°17 NACIONALIDAD.....	113
✚	GRÁFICO N°18 GENERO.....	114

#	GRÁFICO N°19 ESTADO CIVIL.....	115
#	GRÁFICO N°20 EDAD.....	116
#	GRÁFICO N°21 GRADO DE INSTRUCCIÓN.....	117
#	GRÁFICO N°22 OCUPACIÓN.....	118
#	GRÁFICO N°23 P.7.APARIENCIA Y ATUENDO DE GUÍAS, TRASLADISTAS Y CONDUCTORES.....	119
#	GRÁFICO N°24 P.8. USO Y DISEÑO DE LA PÁGINA WEB Y FOLLETOS DE LA AGENCIA.....	120
#	GRÁFICO N°25 P.9. PRECISIÓN EN LA INFORMACIÓN QUE LIMA TOURS S.A.C. LE BRINDA SOBRE LAS CONDICIONES DEL SERVICIO.....	121
#	GRÁFICO N°26 P.10. CUMPLIMIENTO DE LOS ITINERARIOS PROGRAMADOS	122
#	GRÁFICO N°27 P.11. PRONTITUD EN EL SERVICIO DE LOS GUÍAS, TRASLADISTAS.....	123
#	GRÁFICO N°28 P.12. DISPOSICIÓN DE LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS A RESPONDER SUS INQUIETUDES.....	124
#	GRÁFICO N°29 P.13. EL COMPORTAMIENTO DE LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS LE TRANSMITE CONFIANZA.....	125
#	GRÁFICO N°30 P.14. LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS MUESTRAN PROFESIONALISMO EN SU TRABAJO.....	126
#	GRÁFICO N°31 P.15. ATENCIÓN PERSONALIZADA EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LIMA TOURS S.A.C.....	127
#	GRÁFICO N°32 P.16. AMABILIDAD DE LOS GUÍAS, TRASLADISTAS.....	128

INDICE DE IMÁGENES

#	IMAGEN N°01 CITY TOUR CUSCO.....	91
#	IMAGEN N°02 CIRCUITO VALLE SAGRADO DE LOS INCA.....	92
#	IMAGEN N°03 CIRCUITO VALLE SUR.....	92
#	IMAGEN N°04 CIRCUITO MARAS MORAY.....	93
#	IMAGEN N°05 CIRCUITO MACHUPICCHU.....	93

LISTA DE ANEXOS

- # ANEXO N° 01 ENCUESTA PILOTO A OPERADORES DE TURISMO**
- # ANEXO N° 02 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA PILOTO APLICADA A OPERADORES DE TURISMO**
- # ANEXO N° 03 CUESTIONARIO EPI A TURISTAS**
- # ANEXO N° 04 EPI SURVEY TO TOURISTS**
- # ANEXO N° 05 ENCUESTA A OPERADORES DE TURISMO**
- # ANEXO N° 06 GUÍA DE REGISTRO DE OBSERVACIÓN**
- # ANEXO N° 07 GUÍA DE ENTREVISTA A LA RESPONSABLE DEL ÁREA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DIRCETUR-CUSCO**
- # ANEXO N° 08 MANUAL DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA**
- # ANEXO N° 09 MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES**
- # ANEXO N° 10 FICHA DE LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO LIMA TOURS S.A.C.**
- # ANEXO N° 11 CUADRO DE CONTROL DE EVALUACIÓN MENSUAL DE DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES EN LA ENTREGA DE CALIDAD EN EL SERVICIO**
- # ANEXO N° 12 LISTA DE OPERADORES DE TURISMO SEGÚN DIRCETUR- CUSCO**

CAPÍTULO I

DISEÑO METODOLÓGICO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. IDENTIFICACIÓN O ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Nos encontramos en un escenario económico donde los mercados se encuentran cada vez más saturados, los consumidores son más exigentes y la competencia es creciente. Uno de los sectores con mayor actividad durante los últimos años en el Cusco, es la correspondiente al turismo. Ello incluye a las agencias de viajes y turismo (minoristas, mayoristas y operadores de turismo), las cuales cumplen un rol fundamental y cuyas actividades están orientadas a la atención de visitantes de diferentes partes del mundo.

Ahora más que nunca, las agencias de viajes y turismo y en especial los operadores de turismo, buscan fórmulas para satisfacer plenamente a sus clientes y evitar que éstos queden a merced de la competencia. En este sentido, la calidad de los servicios se transforma en un elemento clave para lograr la satisfacción del turista. En la actualidad los operadores de turismo, por un lado, vienen atravesando con una serie de deficiencias entre las que se encuentran: personal carente de capacitación, inadecuada atención por parte de guías y trasladistas, incumplimiento de los horarios, inadecuada elección de proveedores de servicios, deficiente evaluación de las actividades, diseño y uso deficiente de herramientas de medición de la satisfacción del turista. Por otro lado, los operadores de turismo del centro receptor Cusco en su mayoría no tienen disposición para implementar procesos de mejora en sus servicios. Debido a muchos factores no poseen una cultura de calidad ni preocupación en satisfacer plenamente al turista tal es el caso de Lima Tours S.A.C. que tiene los similares problemas así los servicios no son percibidos como eficientes o de calidad.

De seguir en esta situación, los operadores de turismo podrían enfrentar problemas más serios. El no planificar adecuadamente las actividades y operaciones ocasiona que cada uno vaya por su rumbo sin saber las metas que se quieren alcanzar como organización. Asimismo, la carencia de capacitaciones repercute directamente en la calidad de atención al turista, generando constantes reclamos y quejas. Una inadecuada elección de proveedores de servicio origina problemas en cuanto a transporte, equipos de aventura, servicios de alimentación y hospedaje (vehículos inadecuados, equipos en malas condiciones, deficiente servicio por parte de los conductores, alimentos en malas condiciones, habitaciones y servicios de hospedaje inadecuados). El retraso en los itinerarios produce además de insatisfacción en el turista, pérdidas económicas al mismo operador e inconvenientes en la programación y ejecución del tour. La utilización no frecuente de los reportes y el diseño de los mismos centralizado en medir sólo percepciones, no permite contar con datos relevantes y útiles para los operadores de turismo para así tomar medidas correctivas y elaborar planes de mejoramiento. El no controlar el desempeño y actividades del personal incrementa la posibilidad de errores y la magnitud de éstos en el proceso de prestación del servicio pudiendo llegar a ser sancionados con multas, llegando al cierre temporal de las operaciones en caso de ser reiterativo. La insatisfacción de los turistas que son atendidos por los operadores ocasiona diversas consecuencias negativas para las mismas empresas y en general para la imagen del Cusco como centro receptor.

La gestión de la calidad implica determinar qué se debe hacer y cómo mediante la planificación, control y mejoramiento de las actividades. Sin una adecuada gestión de la calidad las consecuencias negativas se incrementarán y su rango de afectación seguirá creciendo. En esta situación se requiere implementar procesos de mejora en los operadores de turismo enmarcados en una prestación de servicios de calidad con la finalidad de satisfacer al turista. En consecuencia, en la ejecución de la

presente investigación se pretende en primer lugar medir la satisfacción de los turistas que recibe Lima Tours S.A.C., mediante la metodología EPI. En segundo lugar, detectar los principales problemas de carácter administrativo y operativo al interior de Lima Tours S.A.C., analizando las actividades al interior de cada una de las áreas; con la finalidad de elaborar una propuesta de modelo de calidad basado en la gestión de la calidad desde el punto de vista de Joseph Juran. En este marco, la importancia de esta investigación reside en otorgar a Lima Tours S.A.C. un modelo de calidad que le permita optimizar y potenciar sus prestaciones en el nuevo escenario competitivo.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo diseñar un modelo de calidad de servicios para lograr la satisfacción del turista en los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C.?

1.2.2. PROBLEMA ESPECÍFICO

¿Cuál es la situación actual de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C. en relación con la satisfacción del turista?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de calidad de servicios para lograr la satisfacción del turista en los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C.

1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

Describir la situación actual de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C. en relación con la satisfacción del turista.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Para diseñar un modelo de calidad de servicios y lograr la satisfacción del turista se debería:

- Implementar proceso de la gestión de la calidad.
- Implementar la metodología EPI.

1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

La situación actual de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C. no contribuye de manera positiva a la satisfacción del turista.

1.5. VARIABLES

1.5.1. DE LA HIPÓTESIS GENERAL

V. INDEPENDIENTE X: Modelo de calidad de servicios.

V. DEPENDIENTE Y: Satisfacción del turista.

V. INTERVINIENTE Z: Gestión de la calidad.

V. INTERVINIENTE Z': Metodología EPI.

1.5.2. DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICA

V. INDEPENDIENTE X': Situación actual

V. DEPENDIENTE Y': Satisfacción del turista.

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

1.6.1. Para la Hipótesis General

Para diseñar un modelo de calidad de servicios y lograr la satisfacción del turista se debería:

- Implementar proceso de la gestión de la calidad.
- Implementar la metodología EPI.

Unidad de análisis: Operador de turismo "Lima Tours S.A.C."

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente X: Modelo de calidad de servicios	Proceso de mejora continua de la calidad	X ₁ Planificación del C.A.C. X ₂ Evaluación integral X ₃ Diseño y elaboración de planes X ₄ Implementación X ₅ Seguimiento y verificación.
Variable dependiente Y: Satisfacción del turista	Elementos tangibles	Y ₁ Percepciones Y ₂ Expectativas Y ₃ Importancia
	Elementos intangibles	Y ₁ Percepciones Y ₂ Expectativas Y ₃ Importancia

1.6.2. Para la Hipótesis Específica

La situación actual de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C. no contribuye de manera positiva a la satisfacción del turista.

Unidad de análisis: Operador de turismo "Lima Tours S.A.C."

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente X': Situación actual	Diagnóstico situacional	X' ₁ Análisis del ambiente externo X' ₂ Análisis del ambiente interno
Variable dependiente Y': Satisfacción del turista	Elementos tangibles	Y ₁ Percepciones Y ₂ Expectativas Y ₃ Importancia
	Elementos intangibles	Y ₁ Percepciones Y ₂ Expectativas Y ₃ Importancia

1.7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1.1. ÁMBITO GEOGRÁFICO: Centro Receptor Cusco
(Región Cusco)

1.7.1.2. TEMPORALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN: Se realizó
desde enero 2012 hasta agosto 2013.

1.7.1.3. UNIDAD DE ANÁLISIS: La investigación se centró en
los operadores de turismo del centro receptor Cusco, y
en específico a "Lima Tours S.A.C."

1.7.1.4. UNIDAD DE OBSERVACIÓN:

Modelo de Calidad

- ✓ Planificación del Comité de Adm. de la Calidad
- ✓ Evaluación integral
- ✓ Diseño y elaboración de planes
- ✓ Implementación
- ✓ Seguimiento y verificación

Satisfacción del turista

- ✓ Percepciones
- ✓ Expectativas
- ✓ Importancia

Gestión de la Calidad

- ✓ Planificación de la calidad
- ✓ Control de la calidad
- ✓ Mejoramiento de la calidad

Metodología EPI

- ✓ Brecha entre realización y evaluación
- ✓ Rating de anticipación
- ✓ Rating de desempeño
- ✓ Rating de calidad

Situación actual

- ✓ Análisis del ambiente externo.
- ✓ Análisis del ambiente interno.

1.7.2. LIMITACIONES

1.7.2.1. TEÓRICAS: A pesar de que existen investigaciones sobre calidad de los servicios anteriores a la presente; no se encontraron investigaciones en relación a modelos de calidad en los operadores de turismo del centro receptor Cusco.

1.7.2.2. METODOLÓGICAS: Puesto que no existe una metodología aplicada a los operadores de turismo para la adopción de un modelo de calidad con características adaptables a su funcionamiento.

1.7.2.3. PRÁCTICAS: Una de las mayores limitantes fue la obtención de la información ya que algunos de los trabajadores de la empresa se rehusaron a brindar información detallada.

1.8. JUSTIFICACIÓN

1.8.1. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA: El presente estudio se justifica por cuanto se busca formular un modelo de calidad de servicios en los operadores de turismo del centro receptor Cusco: caso Lima Tours S.A.C.

1.8.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA: La presente investigación pretende que su aplicación contribuya a la optimización de las actividades de Lima Tours S.A.C., haciéndose extensiva la posibilidad de mejora hacia los operadores de turismo del centro receptor Cusco.

1.9.METODOLOGÍA

1.9.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.9.1.1. EN CUANTO A SU FINALIDAD: APLICADA

La investigación se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella se deriven.

1.9.1.2. EN CUANTO AL TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: NO EXPERIMENTAL.

La investigación acopia datos sin tratar de introducir tratamientos nuevos ni cambios; se hacen observaciones o mediciones acerca de estados, circunstancias, conductas o características existentes.

1.9.1.3. SEGÚN SU PROLONGACIÓN EN EL TIEMPO: TRANSVERSAL

Puesto que la investigación ha sido realizada en un segmento de tiempo durante el año a fin de medir o caracterizar la situación en ese tiempo específico.

1.9.1.4. SEGÚN EL ÉNFASIS EN LA NATURALEZA DEL MANEJO DE LOS DATOS: MIXTA

Debido a que se ha realizado una recopilación y posterior análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para lograr una perspectiva más precisa del fenómeno objeto de estudio. Al realizar el diagnóstico situacional de Lima Tours S.A.C. se analiza una realidad objetiva (recursos materiales, personas) y una subjetiva (interacciones y experiencias) lo cual implica la utilización de ambos tipos de investigación.

1.9.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación corresponde al nivel **tecnológico - descriptivo** debido a que tiene la finalidad de buscar un método de aplicación eficaz aprovechando el conocimiento teórico científico productode la investigación básica (descriptiva) y organizar reglas técnicas cuya aplicación posibilita cambios en la realidad de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C.

1.9.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación por su naturaleza, exige utilizar el método **hipotético - deductivo**, puesto que la investigación parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.

1.10. OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.10.1. DE FUENTES PRIMARIAS

1.10.1.1. MÉTODO PROBABILÍSTICO

A. POBLACIÓN

Debido a la naturaleza del estudio se tomó en cuenta a los **Operadores de Turismo del Centro Receptor Cusco**. Según los datos estadísticos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cusco – DIRCETUR, éstas ascienden a **824** operadores de turismo, al mes de diciembre del 2011.

B. MUESTRA

Para identificar esta muestra se realizó una encuesta piloto a 20 representantes de los Operadores de turismo del Centro Receptor Cusco, obteniendo el elemento favorable

(p), el elemento desfavorable (q), así como el error muestral y el número de muestra para la investigación.

Determinando el error muestral¹:

$$E = \sqrt{\frac{N - n_p}{N - 1}} \sqrt{\frac{pq}{n_p}}$$

$$N = 824$$

$$E = \sqrt{\frac{824 - 20}{824 - 1}} \sqrt{\frac{(0.7)(0.3)}{20}}$$

$$p = 70\%$$

$$E = 0.1012797$$

$$q = 30\%$$

$$n_p = 20$$

Dónde:

N = 824; Población.

p = 70%; Es la proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir. (Evento favorable a medir).

q = 30%; Es la proporción de la población que no tiene la característica de interés para la medición. (Evento desfavorable a medir).

n_p = Número de encuestas piloto

E = 0.1012797; Máximo error posible, y presenta que tan precisos sean los resultados.

Determinando la muestra:

Para determinar la muestra se consideró una población de 824 operadores de turismo. Habiendo obtenido los datos precedentes y considerando una población finita;

¹ANDERSON, Daniel R., *et al.*, *Estadística para Administración y Economía*, 7ma edición, México, Thomson Editores S.A., 1999, pág. 274

obteniendo el número de la muestra; con un grado de confianza de 95%, con una desviación estándar de 1.96.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.7)(0.3)(824)}{(0.1012797)^2 (824 - 1) + (1.96)^2 (0.7)(0.3)}$$
$$n = 71.875338$$
$$n = 72$$

Dónde:

p = 70%; Es la proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir. (Evento favorable a medir)

q = 30%; Es la proporción de la población que no tiene la característica de interés para la medición. (Evento desfavorable a medir)

N = 824; Población

n = 72; Tamaño de la muestra

Z = 95%; Nivel de confianza, tomada de la tabla normal estandarizada (Z = 1.96)

E = 0.1012797; Máximo error posible, y presenta que tan precisos sean los resultados.

1.10.1.2. MÉTODO NO PROBABILÍSTICO

A. POR JUICIO DE EXPERTO: Realizada en DIRCETUR a la responsable del área de servicios turísticos.

B. POR CONVENIENCIA: Para lo cual se tomó en cuenta a los turistas extranjeros y/o nacionales que visitaron el Cusco y que fueron atendidos por Lima Tours S.A.C. durante la primera semana de noviembre del 2012. La

cantidad de turistas atendidos en esa semana fue de
187.

1.10.2. DE FUENTES SECUNDARIAS

Para esta investigación se utilizaron también todos los medios impresos que se encuentren a nuestra disposición, tales como: libros, manuales, artículos, publicaciones, dispositivos legales, entre otros.

1.11. TÉCNICAS

1.11.1. ENTREVISTAS: Se realizó en forma directa a la funcionaria de la principal entidad ligada al turismo DIRCETUR- CUSCO, de acuerdo a una guía de entrevista previamente elaborada.

1.11.2. OBSERVACIÓN DIRECTA: Esta técnica nos permitió observar la operatividad organizada al interior de Lima Tours S.A.C., para verificar el funcionamiento de cómo se está aplicando la calidad.

1.11.3. ENCUESTA: Se utilizó para investigar mediante preguntas adecuadamente formuladas a los sujetos de materia de investigación. Por un lado a los turistas extranjeros y/o nacionales que recibió Lima Tours S.A.C. y por otro lado a los operadores de turismo del centro receptor Cusco.

1.12. HERRAMIENTAS

1.12.1. GUÍA DE ENTREVISTA: Se llevó a cabo para recolectar información que fue útil en el análisis y elaboración del diagnóstico.

1.12.2. GUÍA DE REGISTRO DE OBSERVACIÓN: Es a través de la observación que algunos hechos pudieron ser analizados desde una nueva visión, por medio de la descripción de su funcionamiento, el relato de las secuencias y el análisis posterior del proceso.

1.12.3. CUESTIONARIO: Está formado por un conjunto de preguntas que están redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa.

1.13. MATRIZ DE CONSISTENCIA: MODELO DE CALIDAD DE SERVICIOS Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LOS OPERADORES DE TURISMO DEL CENTRO RECEPTOR CUSCO: CASO LIMA TOURS S.A.C.					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
PROBLEMA GENERAL ¿Cómo diseñar un modelo de calidad de servicios para lograr la satisfacción del turista en los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C.?	OBJETIVO GENERAL Diseñar un modelo de calidad de servicios para lograr la satisfacción del turista en los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C.	HIPOTESIS GENERAL Para diseñar un modelo de calidad de servicios y lograr la satisfacción del turista se debería: - Implementar proceso de la gestión de la calidad. - Implementar la metodología EPI.	VARIABLE INDEPENDIENTE X Modelo de calidad de servicios	Proceso de mejora continua de la calidad	X ₁ Planificación del comité de adm. de la calidad X ₂ Evaluación integral X ₃ Diseño y elaboración de planes X ₄ Implementación X ₅ Seguimiento y verificación
			VARIABLE DEPENDIENTE Y Satisfacción del turista	Elementos tangibles	Y ₁ Percepciones Y ₂ Expectativas Y ₃ Importancia
				Elementos intangibles	Y ₁ Percepciones Y ₂ Expectativas Y ₃ Importancia
			VARIABLE INTERVINIENTE Z Gestión de la calidad	Trilogía de la calidad	Z ₁ Planificación de la calidad Z ₂ Control de calidad Z ₃ Mejoramiento de la calidad
	VARIABLE INTERVINIENTE Z' Metodología EPI	Medición de la calidad	Z' ₁ Brecha entre realización y evaluación Z' ₂ Rating de anticipación Z' ₃ Rating de desempeño Z' ₄ Rating de calidad		
PROBLEMA ESPECÍFICO - ¿Cuál es la situación actual de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C. en relación con la satisfacción del turista?	OBJETIVO ESPECIFICO - Describir la situación actual de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C. en relación con la satisfacción del turista.	HIPOTESIS ESPECÍFICA La situación actual de los operadores de turismo del centro receptor Cusco caso: Lima Tours S.A.C. no contribuye de manera positiva a la satisfacción del turista.	VARIABLE INDEPENDIENTE X' Situación actual	Diagnóstico situacional	X' ₁ Análisis del ambiente externo X' ₂ Análisis del ambiente interno
			VARIABLE DEPENDIENTE Y' Satisfacción del turista	Elementos tangibles	Y' ₁ Percepciones Y' ₂ Expectativas Y' ₃ Importancia
				Elementos intangibles	Y' ₁ Percepciones Y' ₂ Expectativas Y' ₃ Importancia

ELABORACIÓN Y DISEÑO PROPIO.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y REFERENCIAL

2.1. ESTADO DEL ARTE

Para la elaboración del presente estudio se ha tomado en consideración otras investigaciones semejantes, las cuales se detallan a continuación:

2.1.1. MODELO DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS SEGMENTOS DE LA DEMANDA RECEPTIVA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DE LA REGIÓN DEL CUSCO.

Tesis elaborada por Jenny Ccacyahuilca Béjar, egresada de la carrera profesional de Ciencias Administrativas de la UNSAAC. Éste trabajo de investigación fue realizada el año 2006. A continuación se enumeran las conclusiones del estudio:

- a. A través del presente trabajo se ha identificado seis segmentos de actividad turística más frecuentes estos son:
 - i. Segmento cultural
 - ii. Segmento Místico
 - iii. Segmento Aventura
 - iv. Segmento Ecoturismo
 - v. Segmento de Salud o Descanso
 - vi. Segmento Eventos y Congresos
- b. El perfil del turista de acuerdo a los seis segmentos identificados varía notablemente en sus características.
- c. El nivel de calidad de los servicios turísticos que brindan las agencias de viajes y turismo de nuestra región del Cusco es de nivel básico-medio.
- d. Se ha identificado las expectativas de los turistas de acuerdo a los seis segmentos identificados, utilizando la escala de Likert.

- e. Elaboración de un modelo de estándares de calidad de servicio, utilizando la combinación de Blueprinting o planos de servicios con los diez elementos de expectativas del turista, el cual implica la identificación de:
- Áreas críticas como: Zona de visibilidad (Front office), zona de no visibilidad (Back office).
 - Identificación de focos de desviación y de acuerdo a éstas el desarrollo de, parámetros de calidad de servicio.
- f. La identificación de los parámetros de calidad de servicio en las actividades de los segmentos turísticos contribuirá a crear un material de monitoreo en sus respectivos paquetes turísticos a través de informes, reportes, etc., para las agencias de viajes y turismo de la región del Cusco.

2.1.2. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AYNÍ TOUR S.R.L.

Tesis elaborada por Yaqueline Ivonne Orbegoso Huancollucho, egresada de la carrera profesional de Ciencias Administrativas de la UNSAAC. Ésta trabajo de investigación fue realizada el año 2007. A continuación se enumeran las conclusiones del estudio:

- a. El recurso humano que entra a participar en la actividad turística de la agencia de viajes no cuenta con una capacitación. Así, según nuestro cuadro se observa que el 29% está capacitado (tiene experiencia) y el restante no tiene ninguna capacitación.
- b. Su cultura organizacional de la agencia es débil. Por eso, los diferentes niveles con que cuenta, tiene una forma diferente de actuar y comportarse y su interacción no va más allá de la empresa. No se motiva la socialización por parte de ningún directivo de la agencia de viajes. En ese entender, el 57% no representa el porcentaje adecuado para que la agencia de viajes pueda lograr sus objetivos.

- c. La agencia de Viajes y turismo Ayni Tours S.R.L., ofrece al turista los mismos servicios que son ofertados por otras agencias de viajes y turismo existentes en la ciudad del Cusco. Consiguientemente trabaja con un sector de mercado muy reducido.
- d. En virtud de que existe la necesidad de realizar nuevas actividades para salir del mercado saturado en el que se encuentra, el 100% del personal que labora en dicha agencia está de acuerdo a incrementar nuevas actividades en el servicio que ofrece al turista para lograr incrementar ingresos de la agencia de viajes.
- e. Para su competitividad de la agencia de viajes y turismo el 43% considera que es importante diversificar sus servicios para de esta manera mejorar la calidad de servicios.
- f. En cuanto a la capacitación de los trabajadores de la agencia de viajes, el 29% está de acuerdo. Aspecto que es importante subrayar.
- g. Existe desconocimiento sobre los estudios de mercados, por eso es que no existe una adecuada utilización de los segmentos de mercado a los que pueda dirigir sus servicios.
- h. De acuerdo a la investigación de mercado, el 74% de los turistas utiliza los servicios de las agencias de viajes y turismo y un 26% no utiliza. Teniendo esta información se podrá plantear estrategias para mejorar la calidad del servicio a fin de incrementar el número de usuarios.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. GESTIÓN DE LA CALIDAD

2.2.1.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN

La evolución del concepto "calidad en la administración" en el siglo XX fue muy dinámica. Se acomodó a la evolución de la conformación económica y, por ende, industrial, habiéndose desarrollado diversas teorías, conceptos y técnicas, hasta llegar a lo que hoy se conoce como calidad total.

Las teorías se desarrollaron principalmente en los países más avanzados y con tecnología, como Estados Unidos y Japón, siendo este último donde se inició la implantación en las empresas de la calidad total, su cultura, técnicas y herramientas.²

2.2.1.2. APORTACIONES A LA CALIDAD

DEMING	Vivió la evolución de la calidad en Japón y de esta experiencia desarrollo sus 14 puntos para que la administración lleve a la empresa a una posición de productividad. Se instituyó el premio Deming en 1983 y desarrolló las 7 enfermedades mortales.
CROSBY	Propuso el programa de 14 pasos llamado cero defectos. La calidad está basada en 4 principios. 1. La calidad es cumplir los requisitos. 2.- El sistema de calidad es la prevención. 3.- El estándar de realización es cero defectos y 4.- La medida de la calidad es el precio del incumplimiento.
FEIGEN- BAUM	Introdujo la frase control de calidad total. Su idea de calidad es que es un modo de vida corporativa, un modo de administrar una organización e involucra la puesta en marcha.

²NAVA Carbellido, Víctor Manuel; *¿Qué es Calidad? Conceptos, Gurús y Modelos Fundamentales*, 1ra. edición, México, Editorial Limusa S.A, 2005, págs. 16-17.

JURAN	La administración de calidad. Se basa en lo que llama la trilogía de Juran: planear, controlar y mejorar la calidad.
ISHIKAWA	Fue el primer autor que trato de destacar las diferencias entre los estilos de administración japonés y occidentales. Su hipótesis principal fue diferentes características culturales en ambas sociedades. Sus principales ideas se encuentran en su libro: Que es el control total de calidad.

2.2.2. TRILOGÍA DE JURAN

Joseph Juran nació en Rumania, en 1904, y emigró a Estados Unidos a los ocho años de edad. Estudió ingeniería eléctrica y leyes. Trabajo para la Western Electric y fue profesor en Nueva York University. Junto con Deming realizó la contribución teórica más importante para el desarrollo de la industria japonesa, y ambos recibieron la "Orden del Sagrado Tesoro" de manos del emperador de Japón.

Ha publicado gran cantidad de material con el tema de calidad; sin embargo, Juran en el "Liderazgo para la calidad", publicado en 1989, resume su conocimiento desarrollado en el área de la calidad y se basa en la llamada "Trilogía de Juran".

Para Joseph Juran, algunos de sus principios son su definición de la calidad de un producto como "adecuación al uso"; su "trilogía de la calidad", consiste en la planeación de la calidad, control de calidad y mejoramiento de la calidad; el concepto de "autocontrol" y la "secuencia universal de mejoramiento".

2.2.2.1. PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

En este proceso se determina quienes son los usuarios para definir las necesidades que deben cubrir las características del

producto, así como desarrollar procesos capaces de producir las características del producto y transferir los planes a las fuerzas operativas.

2.2.2.2. CONTROL DE LA CALIDAD

Se evalúa el comportamiento real del producto, y se compara con sus objetivos para actuar sobre la diferencia.

2.2.2.3. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD

Es la creación organizada de un cambio ventajoso; es decir, constituye un avance en la forma de administrar, que conlleva tres acciones:

- ✓ Establecer la infraestructura, o sea las actividades de los gerentes, patrocinadores y ayudantes de calidad.
- ✓ Identificar los proyectos de mejoramiento y establecer equipos para los proyectos.
- ✓ Proporcionar recursos a los equipos; formación y motivación para diagnosticar las causas, fomentar los remedios y establecer controles para conservar los beneficios.³

2.2.3. MODELO DE CALIDAD DE SERVICIO

Cuando una empresa está funcionando y decide implantar un modelo de calidad, es señal de que la empresa tiene el propósito de permanecer y crecer en el mercado, ser competitiva, proteger los intereses de los accionistas, cuidar la fuente de trabajo y mejorar la calidad de vida de su personal.

Implantar modelos de calidad tiene como objetivo principal que las empresas desarrollen sistemáticamente, productos, bienes y

³*Idem*

servicios de mejor calidad y cumplan con las necesidades y deseos de los clientes.

Se requiere de un modelo que una la misión de la empresa y el esfuerzo de cada área en una sinergia de resultados hacia la competitividad y la calidad de clase mundial. Un modelo de calidad con procesos y procedimientos ágiles y comprensibles para todos los involucrados, pasando por las 5 diferentes fases.

El objetivo del grupo de trabajo es implantar el modelo de calidad adecuado y aplicable a las características de la empresa de que se trate.

La base para diseñar e implantar un buen modelo de calidad es conocer profundamente las características y necesidades de la empresa que lo aplicará y los deseos y pretensiones de sus clientes actuales y potenciales. Es necesario que todos los elementos del modelo de calidad se estructuren en forma tal que permitan un control y aseguramiento de todos los procesos involucrados con la calidad.

El modelo de calidad consiste en reunir todas las actividades y funciones en forma tal que ninguna de ellas esté subordinada a las otras y que cada una se planee, controle y ejecute de un modo formal y sistemático. Se requiere ver la empresa, como un ente dinámico que se retroalimenta del interior y del exterior y que tiene interacciones e interdependencias con los diferentes actores relacionados con la empresa. (Proveedores, clientes, personal, etc.).

2.2.3.1. FASES DEL MODELO DE CALIDAD

A. FASE 1: PLANIFICACIÓN DEL COMITÉ DE ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD

La planeación es una etapa en la que se desarrollan todas las actividades relacionadas con la definición de tareas, responsables y cómo debe darse el proceso.

El modelo de calidad requiere en primer lugar definir los directivos que formarán parte de Comité de Administración de la Calidad el cual deberá coordinar, establecer y comunicar lo siguiente:

- Los objetivos y la política de calidad.
- La organización del modelo.
- La responsabilidad y jerarquía de cada puesto y persona.
- El nombramiento de los líderes de los procesos, hombres clave y supervisores técnicos.
- El programa de trabajo general de todos los involucrados.
- La implantación y seguimiento del modelo de calidad.
- Las correcciones y adecuaciones que se requieran.

Se debe decidir quiénes son los responsables dentro del Comité en todo el proceso desde el diseño hasta la implementación del Modelo de calidad. Dependiendo de la magnitud y complejidad de la empresa se deberá adaptar la estructura del Comité de Administración de la Calidad. Los directivos de alto nivel de la empresa deben ser los líderes de los procesos clave, los directivos de nivel medio los líderes de los procesos de apoyo y los hombres clave son los jefes de departamento y personal de confianza. Los supervisores técnicos son los expertos en modelos de calidad. Cada caso se deberá de adaptar a la estructura con la que funcione la empresa.

CUADRO N° 01
PRINCIPALES INVOLUCRADOS EN LA IMPLANTACIÓN DEL
MODELO DE CALIDAD

Estructura Modelo de Calidad		Estructura Funcional
Coordinador general	→	Director general
Líder de proceso clave o de apoyo	→	Directores, subdirectores, gerentes, altos ejecutivos
Hombres clave	→	Jefes de departamentos o similar
Supervisores técnicos	→	Expertos y auditores en calidad

B. FASE 2: EVALUACIÓN INTEGRAL

La definición de evaluación integral la podemos enmarcar de la siguiente manera: es una herramienta que permite evaluar de una manera integral, las áreas y los procesos de las empresas, con un criterio sistemático y un enfoque constructivo, que permite ser un instrumento de vigilancia y de promoción y apoyo, para coadyuvar a elevar los niveles de efectividad de las empresas.

Los beneficios se pueden identificar en forma específica en aquellas áreas del organismo que presentan niveles críticos y que afectan directamente la consecución de los objetivos generales de la empresa. Su adecuada aplicación permite evaluar de una manera integral:

- El grado y forma en que se cumplen los objetivos.
- Si son administrados con eficiencia y eficacia los programas y los recursos técnicos y materiales.
- La eficiencia del personal.
- Las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene la empresa.

Para realizar la evaluación integral se debe cumplir con las siguientes actividades:

a. Planificación de la Evaluación: Previamente a la ejecución de cada evaluación, es necesario una adecuada planeación de:

- **El Alcance de la Evaluación:** La revisión se puede hacer a un área o a grupos de áreas, a una dirección o a un conjunto de ellas, o al organismo en su totalidad, dependiendo de la problemática de cada empresa.

El tiempo de realización de una evaluación integral varía según la extensión y profundidad del trabajo a realizar.

El alcance estará en función de:

- La naturaleza, magnitud y complejidad de cada empresa.
- Sus fundamentos legales, objetivos, metas, programas, sistemas y controles.
- Su complejidad estructural y funcional.
- La dimensión y alcance de sus interrelaciones y operaciones internas y externas.
- El estado que guarde su entorno.
- Su cobertura geográfica.
- La disposición de los recursos necesarios para su realización.
- El tiempo necesario para su realización.
- Las facilidades que se tengan para la obtención de la información.
- Lo que espera obtener quien contrata la evaluación integral.

La evaluación integral debe ser flexible en su alcance, ya que depende de la cantidad de elementos y factores a estudiar, está condicionado a una serie de situaciones e intereses que determinaran su grado de profundidad y dimensión, el tiempo a utilizar y las actividades a realizar.

- **Aspectos a Evaluar:** Dentro de los aspectos a considerar están: personal, cliente, proveedores, procesos, tecnología, e información.
- **Responsables de la Evaluación:** Dependiendo de la magnitud de la evaluación, se forman equipos de trabajo. La cantidad de participantes en cada grupo de evaluación y sus actividades, se determina con base a las necesidades de cada proyecto.

La calidad de la evaluación depende en gran medida del profesionalismo, experiencia, capacidad y la idoneidad del personal experto que se contrate para diagnosticar cada una de las áreas.

La coordinación y participación de los expertos con los directivos de la organización es indispensable, ya que son estos los que conocen las fortalezas y debilidades de la empresa.

- **Técnicas de Apoyo:** Para obtener la información y comprobación necesarias y emitir una opinión de la empresa, se deben de usar algunos métodos de investigación, que permitan tener pruebas y evidencias de los hechos.

La elección de las técnicas o instrumentos de análisis obedecerá a la factibilidad de su aplicación, dependiendo de la actividad o giro de cada empresa en lo particular.

Entre las técnicas más utilizadas están las siguientes:

- ✓ Análisis de información documental.
- ✓ Entrevistas con directivos y responsables de áreas y procesos específicos.
- ✓ Observación directa de áreas de trabajo.
- ✓ Aplicación y análisis de cuestionarios.
- ✓ Análisis de estadísticas.
- ✓ Árbol de decisiones para el análisis lógico de problemas.

b. Ejecución de la Evaluación Integral: En esta etapa es donde se realiza la recolección de datos. Es necesario aclarar que las personas que realicen este proceso sean veraces y poco influenciadas, dado que es esencial que la información que se recoja sea la verdadera descripción de lo que sucede en la organización. El grupo de trabajo responsable puede identificar el personal a encuestar y notificarle el objetivo específico y alcance de la actividad a realizar, para lograr una buena colaboración e información.

c. Revisión Gerencial: Una vez procesada y analizada la información obtenida, el o los responsables deben emitir un informe sobre los resultados y deben presentarla a la Gerencia, para que ella establezca el estado de la organización y se vaya haciendo una idea del tiempo y los recursos que necesita para su implementación. El grupo de trabajo decide la forma de presentar la información a la Gerencia y prepara dicha presentación.

d. Recomendaciones: Una vez validado el informe por la Gerencia, es hora de presentar las recomendaciones, las cuales son el insumo esencial en la Etapa de Planeación. Es necesario que el grupo de trabajo redacte un informe adicional al presentado a Gerencia. En este informe se deben describir cuales son los procedimientos necesarios para que se logre ese 100% de cumplimiento.

C. FASE 3: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE LOS PLANES

En esta etapa se requiere de la elaboración de un conjunto de planes detallados y documentados que refleje las actividades que será necesario llevar a cabo para la implementación del modelo de calidad.

a. Documentación del Modelo de Calidad: La documentación es el soporte del modelo de calidad, pues en ella se plasman no sólo las formas de operar de la organización sino toda la información que permite el desarrollo de todos los procesos y la toma de decisiones.

- **Metodología para el Diseño Documental del Modelo:** La metodología para el diseño documental del modelo de calidad requiere de la determinación de las necesidades de documentación.

El objetivo de esta actividad es determinar los tipos de documentos que deben existir en la organización para garantizar que los procesos se lleven a cabo bajo condiciones controladas. Es muy importante aplicar el sentido común y decidir de acuerdo con las características de la organización en cuanto a tamaño, tipo de actividad que realiza, complejidad de los procesos y sus

interacciones, y la competencia del personal, la extensión de la documentación del modelo de calidad. No obstante lo anterior, se exige la existencia de los siguientes documentos:

- Declaraciones documentadas de una política de calidad y objetivos de la calidad.
 - Manual de calidad.
 - Manual de organización y funciones.
 - Informe de auditorías internas.
 - Control de reclamaciones.
- **Diseño del Sistema Documental:** El objetivo de esta etapa es establecer todos los elementos generales necesarios para la elaboración del sistema documental, e implica la ejecución de las siguientes actividades:
- o Definir la jerarquía de la documentación: Para realizar esta tarea se debe clasificar la documentación y definir su jerarquía utilizando un criterio único. Usualmente se utiliza el criterio de la pirámide, donde se ubica en el nivel más alto el manual de calidad, en el segundo nivel el manual de procedimientos y en el tercer nivel, los instructivos, registros, especificaciones y otros documentos.
 - o Definir autoridad y responsabilidad para la elaboración de la documentación a cada nivel: La elaboración de la documentación es una buena oportunidad de involucrar a todo el personal en el modelo de calidad, por lo que debe ser desplegada por toda la organización de acuerdo con los niveles jerárquicos establecidos en el paso anterior y la estructura organizativa existente.

- Determinar los procesos de la documentación
 - Planificación de la elaboración
 - Elaboración
 - Revisión
 - Aprobación
 - Reproducción
 - Distribución
 - Archivo
 - Modificación

b. Plan de Trabajo para la Implementación del Modelo

- **Definición de las Normas de Funcionamiento:** En esta primera actividad se hace una presentación formal del equipo de trabajo, se formalizan los roles y responsabilidades de cada uno de los integrantes, se informa el lugar de trabajo y los horarios, la metodología a seguir, los principios de comportamiento que rigen el proyecto, la asignación de labores, la adecuación de los recursos físicos y la obtención de los recursos requeridos.

- **Definición de Actividades:** En este paso se da inicio a la planeación específica del diseño para la definición de cada una de las actividades necesarias para llenar los vacíos, falencias o incongruencias evidenciadas en la etapa de evaluación integral. El grupo de trabajo define las fases para la implementación y seguimiento, describiendo en forma detallada y secuencial los pasos o actividades que se requiere para la ejecución de cada una de ellas. Lo anterior permitirá posteriormente la definición de los tiempos de ejecución, recursos necesarios, y documentos de entrada.

- **Asignación de Responsabilidades:** Para cada una de las actividades definidas, el grupo de trabajo establece en forma concertada el o los responsables de su ejecución, los cuales deben garantizar que la actividad se realice en la forma requerida y en el tiempo y condiciones de satisfacción previamente definidos, es decir, bajo los parámetros de ejecución planeados.
- **Definición de Recursos:** El grupo de trabajo debe definir para cada una de las actividades programadas, con el mayor grado de exactitud posible, los diferentes recursos que se requieren para su ejecución.
- **Cronograma de Trabajo:** Una vez establecidas las actividades y los responsables, el grupo de trabajo elabora un cronograma general donde se relaciona cada una de las actividades a realizar, teniendo en cuenta el orden de ejecución, el responsable y las fechas de iniciación y terminación. Adicionalmente, para cada uno de los responsables se elabora un cronograma individual, con iguales características que el general, que indica las actividades que están a su cargo.

c. Plan de Comunicaciones del Modelo de Calidad

Todo proceso organizacional requiere de procesos de comunicación, máxima cuando en la comunicación puede estar la diferencia sustancial entre el éxito o fracaso en el logro de los objetivos organizacionales, pues ella se constituye en la herramienta más poderosa de la organización para alinear y orientar todas las prácticas individuales y de equipo hacia el logro de una visión y objetivos comunes.

Existen diferentes medios de comunicación, formales e informales, directos e indirectos, tales como mensajes escritos, boletines informativos, folletos, cartillas, afiches, mensajes audiovisuales, sonoros, etc.

La organización deberá, conforme a sus necesidades de comunicación y a su cultura, establecer los medios más efectivos y dinámicos para gestionar sus comunicaciones internas, así como los recursos necesarios para el desarrollo, monitoreo y mantenimiento de dichos medios. A partir de esta información, la organización debe construir la matriz de comunicaciones, que es una tabla de procedimientos que establece los conductos para realizar los procesos de comunicaciones relativos al Modelo de Calidad, estableciendo los responsables y el contenido de los mismos.

D. FASE 4: IMPLEMENTACIÓN

La metodología para la implementación del modelo de calidad está conformada por tres grandes actividades:

a. Difusión de la información.

El objetivo primordial de esta actividad es dar a conocer a cada uno de los miembros de la organización los componentes esenciales del sistema, como son la política, los acuerdos y los objetivos. No obstante lo anterior, y con el fin de garantizar el mejor desempeño del modelo y de sus miembros, se sugiere no solo comunicar la información esencial, sino también los requisitos del modelo y cada uno de los logros que se lleven a cabo en la ejecución del mismo.

En la etapa de planeación se establecieron algunos canales de comunicación que servirán para difundir la información que

se desea dar a conocer. Los siguientes son, entre otros, algunos de los medios que pueden ser utilizados:

- Comunicaciones por parte de la dirección
- Reuniones informativas
- Videos
- Intranet

b. Implementación del Sistema Documental

El objetivo de esta actividad es poner en práctica lo establecido en los documentos elaborados, e implica la ejecución de las siguientes tareas:

- Definir el cronograma de implementación.
- Distribuir la documentación a todos los implicados.
- Determinar las necesidades de capacitación y actualizar el plan de capacitación.
- Poner en práctica lo establecido en los documentos.
- Recopilar evidencia documentada de lo anterior.

c. Implementación de los Procesos de Obligatorio Cumplimiento

En la etapa de diseño ya se construyeron cada uno de los procesos necesarios para que el sistema cumpla con los requisitos del modelo, y es en este punto donde se debe evidenciar si cada uno de ellos fue puesto en práctica de acuerdo a los documentos elaborados.

E. FASE 5: SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN

Para realizar una evaluación del modelo de calidad se requiere considerar los siguientes puntos:

- Verificar que se esté siguiendo la filosofía del modelo de calidad por todo el personal de la empresa.

- Comprobar si todas las actividades se realizan en una forma sistemática y si hay evidencia objetiva que lo confirme.
- Identificar y priorizar las oportunidades de mejora e innovación.
- Comprobar si se resuelven todos los casos en los cuales no se cumplen las especificaciones.
- Verificar que estén establecidos métodos de trabajo y que se desarrollen procedimientos aprobados que los soporten.
- Determinar si hay pérdidas en calidad en los servicios que se ofrecen.
- Evaluar los resultados por áreas y procesos.
- Evaluar la eficiencia, eficacia en la utilización de los recursos y en la administración y operación de la empresa en su conjunto.
- Evaluar el desempeño y la competitividad de los procesos.
- Evaluar el impacto de los nuevos planes.
- Evaluar el desarrollo y la calidad de vida del personal de la empresa.
- Evaluar la satisfacción de los clientes.
- Efectuar inspecciones y ensayos en puntos estratégicos de los procesos.

Se requiere supervisar y evaluar permanentemente el correcto funcionamiento del modelo de calidad para así definir posteriores acciones correctivas y preventivas.⁴

⁴FLEITMAN, Jack, *Evaluación Integral para implantar Modelos de Calidad*, 1ra edición, México, Editorial Pax México, 2007, págs. 243-299

2.2.4. DIMENSIONES DE LA CALIDAD

Los gurús del servicio Valerie Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard Berry nos indican que podemos visualizar un servicio de calidad a través de 5 dimensiones. En otras palabras, si nosotros como proveedores logramos un buen desempeño en estas dimensiones, los clientes nos entregarán su confianza y lealtad. ¿La razón? Porque estarán recibiendo un servicio de excelencia. Las 5 dimensiones son:

2.2.4.1. TANGIBILIDAD: Representando físicamente el servicio. Los tangibles son definidos como la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Las industrias de servicios que enfatizan los tangibles en sus estrategias incluyen la hospitalidad cuando el cliente visita el establecimiento para recibir el servicio, como en una agencia, hotel, tiendas de menudeo y empresas de entretenimiento. Mientras las empresas de servicios frecuentemente usan los tangibles para mejorar su imagen, proveer continuidad y señales de calidad a sus clientes, muchas compañías combinan los tangibles con otra dimensión para crear un servicio de calidad como estrategia de competencia para la empresa.

2.2.4.2. FIABILIDAD: De las cinco dimensiones, la fiabilidad es la determinante más importante en la percepción de un servicio de calidad. La fiabilidad es definida como la habilidad de desarrollar lo que se prometió exacta y seguramente. En este sentido, significa que la empresa entrega lo que promete promesas de entrega, provisión, resolución de problemas y precio. A los clientes les gusta regresar a un operador de turismo que mantiene sus promesas y principalmente las promesas "propias" del tipo de servicio.

- 2.2.4.3. CAPACIDAD DE RESPUESTA:** Es el estar disponible para ayudar, reaccionar bien, la buena voluntad o disponibilidad para ayudar a los clientes y proveer un servicio puntual. Esta dimensión enfatiza la atención y puntualidad en el trato con las peticiones del cliente, preguntas, quejas y problemas. Responder es comunicar a los clientes que tienen asistencia, respuesta a dudas o atención a sus problemas. También abarca la habilidad y flexibilidad de personalizar el servicio a lo que el cliente necesite. Para sobresalir en esta dimensión de respuesta, una compañía debe asegurarse que el proceso del servicio otorgado y las peticiones de los clientes son las mismas que ellos consideraron.
- 2.2.4.4. SEGURIDAD:** Es inspirar confianza y confidencialidad. La seguridad es el conocimiento y cortesía de los empleados y la habilidad de la empresa y empleados de inspirar confianza y confidencialidad. En las primeras etapas de una relación, el cliente usa la evidencia tangible para acceder a la dimensión de seguridad; estas pueden ser: menciones honoríficas, premios y certificaciones especiales le dan al nuevo cliente la confianza de un proveedor de servicios profesional.
- 2.2.4.5. EMPATIA:** Tratando al cliente como único. La empatía está definida como el cuidado y la atención individualizada que la empresa provea a sus clientes. La esencia de la empatía es convencer a los clientes que reciben un servicio especializado y personalizado, que son únicos y especiales. Los clientes que quieren sentirse atendidos e importantes para la empresa que les provee el servicio. El personal de las pequeñas empresas de servicios muchas veces conoce a sus clientes por nombre y construyen relaciones que reflejan que

el personal conoce las preferencias y requerimientos del cliente.

2.2.5. METODOLOGÍA EPI (EXPECTATIVAS, PERCEPCIÓN, IMPORTANCIA).

Las dificultades generadas en la técnica de medición SERVQUAL, dieron como resultado la modificación de éste y al origen de una nueva metodología, denominada EPI.

La primera modificación a la fórmula SERVQUAL es substituir el término "calidad del servicio" por "calidad". El término calidad de servicio es ambiguo, mientras que la palabra calidad abarca los conceptos como: proceso, servicio, producto, cliente (interno, externo), precio, valor, calidad del servicio, satisfacción, experiencia, imagen, etc.

La segunda modificación a la fórmula SERVQUAL es la adición del set de importancia, resultando así tres sets (Expectativas, Percepciones, Importancia). Es necesario tener en cuenta que tanto el set de expectativas como el de importancia, tienen conceptos diferentes, pues las expectativas son influenciadas por factores externos al cliente como comunicación boca- oído entre diferentes usuarios del servicio, necesidades propias que desea satisfacer cada cliente con el servicio que va a recibir, experiencias pasadas que pueda tener el servicio o similares servicios, y comunicaciones externas que la propia empresa realice de su servicio como publicidad y promociones; mientras que la importancia es afectada por factores que son intrínsecos al cliente, es influenciada por consideraciones personales y culturales.

Como resultado obtenemos que: "Calidad es la discrepancia entre lo que el cliente recibió y lo que realmente esperó, multiplicado por la

importancia que el cliente da a un atributo en particular". La fórmula básica del EPI puede ser considerada como un rating o grado de calidad = (Percepción – Expectativas) x Importancia.

El EPI es una nueva metodología construida sintetizando y extendiendo algunos métodos cuantitativos basados en cuestionario, usados regularmente para medir la calidad del servicio; incluyen:

2.2.5.1. SERVPERF (Service Performance), se refiere a la medición de la percepción como la medición del desempeño. Es relativamente simple puesto que mide solamente percepciones en donde el investigador asume que, lo que el consumidor piensa que recibió o experimentó es el nivel de satisfacción del servicio, producto o experiencia.

2.2.5.2. SERVQUAL (Service Quality), es una potente técnica de investigación comercial, que permite realizar una medición de la calidad del servicio identificando la discrepancia entre las percepciones y las expectativas que tienen los clientes de la empresa; pero es limitado.

2.2.5.3. IPA (Importance - Performance Analysis), fue realizado por Mantilla & James. Trata de medir la relación entre la percepción y la importancia. Difiere del Servqual porque mide la importancia en lugar de la expectativa.

2.2.5.4. HOLSAT (Holiday Satisfaction), fue introducido por Tribe y Snaith (1998), especialmente para ser un instrumento para medir la satisfacción en feriados es una réplica del SERVQUAL, midiendo la satisfacción utilizando el análisis de expectativa y percepción.

Existen cinco formulaciones básicas en medición, que en varias combinaciones caracteriza el rango de medidas evaluativas, representadas por cada una de las metodologías antes mencionadas.

2.2.5.5. MEDIDAS POTENCIALES

A. Percepciones (P): Pueden ser usadas para propósitos de predicción y comparación, y son utilizadas como único indicador de que el atributo es alcanzado. Es la base de la metodología SERVPERF.

B. Brecha entre Realización y Evaluación (P-E): Es la discrepancia entre la percepción y la expectativa. Es la medición tradicional del servicio y calidad, y es usada como la base del método SERVQUAL. Sin embargo, es una medida incompleta porque no considera la importancia de los atributos para el consumidor.

C. Ratings⁵ de anticipación (ExI): Es el resultado de la multiplicación de los puntajes de la expectativa con los de importancia. Los puntajes de expectativas solos, no son determinantes para un análisis, pues sólo indica lo que el consumidor espera del servicio de la empresa, al combinar este indicador con el nivel de las expectativas del usuario con respecto al servicio que ofrece la empresa.

D. Ratings de desempeño (PxI): Es la base de la metodología IPA, pues provee un indicador real de desempeño desde la perspectiva del consumidor, aunque sin la consideración de las expectativas de los consumidores, lo que hace de este una medida incompleta

⁵Entiéndase Rating como evaluación del valor de algo (persona, situación o evento) mediante la asignación de una calificación o puntaje.

para conocer el nivel de calidad o satisfacción del consumidor. Es el resultado de la multiplicación de los puntajes de percepción y de importancia.

E. Ratings de Calidad (P - E) x I: Es la discrepancia entre lo que el consumidor esperaba y lo que en realidad percibió, multiplicado por la importancia que le dio el consumidor a cada atributo. De este resultado se obtienen un ranking de atributos en donde se da a conocer las áreas que se deben mejorar.

Es importante tener en cuenta que el método EPI tiene un alto grado de medición de factores que tienen que ver con la satisfacción del consumidor.⁶

CUADRO N° 02
MEDIDAS POTENCIALES DE LA METODOLOGÍA EPI

FÓRMULA	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA	QUINTA
SERVPERF	P				
IPA	P	PxI			
SERVQUAL	P	P-E			
EPI	P	P-E	PxI	ExI	(P-E)xI

Fuente: Review of Satisfaction Research and Measurements Approaches, Latu & Everett (2,000)

2.2.6. CUESTIONARIO EPI

El cuestionario SERVQUAL ha sido modificado a través de la adición del set de importancia además de las expectativas y percepciones, dando como resultado tres sets. Otra modificación en el cuestionario SERVQUAL se refiere a las cinco dimensiones y el cuestionario de 22 ítems.

⁶LATU, Tavite M, EVERETT, André M., "Revisión de Investigaciones sobre satisfacción y métodos de medición", *Ciencia y Reporte Interno de Investigación*, vol. 1, núm. 183, Nueva Zelanda, 2005, págs. 9-11.

Las cinco dimensiones SERVQUAL no se descartan sino que se convierten en los puntos de partida en los que se basan más dimensiones, determinado por los clientes (internos y externos) de los servicios y el proveedor. Las dimensiones se vuelven más flexibles, porque ya no están limitados por las distinciones de servicio / producto. Su ámbito se amplía ahora con la integralidad de la calidad.

El cuestionario de 22 ítems también fue encontrado demasiado restrictivo, y se expande para adaptarse a las necesidades y requerimientos de las diferentes organizaciones. El formato de pregunta y texto se han modificado para facilitar una mayor espontaneidad. Esta es una diferencia con el procedimiento SERVQUAL de completar las expectativas establecidas antes de comenzar el conjunto percepciones. El cuestionario EPI facilita la realización de las tres series de cada atributo individual, facilitando así la capacidad del entrevistado para comparar las tres puntuaciones, lo que es importante para los encuestados al hacer una comparación consciente entre lo que esperaban y lo que reciben. (El formato de la tercera serie, la importancia, se distingue del formato de las expectativas y la percepción). Este procedimiento refleja el objetivo de la fórmula para medir una visión total que está determinado por lo que piensa que el demandado y lo que siente en el proceso de servicio al rellenar el cuestionario.⁷

2.2.7. LA CALIDAD Y EL TURISMO

La calidad en el turismo es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los visitantes, respecto de los productos y servicios turísticos que ofrece un determinado destino turístico, a un precio

⁷*Ibidem* págs. 43-44

aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por el entorno humano y sobre todo natural.

Se cree que es necesario y estratégico promover la calidad en el sector turístico, sobre todo cuando no se tiene mayor grado de desarrollo o competitividad en comparación con otras regiones, áreas o zonas turísticas.

2.2.7.1. LA PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

La planificación de la calidad en el sector turístico implica una serie de etapas secuenciadas como parte de un proceso de aprendizaje no lineal, es decir, es un proceso sistemático y a la vez flexible y adaptable a las realidades y condiciones del medio. El proceso de mejora continua de la calidad en el turismo requiere de un conjunto ordenado y preestablecido de directrices, instancias y actividades de gestión del proceso productivo para alcanzar las metas de calidad acordadas tanto en el ámbito de las empresas, destinos o productos turísticos.

2.2.7.2. LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN TURISMO

Podemos decir que un proceso productivo, es aquel conjunto de elementos, personas, y acciones, que transforman materiales y/o brindan servicios de cualquier índole, es decir, que se agrega algún tipo de valor. Es por ello, que resulta muy importante dominar el proceso a partir de sus componentes. El no hacerlo, puede significar que el resultado final no sea el deseado, con el consiguiente derroche de materiales,

energía, tiempo, y por sobre todo con la insatisfacción del cliente final de dicho proceso.

Los sistemas productivos de la actividad turística se basan en el trabajo conjunto y estratégico de las empresas turísticas, la calidad de los atractivos, la disposición de facilidades y de las acciones humanas ejercidas por parte de los operadores turísticos. En este sentido, se podría decir, que los procesos productivos del turismo son la conjunción de elementos independientes pero interrelacionados que buscan el mismo objetivo, satisfacer las necesidades del turista.

El turismo, como parte de las actividades económicas, es el eje fundamental del proceso productivo en la provincia de Imbabura, representado por la larga cadena de actividades involucradas como la hotelería, artesanías, gastronomía, comunicaciones, transporte, cultura, entre otros.

2.2.8. SERVICIOS TURÍSTICOS

El servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina.

2.2.8.1. TIPOS DE SERVICIOS

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- Servicio de acogida, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de intermediación, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.

2.2.8.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas características son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. MODELO

"Se define como una descripción teórica de ciertos aspectos de la vida real, o de un determinado proceso o sistema".⁸

2.3.2. CALIDAD

De acuerdo a las Normas ISO, "la calidad es el conjunto de características que le confieren al producto los atributos necesarios para satisfacer necesidades implícitas y expresadas".⁹

⁸PÉREZ Rosales, Manuel, *Diccionario de Administración*, 6ta edición, Perú, Editorial San Marcos, 2010, pág. 203.

⁹DIRCETUR, *Manual de Calidad Turística para Agencias de Viajes y Turismo*, Perú, 2009, pág. 12.

2.3.3. SERVICIO

“Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado en (o a favor de) el receptor del servicio”.¹⁰

2.3.4. CALIDAD DEL SERVICIO

“La calidad del servicio es uno de varios factores que actúan en conjunto para dar como resultado global, la satisfacción o insatisfacción de la experiencia de consumo de un producto o servicio”.¹¹

2.3.5. SERVICIOS TURÍSTICOS

“Son las diversas actividades, beneficios o satisfacciones que son ofrecidos en venta como tales o en conexión con la venta de un producto resultante de la planta turística entre ellos: hospedaje, alimentación, transporte, esparcimiento, organización de viajes, información turística.”¹²

2.3.6. GESTIÓN DE LA CALIDAD

“Es el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, las responsabilidades, y se implantan por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, y la mejora de la calidad dentro del marco del sistema de calidad.”¹³

¹⁰ LOVELOCK, Christopher, *Mercadotecnia de Servicios*, 6ta edición, México, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, 2009, pág. 12.

¹¹ DIRCETUR, *Loc. cit.*

¹² ASTETE Saavedra, Francisco, *Manual de Terminología Especializada en Turismo*, 1ra edición, Perú, Editorial D' Gráficos S.A.C., 2010, pág. 100.

¹³ CABALLANO Alcántara, José Luis, *Gestión Empresarial*, [en línea] [consultado el 9 de setiembre del 2013], disponible en: <http://www.caballano.com/ca.htm>

2.3.7. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Para Philip Kotler, la satisfacción del cliente es "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas."¹⁴

"Son las diversas actividades, beneficios o satisfacciones que son ofrecidos en venta como tales o en conexión con la venta de un producto resultante de la planta turística entre ellos: hospedaje, alimentación, transporte, esparcimiento, organización de viajes, información turística."¹⁵

2.3.8. EXPECTATIVA DEL CLIENTE

"Son los estándares o puntos de referencia del desempeño contra los cuales se comparan las experiencias del servicio, y a menudo se formulan en términos de lo que el cliente cree que debería suceder o que va a suceder"¹⁶

2.3.9. PERCEPCIÓN DEL CLIENTE

Para Eduardo Soto, "Se refiere al proceso activo de percibir la realidad y organizarla en interpretaciones o visiones sensatas"¹⁷

2.3.10. NIVEL DE IMPORTANCIA

Es la relevancia que le da el sujeto a cada uno de los atributos del servicio y es afectada por factores que son intrínsecos (consideraciones personales y culturales de cada cliente).¹⁸

¹⁴ KOTLER, Philip, *Dirección de Mercadotecnia*, 8va edición, México, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, 1996, págs. 40-41.

¹⁵ ASTETE, *Loc. cit.*

¹⁶ ZEITHAML Valerie, y BITNER Mary, *Marketing de Servicios: Un Enfoque de Integración del Cliente a la Empresa*, 2da edición, México, Editorial Mc Graw Hill, 2002, pág. 34.

¹⁷ SOTO, Eduardo, *Comportamiento Organizacional. Impacto de las Emociones*, México, Thomson Editores S.A., 2001, pág. 53.

¹⁸ ÁBALO Piñeiro, Javier, VARELA Mallou, Jesús, *El Análisis de Importancia- Valoración Aplicado a la Gestión de Servicios* [en línea] 2011, [consultado el 17 de julio del 2013], disponible en: <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=3301>.

2.3.11. EL TURISTA

“Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un período mínimo de una noche y no más de doce meses consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo”.¹⁹

2.3.12. EL TURISMO

“Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado”.²⁰

2.3.13. TURISMO RECEPTOR

“El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior”.²¹

2.3.14. OPERADOR DE TURISMO

“Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista”.²²

¹⁹PROMPERU, *Perú Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2009*, Perú, 2010, pág. 183.

²⁰ASTETE, *Loc. cit.*

²¹PERÚ, MINCETUR, 2004, *Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo Perú*, D.S. 026-2004, Art. 3.

²²*Idem*

2.3.15. CENTRO TURÍSTICO

“Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquías suficientes para motivar un viaje turístico.”²³

2.3.16. AMBIENTE ORGANIZACIONAL

“Ambiente es todo lo que envuelve externa e internamente una organización, y está constituido por las otras organizaciones que forman la sociedad y por los factores físicos, individuales y grupales, y por los procesos organizacionales que lo integran.”²⁴

2.3.17. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

“En el análisis organizacional, el diagnóstico situacional constituye el conocimiento integral de la problemática de la entidad para generar medidas correctivas”.²⁵

2.4. MARCO REFERENCIAL

2.4.1. EL TURISMO INTERNACIONAL

Desde que el turismo se consolida como actividad económica y con el incremento de los medios de transporte que hacen posibles los grandes desplazamientos en tiempos cortos y con costos accesibles a una gran parte de la población potencialmente turística, pasa a ser sin lugar a dudas la actividad de mejor perfil en el mundo de los negocios. En los últimos años, el turismo tradicional, basado en la oferta, ha cambiado al turismo que atiende a la demanda: o sea, a condiciones de mercado; está incorporando nuevos destinos y productos turísticos, evolucionando de un

²³BOULLÓN, Roberto C., *Planificación del Espacio Turístico*, 3ra edición, México, Editorial Trillas, 2003, pág. 69-70.

²⁴MORENO, Teresita; RODRÍGUEZ, Edgar, *Estudio del Ambiente Organizacional en la Empresa Electricidad de Caracas*, Tesis de licenciatura en Contaduría Pública, Universidad de Oriente, Venezuela, 2005, pág. 15.

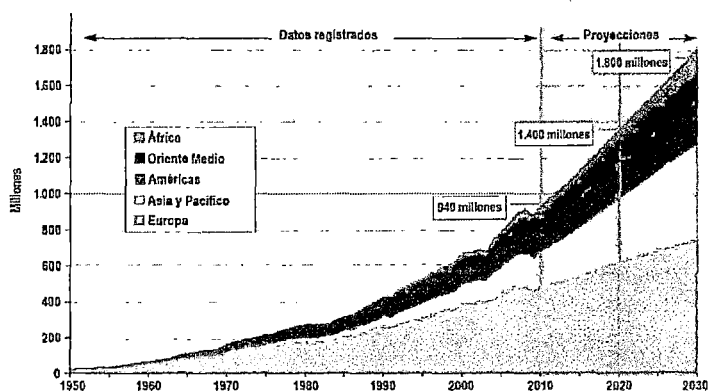
²⁵PÉREZ, Ob. cit., pág. 114.

turismo clásico a otro de "experiencia integral" que involucra: cultura, aventura, misticismo, moda verde y experiencia vivencial.

2.4.1.1. MERCADOS RECEPTORES

La demanda de turismo internacional mantuvo su impulso en el 2012. Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4,0% hasta alcanzar los 1035 millones en todo el mundo, partiendo de 940 millones en 2010.

GRÁFICO N° 01
MERCADOS RECEPTORES



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

En el 2012 se produjeron dos cambios entre los 10 primeros países por llegadas de turistas internacionales. Alemania avanzó una posición hasta la séptima y la Federación de Rusia se situó entre los 10 primeros en noveno lugar, subiendo tres posiciones. En cuanto a los diez primeros países por ingresos de turismo internacional, se produjeron cambios más notables. Las cuatro primeras posiciones no sufrieron cambios con respecto al año 2011. El caso más destacable es el de Macao (región administrativa especial de China), país que se encontraba en la novena posición y que para el 2012 subió hasta el quinto lugar. Italia, Alemania y Reino Unido

descendieron una posición respectivamente. Hong Kong ascendió a la novena posición desplazando a Australia hacia la décima. Según el registro de la OMT, el Perú como país receptor se encuentra ubicado en la posición número 48, de un total de 203 países; habiendo recibido 2,8 millones de turistas durante el 2012 lo que representa una variación del 9,5% con respecto al 2011.

CUADRO N° 03
LOS 10 PAÍSES RECEPTORES MÁS IMPORTANTES

Llegada de turistas internacionales						
Rango	Series	Millones		Variación (%)		
		2011	2012	11/10	12/11	
1	Francia	TF	81,6	83,0	5,0	1,8
2	Estados Unidos	TF	62,7	67,0	4,9	6,8
3	China	TF	57,6	57,7	3,4	0,3
4	España	TF	56,2	57,7	6,6	2,7
5	Italia	TF	46,1	46,4	5,7	0,5
6	Turquía	TF	34,7	35,7	10,5	3,0
7	Alemania	TCE	28,4	30,4	5,5	7,3
8	Reino Unido	TF	29,3	29,3	3,6	-0,1
9	Federación de Rusia	TF	22,7	25,7	11,9	13,4
10	Malasia	TF	24,7	25,0	0,6	1,3
48	Perú	TF	2,6	2,8	13,0	9,5

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

CUADRO N° 04
INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL

Ingresos por turismo internacional							
Rango	Miles de millones	\$ EE.UU.			Monedas locales		
		Variación (%)		Variación (%)			
		2011	2012	11/10	12/11	11/10	12/11
1	Estados Unidos	115,6	126,2	11,7	9,2	11,7	9,2
2	España	59,9	55,9	14,0	-6,6	8,6	1,2
3	Francia	54,5	53,7	16,2	-1,5	10,7	6,7
4	China	48,5	50,0	5,8	3,2	1,0	0,8
5	Macao (China)	38,5	43,7	38,3	13,7	38,6	13,3
6	Italia	43,0	41,2	10,9	-4,2	5,6	3,8
7	Alemania	38,9	38,1	12,1	-1,9	6,7	6,2
8	Reino Unido	35,1	36,4	8,2	3,7	4,4	5,2
9	Hong Kong (China)	27,7	32,1	24,6	16,0	24,9	15,6
10	Australia	31,5	31,5	8,1	0,2	-3,8	-0,2

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

2.4.1.2. MERCADOS EMISORES

Tradicionalmente, los mercados emisores de turismo internacional han sido en gran medida las economías avanzadas de Europa, las Américas, Asia y el Pacífico. Sin embargo, gracias a mayores niveles de renta disponible, muchas economías emergentes han experimentado un elevado crecimiento económico en los últimos años, especialmente en ciertos mercados de Asia, Europa Central y del Este, Oriente Medio, África Meridional y América Latina.

Europa sigue siendo en la actualidad la mayor región emisora del mundo, generando algo más de la mitad de las llegadas de turistas internacionales del mundo, seguida de Asia y el Pacífico (23%), las Américas (17%), Oriente Medio (3%) y África (3%).

CUADRO N° 05
ARRIBO DE TURISTAS INTERNACIONALES A NIVEL
MUNDIAL

	Llegadas de turistas internacionales (millones)								Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento media anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2011	2012		11/10	12/11	
Mundo	436	529	677	807	892	949	995	1.035	100	4,8	4,0	3,6
Origen:												
Europa	251,9	303,4	388,8	449,7	477,6	497,1	520,5	539,8	52,1	4,7	3,7	2,6
Asia y el Pacífico	58,7	86,4	114,2	153,2	181,0	208,4	222,5	238,4	22,8	7,8	6,3	6,4
Américas	99,3	108,5	130,8	136,5	147,3	156,3	164,2	171,5	16,6	5,1	4,4	3,3
Oriente Medio	8,2	9,3	14,1	22,9	32,2	34,5	33,8	31,7	3,1	-2,1	-6,2	4,8
África	9,8	11,5	14,9	19,3	25,6	28,1	29,8	30,8	3,0	6,1	3,3	6,9
Origen no especificado	7,9	10,3	14,0	25,4	28,2	25,5	24,1	25,0	2,4			
Misma región	350,3	423,4	532,4	630,7	688,0	728,3	769,3	799,8	77,3	5,6	4,0	3,6
Otras regiones	77,6	95,7	130,3	151,0	175,6	194,2	201,6	210,4	20,3	3,8	4,4	4,9

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

En 2012 los viajeros chinos gastaron una cifra record de 102.000 millones de dólares en turismo internacional.

En 2005 China se situaba en el séptimo lugar en gasto por turismo internacional y desde entonces ha superado a Italia, Japón, Francia y Reino Unido. Con este aumento en 2012, China logró la primera posición, superando a los dos países que durante mucho tiempo fueron los que más gastaron: Alemania y los Estados Unidos, que actualmente se sitúan en segundo y tercer lugar de la lista respectivamente. El Reino Unido se mantiene en cuarto lugar y es el único país entre los diez primeros que no ha cambiado su posición.

La Federación de Rusia es otra economía emergente que ha registrado un impresionante avance durante los últimos años, subiendo dos puestos en 2012 hasta la quinta posición impulsada por un crecimiento del 37%. Por ello, Francia y Canadá retrocedieron al sexto y séptimo lugar respectivamente. Entre los diez primeros también cabe destacar el ascenso a la octava posición de Japón y a la novena de Australia y el descenso de Italia a la décima posición.

CUADRO N° 06 LOS 10 PAÍSES QUE MÁS GASTAN EN TURISMO INTERNACIONAL

Rango	Gastos por turismo internacional (miles de millones \$ EE.UU.)		Monedas locales variación (%)		Cuota de mercado (%)	Población 2012	Gasto per cápita	
	2011	2012*	11/10	12/11	2012*	(millones)	(\$ EE.UU.)	
1	China	72,6	102,0	26,2	37,2	9,5	1.354	75
2	Alemania	85,9	83,8	4,7	5,8	7,8	82	1.023
3	Estados Unidos	78,2	83,5	3,6	6,7	7,8	314	266
4	Reino Unido	51,0	52,3	-1,6	4,1	4,9	63	828
5	Federación de Rusia	32,9	42,8	19,3	36,5	4,0	142	302
6	Francia	44,1	37,2	7,6	-8,7	3,5	63	586
7	Canadá	33,3	35,1	7,6	6,2	3,3	35	1.007
8	Japón	27,2	27,9	-11,2	2,4	2,6	128	218
9	Australia	26,7	27,6	7,0	2,9	2,6	23	1.210
10	Italia	28,7	26,4	0,8	-0,3	2,5	61	433

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

2.4.2. EL TURISMO EN EL PERÚ

2.4.2.1. LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES

El turismo receptor en el Perú ha presentado un crecimiento continuo que ha evolucionado en un contexto internacional complejo. Desde el contexto nacional, ha habido también sucesos dramáticos como el terrorismo, inflación, apertura económica, crecimiento sostenido, desorden social y otros, que desembocan en los diferentes matices de la compleja realidad del país.

Según la OMT, el año 2012 la participación de las llegadas del Perú respecto a la observada en las Américas tan solo representa el 1.7 %, sin embargo, el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales entre el 2011 y 2012 alcanza un 9.5 % respecto al 4.6 % observado en las Américas, lo cual refleja claramente una disminución acelerada de la cuota de participación. Así se puede constatar el limitado peso que tiene este destino a pesar de contar con dos y hasta tres de las marcas turísticas más importantes del mundo en turismo cultural: Machupicchu, Camino Inca y Amazonía.

CUADRO N° 07
ARRIBO DE TURISTAS POR PAÍSES

Destino?	Series	Llegada de turistas internacionales						
		2010	(1000) 2011	2012	10/09	Variación (%) 11/10	12/11	Cuota (%) 2012
América		150.364	155.964	163.115	6,4	3,7	4,6	100
América del Sur		23.014	25.456	26.673	10,2	7,8	4,8	16,4
Argentina	TF	5.395	5.705	5.599	23,0	7,1	-1,9	3,4
Bolivia	TF	607	640	..	20,2	17,2
Brazil	TF	5.161	5.439	5.677	7,5	5,8	4,5	3,5
Chile	TF	2.631	3.137	3.554	1,5	12,0	13,3	2,2
Colombia	TF	2.365	2.045	2.175	3,8	-14,3	8,4	1,3
Ecuador	VF	1.047	1.141	1.272	8,1	9,0	11,5	0,8
Guayana	TF	152	157	..	7,7	3,3
Guayana Francesa	
Paraguay	TF	465	524	570	5,9	12,6	10,0	0,4
Perú	TF	2.295	2.533	2.846	7,4	13,0	9,5	1,7
Suriname	TF	204	223	340	32,9	7,9	8,9	0,1
Uruguay	TF	2.349	2.857	2.695	14,3	21,0	-5,7	1,7
Venezuela	TF	620	595	710	-14,0	13,0	19,3	0,4

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

CUADRO N°08
PERÚ: LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES,
ENERO 2002 – DICIEMBRE 2012

Mes	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 n	2011 n	2012 n
Enero	86 441	89 379	105 419	123 935	141 238	154 371	178 584	179 817	205 578	228 313	246 858
Febrero	85 907	89 773	109 191	125 936	147 813	158 895	184 045	180 674	181 769	211 765	241 127
Marzo	86 803	85 706	103 728	125 245	141 457	159 010	168 463	171 702	166 503	206 020	228 614
Abril	73 576	79 777	97 877	112 924	134 210	140 036	155 412	162 388	164 353	196 464	215 975
Mayo	83 310	83 387	98 223	117 876	131 540	141 483	164 605	158 088	180 127	194 701	215 592
Junio	86 192	90 937	109 088	121 831	135 782	154 958	173 881	172 915	185 399	204 188	225 036
Julio	106 612	117 780	143 289	157 451	167 021	188 929	207 437	199 608	227 724	255 468	268 788
Agosto	99 273	110 037	121 227	146 818	150 563	168 584	187 349	184 093	202 606	229 943	242 886
Setiembre	84 999	91 972	105 660	130 731	138 794	154 766	164 052	169 396	182 353	205 185	234 605
Octubre	88 473	92 497	115 850	134 351	141 549	159 341	162 033	186 144	204 456	227 418	244 308
Noviembre	86 209	95 996	111 574	126 851	137 495	161 266	143 569	181 462	191 979	210 450	238 813
Diciembre	95 811	108 528	128 829	146 517	153 284	174 761	168 190	193 674	206 340	227 888	242 921
Total	1 083 606	1 135 769	1 349 959	1 570 566	1 720 746	1 816 400	2 057 620	2 139 861	2 299 187	2 597 803	2 845 623

Fuente: MINCETUR – Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)

Elaboración: MINCETUR – Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

2.4.2.2. GENERACIÓN DE DIVISAS

Tradicionalmente se ha sostenido que el sector turismo es el tercer rubro generador de divisas en el país, sin embargo en el año 2012, los productos mineros, petróleo y derivados, agrícolas y agropecuarios, los pesqueros fueron los que generaron mayor cantidad de recursos en términos de dólares; ocupando el turismo receptivo bajo esta clasificación el quinto lugar en lo referente a la generación de divisas.

CUADRO N° 09
PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS GENERADORES DE
DIVISAS EN EL PERÚ 2006 - 2012

AÑO	MINE- ROS	AGRÍC. Y AGROP.	PESQ.	PETRÓLEO DERIVADOS	TEXTI- LES	TURISMO	SIDERO METAL. JOY.	QUÍM.
2006	14.851	1.785	1.763	1.713	1.469	1.383	829	601
2007	17.493	1.963	1.954	2.248	1.73	1.854	907	803
2008	18.656	2.597	2.413	2.663	2.018	2.38	908	1.041
2009	16.508	2.456	2.2	1.894	1.492	2.015	560	837
2010	21.974	3.165	2.526	3.088	1.558	2.242	918	1.223
2011	27.849	4.503	3.146	4.704	1.986	2.695	1.128	1.645
2012	26.637	4.122	3.302	4.959	2.157	3.240	1.253	1.624

Fuente: BCRP, BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú)

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

El crecimiento medio de los ingresos monetarios por concepto del turismo receptor peruano, para el período 2006- 2012 es del 13.08% dicha tasa decrecimiento está referida a los gastos que realizan las personas que visitan el Perú en términos de dólares corrientes. Sin embargo debido a la recesión mundial en el 2009, los ingresos monetarios del receptivo mostraron una contracción del 15.33%.

CUADRO N° 10

PERÚ: INGRESOS MONETARIOS DEL TURISM. RECEPT. 1991-2012

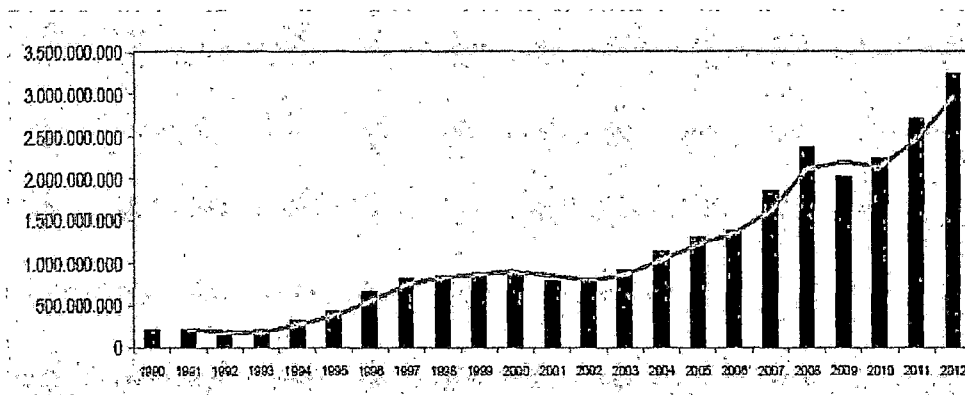
AÑO	INGRESO EN DÓLARES	AÑO	INGRESO EN DÓLARES
1991	225.000.000	2002	801.000.000
1992	156.000.000	2003	923.000.000
1993	215.000.000	2004	1.142.000.000
1994	331.000.000	2005	1.308.000.000
1995	428.000.000	2006	1.383.000.000
1996	670.000.000	2007	1.854.000.000
1997	816.000.000	2008	2.380.000.000
1998	845.000.000	2009	2.015.000.000
1999	890.000.000	2010	2.242.472.508
2000	911.000.000	2011	2.695.000.000
2001	788.000.000	2012	3.240.000.000
Tasa de crecimiento anual: 13,08%			

Fuente: B.C.R.P. BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú)

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

GRÁFICO N° 02

PERÚ: INGRESOS MONETARIOS DEL TURISMO RECEPTOR



Fuente: B.C.R.P. BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú)

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

2.4.2.3. AFLUENCIA DEL TURISMO SEGÚN LUGAR DE ORIGEN

El Perú recibe turistas de todas las regiones del mundo. Sin embargo la afluencia de turistas provenientes de Sudamérica se ha incrementado notablemente, llegando a un total de 1,586,366 durante el 2012.

CUADRO N° 11
PERU: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES,
SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA PERMANENTE 2008–2012

País de Residencia	Año				
	2008	2009	2010 P/	2011 P/	2012 P/
América del Norte	503,172	509,543	508,284	515,394	559,809
América Central	31,971	37,393	39,895	47,635	44,640
América del Sur	950,757	1,034,279	1,198,782	1,433,730	1,586,366
Europa	440,703	431,954	433,133	460,605	491,474
Asia	92,538	85,834	79,218	99,517	116,192
Africa	3,599	3,609	3,855	4,469	4,631
Oceanía	33,937	36,281	35,087	35,624	41,456
No especificado por la DIGEMIN	943	1,068	933	829	1,055
Total Turistas Internacionales	2,057,620	2,139,961	2,299,187	2,597,803	2,845,623

Fuente: MINCETUR – Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)

Elaboración: MINCETUR

De este modo se puede evidenciar la clara preferencia de los turistas sudamericanos por visitar nuestro país. Siendo Chile, el país que más turistas envía hacia el Perú. Seguido de Estados Unidos, Ecuador, Argentina y Colombia.

CUADRO N° 12 LOS 15 PRIMEROS PAÍSES GENERADORES DE VISITAS HACIA EL PERÚ

PAÍS	N° DE VISITANTES 2012	PAÍS	N° DE VISITANTES 2012	PAÍS	N° DE VISITANTES 2012
CHILE	803.945	BRASIL	125.961	CANADÁ	60.912
E.E. U.U	446.652	ESPAÑA	109.960	REINO UNIDO	59.807
ECUADOR	174.251	BOLIVIA	99.644	VENEZUELA	57.925
ARGENTINA	164.888	FRANCIA	84.233	MEXICO	47.856
COLOMBIA	128.016	ALEMANIA	62.383	ITALIA	45.456

Fuente: BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú), DIGEMIN (Dirección General de Migraciones y Naturalización)

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

2.4.2.4. LOS DESTINOS MÁS VISITADOS DEL PERÚ

Lima, Cusco y Puno encabezan la lista de las ciudades más visitadas de nuestro país. Es importante mencionar que un gran porcentaje de los turistas que llegan a Lima sólo lo hacen como parte de una escala.

La región Sur cuenta con privilegiados atractivos culturales y naturales, que actualmente son reconocidos a nivel mundial y es una de las principales razones por las cuales el turismo ha crecido de manera sustancial especialmente en estas dos regiones: Cusco y Puno.

CUADRO N° 13 DESTINOS MÁS VISITADOS DEL PERÚ

CIUDAD/PAÍS	EE. UU	CHILE	ARGENT.	INGLAT.	FRANCIA	ALEM.	BRASIL	ESPAÑA	CANADÁ	ITALIA	OTROS
LIMA	91%	92%	96%	96%	96%	94%	85%	95%	91%	97%	97%
CUSCO	81%	74%	78%	91%	89%	89%	84%	86%	89%	86%	78%
PUNO (LAGO TITICA)	25%	17%	18%	56%	55%	57%	31%	43%	38%	44%	38%
AREQUIPA	23%	28%	23%	52%	48%	47%	30%	35%	30%	39%	36%
ICA (LINEAS DE NAZCA)	14%	12%	12%	35%	17%	24%	8%	14%	17%	21%	26%
CAÑÓN DEL COLCA	9%	6%	9%	30%	14%	28%	16%	22%	17%	19%	17%
PARACAS	6%	9%	8%	29%	13%	19%	5%	9%	12%	16%	16%
HUARAZ	6%	12%	10%	12%	15%	21%	9%	13%	18%	21%	10%
TRUJILLO	7%	8%	4%	8%	8%	11%	4%	5%	7%	8%	13%
PUERTO MALDONADO	5%	1%	1%	15%	5%	6%	2%	3%	5%	2%	7%
CHICLAYO	3%	6%	3%	5%	3%	4%	2%	4%	2%	4%	6%
CAJAMARCA	3%	5%	3%	1%	4%	5%	5%	6%	4%	6%	5%
IQUITOS	4%	3%	2%	7%	4%	3%	4%	3%	4%	2%	3%
OTROS	14%	13%	7%	15%	26%	11%	6%	7%	15%	8%	18%

Fuente: BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú).

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

2.4.3. EL TURISMO EN EL CUSCO

2.4.3.1. ORIGEN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL CUSCO

Si bien es cierto que el origen de los viajes de un lugar a otro se practicó desde tiempos ancestrales tuvieron que pasar muchos años, hasta fines del siglo XIX, para poder contar por primera vez con la organización profesional de un paquete turístico. Es así que en 1841 Thomas Cook organiza el desplazamiento de 578 personas alquilando un tren particular para poder transportarlos a la sede de un Congreso antialcohólico, dicho viaje se realizó entre las ciudades de Loughborough y Leicester, separados por una distancia de 35 km, sin embargo este primer viaje

organizado por Thomas no tenía ningún fin de lucro pero él se percató de la posibilidad de realizar viajes posteriores con fines comerciales.

En cuanto al ámbito nacional, los orígenes de los viajes organizados están relacionados al Touring Automóvil Club del Perú quienes prácticamente son los pioneros de este tipo de actividades, fue a comienzos del presente siglo donde esta actividad tomó mayor importancia luego del descubrimiento científico de Machupicchu. En el año de 1920 el Touring Automovil del Perú organiza y opera tours en varios circuitos del país los cuales estaban ligados principalmente a visitas de centros arqueológicos prehispánicos.

En cuanto a la ciudad del Cusco, en 1949 se apertura la primera agencia de viajes y turismo de la ciudad del Cusco la cual fue denominada "Cusco Inka Land Tours" cuyo propietario fue el Sr. Américo Luna. Luego a finales de 1966 llegan a un número de 15. "En los años 70 y 80, el número de visitantes se incrementó notablemente, calculándose el número de agencias de viajes en 50." Actualmente, el número de agencias de viajes sobrepasa la cifra de mil, lo cual demuestra que seguimos en constante crecimiento.²⁶

²⁶CHIRINOS M., Kerry; PEÑA C., Ronny, "*Calidad en la Prestación de Servicios de las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas de la Ciudad del Cusco*", Tesis de licenciatura en Turismo, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Perú, 2000, pág. 1-2

2.4.3.2. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS

A. MACHUPICCHU.- Maravilla arqueológica del Perú y el mundo, considerada por la UNESCO "Patrimonio Cultural de la Humanidad", y recientemente elegida como "Nueva Maravilla del Mundo".

Situada en la margen izquierda del río Vilcanota, en la quebrada de Kusichaka, esta espectacular construcción se halla enclavada en la cumbre de la montaña Machupicchu, que en quechua quiere decir "**Montaña Vieja**". Frente a ésta, se impone la cumbre del **Huaynapicchu** o montaña joven. Ambas, bañadas por el torrentoso río Urubamba.

B. CHOQUEQUIRAO.- Se encuentra ubicada en la Región Cusco, y se compone de nueve sectores. Es preciso recalcar el carácter religioso de este complejo. La arquitectura se encuentra distribuida alrededor de una explanada o plaza principal, y se complementa por un muy bien conservado sistema de andenería agrícola. Los restos arqueológicos se distribuyen en la parte descendente del cerro Choquequirao y se agrupan a manera de pequeños barrios, un tanto separados entre sí.

C. P'ISAQ.- Puerta de entrada al Valle de Urubamba, P'isaq es un pueblo de características mestizas y coloniales. Otro de los atractivos de P'isaq es su iglesia de origen colonial en donde se celebran misas en quechua con la presencia de los varayocs, las autoridades locales. Cuesta arriba de la colina en donde se ubica el Sitio Arqueológico de P'isaq, otro de los centros arqueológicos importantes que también custodiaban la capital del imperio. Mientras

se asciende se puede observar las andenerías. Písaq está conformada por diversos barrios en los que se distingue el de Qanturaqay, Amaru, Punku, Intiwatana o Reloj solar y Tanqanamanka, considerado el cementerio precolombino más grande de América del Sur.

D. OLLANTAYTAMBO.- Considerado el "pueblo inca viviente". En este poblado se encuentran diversos pisos ecológicos, andenerías incas y reservorios de alimentos, y el puente inca camino a Pachar. Destacan, además, los monolitos de granito rosado ensamblados con impresionante perfección y el centro arqueológico de Ollantaytambo, edificación militar conformada por terrazas de piedra labrada cuya finalidad era proteger el imperio desde otro ángulo.

E. TIPÓN.- Está ubicado a 25 kilómetros de Cusco. Según las leyendas, Tipón es uno de los jardines reales que ordenó construir Wiraqocha. Está conformada por doce terrazas flanqueadas por muros de piedra perfectamente pulidas y enormes andenes, canales y caídas de agua, que con la flora del lugar, tiene un impresionante paisaje.

F. PIKILLAQTA.- Llamada "Ciudad de las Pulgas" fue uno de los centros más importantes para la cultura Wari. Es un conjunto de construcciones cuyo objetivo era defender su territorio y almacenar productos agrícolas.

G. MARAS.- Muestra una gran iglesia y bellas casonas con escudos de nobles indios, reflejo de una época de prosperidad durante la colonia. Sitio de parada obligatoria en las minas de sal, explotadas desde los tiempos del

imperio hasta hoy, en donde se puede participar de la extracción de este mineral, utilizando la técnica de aquellas épocas.

H. MORAY.- Andenes agrícolas que sirvieron de laboratorio agrícola inca para experimentar con sus cultivos. Desde Moray también se puede llegar a las salineras.

I. SAQSAYWAMÁN.- Ubicada a dos kilómetros del Cusco, Saqsaywamán es un complejo de plataformas de granito que se comunican entre sí por escalinatas y puertas. Desde la cima de una colina, este protegía celosamente la capital del imperio. Además su fama reside en la asombrosa precisión con que se unen los bloques de piedra que la conforman.

J. Q'ENQO.- Al llegar a Q'enco se puede observar el enorme bloque de piedra tallada que se cree se utilizaba para almacenar la chicha, bebida de maíz consumida durante los cultos. Q'enco cuenta con un complejo de túneles y galerías subterráneas, adornadas con deidades incas, a un patio circular en cuyo centro resalta una piedra o Wanka que podría representar una imagen.

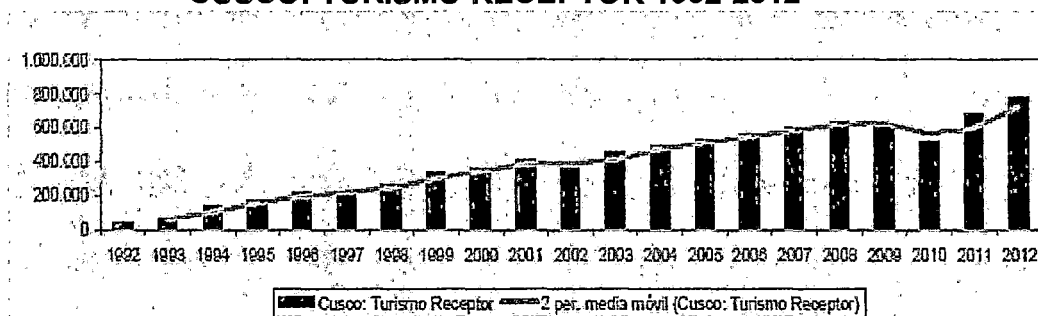
K. PUKA PUKARA.- Recibe su nombre en quechua de "Fortaleza Roja", debido al color rojo que adquieren las rocas durante el crepúsculo. Puka Pukara es otra muestra de arquitectura militar que además funcionó como centro administrativo, en el cual se puede recorrer a través de sus andenes, terrazas superpuestas, escalinatas y pasajes por donde transitaban míticos personajes del imperio inca.

L. PLAZA DE ARMAS.- Conocida por los pobladores de la época como Plaza Aucaypata, que en quechua significa "Plaza del Guerrero", fue uno de los escenarios más importantes para los Incas quienes realizaban apoteósicas festividades como el Inti Raymi.

2.4.3.3. FLUJOS TURÍSTICOS HACIA EL CUSCO

El turismo receptor en el Cusco continúa incrementándose a pesar de haber sufrido un descenso considerable durante el período 2010. Esto debido a los problemas generados por las lluvias e inundaciones en todo el valle sagrado y en especial la zona que rodea el Santuario Histórico de Machupicchu. Según lo reporta el Observatorio Turístico del Perú, el Cusco recibió durante el 2012 a 775,423 turistas. La tasa de crecimiento media anual del turismo receptor hacia el Cusco para el período 1992 - 2012 fue de 15,20%.

**GRÁFICO N° 03
CUSCO: TURISMO RECEPTOR 1992-2012**



Fuente: BADATUR (Base de Datos Turísticas del Perú)

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

Según lo reporta el Observatorio Turístico del Perú, el Cusco recibió durante el 2012 a 775,423 turistas lo cual representa el 27.25% de los 2'846,000 que llegan al Perú. La tasa de crecimiento media anual del turismo

receptor hacia el Cusco para el período 1992 – 2012 fue de 15,20%. El Cusco es el principal destino turístico del Perú, pero su único aeropuerto internacional, Alejandro Velasco Astete, se halla casi al tope de su capacidad (1,2 millones de pasajeros recibidos aproximadamente). Las estadísticas del año 2012 que reporta la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (Corpac) para el mencionado aeropuerto demuestran que arribaron 973,301 pasajeros al Cusco (entre vuelos domésticos e internacionales). En total, el tráfico aéreo (arribos y partidas) que movilizó el destino cusqueño alcanzó los 1'679,397 millones de personas. Sin embargo se ubica como el tercer peor aeropuerto a nivel sudamericano debido al retraso en los vuelos, reducido número de vuelos nocturnos y las deficientes medidas de seguridad.

CUADRO N° 14
CUSCO: TURISMO RECEPTOR 1992-2012

AÑO	TURISMO RECEPTOR HISTORICO	AÑO	TURISMO RECEPTOR HISTORICO
1992	45.734	2002	366.325
1993	69.173	2003	455.249
1994	131.536	2004	491.822
1995	173.894	2005	528.394
1996	216.758	2006	564.967
1997	218.752	2007	601.540
1998	269.762	2008	638.112
F1999	330.349	2009	614.374
u2000	361.211	2010	517.123
e2001	410.448	2011	674.685
		2012	775.423

Fuente : BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú)

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

Según lo reporta el Observatorio Turístico del Perú, el Cusco recibió durante el 2012 a **775,423 turistas** lo cual representa el **27.25%** de los **2'846,000** que llegan al

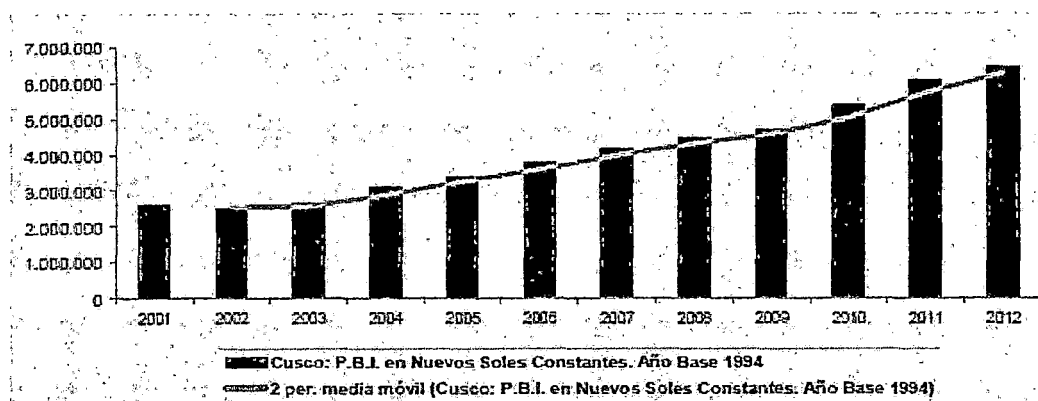
Perú. La tasa de crecimiento media anual del turismo receptor hacia el Cusco para el período 1992 – 2012 fue de 15.20%. El Cusco es el principal destino turístico del Perú, pero su único aeropuerto internacional, Alejandro Velasco Astete, se halla casi al **tope de su capacidad (1,2 millones de pasajeros** recibidos aproximadamente). Las estadísticas del año 2012 que reporta la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (Corpac) para el mencionado aeropuerto demuestran que arribaron **973,301** pasajeros al Cusco (entre vuelos domésticos e internacionales). En total, el tráfico aéreo (arribos y partidas) que movilizó el destino sureño alcanzó los **1'679,397** millones de personas. Sin embargo se ubica como el tercer peor aeropuerto a nivel sudamericano debido al **retraso en los vuelos**, reducido número de **vuelos nocturnos** y las **pocas medidas de seguridad**.

2.4.3.4. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL CUSCO

El PBI a nivel de la Región del Cusco ha ido en ascenso desde el 2002.

GRÁFICO N° 04

CUSCO: P.B.I. EN MILES DE NUEVOS SOLES



Fuente: INEI, BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú)
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

CUADRO N° 15
CUSCO: P.B.I. EN MILES DE NUEVOS SOLES

AÑO	PBI CUSCO
2005	3,399.360
2006	3,801.775
2007	4,166.288
2008	4,466.897
2009	4,690.523
2010	5,367.912
2011	6,078.474
2012	6,437.104

Fuente: INEI, BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú).

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

La explotación minera es el sector que más participación tiene en el PBI a nivel regional. Sin embargo el turismo también ha hecho importantes aportes al PBI regional. Durante los últimos 8 años el número de empresas relacionadas con el turismo se ha incrementado de tal manera que ahora constituyen uno de los sectores con mayor dinámica. Hoteles, restaurantes y agencias de viajes vienen contribuyendo significativamente al desarrollo de la Región del Cusco.

CUADRO N° 16
CUSCO: PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DEL P.B.I POR SECTORES

AÑO	AGRIC. CAZA. SELVI.	EXPL. MINAS	IND.	CONSTR.	COM. REST. HOTEL	ALQ. DE VIV.	PROD. SERV. GUB.	OTROS SERV.
2005	26,19	16,83	10,81	7,08	12,86	1,91	4,96	19,35
2006	26,26	17,42	10,81	7,11	12,68	1,90	4,62	19,26
2007	26,34	18,02	10,75	7,13	12,50	1,89	4,27	19,17
2008	26,41	18,61	10,68	7,15	12,32	1,88	3,93	19,08
2009	26,48	19,20	10,55	7,17	12,15	1,87	3,59	18,99
2010	26,55	19,80	10,48	7,19	11,97	1,86	3,24	18,90
2011	26,63	20,39	10,42	7,21	11,79	1,85	2,90	18,81
2012	26,70	20,98	10,35	7,24	11,61	1,84	2,55	18,72

Fuente: BADATUR (Base de Datos Turísticos del Perú).

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

CAPITULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1. AMBIENTE EXTERNO

3.1.1. AMBIENTE GENERAL

3.1.1.1. CONDICIONES TECNOLÓGICAS

El uso del internet y correo electrónico en los Operadores de Turismo del Cusco se ha generalizado durante los últimos años, generando un gran avance en cuanto a la recepción, ordenamiento, conservación y transmisión de la información (clientes y proveedores). A pesar de los grandes beneficios que ofrece la utilización del Internet como principal medio de comunicación, existen diversos riesgos y desventajas. El imparable fenómeno de venta directa en un intento de eliminar al intermediario (agente de viaje) o los ataques de virus y hackers informáticos son algunas de las amenazas al uso generalizado de procedimientos de cobro y pago por vía informática.

El comercio electrónico ha tenido en el sector de viajes uno de los mayores crecimientos. El desarrollo de plataformas B2C (Business to Consumer), que permiten el denominado dinámico packaging o adquisición de paquetes turísticos on line y a la medida del cliente, se revela como la última tendencia del sector, y los grandes operadores están poniendo en servicio este tipo de herramienta de reserva y venta de paquetes turísticos.

Los GDS, como Amadeus, Sabré y Galileo, continúan siendo tres procedimientos muy utilizados por las agencias del Cusco para la reserva y emisión de billeteaje, pero las elevadas fianzas exigidas para su instalación en un punto de venta, la costosa formación del personal en el lenguaje específico del GDS y la infrutilización del sistema (mayormente para transporte aéreo,

aunque tiene otras muchas aplicaciones) plantean ciertos interrogantes sobre su uso a medio plazo, máximo cuando Internet ofrece similares resultados de forma más simple.

3.1.1.2. CONDICIONES POLÍTICAS

La política fiscal que viene desarrollando el gobierno está relacionada al crecimiento económico que se viene dando, ya que busca el cumplimiento de los dispositivos legales con el fin de lograr la seguridad y estabilidad que los inversionistas necesitan para lograr consolidar el marco jurídico así como estar inmersos dentro de estándares internacionales y continuar con proyectos de alta rentabilidad social.

Por otro lado la organización del estado contempla como unidad responsable del sector turismo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, el cual ha ido desarrollando el Plan Estratégico de Turismo del Perú (PENTUR). Documento que favorece el desarrollo turístico equilibrado del Perú. Un componente transversal del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR es el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), que recoge sus conceptos y valores y que constituye la principal herramienta para mejorar la posición del Perú como destino turístico a nivel internacional, reconocido por la calidad de su oferta turística.

3.1.1.3. CONDICIONES LEGALES

A. MARCO GENERAL

Ley General de Turismo (Ley 29408, 17.09.2009): Contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, los principios básicos de la actividad turística y los objetivos de la política estatal, declarando al MINCETUR como el ente rector a nivel nacional competente en materia turística.

B. ENTIDADES REGULADORAS

B.1. A NIVEL INTERNACIONAL

- **Organización Mundial del Turismo - OMT:** Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.
- **Sociedad Americana de Agencias de Viajes – ASTA:** Es la mayor asociación mundial de profesionales del turismo. Esta se compone de agencias de viajes y compañías turísticas (viajes, cruceros, hoteles, alquiler de coches, etc.).

B.2. A NIVEL NACIONAL:

- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR:** Define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los ministerios de relaciones exteriores y de economía y finanzas y los demás sectores del gobierno.
- **Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo – APAVIT:** Tiene como objetivo promover el desarrollo, fortalecimiento y mejoramiento del turismo y de las actividades que coadyuvan a su logro o le brindan facilidades; propulsar las actividades y proteger los intereses de las agencias de viajes y turismo a ellas afiliadas.
- **Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno - APOTUR:** Tiene como objetivo principal, el ser interlocutor válido con las autoridades,

organismos de turismo y el sector privado de turismo con el objeto de desarrollar y mejorar la oferta turística de las agencias de viajes y turismo, a fin de asegurar una mejor calidad de servicio.

C. PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS: AGENCIAS DE VIAJES: Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo (Decreto Supremo N° 026-2004-MINCETUR 11.11.2004), el cual establece los requisitos y procedimientos para autorizar la prestación del servicio de agencia de viajes y turismo, define el concepto de agencias de viajes y turismo, establece las condiciones que deberán cumplir para la prestación del servicio. Establece la clasificación como: minorista, mayorista y operador de turismo.

D. GUÍAS DE TURISMO

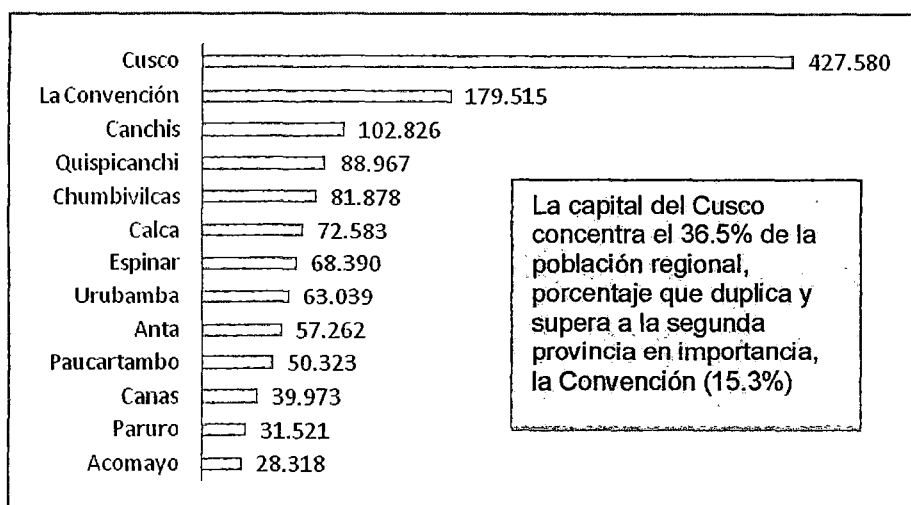
Ley del Guía de Turismo 2005 (Ley N° 28529, 25.05.2005), la cual establece que el servicio de guía de turismo es prestado por quienes ostentan el título oficial de guías de turismo, así como los licenciados en turismo colegiados.

3.1.1.4. CONDICIONES SOCIO – DEMOGRÁFICAS

La ciudad de Cusco cuenta con una población de 348,935 personas, así lo registran los resultados del último censo realizado el 2007 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Asimismo la tasa de crecimiento promedio anual es de 2.2%. Las proyecciones al 2012 indican un crecimiento poblacional considerable de 427,580 habitantes, sobre todo en la ciudad capital de departamento.

CUADRO N° 17

CUSCO: POBLACIÓN PROYECTADA POR PROVINCIA 2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Estimaciones y proyecciones de población, compendio estadístico 2010.

3.1.1.5. CONDICIONES CULTURALES

Como Capital Histórica del Perú (Constitución Peruana, 1993), el Cusco concentra los más renombrados atractivos turísticos del país. Machupicchu fue descubierto en 1911 y desde entonces no ha dejado de ser visitada por miles de turistas. Sin embargo, la región del Cusco atesora otras ciudadelas inca, referidas por los cronistas, aun por desarrollarse como es el caso de Choquequirao, conocida como la 'hermana sagrada de Machupicchu'.

Cusco se caracteriza por la riqueza y diversidad de sus tradiciones. Desde 1944 se lleva a cabo la Fiesta del Sol o Inti Raymi en el complejo arqueológico de Saqsaywamán. Es una representación de la ceremonia religiosa inca que se realizaba cada solsticio de invierno en honor al dios Sol. Actualmente la fecha de esta Fiesta es el 24 de junio de cada año. El Cusco ofrece al mundo no sólo la actual maravilla el Santuario Histórico de Machupicchu, sino también Choquequirao, Ollantaytambo,

Pisac, Saqsaywamán; el valle del Urubamba y los volcanes Salkantay y Ausangate; iglesias, casonas y museos, diversidad biológica, deportes de aventura, artesanía, etc.

3.1.1.6. CONDICIONES ECOLÓGICO – AMBIENTALES

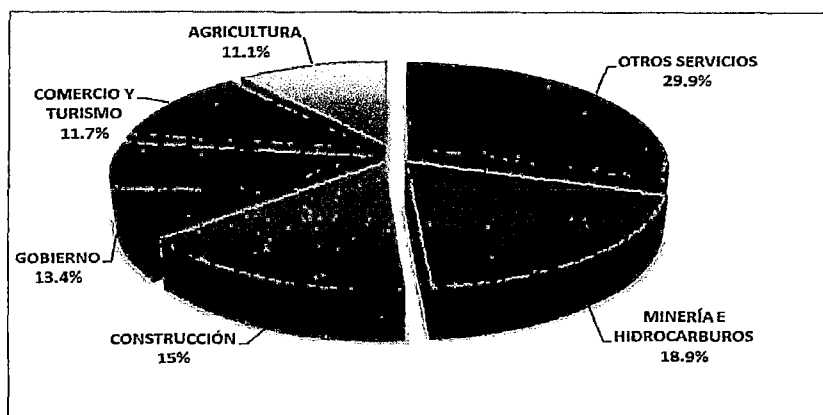
Dentro del sector público, a pesar de que existe una política ambiental de turismo aprobada por R.M. N° 195-2006-Mincetur-DM, se observa una insuficiente regulación en materia de turismo y ambiente, por lo cual actualmente se puede construir infraestructura hotelera sin contar con medidas obligatorias de prevención y mitigación ambiental (emisiones, afluentes, residuos, impactos de flora y fauna, entre otros).

Es necesario fortalecer los mecanismos de coordinación interinstitucional entre el Mincetur, Gobiernos Regionales y Locales, Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SERNANP), entre otros, a fin de promover la planificación de los destinos turísticos y el desarrollo de la actividad turística en áreas ligadas al recurso naturaleza y cultura, tales como las áreas naturales protegidas y su zona de amortiguamiento, las áreas conservación regional, bosques en tierras de protección y bienes inmuebles que integran el patrimonio cultural de la nación y sus áreas circundantes.

3.1.1.7. CONDICIONES ECONÓMICAS

A nivel general, la economía en la región del Cusco registra tres características fundamentales:

GRÁFICO N° 05 PORCENTAJE DEL PBI REGIONAL POR SECTORES CUSCO 2012



Fuente: INEI, 2013, Cusco, compendio estadístico 2012; BCRP, 2012, caracterización del departamento del Cusco.

Según el INEI, Cusco aportó el 3% del valor agregado bruto (VAB) de la producción nacional en el 2011. Su principal actividad productiva es la minería, que explica el 22.4% del VAB del departamento, destacando la explotación de cobre, oro y plata (Xstrata Tintaya es el principal productor) y gas. La industria turística, incluida en el rubro de comercio, hotelería y restaurantes, aportó ese año el 11.7% del PBI. Esta actividad representa un ingreso importante para gran parte de la población de la capital arqueológica de América.

En el caso de manufactura destaca la producción de la cerveza Cusqueña, a lo que se suma la de nitrato de amonio por parte de industrias Cachimayo, subsidiaria de Cementos Yura. Mención aparte merece la actividad de hidrocarburos pues el proyecto de Camisea representa el 95% de la producción nacional de gas natural. Cabe destacar que Cusco recibe, en promedio, S/.4.5 millones diarios por canon de regalías de parte de este proyecto.

3.1.2. AMBIENTE DE TAREA

3.1.2.1. PROVEEDORES

Lima Tours S.A.C cuenta como principal proveedor a su sede principal ubicada en Lima, la cual recepciona directamente a los turistas extranjeros para luego enviar hacia la ciudad del Cusco, en donde son atendidos por Lima Tours S.A.C.

Por otro lado, Lima Tours S.A.C. viene trabajando en colaboración con otras agencias de viajes y turismo las cuales reciben a los turistas de Lima Tours mediante un endose. Esto dependerá del tipo de programa turístico que elija el turista. En cuanto a los servicios de hospedaje, Lima Tours se caracteriza por trabajar en alianza con los hoteles de 5, 4 (con mayor frecuencia) y 3 estrellas. Teniendo en consideración que, según la DIRCETUR -CUSCO, existen 8 hoteles de 5 estrellas, 5 de 4 estrellas y 70 de 3 estrellas.

CUADRO N° 18

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR CATEGORÍA INSCRITAS EN LA DIRCETUR

CATEGORÍA	2007	2008	2009	2010	2011	2012
5 estrellas	2	3	4	6	6	8
4 estrellas	4	4	3	3	5	5
3 estrellas	58	69	52	70	66	70
2 estrellas	61	64	55	66	59	84
1 estrella	24	25	15	13	13	19
Albergue	3	3	2	2	2	4
S/C	221	346	378	430	1130	1115
TOTAL	373	514	509	590	1281	1305

Fuente: DIRCETUR Cusco.

Elaboración: Oficina de Planificación.

En cuanto a los servicios de restaurantes, la situación es un poco diferente, ya que el número de restaurantes con categoría 5, 3 y 2 tenedores, suman 50 (1 de 5 tenedores, 3 de tres tenedores, y 46 de 2 tenedores).

CUADRO N° 19
RESTAURANTES POR CATEGORÍA INSCRITAS EN LA
DIRCETUR

CATEGORÍA	2007	2008	2009	2010	2011
5 tenedores	0	0	1	1	1
4 tenedores	0	0	0	0	0
3 tenedores	5	5	5	5	3
2 tenedores	49	49	47	46	46
1 tenedor	31	31	30	30	30
S/C	115	288	144	173	248
TOTAL	200	373	227	255	328

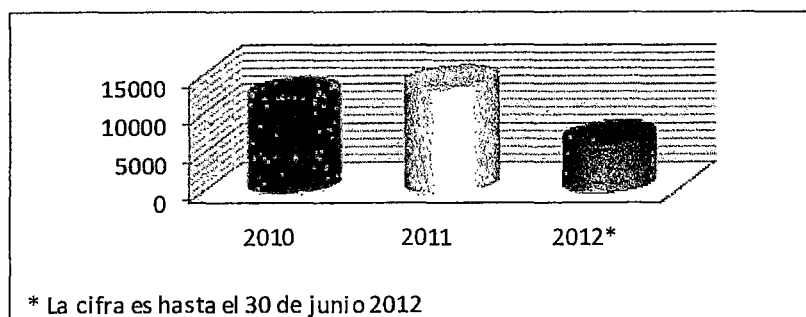
Fuente: DIRCETUR- Cusco.

Elaboración: Oficina de Planificación

3.1.2.2. CLIENTES

Según los registros de Lima Tours S.A.C. durante el año 2011 el total de pasajeros atendidos a través del turismo receptivo fue incrementándose significativamente a la importante cifra de 13,623 pasajeros atendidos, 1,543 más que el año 2010. Para el 30 de junio del 2012 Lima Tours S.A.C. había registrado la atención de 6,522 turistas. El siguiente gráfico ilustra de manera específica el crecimiento del número de turistas desde el año 2010 a junio del 2012.

GRÁFICO N° 06
TOTAL DE PASAJEROS ATENDIDOS POR LIMA TOURS S.A.C.



Fuente: Lima Tours S.A.C.
Elaboración: Propia.

3.1.2.3. COMPETIDORES

El turismo es una de las actividades con mayor crecimiento en la ciudad del Cusco, lo cual ha motivado a muchos empresarios a incursionar en el rubro. Según los registros de la oficina de Planificación de la DIRCETUR- Cusco, el 2011 se contaba con un total de 1,041 agencias de viajes y turismo en todas sus modalidades. Representando los operadores de turismo el 79% del total.

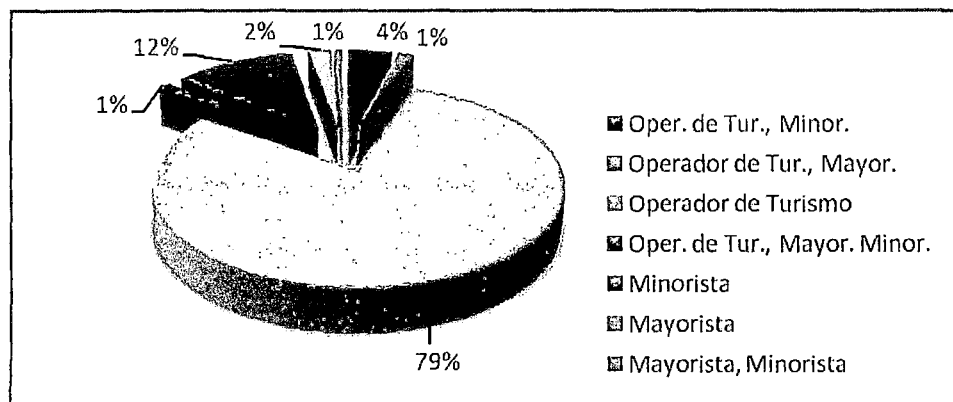
CUADRO N° 20
AGENCIAS DE VIAJE POR ESPECIALIDAD INSCRITAS EN LA DIRCETUR

ESPECIALIDAD	CANT. 2007	CANT. 2008	CANT. 2009	CANT. 2010	CANT. 2011	DISTRIB. (%)
Oper. de Tur., Minor.	10	29	34	43	43	4%
Operador de Tur., Mayor.	10	32	14	15	15	1%
Operador de Turismo	490	564	659	727	824	79%
Oper. de Tur., Mayor. Minor.	7	8	34	10	10	1%
Minorista	71	78	92	103	120	12%
Mayorista	8	11	16	16	22	2%
Mayorista, Minorista	5	6	16	7	7	1%
TOTAL	601	728	865	921	1041	100%

Fuente: DIRCETUR Cusco.

Elaboración: Oficina de Planificación DRC - Cusco.

GRÁFICO N° 07
DISTRIBUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO POR ESPECIALIDAD INSCRITAS EN LA DIRCETUR (%) 2011



Fuente: Elaboración Propia

La siguiente lista presenta a los principales competidores de Lima Tours S.A.C., los cuales cuentan con alianzas estratégicas con operadores internacionales y ofrecen similares servicios.

CUADRO N° 21

LISTADO DE OPERADORES DE TURISMO COMPETIDORES

Nombre Comercial	Razón Social
Abercrombie & Kent(A& K)	Abercrombie & Kent Perú S.A.C.
CondorTravel S.A.	Condor Travel S.A.
Overseas Adventure and Travel (O.A.T.)	Grand Circle Peru S.C.R.L.
Peru Orient Express-Experiences (POE)	Peru Orient Express - Experiences S.A.C.
GRAYLINE	Viajes Pacífico S.A.C.
Great Adventure People (G.A.P.)	G.A.P. Adventures S.A.C. Grandes Aventuras del Peru S.A.C.
COLTUR	Coltur Peruana de Turismo S.A.C. Operandes / Dasatariq
INTREPID	Intrepid Andes S.A.C.
COSTAMAR TRAVEL	Costar Travel Cruise & Tours S.A.C. CTM Tours S.A.C.

La lista anterior representa a las agencias de viajes y turismo operadoras de mayor representatividad en el uso del transporte férreo, dado que nuestro principal producto turístico es Machupicchu un indicador para tal atractivo turístico es la cantidad de turistas que hacen uso de este servicio.

PERÚRAIL, indica que en relación a los pasajes de tren que se adquieren a nombre de las agencias de viajes antes mencionadas, la representatividad de las mismas es alrededor de un 40%.

Es importante mencionar que los criterios de esta lista obedecen no solo al flujo de pasajeros transportados por estas empresas, sino a la participación de activos que estas generaron

en el 2011 y 2012 por tal motivo A&K figura en primer lugar, evidentemente la participación de este, para servicio Hiram Bingham le otorga gran relevancia, Cóndor Travel y Lima Tours también se mantienen en la élite de los principales operadores de turismo en el Cusco.

3.1.2.4. ENTIDADES REGULADORAS

A. La Asociación de Agencias de Turismo de Cusco (AATC):

Entre los agentes y operadores del sector, es la entidad representativa en el orden regional de las más importantes empresas de viajes y turismo de Cusco. Es una institución de carácter eminentemente gremial sus fines esenciales son promover y estimular las actividades de las agencias de viajes y turismo del departamento del Cusco; defiende los intereses de ellas.

B. La Cámara Regional de Turismo de Cusco (CARTUC):

Fue fundada en 1975, es un órgano consultivo y de colaboración con las administraciones públicas. representa, promueve y defiende los intereses generales de los empresarios del sector turismo de la región del Cusco, y presta numerosos servicios a las empresas que ejercen su actividad en nuestra región.

C. La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del

Cusco (DIRCETUR – Cusco): Lidera el comercio exterior, la artesanía y el turismo, tres ejes de mayor crecimiento, no sólo por el dinamismo de su expansión a nivel nacional e internacional, sino también porque representan una herramienta de desarrollo sostenible de la región.

Formular, aprobar, ejecutar, evaluar dirigir, controlar y administrar las políticas en materia de desarrollo de la actividad turística regional, en concordancia con la política general de gobierno y los planes sectoriales

D. Dirección Regional de Cultura Cusco (DRC- Cusco):

Mediante ley N° 29565, publicada en el diario oficial el peruano, el 21 de julio del 2010, se crea el ministerio de cultura. y a partir del 01 de octubre el Instituto Nacional de Cultura (INC) se convierte en el Ministerio de Cultura, de acuerdo al decreto supremo N°001-2010-MC. La DRC-Cusco tiene el compromiso en defensa del patrimonio. Es así que está encargado de la conservación y restauración de esculturas, pintura mural, retablos, etc.

E. El Colegio de Licenciados en Turismo del Perú - Consejo Regional Cusco (COLITUR - Cusco):

Es una entidad de derecho público interno que agrupa a todos los profesionales en turismo, titulados en universidades. Busca el bienestar de los miembros de la orden a través de la defensa estricta de la profesión y permanente actualización de los mismos; de acuerdo a los requerimientos del mercado actual para generar mejores oportunidades profesionales a los licenciados en turismo.

F. Policía de Turismo – POLTUR:

Es un órgano especializado de la Policía Nacional del Perú que se encarga de controlar la seguridad del visitante a nuestra ciudad, así también brinda servicios de asesoramiento al turista, vela por su seguridad y previene actos delincuenciales que afecten el buen funcionamiento de la actividad turística en la ciudad del Cusco.

3.2. AMBIENTE INTERNO: ANÁLISIS SITUACIONAL CASO LIMA TOURS

S.A.C

3.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

3.2.1.1. DATOS GENERALES

- **DIRECCIÓN:** AV. Pardo N° 613
- **TIPO DE EMPRESA:** Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- **RAZÓN SOCIAL:** LIMA TOURS S.A.C.
- **NOMBRE COMERCIAL:** LIMA TOURS
- **RUC:** 20536830376
- **PÁGINA WEB:** <http://www.limatours.com.pe>
- **ACTIVIDAD COMERCIAL:** Agencias de Viajes y Guías Turísticas
- **TELÉFONO:** (084) 221266
- **FAX:** (084) 210431
- **REPRESENTANTES LEGALES:**
- **GERENTE GENERAL :** Arrarte Fiedler Carlos Alberto
- **APODERADO O GERENTE DE SUCURSAL:** Julio Guevara

3.2.1.2. RESEÑA HISTÓRICA

Lima Tours S.A.C. es una empresa fundada en 1,956 por el Sr. Eduardo R. Arrarte. La oficina principal se encuentra en la ciudad de Lima, Jr. de la Unión Nro. 1040

En Cusco se apertura la sucursal de Lima Tours S.A.C. El 01 de Mayo de 1,965 por el Sr. Eduardo Arrarte, delegando la administración al Sr. George Althaus que empieza su trabajo con el apoyo del Sr Alfredo Landa y Juan Cazorla, en sus inicios funciono en uno de sus ambientes del Hotel Cusco hasta el año 1,967.

Esta agencia es considerada como una agencia pionera a nivel nacional al cumplir los 56 años de operar en el mercado

turístico, sus éxitos se basan en la constancia, perseverancia y el optimismo, aunque se inició en una época donde no se daba mucha importancia al turismo en el Perú, ni se tenía mucha de la infraestructura que hoy se goza, supieron salir adelante, manteniéndose hasta nuestros días con una labor interrumpida, aunque como toda empresa con altibajos internos y externos que supieron afrontar frente problemas que marcaron la historia del Perú como el terrorismo, la epidemia del cólera, la inestabilidad económica entre otros, manteniéndose como uno de los líderes en el mercado turístico.

3.2.2 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.2.2.1 MISIÓN

Nos dedicamos a promover el patrimonio cultural y natural del Perú, y nos hemos comprometido a conservarlo. Garantizamos una atención personalizada para nuestros clientes, mediante el diseño de productos y servicios innovadores, hechos a la medida de cada cliente, con tecnología de última generación. Somos un equipo bien entrenado, altamente motivado y plenamente identificado con los valores de la empresa.

3.2.2.2 VISIÓN

Compartimos con el mundo nuestra pasión por el Perú.

3.2.2.3 POLÍTICAS

Somos una organización de servicios turísticos dedicada a brindar satisfacción absoluta y personalizada al cliente. Nosotros triunfaremos en este esfuerzo ofreciendo servicios y productos de la mejor calidad, acorde con lo solicitado por el cliente, teniendo un equipo humano bien capacitado y recompensado, siendo creativos, flexibles y, estando identificados con los valores de la empresa en todo momento, manteniéndonos

competitivos y tecnológicamente avanzados. Nuestros trabajadores, clientes y proveedores son nuestros socios estratégicos y, como tales, debemos crear y mantener apropiadas condiciones de mutuo respeto y confianza, promoviendo la mejora continua y asegurando la eficacia de nuestro sistema integrado de gestión.

3.2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

Lima Tours S.A.C. no cuenta con un organigrama establecido.

3.2.3.1. DESCRIPCIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS

A. GERENCIA DE SUCURSAL CUSCO

Está a cargo del Señor Julio Guevara en la ciudad del Cusco, quien se encarga de supervisar, controlar a todas las demás áreas sobre todo a la de operaciones, es la persona autorizada para poder resolver todo tipo de problemas que pueda tener el operador de turismo.

Sus funciones son:

- Representa a la empresa legalmente y en eventos.
- Ejerce administración de la organización y del aspecto técnico-administrativo, así como operacional de la empresa.
- Supervisa y controla todo el funcionamiento y operatividad de todos los departamentos de la empresa.
- Coordina con los departamentos de reservas, operaciones y contabilidad todas las decisiones que se deban tomar en dichos departamentos.
- Coordina estrechamente todo movimiento operacional contable, tales como presupuestos operacionales en caso de grupos y servicios extras, solicitud de dinero, vía caja chica, bancos, etc. Para sus respectivas atenciones.
- Toma decisiones y dictamina las disposiciones que orienten a conducir la empresa hacia metas y objetivos trazados,

tanto por la gerencia como en coordinación con los demás departamentos de la empresa, brindando el mejor servicio, logrando una buena imagen.

- Mantiene los recursos y fuentes de crédito que permiten brindar soluciones inmediatas a problemas de liquidez para atención de pasajeros de última hora o sin pedido.
- Negocia con los proveedores de servicios como: aerolíneas, hoteles, empresas de transportes, etc.

B. CONTABILIDAD

- Recopila, revisa y procesa la documentación contable del operador.
- Elabora nóminas, reportes de tipo fiscal, administrativo y contable.
- Elabora informes de todos los egresos que ha realizado el operador a los acreedores (hoteles, transportes, y otros) debidamente acreditados por sus facturas.
- Efectúa el pago de lo correspondiente a impuestos (SUNAT, AFP, CTS, etc.)
- Efectúa el pago de planillas al personal.
- Efectúa el pago de servicios.
- Recepciona documentos, facturas, boletas, cronogramación de pagos a proveedores, etc.

C. RESERVAS

- Recibe las órdenes de servicios a través de su base de datos es decir de las reservas de los grupos de turistas a operar.
- Abre files de reserva.
- Mantiene constante comunicación con las agencias del exterior.
- Actualiza los datos de las empresas con las que trabaja.

- Reconfirma reservas de hoteles, restaurantes, etc.

La documentación utilizada por este departamento son: File, directorio de proveedores, directorio de hoteles, etc.

D. OPERACIONES

- Coordina las acciones que conduzcan la ejecución óptima del servicio.
- Ejecuta y llevar a cabo las acciones de proceso que concreticen el servicio.
- Coordina y poner en funcionamiento todos los componentes que integran el paquete turístico.
- Mantiene actualizados los documentos necesarios para la realización del servicio.
- Rinde informes a la Gerencia de Sucursal.
- Una de las responsabilidades más importantes es de ingresar y mantenerlos actualizados en los servicios requeridos para cada file de pasajeros.

E. COORDINACIÓN

- Asistir al turista desde el momento de su llegada al Cusco.
- Reconfirmar vuelos y cambia cuando el turista lo requiere en coordinación con contabilidad y con autorización del turista.
- Recepcionar los reportes de guías, para luego procesarlos y derivarlos a operaciones si el caso lo amerita.
- Estar en contacto permanente con los guías y trasladistas en caso de problemas con los pasajeros.

F. BOLETAJE

Es responsable de pedir los boletos de las líneas aéreas nacionales e internacionales, así como de control de boletaje. Tiene capacidad de decidir las secuencias de su labor dentro de lo establecido.

Funciones principales:

- Elabora documentos requeridos.
- Solicita espacios, confirmaciones y cancelaciones de boletos de tren cuando es necesario.
- Realiza compras de boletos de transporte terrestre (subida a Machupicchu) y ferroviario (Perú Rail).
- Realiza la compra del BGT (boleto turístico general) y (boleto turístico parcial).
- Realiza la compra de boletos de ingreso a Machupicchu.
- Realizar el cuadro de cuentas para entregar al área de contabilidad y respaldar el gasto hecho mediante el control de tickets numerados.

G. PROGRAMACIÓN

Ésta área realiza las siguientes funciones:

- Ingresar la información recibida de reservas a la "biblia" y la mantiene constantemente actualizada.
- Programa a los guías y trasladistas para la atención con un día de anticipación.
- Controla los servicios del día mediante constantes comunicaciones con el guía y trasladista.
- Prepara los despachos de los guías, emitiendo y entregando a los guías y trasladistas las órdenes de excursión, reportes (para el guía y para los turistas) y boletos a utilizar por los pasajeros.

H. VENTAS

- Recibe la solicitud de los servicios sueltos.
- Brinda información y asistencia al turista que solicita algún servicio.
- Elabora los paquetes turísticos incluyendo los circuitos a visitar en la ciudad del Cusco y alrededores y en algunos casos los circuitos fuera de la ciudad.
- Efectúa el cobro directo a los pasajeros que toman el servicio suelto mediante tarjetas de crédito o en efectivo, coordinando previamente con Operaciones.
- Llevar un archivo y control de la documentación del área.

3.2.4 CAPITAL HUMANO DE LA EMPRESA

Lima Tours S.A.C. cuenta con el siguiente personal en la sucursal del Cusco:

- (1) Gerencia de Sucursal Cusco
- (1) Secretaría
- (2) Reservas
- (2) Contabilidad
- (24) Operaciones (Coordinación, Boletaje y Programación)
- (1) Ventas

3.2.5 DOCUMENTOS UTILIZADOS EN LA EMPRESA

Entre los documentos principales que la empresa maneja se tiene.

3.2.5.1 FILE.

Es el documento más importante porque en ella va el itinerario y toda la información del pasajero o grupo y toda la comunicación que hubo desde el primer momento con el grupo, así como todas las reservas hechas en el sistema de su base de datos por el operador principal en Lima o la sucursal del Cusco, los cuales son puestos en el file, permitiendo conocer el tipo de

servicio, siendo servicio compartido o servicio privado. El file contiene todos los datos del turista y los detalles del servicio a brindar:

- Número y código de file
- Nombre del pasajero o grupo
- Número de pasajeros
- Fecha de arribo y salida
- Medio de transporte en el arribo y salida
- Nombre de la agencia
- Nombre del Tour Conductor (guía principal)
- Fecha y año de apertura del file
- Nombre de la persona que abre el file
- Lugar y tipo de hotel especificando los días de permanencia
- Remarks (observaciones), donde se indica si el servicio es compartido o privado, idioma y otros datos importantes.

En el reverso del file del mismo modo se coloca el número del file, seguidamente los servicios de forma detallada que se ofrecerán de acuerdo a fechas comenzando con:

- Ingreso (IN)
- Excursiones
- Alimentación
- Salida (OUT)

Para un mejor control de los file aperturados son colocados en los diferentes casilleros, que serán clasificados de acuerdo a la fecha de llegada, los mismos que serán tomados por los trasladistas y guías para ser revisados y ver que incluyen cada reserva. Este file tiene forma de folder para poder guardar dentro de este todos aquellos documentos referentes a su

reserva, su llenado es de forma manual y con lápiz para poder corregir los posibles cambios que se dé.

3.2.5.2 BIBLIA

También conocido como centro de control operativo o diario, es el registro principal de movimiento de pasajeros, donde se detalla la ejecución de los servicios turísticos de manera clara o específica realizándose en forma diaria. En él se indica lo siguiente:

- Fecha de atención del tour
- Lugar desde donde se realizara la atención
- Tipo de tour
- Tipo de servicio (privado o compartido)
- Tipo y nombre del hotel a utilizar
- Numero de file
- Nombre del grupo o pasajero.
- Idioma (español, italiano, inglés, etc.)
- Nombre de agencia
- Medio de transporte
- Numero de pasajero
- Nombre del guía
- Nombre del trasladista
- Tipo de alimentación
- Hotel
- Pernocte

Este documento es revisado por el personal encargado de realizar los servicios de traslado, guías y trasladistas, así mismo a los encargados de boletaje. La persona encargada de biblia es quien da el REPORTE DE GUIAS, en el cual se indica todos los datos generales del pasajero y pormenores del tour, por lo tanto la biblia es un documento esencial porque depende de este

todos los servicios que se prestan al pasajero o grupo, con el nuevo sistema de base de datos este se imprime a diario y de esta forma facilita la labor y la ubicación de los datos cuando este sea necesario, además que se emite por triplicado, uno para la persona encargada de estar al pendiente de la biblia, otro para gerencia de sucursal quien verifica que todos los servicios lleven su curso, el tercero se deja en la parte visible de la oficina para ser revisado por los integrantes del área de operaciones estos documentos son archivados a diario para posibles revisiones o contrastes de los servicios.

3.2.5.3 ORDEN DE RESERVAS

Este documento se usa para realizar solicitudes de servicios de cualquier índole ya sea por ejemplo de hospedaje, restaurantes, transporte, guías, y otros. Se hace por medio del correo electrónico emitidos por el departamento de reservas, en el documento se registra el número de pasajeros o grupo de pasajeros especificando cuantos son adultos o niños; el día para el que se requiere hacer la reserva etc.

3.2.5.4 VOUCHER

Documento que es de manejo del operador de turismo, el cual es empleado como respuesta a la compra de un servicio turístico, el voucher viene a constituir una especie valorada para el cual se provee servicios de alimentación excursión y hospedaje también se le conoce con el nombre de cupones de servicios. Generalmente es el guía quien tiene la responsabilidad de llevar consigo los vouchers originales para cada servicio, los cuales son dejados en cada establecimiento que brinden el servicio requerido para que a su vez ellos respalden el servicio prestado.

3.2.5.5 ORDEN DE EXCURSIÓN O TOUR

Este documento es emitido por el área de programación destinado al personal encargado de realizar los servicios como traslados y excursiones. En nuestro medio este documento es utilizado de manera genérica para el uso o manejo del guía y trasladista.

3.2.6 SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA

3.2.6.1 SERVICIOS ORGANIZADOS

La sucursal Cusco, es la que se encarga de prestar servicios que detallan los paquetes turísticos vendidos en la oficina principal, sucursales en el Perú o de países extranjeros, esto incluye reservar los alojamientos, transportes, alimentación, excursiones convencionales o especiales, estos servicios también se dan tanto a grupos o individuales (privados), servicios de guías profesionales, entrada a monumentos arqueológicos, religiosos, apoyo en el aeropuerto, estación de trenes, asistencia antes, durante y después de su visita y excursión.

3.2.6.2 SERVICIOS SUELTOS

Venta de boletos aéreos nacionales e internacionales, reservaciones de pasajes, hoteles, restaurantes.

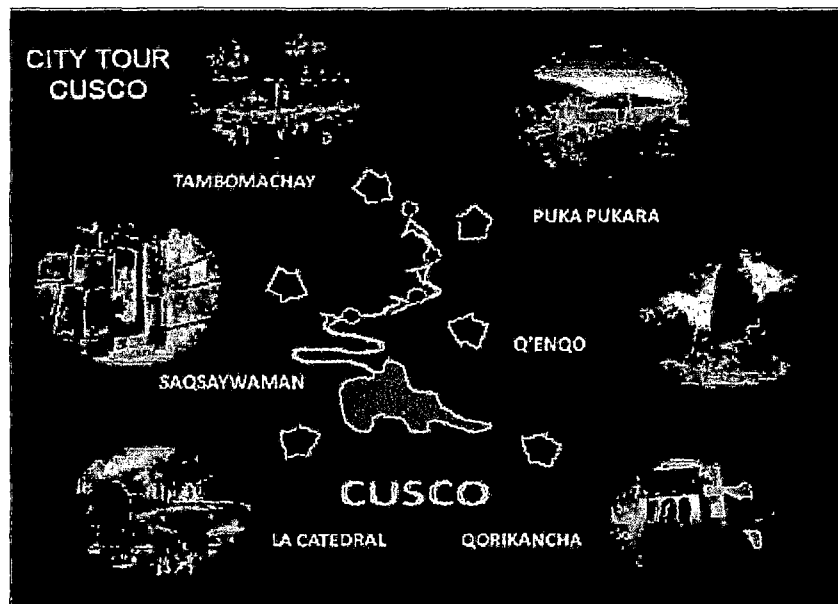
3.2.6.3 SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA

Lima Tours S.A.C. es una organización integral con servicios orientados a un mercado de alto nivel, debido a que la prioridad de la empresa es la calidad de satisfacer las necesidades del cliente en cuanto este requiere información y asistencia.

3.2.6.4 SERVICIOS TRADICIONALES EN EL CUSCO:

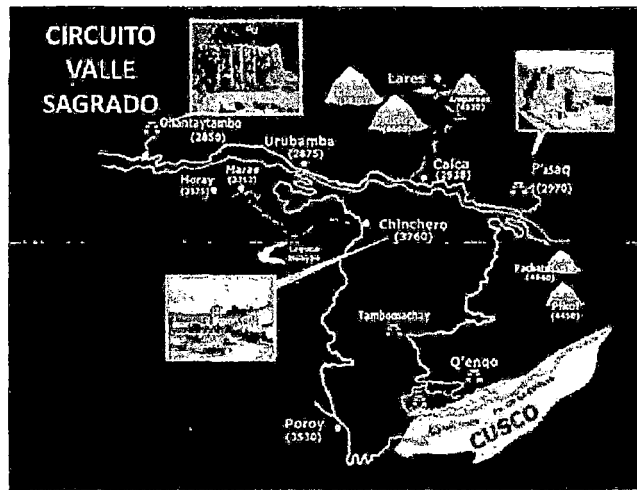
A. CITY TOUR: Llamado también City Tour o combinada, el cual recorre los siguientes 6 lugares: Templo del "Qorikancha" (cercado de oro), Catedral del Cusco, Saqsaywaman (cabeza de puma), Q'enqo (laberinto), Puka Pukara (lugar rojizo), y Tambomachay. (templo del agua).

IMAGEN N° 01
CITY TOUR CUSCO



B. VALLE SAGRADO DE LOS INCAS: El Valle Sagrado comprende los siguientes atractivos turísticos: P'isaq (complejo arqueológico y mercado artesanal), Ollantaytambo (complejo arqueológico y pueblo inca) y Chinchero (complejo arqueológico, pueblo colonial y mercado tradicional).

IMAGEN N°02
CIRCUITO VALLE SAGRADO DE LOS INCAS



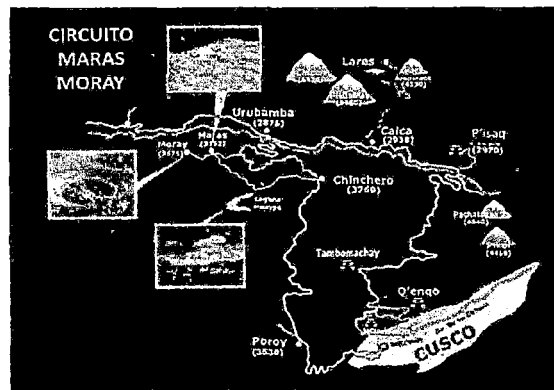
C. VALLE SUR: Este tour es conocido por que combina paisajes naturales, arquitectura inca en Tipón, arquitectura pre – inca Wari en Pikillaqta, se visita Andahuaylillas su Capilla, conocida como la "Capilla Sixtina de Cusco"; sin olvidar la gastronomía que se puede degustar en Saylla.

IMAGEN N° 03
CIRCUITO VALLE SUR



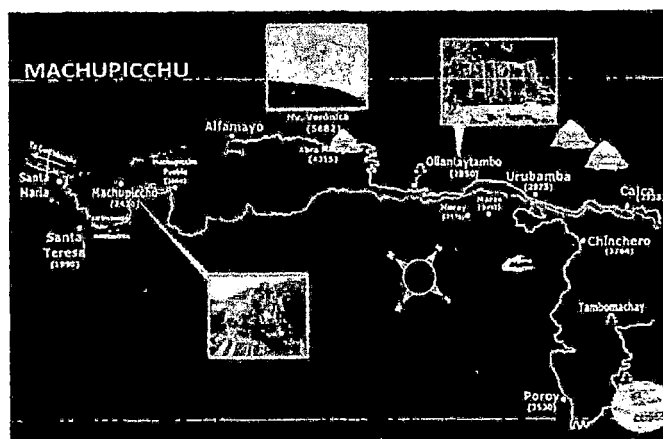
D.MARAS MORAY: Importante centro de domesticación, aclimatación e hibridación de especies vegetales salvajes que fueron modificadas o adaptadas para el consumo humano. En Maras se encuentran las famosas salineras conocidas por algunos como "minas de sal" están constituidas por unos 3000 pozos pequeños.

IMAGEN N° 04
CIRCUITO MARAS MORAY



E. MACHUPICCHU: Es una impresionante ciudadela inca enclavada en una montaña y significa "Montaña Vieja". Fue descubierta por Hiram Bingham en 1911.

IMAGEN N° 05
CIRCUITO MACHU PICCHU



3.2.7 ANÁLISIS DE LA GESTION DE LA CALIDAD EN LIMA TOURS S.A.C.

El Modelo de calidad de servicios se encuentra basado en tres aspectos: planificación, control y mejoramiento de la calidad. Por ello ha sido necesaria la evaluación de todas las áreas a través del uso de la guía de registro de observación. De este modo, se ha encontrado las siguientes deficiencias y/o carencias que se presentan a continuación:

Planificación:

- Lima Tours S.A.C. no cuenta con una planificación adecuada de todas sus actividades.
- No cuenta con planes de capacitación (responsables, recursos, cronograma, materiales) para el personal que labora en Lima Tours S.A.C.
- No cuenta con un equipo responsable de planear, controlar y ejecutar de un modo formal y sistemático los procesos en cada una de las áreas.
- No planifica a nivel administrativo sus actividades teniendo deficiencias en cuanto al manejo documentos necesarios como: Manual de Organización y Funciones, Manual de Calidad.
- No planifican evaluaciones de manera integral.

Control:

- No existe un control minucioso de todas las actividades.
- No se planifica el control de los procesos (responsables, recursos, cronograma, documentación necesaria).
- No se cuenta con un registro de las deficiencias impidiendo detectar a tiempo las áreas críticas y posteriores medidas de corrección.
- No evalúan de manera adecuada la satisfacción de los turistas.

Mejoramiento:

- Inexistencia de planes de mejoramiento impidiendo un cambio significativo en relación a la calidad de los servicios.
- El personal de Lima Tours S.A.C. no cuenta con equipos de mejoramiento por cuanto carecen de objetivos claros en cuanto a calidad de servicios se refiere.
- No se seleccionan oportunidades de mejora a implementar y mucho menos proyectos de mejora.

3.2.8 ANÁLISIS FODA

Se realizó considerando la existencia de oportunidades y amenazas, que son identificadas gracias al análisis del escenario (diagnóstico situacional).

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Las proyecciones muestran que la tendencia en el número de llegadas de turistas internacionales al Perú es creciente en los próximos años.	1. Mayor captación de turistas por países competidores a nivel de Sudamérica.
2. Tecnología especializada que permite el acceso y transferencia de información eficaz.	2. La crisis económica que está afectando a los principales países emisores de turismo.
3. La sede central de Lima Tours muestra un fuerte compromiso con las comunidades campesinas a nivel nacional.	3. Afectación de los destinos turísticos por los desastres naturales a consecuencia del cambio climático.
4. Los principales países emisores de turistas manifiestan mayor interés en el destino Perú, dada la elección de Machu Picchu como	4. Incremento del número de estafas a los turistas por parte de operadores informales.

una de las nuevas maravillas mundiales.

- | | |
|--|---|
| <p>5. El impulso y la difusión que PROMPERU le está dando a la marca Perú a nivel mundial.</p> <p>6. Los distintos y variados recursos turísticos con los que cuenta nuestro territorio.</p> <p>7. Disposición de la sede central de Lima en brindar apoyo administrativo.</p> | <p>5. Creciente número de empresas asociadas a operadores internacionales.</p> <p>6. Creciente deterioro y/o pérdida de algunas estructuras urbanas, arqueológicas patrimoniales y recursos naturales.</p> <p>7. Inexistencia de gestión de la calidad en la prestación de servicios.</p> |
|--|---|

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Cuenta con un staff de guías profesionales	1. Inexistencia de una estructura organizacional, estratégica y funcional definida.
2. Es un operador autorizado por la DIRCETUR – CUSCO	2. Es un operador que depende en gran medida de sus proveedores.
3. Larga trayectoria en el rubro del turismo en el Cusco (47 años).	3. El personal en muchos casos sobre todo en temporada alta, llega a ser insuficiente.
4. El operador cuenta con un sistema computarizado de reserva (SABRE).	4. Incumplimiento de los horarios.
5. Disposición del personal por adquirir nuevos conocimientos en las diferentes áreas de prestación de servicios al turista.	5. Inadecuada atención de las quejas y reclamos.
6. Correcta imagen visual.	6. Los seminarios y programas de capacitación se realizan esporádicamente.
7. Trato amable de los guías y trasladistas.	7. Carencia de incentivos al personal.

<p style="text-align: center;">3.2.9 MATRIZ FODA</p>	<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con un staff de guías profesionales 2. Es un operador autorizado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco 3. Larga trayectoria en el rubro del turismo en el Cusco (47 años). 4. El operador cuenta con un sistema computarizado de reserva (SABRE). 5. Disposición del personal por adquirir nuevos conocimientos en las diferentes áreas de prestación de servicios al turista. 6. Correcta imagen visual. 7. Trato amable de los guías y trasladistas. 	<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistencia de una estructura organizacional, estratégica y funcional definida. 2. Es un operador que depende en gran medida de sus proveedores. 3. El personal en muchos casos sobre todo en temporada alta, llega a ser insuficiente. 4. Incumplimiento de los horarios. 5. Inadecuada atención de las quejas y reclamos. 6. Los seminarios y programas de capacitación se realizan esporádicamente. 7. Inexistencia de gestión de la calidad en la prestación de los servicios.
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las proyecciones muestran que la tendencia en el número de llegadas de turistas internacionales al Perú es creciente en los próximos años. 2. Tecnología especializada que permite el acceso y transferencia de información eficaz. 3. La sede central de Lima Tours muestra un fuerte compromiso con las comunidades campesinas a nivel nacional. 4. Los principales países emisores de turistas manifiestan mayor interés en el destino Perú, dada la elección de Machu Picchu como una de las nuevas maravillas mundiales. 5. El impulso y la difusión que PROMPERU le está dando a la marca Perú a nivel mundial. 6. Los distintos y variados recursos turísticos con los que cuenta nuestro territorio. 7. Disposición de la sede central de Lima en brindar apoyo administrativo. 	<p>ESTRATEGIAS (FO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar que Lima Tours S.A.C. cuenta con una larga trayectoria y reconocimiento en el mercado local y nacional para captar más turistas que están interesados en visitar el Perú, en especial Machu Picchu. (F3, O4). 2. Aprovechar el acceso a la tecnología especializada para capacitar al personal de Lima Tours S.A.C. teniendo en consideración su disposición para adquirir nuevos conocimientos contando con el apoyo de la sede principal. (F5, O2 y O7) 3. Valerse de los patronatos que auspicia la sede central de Lima Tours S.A.C. a nivel nacional para fortalecer la imagen y la trayectoria de la empresa en el Cusco. (F3, O3) 	<p>ESTRATEGIAS (DO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecimiento de una adecuada estructura organizacional aprovechando la disposición de la sede central de Lima. (D1, O7) 2. Aprovechar la tendencia en el numero de llegadas de turistas internacionales al Perú en los próximos años sobre todo en temporada alta donde Lima Tours S.A.C. prevea la oportunidad.(D4,O1) 3. Motivar a los trabajadores por medio de reconocimientos e incentivos económicos, plena coordinación con la sede principal. (D7, O7) 4. Incrementar la frecuencia de las capacitaciones al personal teniendo en consideración el incremento progresivo del interés de los turistas en visitar el Cusco gracias a la difusión de la marca Perú que PROMPERÚ realiza en diferentes países. (D6, O4 y O5)

<p>MATRIZ FODA</p>	<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con un staff de guías profesionales. 2. Es un operador autorizado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco. 3. Larga trayectoria en el rubro del turismo en el Cusco (47 años). 4. El operador cuenta con un sistema computarizado de reserva (SABRE). 5. Disposición del personal por adquirir nuevos conocimientos en las diferentes áreas de prestación de servicios al turista. 6. Correcta imagen visual. 7. Trato amable de los guías y trasladistas 	<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistencia de una estructura organizacional, estratégica y funcional definida. 2. Es un operador que depende en gran medida de sus proveedores. 3. El personal en muchos casos sobre todo en temporada alta, llega a ser insuficiente. 4. Incumplimiento de los horarios. 5. Inadecuada atención de las quejas y reclamos. 6. Los seminarios y programas de capacitación se realizan esporádicamente. 7. Inexistencia de gestión de la calidad en la prestación de los servicios.
<p>AMENAZAS (A)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mayor captación de turistas por países competidores a nivel de Sudamérica. 2. La crisis económica que está afectando a los principales países emisores de turismo. 3. Afectación de los destinos turísticos por los desastres naturales a consecuencia del cambio climático. 4. Incremento del número estafas a los turistas por parte de operadores informales. 5. Creciente número de empresas asociadas a operadores internacionales. 6. Creciente deterioro y/o pérdida de algunas estructuras urbanas, arqueológicas patrimoniales y recursos naturales. 7. El tiempo de permanencia del turista en su visita es corto. 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el buen trato que ofrece el personal de Lima Tours S.A.C. para atender lo mejor posible a los turistas que vienen a visitar el Cusco por períodos de tiempo cortos. (F7, A7) 2. Aprovechar los años de experiencia que tiene Lima Tours S.A.C. en el mercado para generar confianza frente al incremento de las estafas, en los turistas que estén interesados en visitar el Cusco. (F3, A4) 	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar con mayor frecuencia a los trabajadores de Lima Tours S.A.C. para que brinden calidad en el servicio y evitar que los turistas opten por otros operadores u otros destinos turísticos extranjeros (D6, A1 y A5) 2. Mejorar la atención de quejas y reclamos y evitar el incumplimiento de los horarios teniendo en consideración que el turista permanece en nuestra ciudad por períodos de tiempo bastante cortos. (D4 y D5, A7) 3. Adoptar un modelo calidad de servicios basado en la gestión de la calidad para aprovechar al máximo el corto tiempo de permanencia del turista en nuestro país. (D7, A7)

ELABORACIÓN Y DISEÑO: propio

3.2.10 MATRIZ EFE-EFI

MATRIZ EFE			
FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIF.	PES. POND.
OPORTUNIDADES			
1. Las proyecciones muestran que la tendencia en el número de llegadas de turistas internacionales al Perú es creciente en los próximos años.	0.07	3	0.21
2. Tecnología especializada que permite el acceso y transferencia de información eficaz.	0.06	2	0.12
3. La sede central de Lima Tours muestra un fuerte compromiso con las comunidades campesinas a nivel nacional.	0.03	2	0.06
4. Los principales países emisores de turistas manifiestan mayor interés en el destino Perú, dada la elección de Machupicchu como una de las nuevas maravillas mundiales.	0.12	4	0.48
5. El impulso y la difusión que PROMPERU le está dando a la marca Perú a nivel mundial.	0.09	3	0.27
6. Los distintos y variados recursos turísticos con los que cuenta nuestro territorio.	0.09	2	0.18
7. Disposición de la sede central de Lima en brindar apoyo administrativo.	0.06	3	0.18
SUBTOTAL	0.52		1.5
AMENAZAS			
1. Mayor captación de turistas por países competidores a nivel de Sudamérica.	0.09	3	0.27
2. La crisis económica que está afectando a los principales países emisores de turismo.	0.07	3	0.21
3. Afectación de los destinos turísticos por los desastres naturales a consecuencia del cambio climático.	0.06	1	0.06
4. Incremento del número de estafas a los turistas por parte de operadores informales.	0.03	2	0.06
5. Creciente número de empresas asociadas a operadores internacionales.	0.12	4	0.48
6. Creciente deterioro y/o pérdida de algunas estructuras urbanas, arqueológicas patrimoniales y recursos naturales.	0.06	1	0.06
7. El tiempo de permanencia del turista en su visita es corto.	0.05	3	0.15
SUBTOTAL	0.48		1.29
TOTAL	1.00		2.79
Nota: (1) Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por arriba de la media, 2 = la respuesta es la media y 1 = la respuesta es mala. (2) El total ponderado de 2.79. Está por arriba de la media de 2.50.			

El total ponderado de **2.79** indica que esta empresa está por encima de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las oportunidades externas y eviten las amenazas.

MATRIZ EFI			
FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIF.	PESO POND.
FORTALEZAS			
1. Cuenta con un staff de guías profesionales	0.10	3	0.30
2. Es un operador autorizado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco	0.04	3	0.12
3. Larga trayectoria en el rubro del turismo en el Cusco (47 años).	0.05	4	0.20
4. El operador cuenta con un sistema computarizado de reserva (SABRE).	0.12	4	0.48
5. Disposición del personal por adquirir nuevos conocimientos en las diferentes áreas de prestación de servicios al turista.	0.06	4	0.24
6. Correcta imagen visual	0.09	3	0.27
7. Trato amable de los guías y trasladistas	0.04	4	0.16
SUBTOTAL	0.5		1.77
DEBILIDADES			
1. Inexistencia de una estructura organizacional, estratégica y funcional definida.	0.06	1	0.06
2. Es un operador que depende en gran medida de sus proveedores.	0.03	2	0.06
3. El personal en muchos casos sobre todo en temporada alta, llega a ser insuficiente.	0.12	2	0.24
4. Incumplimiento de los horarios.	0.05	2	0.10
5. Inadecuada atención de las quejas y reclamos.	0.06	1	0.06
6. Los seminarios y programas de capacitación se realizan esporádicamente.	0.04	1	0.04
7. Inexistencia de gestión de la calidad en la prestación de servicios.	0.14	2	0.28
SUBTOTAL	0.5		0.84
TOTAL	1.00		2.61
Nota: Los valores de las calificaciones son los siguientes: 1=debilidad mayor, 2=debilidad menor, 3 = fortaleza menor, 4 = fortaleza mayor.			

El total ponderado es de **2.61**, lo cual indica que la posición estratégica internageneral de la empresa está justo por encima del promedio, lo que significa que Lima Tours S.A.C. tiene una fuerte posición interna y que muestran disposición para aprovechar sus fortalezas con el fin de minimizar sus debilidades.

CAPITULO IV

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 DE FUENTES PRIMARIAS

4.1.1. METODO PROBABILÍSTICO

4.1.1.1. ENCUESTA A OPERADORES DE TURISMO

Según el registro de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cusco (DIRCETUR - CUSCO) los operadores suman un total de 824 operadores a diciembre del 2011. Para la presente investigación se tomó en consideración la muestra de **72** operadores a los cuales se encuestó durante la segunda semana de noviembre del 2012.

CUADRO N° 22
¿QUÉ SIGNIFICA CALIDAD PARA USTED?

ALTERNATIVAS	N° DE PERS.	%
Buenos precios	6	8%
Atención personalizada	18	25%
Cumplimiento de itinerarios	9	13%
Mejoramiento continuo del servicio	20	28%
Cumplimiento de las expectativas del turista	19	26%
TOTAL	72	100%

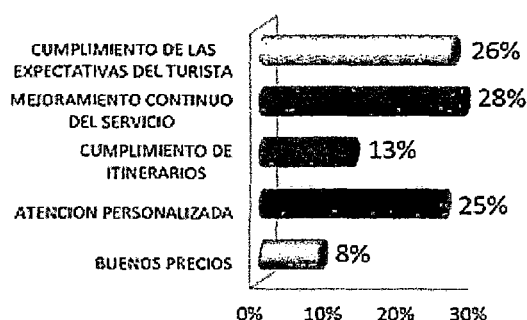
FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

Un 28% de los encuestados coinciden en que la calidad del servicio consiste en el mejoramiento continuo del servicio y otro 25% indica que la calidad del servicio está más relacionada con la atención personalizada a los turistas. El 26% afirma que la calidad es el cumplimiento de las expectativas del turista mientras que el 13% asegura que es el cumplimiento de los itinerarios. Sólo el 8% considera que la calidad son los buenos precios.

GRÁFICO N° 08
¿QUÉ SIGNIFICA CALIDAD PARA USTED?



FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

INTERPRETACIÓN:

Es importante que todo el personal comparta una idea similar de lo que significa para ellos la calidad del servicio. Al igual que los objetivos y metas, todos necesitan estar involucrados en el logro de los mismos. De este modo los esfuerzos del personal estarán claramente definidos y focalizados.

CUADRO N° 23

**¿REALIZAN UNA ADECUADA
PLANIFICACIÓN DE LA
CALIDAD?**

ALTERNATIVAS	N° DE PERSONAS	%
SI	25	35%
NO	47	65%
TOTAL	72	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

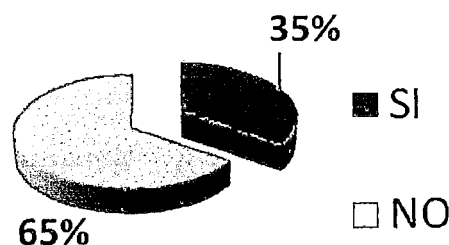
El 35% de los encuestados respondieron que realizan una adecuada planificación de la calidad, mientras que el 65% indica que no lo hacen de manera adecuada.

INTERPRETACIÓN:

Dicho análisis nos muestra que la gran mayoría de operadores no trabajan bajo la planificación de la calidad, lo cual repercute directamente en la calidad de servicio que prestan a los turistas.

GRÁFICO N° 09

**¿REALIZAN UNA ADECUADA
PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD?**



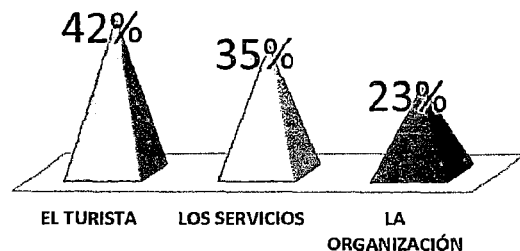
FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

CUADRO N° 24
LOS OBJETIVOS DE VUESTRO OPERADOR DE TURISMO ESTÁN ORIENTADOS HACIA:

ALTERNATIVAS	N° DE	
	PERSONAS	%
El turista	30	42%
Los servicios	25	35%
La organización	17	23%
TOTAL	72	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 10
LOS OBJETIVOS DE VUESTRO OPERADOR DE TURISMO ESTÁN ORIENTADOS HACIA:



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

El 42% de los encuestados asegura que los objetivos del operador donde laboran están orientados hacia el turista, el 35% respondió que están orientados hacia los servicios, mientras que el 23% hacia la organización.

INTERPRETACIÓN:

El mayor porcentaje de los encuestados consideran al turista como el elemento principal al interior del operador de turismo. Esto demuestra la importancia de centrar los esfuerzos en lograr la satisfacción del turista. Por otro lado, la calidad de los servicios influye en la satisfacción del turista, es por eso que la tercera parte de los encuestados consideran de suma importancia centrar sus esfuerzos en los servicios y en cómo los brindan. El menor porcentaje de encuestados afirma que los objetivos de sus centros de labor van direccionados hacia la organización y aspectos como la rentabilidad de la empresa o el mejor posicionamiento de la misma.

CUADRO N° 25

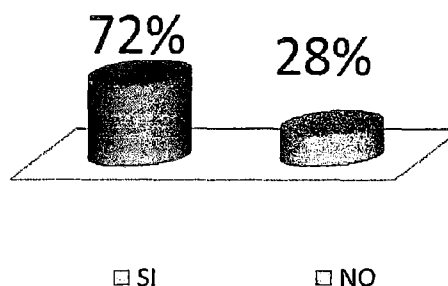
**¿EFECTÚAN UN CONTROL
MINUCIOSO DE LA CALIDAD?**

ALTERNATIVAS	N° DE PERSONAS	%
SI	52	72%
NO	20	28%
TOTAL	72	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 11

**¿EFECTÚAN UN CONTROL
MINUCIOSO DE LA CALIDAD?**



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

El 72% de las personas encuestadas indican que los operadores en los cuales laboran realizan controles minuciosos de la calidad. El 28% indica lo contrario.

INTERPRETACIÓN:

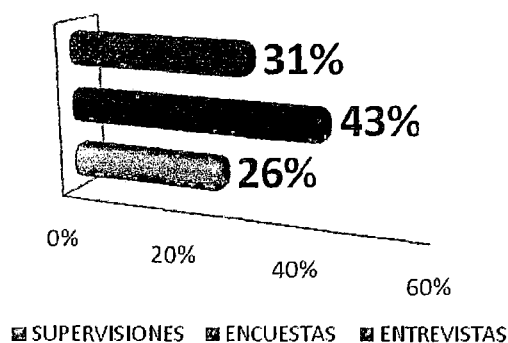
Tal y como lo evidencian los porcentajes presentados en la figura anterior, la gran mayoría de los operadores si realizan controles minuciosos y adecuados de la calidad, sin embargo el control no está presente en todos los operadores. Por lo cual, se puede inferir que los servicios prestados por éstos operadores tienen falencias ya que al no haber adecuados controles no se puede saber dónde se está errando y mucho menos tomar las medidas correctivas para solucionarlo.

CUADRO N° 26
¿QUÉ TÉCNICAS UTILIZAN PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD?

ALTERNATIVAS	N° DE PERSONAS	%
Supervisiones	19	26%
Encuestas	31	43%
Entrevistas	22	31%
TOTAL	72	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 12
¿QUÉ TÉCNICAS UTILIZAN PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD?



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

El 26% de los encuestados realizan supervisiones para realizar el control de la calidad, el 43% utiliza las encuestas, y el 31% dice hacer uso de las entrevistas.

INTERPRETACIÓN:

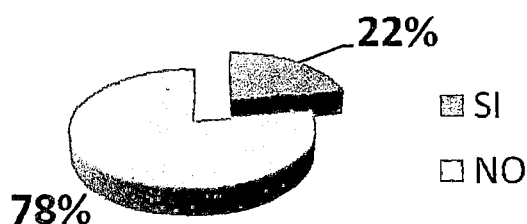
El control de la calidad se realiza mediante encuestas simples en su mayoría, ya que son prácticos y no requieren de elevados costos. Las supervisiones y entrevistas son usadas en menor cantidad para el control al interior de los operadores. La empresa debe estar alerta a las respuestas para verificar si la prestación de los servicios es óptima.

CUADRO N° 27
¿CUENTA VUESTRO OPERADOR DE TURISMO CON PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD?

ALTERNATIVAS	N° DE PERSONAS	%
SI	16	22%
NO	56	78%
TOTAL	72	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
 ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 13
¿CUENTA VUESTRO OPERADOR DE TURISMO CON PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD?



FUENTE: Cuestionario aplicado.
 ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

Un 78% de los encuestados afirma no contar con planes de mejoramiento de la calidad, mientras que el 22% dice lo contrario.

INTERPRETACIÓN:

Si bien es cierto que la gran mayoría de los operadores de turismo conocen la importancia de la calidad, sin embargo eso no implica que todos cuenten y cumplan con planes de mejoramiento de la calidad. El no buscar un mejoramiento refleja un pensamiento un tanto conformista.

CUADRO N° 28

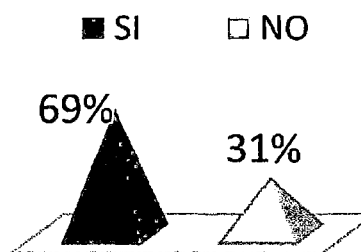
¿CONSIDERA USTED QUE LOS PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ESTÁN SIENDO APLICADOS DE MANERA EFCIENTE EN VUESTRO OPERADOR DE TURISMO?

ALTERNATIVAS	N° DE PERSONAS	%
SI	11	69%
NO	5	31%
TOTAL	16	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 14

¿CONSIDERA USTED QUE LOS PLANES DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ESTÁN SIENDO APLICADOS DE MANERA EFCIENTE EN VUESTRO OPERADOR DE TURISMO?



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

Por un lado, un 69% de los encuestados afirman que vienen aplicando de manera eficiente los planes de mejoramiento de la calidad en sus respectivos operadores de turismo. Por otro lado, un 31% de los encuestados considera que los planes no se cumplen con eficiencia.

INTERPRETACIÓN:

De los 16 encuestados que afirmaron en la pregunta anterior contar con planes de mejoramiento de la calidad, solamente 11 respondieron de manera afirmativa. Lo cual implica que con cierta periodicidad vienen aplicando cambios con el objetivo de generar servicios de calidad y por consecuencia lograr que los turistas estén satisfechos.

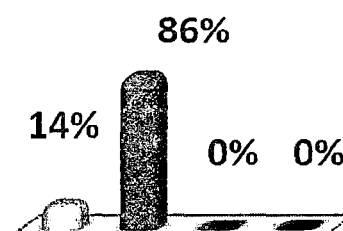
CUADRO N° 29
SEGÚN SU PERCEPCIÓN, LOS
TURISTAS ATENDIDOS POR
VUESTRO OPERADOR ESTÁN:

ALTERNATIVAS	N° DE PERSONAS	%
Completamente satisfechos.	10	14%
Satisfechos.	62	86%
Insatisfechos.	0	0%
Completamente insatisfechos	0	0%
TOTAL	72	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 15
SEGÚN SU PERCEPCIÓN, LOS
TURISTAS ATENDIDOS POR
VUESTRO OPERADOR ESTÁN:

- █ Completamente satisfechos.
- █ Satisfechos.
- █ Insatisfechos.
- █ Completamente insatisfechos



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

El 14% de los encuestados perciben que los turistas (a los cuales atendieron) están completamente satisfechos. El 86%, en cambio, afirman que sus usuarios están satisfechos con el servicio.

INTERPRETACIÓN:

El personal encuestado considera que los servicios que ofrecen a los turistas logran satisfacerlos. Pero la gran mayoría considera que aún falta mejorar en la calidad de los servicios para lograr una satisfacción completa en los turistas a los cuales atiende.

CUADRO N° 30
SEGÚN SU PERCEPCIÓN ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA EL TURISTA LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS?

ALTERNATIVAS	N° DE PERSONAS	%
Muy importante	47	65%
Importante	25	35%
Regularmente importante	0	0%
Nada importante	0	0%
TOTAL	72	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

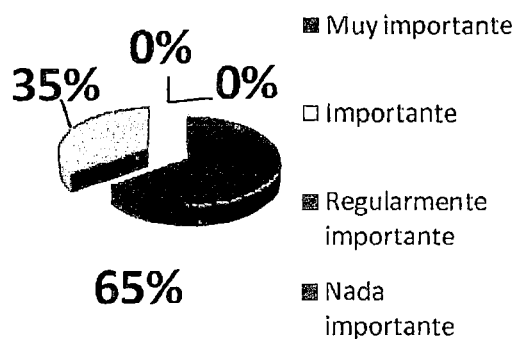
DESCRIPCIÓN:

Un 65% de los encuestados afirman que la calidad en la prestación de servicios turísticos es muy importante para el turista y el 35% considera que es importante.

INTERPRETACIÓN:

Los encuestados son conscientes que para los turistas es sumamente importante la calidad en la prestación de servicios turísticos, ya que la satisfacción de los mismos depende en gran manera de cómo sean atendidos durante su visita.

GRÁFICO N° 16
SEGÚN SU PERCEPCIÓN ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA EL TURISTA LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS?



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

4.1.2. MÉTODO NO PROBABILÍSTICO:

4.1.2.1. POR JUICIO DE EXPERTO: ENTREVISTA ALA RESPONSABLE DEL ÁREA DE SERVICIOS TURÍSTICOS (DIRCETUR-CUSCO)

Nombre: Lic. Margarita García Sotomayor

Cargo: Jefa del Área de Servicios Turísticos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cusco.

a. ¿Cuál es la función principal de su institución frente a la prestación de servicios de los operadores de turismo del centro receptor Cusco?

Nuestra institución cumple con dos marcos funcionales: el primero, el "rol normativo" y el segundo, el "rol promotor". Nosotros buscamos que los servicios que brindan las agencias de viaje y turismo cumplan con los requisitos básicos de funcionamiento y formalidad. Además proveemos de cursos de capacitación dirigidos a las personas directamente relacionadas con el turismo. La DIRCETUR, también, se encarga directamente de promover, supervisar y auspiciar a los diferentes gremios como: COLITUR, AGOTUR, etc.

b. ¿Cree usted que la dirección de los operadores de turismo debe estar encargada a un profesional en turismo?

Sería lo más conveniente, pero sabemos que eso no ocurre en un gran número de Operadores de Turismo. Muchos profesionales de otras carreras han optado por dedicarse al rubro turístico, y gracias a su experiencia se han establecido en el mercado. No sólo hablo de la parte directiva de las empresas, también me refiero al personal operativo. Sin embargo, actualmente, sí se cuenta con mayor cantidad de profesionales en materia de turismo.

c. ¿Qué opina sobre el sistema de endoses que es practicado por los operadores de turismo?

Yo creo que es una situación ya generalizada, por cuanto no solamente los operadores de turismo hacen uso de este sistema sino también las agencias minoristas. El sistema de endose ha estado generando desagrados a los turistas, puesto que en muchos casos los servicios endosados no cumplen con lo prometido generando quejas y reclamos. Muchas de las agencias no exigen un mínimo de requerimientos de calidad a sus diversos proveedores.

Muchas veces los guías son los primeros perjudicados, ya que el cliente muchas veces reclama directamente al guía sobre algunos servicios que habían sido ofrecidos en la agencia y que no son cumplidos, entonces ellos tienen que ser sinceros e informar al cliente de esta situación desagradable.

d. ¿Cree usted que las agencias de viajes y turismo deban realizar una capacitación permanente de su personal? ¿Cómo y cuándo?

Definitivamente. Yo sé que hay agencias que lo hacen no solo de actualización de datos, sino que tratan más de interrelacionar a sus trabajadores para que exista mejor armonía en el trabajo. Pero en definitiva todas las agencias deberían estar comprometidas en la capacitación de su personal, ya que el aparato turístico funciona desde el gerente que está sentado detrás del escritorio hasta el personal de limpieza.

Así mismo debemos considerar que el 80% de responsabilidad está encargada al guía, en lo que se refiere a la prestación de servicios, ya que el guía está un 90% con el turista durante su visita, ahí es donde se debe incidir más, pero también todo el engranaje debe estar capacitado.

e. ¿Cree que los servicios brindados por los operadores de turismo son de calidad? ¿Por qué?

En cuanto a cumplimiento de estándares internacionales sólo una minoría logra cumplir con ellos. Países más desarrollados turísticamente que no tienen las mismas características que nuestro producto turístico, pero se esfuerzan en intentar dar lo mejor de ellos, si bien es cierto que aquí existen excelentes empresas que brindan excelentes servicios, pero también hay otras empresas que sólo piensan en sacar el mayor beneficio posible de los turistas, entonces hay mucho pan por rebanar. Si nosotros pudiéramos controlar esa parte del aparato turístico estaríamos hablando de que tal vez el servicio turístico a nivel nacional sería bueno para arriba, pero sin embargo ahora hablamos de un servicio regular.

f. ¿Cuáles son las faltas (con relación a la prestación de servicios) que cometen con más frecuencia las agencias de viajes y turismo?

Las más comunes son: la informalidad, los excesivos precios, el incumplimiento de itinerarios, vehículos y equipos en malas condiciones, carencia de profesionalismo y buen trato del personal. Todas éstas son básicamente desde el punto de vista del turista, ya que ellos son la razón principal de la existencia de las agencias de viajes y turismo.

4.1.2.2. POR CONVENIENCIA: ENCUESTAS A LOS TURISTAS

Para la presente investigación se consideró conveniente la realización de encuestas dirigidas a los turistas nacionales y/o extranjeros que fueron atendidos por Lima Tours S.A.C. durante la primera semana de noviembre del 2012. El total de turistas encuestados fue de **187**.

A. DATOS GENERALES:

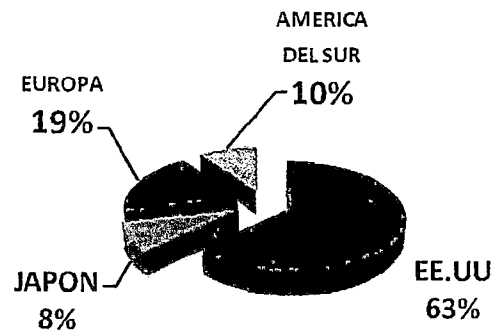
**CUADRO N° 31
NACIONALIDAD**

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	%
EE.UU.	117	63%
Japón	16	8%
Europa	36	19%
América del sur	18	10%
TOTAL	187	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

**GRÁFICO N° 17
NACIONALIDAD**



FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio

DESCRIPCIÓN:

En el cuadro se puede observar que el mayor porcentaje atendido por Lima Tours es de EE.UU con 63%, seguido de Europa con el 19% y teniendo en último a Japón y a América del sur.

INTERPRETACIÓN:

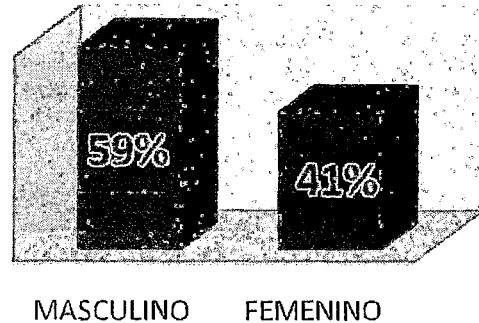
A diferencia de los turistas norteamericanos o europeos, los turistas provenientes de Latinoamérica consideran innecesario el uso de agencias de viajes, es por ello que aparecen en menor porcentaje en el cuadro anterior. Además, es importante resaltar que los turistas norteamericanos y europeos vienen al Cusco exclusivamente en sus períodos de vacaciones.

CUADRO N° 32
GÉNERO

GENERO	ENCUESTADOS	%
Masculino	111	59%
Femenino	76	41%
TOTAL	187	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 18
GÉNERO



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio

DESCRIPCIÓN:

Con el presente trabajo de campo se ha constatado que el género femenino en un 41% está realizando viajes dejando atrás la tendencia normal, que el varón en mayor porcentaje lo realizaba, quienes representan un 59% lo que simplemente demuestra el papel protagónico de la mujer en el mundo.

INTERPRETACIÓN:

En los últimos años el género femenino se encuentra incursionando en diferentes actividades que eran consideradas exclusivas del género masculino, dentro de ellos incluye a la realización de viajes y turismo. Lima Tours S.A.C. no solo atiende a personas de género definido, sino también a homosexuales y lesbianas, quienes merecen un trato distinto en todo el viaje con un servicio más personalizado en cuanto a trasladistas y guías quienes entreguen un servicio especial.

CUADRO N° 33

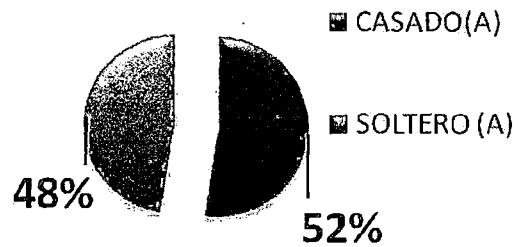
ESTADO CIVIL

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	%
Casado(a)	98	52%
Soltero(a)	89	48%
TOTAL	187	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 19

ESTADO CIVIL



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

En el gráfico podemos observar que el 52% de los turistas atendidos por Lima Tours vienen con sus parejas, a diferencia del 48% de los turistas que respondieron ser solteros.

INTERPRETACIÓN:

Según el gráfico mostrado se puede evidenciar que casi la mitad de los turistas vienen en pareja, esto debido a la capacidad económica y la disposición de tiempo con la que cuentan. Además, ellos prefieren venir en condición de retirados con la finalidad de disfrutar después de haber trabajado por años.

CUADRO N° 34

EDAD

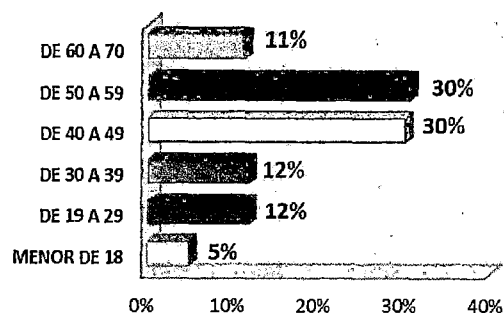
ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	%
MENOR DE 18	9	5%
DE 19 A 29	22	12%
DE 30 A 39	22	12%
DE 40 A 49	56	30%
DE 50 A 59	57	30%
DE 60 A 70	21	11%
TOTAL	187	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 20

EDAD



FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 60% del total de turistas se encuentran entre los 40 a 59 años, mientras que el 24% está entre los 19 a 39 años de edad. Sólo un 5% señala ser menor de 18 años y un 11% señala ser mayor de 60 años.

INTERPRETACIÓN: El tercer segmento (30 a 39) desea pagar un precio promedio que represente la calidad de los servicios recibidos. Los del cuarto segmento (40 a 49) poseen una estabilidad económica generando libertad financiera y capacidad adquisitiva, poseen una amplia experiencia de viaje a diferentes destinos internacionales, por ende son más exigentes. Por otro lado del segundo segmento (19 a 29), están en formación educativa "estudiantes", por lo cual aún no poseen capacidad de gasto, y solo les interesa pagar las tarifas más económicas para cubrir los servicios básicos. Los del quinto segmento (50 a más), son jubilados, con altos niveles de poder adquisitivo, de gustos exigentes, amantes de confort, detallistas y perfeccionistas con el tipo de servicios ofrecidos y muy minuciosos en el cumplimiento del mismo.

CUADRO N° 35

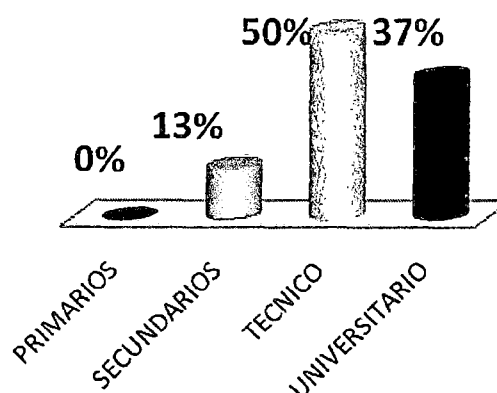
GRADO DE INSTRUCCIÓN

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	%
Primarios	0	0%
Secundarios	25	13%
Técnico	92	50%
Universitario	70	37%
TOTAL	187	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 21

GRADO DE INSTRUCCIÓN



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN:

El 50% de los turistas afirman tener un nivel técnico, y un 37% dicen tener un nivel universitario. Solamente un 13% tiene un nivel secundario.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los turistas ha seguido estudios a nivel técnico y profesional universitario, esto evidencia que los turistas que llegan a la ciudad del Cusco tienen un nivel cultural elevado y por lo tanto el nivel de las exigencias en cuanto a calidad del servicio son mayores.

CUADRO N° 36

OCUPACIÓN

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	%
Profesional ejecutivo	55	29%
Profesional técnico	63	34%
Estudiante	24	13%
Retirado / jubilado	32	17%
Empleado en servicio, comercio, vendedor.	13	7%
TOTAL	187	100%

FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

GRÁFICO N° 22

OCUPACIÓN



FUENTE: Cuestionario aplicado.
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio

DESCRIPCIÓN:

El 34% de los turistas son profesionales técnicos, el 29% son profesionales ejecutivos y el 17% son personas retiradas o jubiladas. Por otra parte el 13% de los turistas encuestados son estudiantes y el 7% son empleados (servicio, comercio o vendedor).

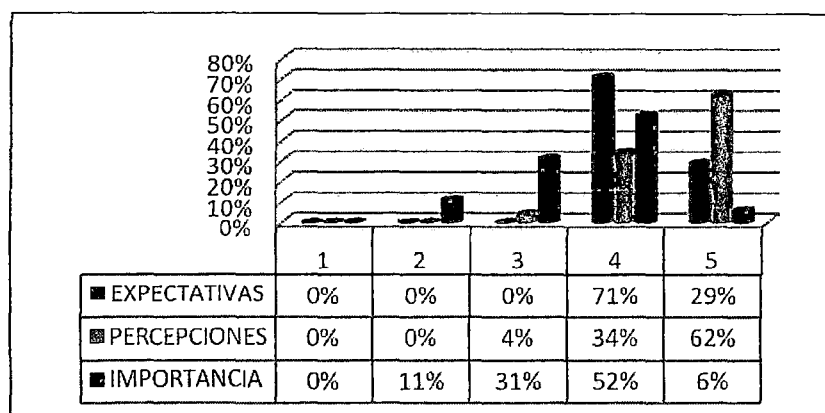
INTERPRETACIÓN:

En Lima Tours el mayor porcentaje de turistas son profesionales (técnicos) y el menor porcentaje son empleados en servicio/vendedor, señalamos que profesionales ejecutivos son el segundo segmento de turistas más atendidos en Lima Tours.

B. DATOS ESPECÍFICOS

GRÁFICO N° 23

P.7. APARIENCIA Y ATUENDO DE GUÍAS Y TRASLADISTAS



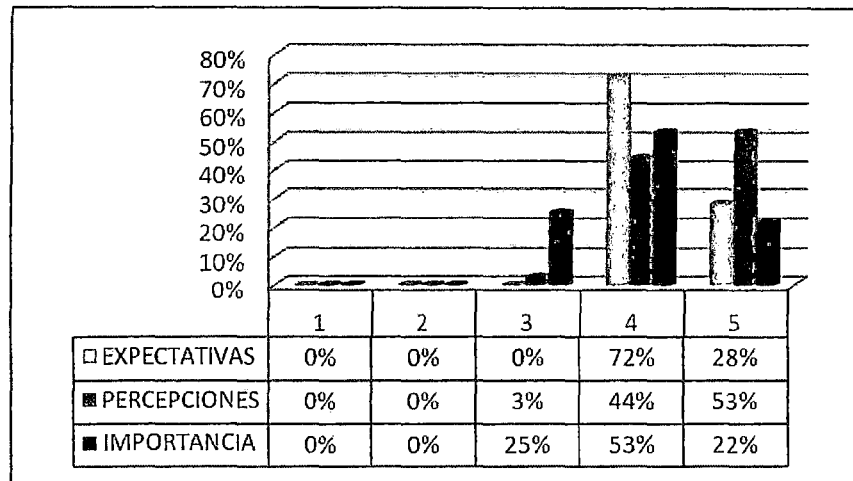
FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio

DESCRIPCIÓN: El 71% de los turistas esperaban que la apariencia y atuendo del personal de Lima Tours S.A.C. sea bueno mientras que el 29% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 4% percibió que la apariencia y atuendo del personal de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 34% lo consideró como bueno y el 62% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 11% de los turistas consideran "la apariencia" como poco importante, el 31% importante, el 52% muy importante y el 6% fundamental.

INTERPRETACIÓN: Las expectativas en cuanto a la "apariencia" fueron superadas altamente obteniéndose calificaciones de entre muy bueno y excelente. Esto debido a que el personal de Lima Tours S.A.C. está adecuadamente presentado pero además los turistas consideran que la apariencia es un elemento que debe incluirse en el servicio brindado pero no representa un aspecto fundamental para lograr un servicio de calidad.

GRÁFICO N° 24
P.8. EL USO Y DISEÑO DE LA PÁGINA WEB Y FOLLETOS
DE LIMA TOURS S.A.C.



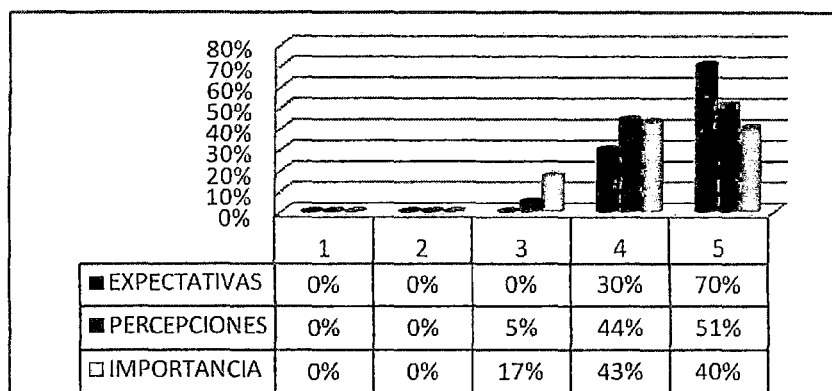
FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio

DESCRIPCIÓN: El 72% de los turistas esperaban que el diseño de la página web y folletos de Lima Tours S.A.C. fueran buenos mientras que el 28% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 3% percibió que el diseño de la página web y folletos de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 44% consideró el diseño de la página web y folletos como bueno y el 53% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 25% de los turistas consideran "el uso y diseño de la página web y folletos" como importante, el 53% muy importante, el 22% fundamental.

INTERPRETACIÓN: Las expectativas en cuanto al "uso y diseño de la página web y folletos" fueron superadas obteniéndose calificaciones de entre bueno y excelente, con un mínimo porcentaje el cual lo calificó como regular. Sin embargo esto evidencia que se deben realizar mejoras ya sea con un cambio de diseño o la forma de presentarlos.

GRÁFICO N° 25
P.9. PRECISIÓN EN LA INFORMACIÓN QUE LIMA TOURS
S.A.C LE BRINDA SOBRE LAS CONDICIONES DEL
SERVICIO



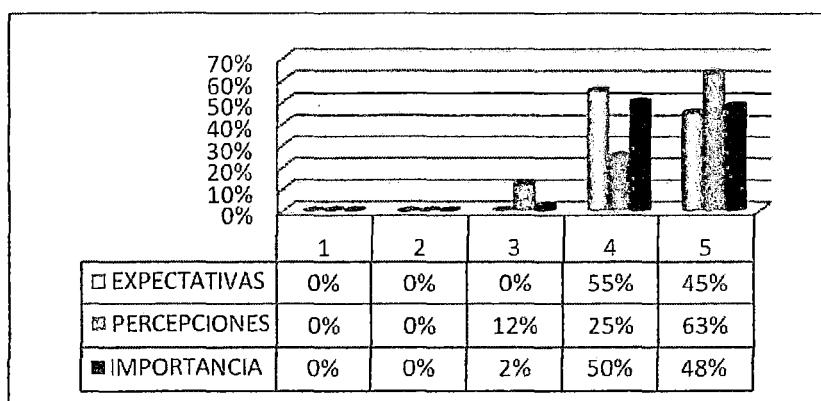
FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 30% de los turistas esperaban que la precisión en la información de Lima Tours S.A.C. fuera bueno mientras que el 70% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 5% percibió que la precisión en la información de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 44% consideró la precisión en la información como bueno y el 51% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 17% de los turistas consideran la "precisión en la información" como importante, el 43% muy importante, y el 40% fundamental.

INTERPRETACIÓN: Si bien es cierto que se obtuvieron calificaciones positivas, las expectativas de muchos turistas no pudieron ser satisfechas en el nivel que ellos esperaban. Lo cual responde a una falencia en la prestación del servicio. Debiendo ser urgente la toma de medidas correctivas puesto que éste aspecto representa un elemento de gran importancia para el turista.

GRÁFICO N° 26
P.10. CUMPLIMIENTO DE LOS ITINERARIOS
PROGRAMADOS



FUENTE: Cuestionario aplicado.

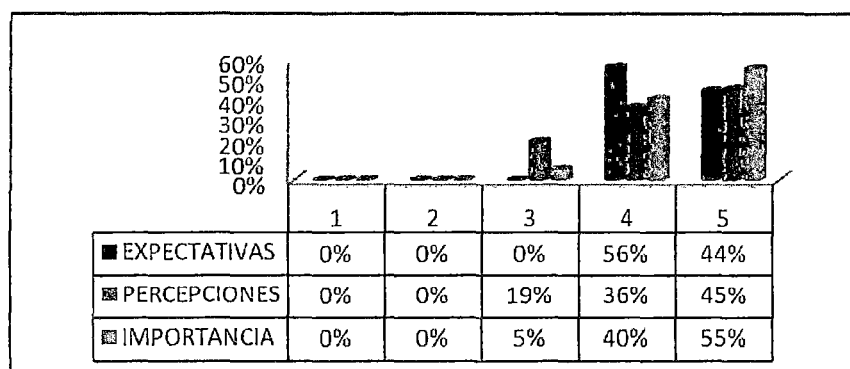
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 55% de los turistas esperaban que el cumplimiento de los itinerarios programados de Lima Tours S.A.C. fuera bueno mientras que el 45% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 12% percibió que el cumplimiento de los itinerarios programados de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 25% consideró el cumplimiento de los itinerarios programados como bueno y el 63% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 2% de los turistas consideran el "cumplimiento de los itinerarios programados" como importante, el 50% muy importante, el 48% fundamental.

INTERPRETACIÓN: El cumplimiento de itinerarios es esencial para el correcto funcionamiento al interior de cualquier agencia de viajes y turismo. Por ello las expectativas siempre son elevadas, y como en este caso cualquier retraso o incumplimiento representa una percepción negativa de la prestación del servicio.

GRÁFICO N° 27

P.11. PRONTITUD EN EL SERVICIO DE LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS



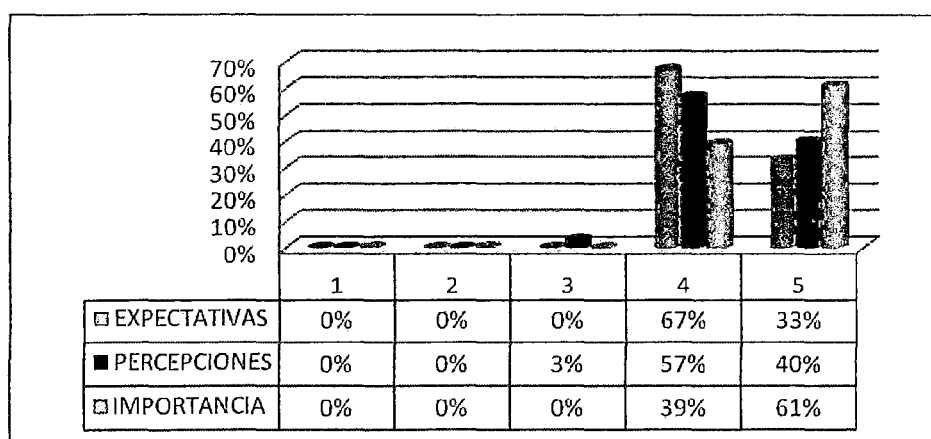
FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 56% de los turistas esperaban que la prontitud en el servicio de los guías, y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fuera bueno mientras que el 44% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 19% percibió que la prontitud en el servicio de los guías, y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 36% la consideró como buena y el 45% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 5% de los turistas consideran la "prontitud en el servicio de los guías y trasladistas" como importante, el 40% muy importante, el 55% fundamental.

INTERPRETACIÓN: El factor tiempo tiene gran importancia para los turistas y es por ello que el personal de Lima Tours S.A.C. requiere estar preparado para atender con prontitud a las necesidades de los turistas, y en especial si se trata del personal que interactúa de manera directa con los mismos.

GRÁFICO N° 28
P.12. DISPOSICIÓN DE LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS A
RESPONDER SUS INQUIETUDES



FUENTE: Cuestionario aplicado.

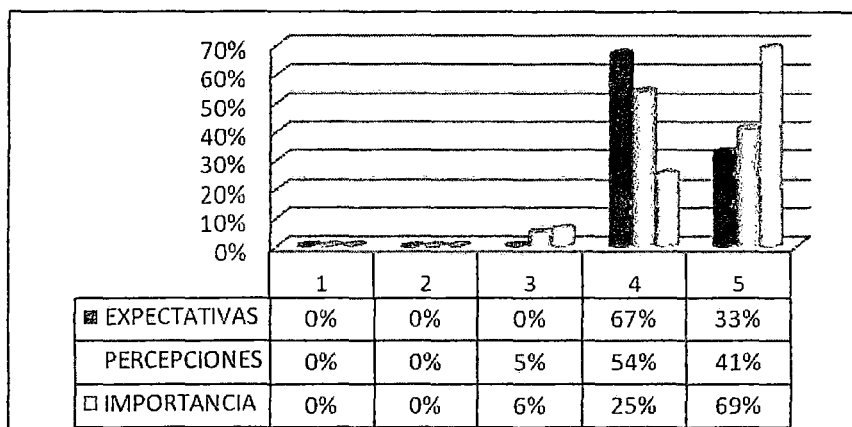
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 67% de los turistas esperaban que la disposición de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fuera bueno mientras que el 33% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 3% percibió que la disposición de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 57% consideró la disposición de los guías y trasladistas como bueno y el 40% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 39% de los turistas consideran la "disposición de los guías y trasladistas a responder sus inquietudes" como muy importante y el 61% como fundamental.

INTERPRETACIÓN: Es importante atender con prontitud a las necesidades e inquietudes de los turistas pero además se debe mostrar una disposición para hacerlo. Estar dispuesto significa hallarse apto y listo para algún fin, en este caso para atender de la mejor manera al turista.

GRÁFICO N° 29

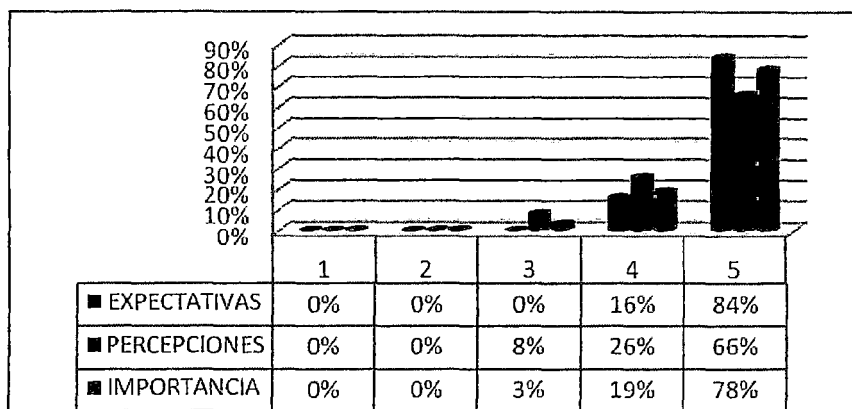
P.13. EL COMPORTAMIENTO DE LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS LE TRANSMITE CONFIANZA



DESCRIPCIÓN: El 67% de los turistas esperaban que el comportamiento de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fuera bueno mientras que el 33% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 5% percibió que el comportamiento de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 54% como bueno y el 41% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 6% de los turistas consideran el "comportamiento de los guías y trasladistas y la confianza que ellos le transmiten" como importante, el 25% muy importante, el 69% fundamental.

INTERPRETACIÓN: Dependiendo del comportamiento de los guías y trasladistas los turistas construyen diferentes grados de confianza. En este caso, el comportamiento del personal de Lima Tours S.A.C. está logrando positivos niveles de confianza en los turistas a los cuales atiende. Para que estos niveles crezcan aún más será necesario reforzar lo que se está haciendo bien.

GRÁFICO N° 30
P.14. LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS MUESTRAN
PROFESIONALISMO EN SU TRABAJO



FUENTE: Cuestionario aplicado.

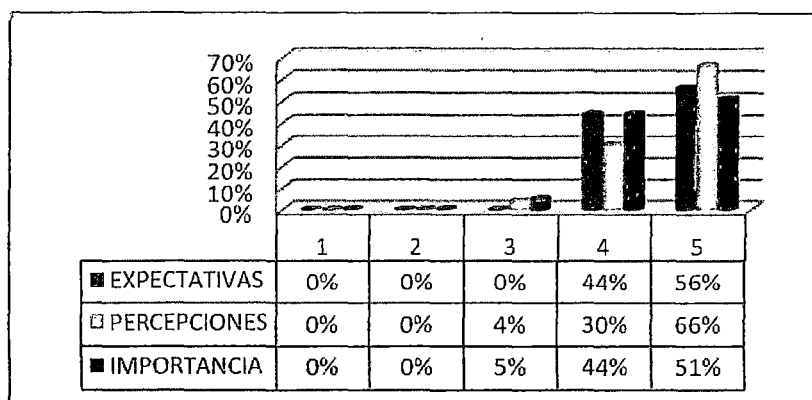
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 16% de los turistas esperaban que el profesionalismo de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fuera bueno mientras que el 84% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 8% percibió que el profesionalismo de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 26% lo consideró como bueno y el 66% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 3% de los turistas consideran el "profesionalismo de los guías y trasladistas" como importante, el 19% muy importante, el 78% fundamental.

INTERPRETACIÓN: El término profesionalismo generalmente se utiliza para describir a todas aquellas prácticas, comportamientos y actitudes que se rigen por el respeto, la medida, la objetividad y la efectividad en la actividad que se desempeñe. En este caso, la percepción de los turistas es en general muy buena, sin embargo existen turistas que no estuvieron del todo satisfechos. Es necesario prestar atención a las razones de este descontento.

GRÁFICO N° 31

P.15. ATENCIÓN PERSONALIZADA EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LIMA TOURS S.A.C



FUENTE: Cuestionario aplicado.

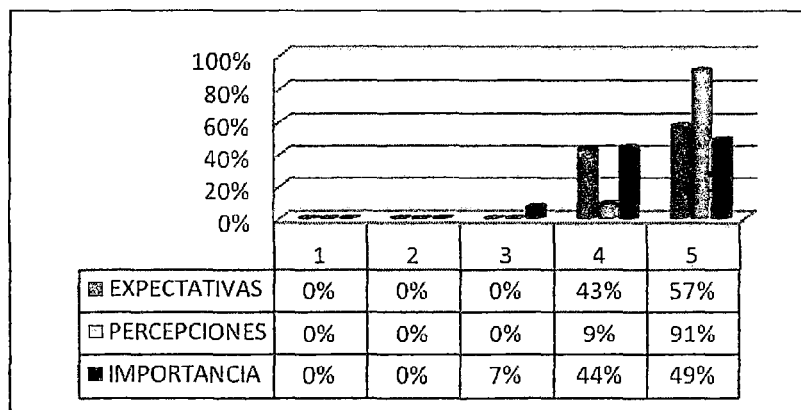
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 44% de los turistas esperaban que la atención personalizada de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fuera bueno mientras que el 56% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 4% percibió que la atención personalizada de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fue regular, el 30% la consideró como buena y el 66% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 5% de los turistas consideran la "atención personalizada de los guías y trasladistas" como importante, el 44% muy importante, el 51% fundamental.

INTERPRETACIÓN: Las expectativas y el grado de importancia se encuentran casi en misma proporción, lo cual ha permitido que alrededor de dos tercios de los turistas encuestados dieran opiniones positivas sobre sus percepciones. La atención personalizada requiere de personal capacitado para brindar un servicio que cumpla con las expectativas del turista.

GRÁFICO N° 32

P.16. AMABILIDAD DE LOS GUÍAS Y TRASLADISTAS



FUENTE: Cuestionario aplicado.

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

DESCRIPCIÓN: El 43% de los turistas esperaban que la amabilidad de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fuera buena mientras que el 57% de ellos esperaba que fuera excelente. En cuanto a sus percepciones, el 9% percibió que la amabilidad de los guías y trasladistas de Lima Tours S.A.C. fue buena y el 91% respondió que fue excelente, superando altamente sus expectativas. Por otro lado, el 7% de los turistas consideran la "amabilidad de los guías y trasladistas" como importante, el 44% muy importante, el 49% fundamental.

INTERPRETACIÓN: Según los porcentajes mostrados en el gráfico anterior la amabilidad del personal es realmente importante sobre todo si se trata de empresas que brindan servicios. La amabilidad del personal contribuye a que los turistas construyan una imagen positiva o sobresaliente no sólo de los servicios, sino también de la empresa en general.

Dónde:

PERCEPCIONES	1	MUY MALO
	2	MALO
	3	REGULAR
	4	BUENO
	5	EXCELENTE
EXPECTATIVAS	1	MUY MALO
	2	MALO
	3	REGULAR
	4	BUENO
	5	EXCELENTE
IMPORTANCIA	1	SIN IMPORTANCIA
	2	POCO IMPOTANTE
	3	IMPORTANTE
	4	MUY IMPORTANTE
	5	FUNDAMENTAL

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

✓ **ANÁLISIS (METODOLOGÍA EPI)**

Para el análisis de datos se ha considerado:

- Calcular las medias de las Expectativas, Percepción e Importancia de cada atributo.
- Calculo del Rating de Calidad por atributo: Con la información obtenida de la metodología EPI, se procede a calcular, percepciones (P) menos expectativas (E) por el nivel de importancia (I) para cada pareja de afirmaciones. "EPI = (P-E) x I".
- Interpretación de Ratings de Calidad por atributos.

✓ **CALCULO DE LAS MEDIAS**

Se realizó el cálculo de las medias por atributo a los tres sets, con la finalidad de obtener los resultados necesarios para conocer el Rating de calidad, y tener una mejor visión de las brechas entre las percepciones y las expectativas de los clientes con respecto a Lima Tours S.A.C.

ATRIBUTOS	EXP.	PERC.	IMP.
	E	P	I
P.7 Apariencia y atuendo de guías y trasladistas.	4.29	4.58	3.54
P.8 Uso y diseño de la página web y folletos de la agencia.	4.28	4.50	3.98
P.9 Precisión en la información que LIMA TOURS S.A.C le brinda sobre las condiciones del servicio.	4.70	4.47	4.22
P.10 Cumplimiento de los itinerarios programados	4.45	4.50	4.45
P.11 Prontitud en el servicio de los guías y trasladistas	4.44	4.27	4.49
P.12 Disposición de los guías y trasladistas a responder sus inquietudes.	4.06	4.37	4.61
P.13 El comportamiento de los guías y trasladistas le transmite confianza.	4.33	4.35	4.52
P.14 Los guías y trasladistas muestran profesionalismo en su trabajo.	4.84	4.58	4.75
P.15 Atención personalizada en el servicio ofrecido por LIMA TOURS S.A.C	4.56	4.63	4.47
P.16 Amabilidad de los guías y trasladistas.	4.57	4.91	4.42

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

Como podemos observar en la mayoría de las puntuaciones, las percepciones de los clientes superan a las expectativas con respecto al servicio que brinda la empresa, a excepción de los atributos P.9, P.11, y P.14 en donde las expectativas son mayores.

Esta medida nos brinda un punto de partida sobre las tendencias de los clientes con respecto al servicio de la empresa, pero es incompleta ya que no da a conocer el nivel de calidad (P-E) ni el nivel de importancia de los atributos como se formula en la metodología.

✓ **CALCULO DE RATINGS DE CALIDAD POR ATRIBUTO**

Para el cálculo de los valores de los Ratings, se tomó como referencia las medias calculadas de Expectativas, Percepción así como del nivel de

importancia de cada set. Posteriormente se procedió a encontrar los Raitings de Anticipación (ExI) y de Desempeño (PxI); seguido del cálculo de las Brecha (P-E); con el fin de obtener el cálculo del Rating de Calidad "(P-E)xI".

ATRIBUTOS /RATINGS	ANTICIPACION	DESEMPEÑO	BRECHAS	RATING DE CALIDAD
	Ex I	P x I	P - E	(P-E) x I
	RATING DE ANTICIPACION	IPA (RATING DE DESEMPEÑO)		
P.7	15.20	16.22	0.29	1.02
P.8	17.04	17.91	0.22	0.87
P.9	19.84	18.86	-0.23	-0.97
P.10	19.80	20.03	0.05	0.24
P.11	19.96	19.19	-0.17	-0.77
P.12	18.73	20.16	0.31	1.43
P.13	19.57	19.67	0.02	0.10
P.14	22.98	21.74	-0.26	-1.24
P.15	20.37	20.68	0.07	0.31
P.16	20.17	21.68	0.34	1.51

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

✓ INTERPRETACIÓN DE RATINGS DE CALIDAD

Las escalas utilizadas para interpretar los ratings de calidad son:

Escalas de Rating de Anticipación y Rating de Desempeño

1 a 5	Muy bajo
6 a 10	Bajo
11 a 15	Neutral
16 a 20	Bueno
21 a 25	Muy Bueno

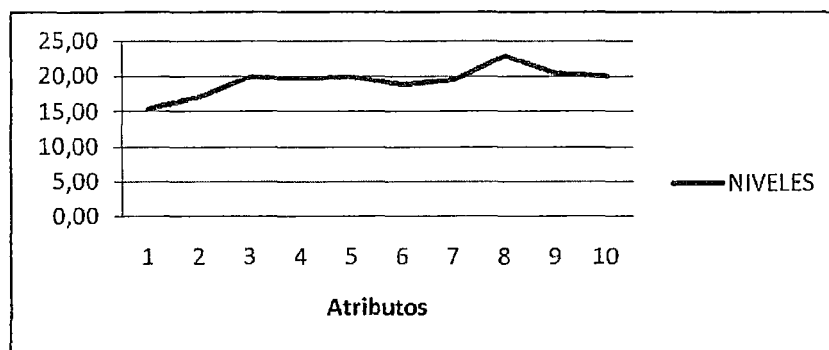
Escala de Rating de Calidad

2.01 a 5	Satisfacción extrema
1.01 a 2	Satisfacción mayor
0 a 1	Satisfacción menor
0	Neutra
-1.01 a 0	Insatisfacción menor
-2.01 a -1	Insatisfacción mayor
-5 a -2	Insatisfacción extrema

Rating de Anticipación (Exl)

Por medio de este indicador podemos obtener el nivel de expectativas de los turistas atendidos por Lima Tours S.A.C.

Rating de Anticipación (Exl)



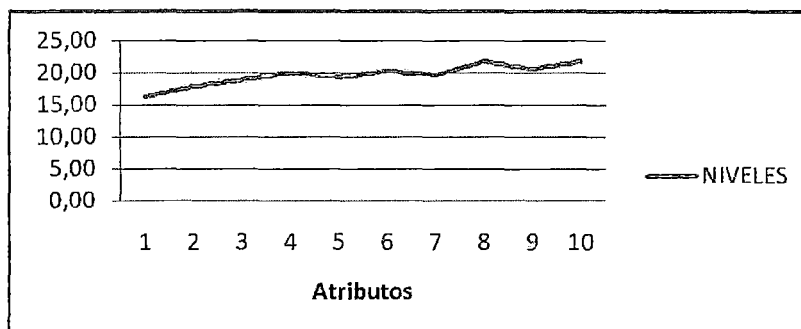
ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

Como se puede observar en el gráfico anterior, los ratings de anticipación en general se sitúan en una escala del 15 al 22 lo cual indica que la mayor parte de los turistas esperan un buen servicio por parte de la empresa, así mismo se puede observar por medio del atributo P.14, el cual se ubica en la escala de bueno, que los turistas desean y esperan que los guías y trasladistas muestren profesionalismo en su trabajo. (Dimensión 4: Seguridad).

Rating de Desempeño (Pxl)

Este rating nos proporciona un indicador real de desempeño desde la perspectiva del cliente, sobre la labor que está realizando la empresa.

Rating de Desempeño (Pxl)



ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

Como podemos observar en el gráfico anterior los ratings de desempeño de la empresa en general son Buenos, a excepción de los atributos P.14 y P.16 en el que se refleja una escala más alta.

P.14 Los guías y trasladistas muestran profesionalismo en su trabajo. (Dimensión 4: Seguridad)

P.16 Amabilidad de los guías y trasladistas. (Dimensión 5: Empatía)

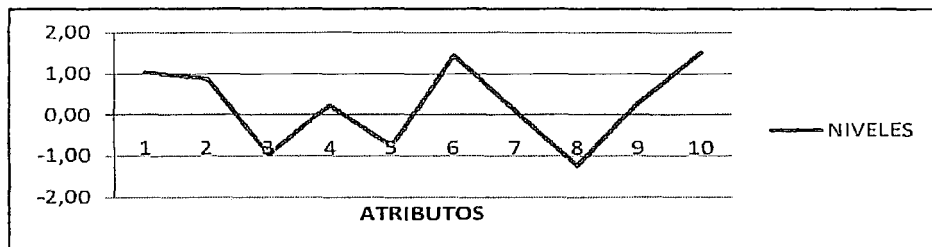
Como podemos observar, éstos atributos están relacionados con el potencial humano de Lima Tours S.A.C., y la percepción que tienen los turistas respecto a ellos en general es "Muy Bueno" y a su vez le dan alto nivel de importancia al profesionalismo y amabilidad que brinda Lima Tours S.A.C. Es importante que el operador de turismo tome medidas necesarias para poder incrementar el nivel de desempeño de los demás atributos que no han obtenido muy buena puntuación.

Rating de Calidad [(P-E)xI]

Por medio de este indicador se puede medir la discrepancia entre lo que el cliente esperaba recibir, y lo que percibió; multiplicando por la

importancia que le dio el cliente a cada atributo. Este rating permite dar a conocer las áreas en que debe dar prioridad Lima Tours S.A.C. para mejorar.

Rating de Calidad [(P-E)xI]



ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

Como primera aproximación a los resultados obtenidos, se puede contemplar en el gráfico anterior las escalas obtenidas para los 187 encuestados en cada uno de los atributos. Las puntuaciones se ubican en su mayoría tanto las escalas de satisfacción mayor (1.02 – 1.51); como en las escalas de satisfacción menor (0.10 – 0.87); así como en menor parte en las escalas de insatisfacción menor (-0.97 al -0.77.) e insatisfacción mayor (-1.24).

Por ello a continuación se presentan los ítems o atributos agrupados en escalas de acuerdo a lo mostrado anteriormente.

- **Atributos con satisfacción mayor (escala de 1.01 a 2)**

Ordenados de acuerdo a la escala total obtenida, el cuadro de "Cálculo de ratings" presenta los aspectos con un nivel de satisfacción mayor, valorados en un espectro de puntuaciones que va del 1.02 al 1.51.

ATRIBUTOS DE SATISFACCIÓN MAYOR	
DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD	
P.7 Apariencia y atuendo de guías y trasladistas.	1.02
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	
P.12 Disposición de los guías y trasladistas a responder sus inquietudes.	1.43
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA	
P.16 Amabilidad de los guías y trasladistas.	1.51

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

En estos atributos, Lima Tours S.A.C. tiene un buen nivel de satisfacción, los turistas se sienten bien con el servicio que les brinda el operador de turismo. Existen atributos que están mejor valorados y se relacionan con la apariencia, disposición y amabilidad del personal.

- **Atributos con satisfacción menor (escala 0 a 1)**

Al igual que en el caso anterior, se han enumerado en orden jerárquico los atributos del servicio de Lima Tours S.A.C. cuya puntuación oscila entre 0.10 y 0.87.

ATRIBUTOS DE SATISFACCIÓN MENOR	
DIMENSIÓN: TANGIBILIDAD	
P.8 Uso y diseño de la página web y folletos de la agencia.	0.87
DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD	
P.10 Cumplimiento de los itinerarios programados	0.24
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD	
P.13 El comportamiento de los guías y trasladistas le transmite confianza.	0.10
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA	
P.15 Atención personalizada en el servicio ofrecido por LIMA TOURS S.A.C	0.31

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

Una primera aproximación al listado de los atributos nos permite comprobar que aquellos que proporcionan menor satisfacción al turista se relacionan con:

- Página web y folletos de Lima Tours S.A.C.: Lima Tours ha optado por un diseño creativo en cuanto a sus folletos y página web; sin embargo requieren de una mayor interacción con el turista lograr un mayor grado de satisfacción en los mismos.
 - Cumplimiento de los itinerarios programados: Resulta interesante destacar que, el turista ha valorado positivamente el cumplimiento de horarios, sin embargo aún no es de su total agrado. Por lo cual la empresa deberá realizar ajustes para incrementar el nivel de satisfacción de los turistas que recibe.
 - Confianza transmitida a través del comportamiento y atención personalizada de los guías y trasladistas: Reflejados en los atributos P.13 y P.15 (Dimensiones: Seguridad y Empatía).
- **Atributos de insatisfacción menor (escala entre -1.01 a 0)**

ATRIBUTOS DE INSATISFACCIÓN MENOR	
DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD	
P.9 Precisión en la información que LIMA TOURS S.A.C le brinda sobre las condiciones del servicio.	-0.97
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	
P.11 Prontitud en el servicio de los guías y trasladistas.	-0.77

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

Los atributos P.9 y P.11 no representan un alto grado de importancia para los clientes (4.22 y 4.49 respectivamente), pues las expectativas de los clientes son mayores (4.70 y 4.44) a sus percepciones (4.47 y 4.27), lo cual origina una escala de insatisfacción menor.

- **Atributos de insatisfacción mayor (-2.01 a -1)**

ATRIBUTOS DE INSATISFACCIÓN MAYOR	
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD	
P.14 Los guías y trasladistas muestran profesionalismo en su trabajo.	-1.24

ELABORACIÓN Y DISEÑO: Propio.

Éste ítem según lo valorado por los clientes tiene un alto nivel de importancia (4.75), pero la percepción (4.58), se encuentra por debajo de las expectativas consideradas (4.84), lo que origina una brecha considerable.

4.2. DE FUENTES SECUNDARIAS

4.2.1. DOCUMENTOS ESCRITOS

- Manual de calidad turística para agencias de viaje y turismo (DIRCETUR)
- Plan Q'ente (DIRCETUR)
- Perfil del turista extranjero 2011 (PROMPERÚ)
- Satisfacción del turista 2009(PROMPERÚ)

4.2.2. DOCUMENTOS ESTADÍSTICOS

- Estadísticas proporcionadas por DIRCETUR
- Estadísticas proporcionadas por MINCETUR
- Estadísticas proporcionadas por PROMPERU
- Estadísticas proporcionadas por BADATUR
- Estadísticas proporcionadas por OMT
- Estadísticas proporcionadas por OTP

4.2.3. INTERNET

La investigación realizada vía internet fue la más rápida y práctica mediante la cual pudimos ampliar más nuestros conocimientos para enriquecer el desarrollo del trabajo de investigación ya que muchas de las instituciones relacionadas con los operadores de turismo tienen valiosa información mediante sus propias páginas web donde se pudo navegar y encontrar datos importantes.

CAPÍTULO V

MODELO DE CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS OPERADORES DE TURISMO DEL CENTRO RECEPTOR CUSCO CASO: "LIMA TOURS S.A.C."

5.1. FUNDAMENTO

Actualmente existe una imperante necesidad de innovar en nuevas tecnologías, de mejorar las especificaciones de los servicios enfocados a mercados específicos y orientados a satisfacer clientes cada vez más exigentes. Una manera efectiva de lograr éstas metas es la implementación del modelo de calidad basado en el logro de la satisfacción del cliente.

El modelo de calidad anima a las organizaciones, por un lado, a entender las necesidades y expectativas de los clientes y a definir procesos que contribuyan al logro de las mismas, y por otro, a procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la administración de la información y los recursos, se realicen de acuerdo a las políticas trazadas por la dirección y en atención a las metas u objetivos previstos. Desde esta perspectiva, se valida la contribución de un "modelo de calidad" que contemple los componentes de calidad y control interno a incorporar en Lima Tours S.A.C. para garantizar el logro de sus objetivos.

Los procesos de la alta dirección son los encargados de planear estratégicamente la organización y de determinar su política y objetivos de calidad, en coherencia con la política y objetivos corporativos, incluidos los que a control interno se refieren, definidos para satisfacer su norte estratégico, además de garantizar el compromiso al más alto nivel de la organización con la causa emprendida y con el desempeño del modelo de calidad conforme a la planeación del mismo.

La "materialización" de esas estrategias y objetivos se efectúa a través de los procesos, por eso es necesario garantizar que el modelo cuente de forma permanente con los recursos humanos, los equipos y los servicios de apoyo necesarios para llevar a la ejecución del modelo en la organización.

5.2. OBJETIVO

Proponer y presentar un modelo de calidad en la prestación de servicios turísticos para los operadores de turismo del centro receptor Cusco Caso: "Lima Tours S.A.C.", el cual permita lograr una plena satisfacción de los turistas que hacen uso de sus servicios y realizar controles internos periódicamente.

5.3. DESARROLLO: El modelo de calidad propuesto está compuesto por cinco fases que a continuación se presenta:

5.3.1. FASE 1: PLANIFICACIÓN DEL C.A.C.

Se requiere que los directivos y hombres clave responsables de implantar el modelo de calidad, comprendan que las empresas se forman por un conjunto de elementos interdependientes e interconectados que buscan un mismo objetivo.

Para el caso Lima Tours S.A.C. se propone organizar un Comité de Administración de la Calidad, el cual estará formado por el Gerente de la Sucursal, jefes de cada una de las áreas (Reservas, Contabilidad, Operaciones y Ventas) y un asesor externo experto en materia de calidad.

PROPUESTA DE FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DEL C.A.C.

ESTRUC-TURA MODELO DE CALIDAD		FUNCIONES GENERALES	ESTRUCTU-RA FUNCIONAL	
COORDINADOR GENERAL		<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar, administrar, supervisar la planeación e implementación del Modelo de Calidad. - Cumplir con los resultados esperados del proceso de implementación del Modelo de Calidad. - Influenciar positivamente en todo el proceso de implementación del Modelo de Calidad. - Administrar eficientemente el proceso de implementación del Modelo de Calidad. - Designar los líderes de los procesos de apoyo. - Determinar y documentar los requerimientos del proceso de implementación del Modelo de Calidad. - Gestionar y proveer los recursos necesarios para el proceso de implementación del Modelo de Calidad. - Concertar con proveedores los planes a seguir. - Asegurar el cumplimiento de lo acordado. 		GERENTE DE LA SUCURSAL CUSCO
HOMBRES CLAVE		<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar al personal a cargo sobre la calidad de los servicios. - Fomentar la cultura de la Calidad, mejora continua y cambio. - Apoyar a los grupos de trabajo para cumplir los objetivos. - Ser líderes y expertos en la aplicación del modelo. - Estar involucrados en todo el proceso de implementación del Modelo de Calidad. - Promover la calidad en los servicios para la satisfacción del turista. - Apoyar incondicionalmente al Coordinador General y Supervisor técnico del proceso. 		JEFES DE ÁREA
SUPERVISOR TÉCNICO		<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el plan de implementación del Modelo de Calidad. - Formar el Comité de Administración de la Calidad. - Realizar la evaluación integral de la prestación de servicios en Lima Tours S.A.C. - Contribuir en la elaboración de las estrategias para el mejoramiento de la calidad. - Asesorar el proceso de implementación del Modelo de Calidad. - Vigilar que el proceso de implementación se desarrolle conforme a las estrategias y planes establecidos. 		EXPERTO Y AUDITOR EN CALIDAD

ELABORACIÓN PROPIA.

5.3.2. FASE 2: EVALUACIÓN INTEGRAL

5.3.2.1. PLANIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN:

A. ALCANCE DE LA EVALUACIÓN: De acuerdo a las características de Lima Tours S.A.C. se propone realizar una evaluación a todas las áreas para tener un panorama amplio de las deficiencias en los diferentes niveles. Por ellos es conveniente que sean incluidas las 31 personas que laboran al interior de Lima Tours S.A.C.

B. RESPONSABLE DE LA EVALUACIÓN: En este caso, ya formado el Comité de Administración de la Calidad, el responsable de la evaluación de Lima Tours S.A.C. vendría a ser el supervisor técnico.

C. TÉCNICAS Y MÉTODOS: Debido a las características de Lima Tours S.A.C. se propone que la técnicas a usar sean: análisis de información documental, entrevistas con directivos y responsables de áreas y procesos específicos, observación directa de áreas de trabajo, aplicación y análisis de cuestionarios.

D. ASPECTOS A EVALUAR:

- **Personal:** En referencia al personal, la implementación del Modelo de Calidad requiere de una evaluación previa de las capacidades del personal y las brechas existentes entre las capacidades requeridas para un funcionamiento eficiente de los procesos y la capacidad actual del personal. Para lo cual se propone evaluar lo siguiente:
 - Capacitación al personal en materia de Calidad del servicio.

- Frecuencia de las capacitaciones recibidas.
 - Temas en que han sido capacitados.
 - Años de experiencia en el rubro.
 - Grado académico alcanzado actualmente.
 - Experiencia laboral en otras empresas.
 - Identificación con la empresa.
 - Comprensión de sus funciones.
- **Clientes:** En cuanto a los clientes se propone evaluar lo siguiente:
- Filosofía de la empresa en relación a los clientes.
 - Rediseño de procesos y servicios.
 - Procesamiento de las quejas y recomendaciones.
 - Estrategias y sistemas de investigación de clientes (actuales y potenciales).
 - Medición permanente de la satisfacción de los clientes.
 - Comunicación con los clientes.
 - Trato cortés, amable, atento, respetuoso, oportuno y cordial por parte del personal hacia el cliente.
- **Proveedores:** Lima Tours S.A.C. debe realizar una evaluación de los servicios que brindan sus proveedores, en cumplimiento con ciertos requerimientos y exigencias del Modelo de Calidad. Los puntos a evaluar deberán ser los siguientes:
- El nivel de confianza que el cliente tiene con respecto a la honestidad y confiabilidad del proveedor.
 - Comunicación efectiva entre las partes.
 - Capacidad de los proveedores de integrar soluciones.
 - Calidad y experiencia tecnológica del proveedor.

- Calidad de servicio.
 - Flexibilidad para adaptarse a las necesidades de la empresa.
 - Calidad de equipos y vehículos.
 - Experiencia del proveedor en el rubro.
 - Cantidad de reclamos sobre los servicios del proveedor.
- **Procesos:** En el contexto de un Modelo de Calidad se propone evaluar los siguientes puntos:
- Responsables de los procesos.
 - Documentación de los procesos.
 - Claridad y dinamicidad de los procesos.
 - Entradas y salidas de los procesos.
- **Tecnología:** Para tener la tecnología adecuada y cumplir con los requisitos del Modelo de Calidad, se debe evaluar lo siguiente:
- Conocimientos y necesidades tecnológicas de la empresa.
 - Administración y protección del conocimiento, la tecnología y la experiencia generada por la empresa.
 - Cambios y/o actualización de los equipos y herramientas con base a las necesidades y posibilidades de la empresa.
 - Desarrollos tecnológicos en respuesta a las necesidades cambiantes del mercado (nuevos equipos, programas y materiales que se puedan necesitar).

- **Información:** Un adecuado manejo de la información es el reflejo de funciones y procedimientos claros, lo cual permite una eficiente comunicación y facilita las operaciones y la toma de decisiones. Se propone evaluar la entrega correcta de los datos necesarios para la toma de decisiones.

5.3.2.2. EJECUCIÓN DE LA EVALUACIÓN INTEGRAL: El supervisor técnico es quien deberá llevar a cabo la ejecución de la evaluación a cada uno de los aspectos antes mencionados haciendo uso de las técnicas de apoyo planeadas con anticipación.

5.3.2.3. REVISIÓN GERENCIAL: El informe muestra los resultados de la evaluación integral y deberá ser presentado al Gerente de Sucursal. En consecuencia se propone la siguiente estructura para el informe:

- Objetivos del informe
- Alcance
- Técnicas usadas
- Antecedentes de la empresa
- Puntos débiles (de cada uno de los aspectos evaluados)
- Puntos fuertes (de cada uno de los aspectos evaluados)
- Conclusiones

5.3.2.4. RECOMENDACIONES: Al recibir el visto bueno de la Gerencia de Sucursal, se deberá proceder a la presentación de las recomendaciones. Es necesario que el Supervisor técnico presente un informe adicional a Gerencia. En este informe se deben describir cuáles serán

los procedimientos más idóneos para iniciar con la implementación del modelo.

5.3.3. FASE 3: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PLANES

En esta etapa se detallan los planes documentados para llevar a cabo la implementación del Modelo de Calidad.

5.3.3.1. DOCUMENTACIÓN DEL MODELO DE CALIDAD:

A. METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DOCUMENTAL DEL

MODELO: Para esta etapa se requiere determinar los tipos de documentos que deben existir en la organización. En el caso de Lima Tours S.A.C. se pudo observar que Lima Tours S.A.C no cuenta con algunos documentos básicos como son el Manual de Calidad y Manual de Organización y Funciones.

B. DISEÑO DEL SISTEMA DOCUMENTAL: Se deberá realizar lo siguiente:

- ✦ Definir qué documentos en orden de jerarquía deberán ser elaborados. En este caso se propone la elaboración de un Manual de Calidad y un Manual de Organización y Funciones.

VER ANEXOS N° 08 Y N° 09

- ✦ El Manual de Organización y Funciones deberá ser elaborado con la colaboración de todos los miembros de Lima Tours S.A.C. para definir con claridad cada una de las funciones. En el caso del Manual de Calidad se requerirá trabajar más de cerca con el personal que tiene contacto directo con los turistas (guías y trasladistas).
- ✦ Los procesos de la documentación serán los siguientes: planificación de la elaboración, elaboración,

revisión, aprobación, reproducción, distribución, archivo, y modificación.

5.3.3.2. PLAN DE TRABAJO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL

MODELO: A continuación se propone una lista de responsables del Comité de Administración de la Calidad, lista de actividades a seguir, los recursos a usar, y el cronograma de actividades.

A. LISTA DE RESPONSABLES DEL C.A.C.

RESPONSABLES	CARGO EN EL COMITÉ DE ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD
Gerente de la Sucursal	Coordinador General
Asesor	Supervisor técnico
Jefe de Reservas	Hombres clave
Contador	
Jefe de Operaciones	
Jefe de Ventas	

ELABORACIÓN PROPIA.

B. ACTIVIDADES: Las actividades a que se pretenden planear son las siguientes:

- **Difusión de la información:** En primer lugar se requiere informar al personal sobre lo que ya se ha avanzado hasta el momento. Es decir se deberá informar sobre la nueva estructura del Comité de Administración de Calidad de manera general así como los resultados de la evaluación integral para concientizar al personal sobre el estado actual de Lima Tours S.A.C.
- **Capacitación al personal:** Primero se deberá verificar cuáles son las necesidades de capacitación del personal según las recomendaciones del informe de evaluación presentado. A continuación se determinarán los

responsables, recursos a usar y el cronograma de capacitación.

En el siguiente cuadro se muestra la propuesta para el programa de capacitación que facilitará la implementación del modelo de calidad. El cual por su contenido, ayudará a mejorar el desempeño de las actividades diarias de los trabajadores, especialmente los que tienen contacto directo con el turista.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIRIGIDO AL PERSONAL
MODULOS
MODULO I (1 MES)
Modelo de Calidad (estructura del modelo; funciones de los miembros del comité, manual de calidad, manual de organización y funciones, gestión de la calidad)
MODULO II (1 MES)
Calidad del Servicio al Cliente (comprensión del cliente, qué es y lo que no es calidad en el servicio; la cultura del servicio; hacia el servicio de alta calidad) y Satisfacción del Cliente (servicio percibido y servicio esperado; medición de la satisfacción; metodología EPI).
MODULO III (1 MES)
Atención al Cliente (tipos de clientes, lineamientos del servicio al cliente, manejo eficaz de quejas, reclamos y sugerencias, como mantener satisfecho al cliente, habilidades y actitudes, el lenguaje corporal, toma de contacto con el cliente, despedida.)

- **Implementación del sistema documental y los procesos de obligatorio cumplimiento:** Es aquí donde se planea la distribución del Manual de Calidad y el Manual de Organización y Funciones para la puesta en

ejecución del sistema documental y los procesos descritos en el MOF.

C. RECURSOS

Se deberá tomar en consideración los recursos para cada etapa, asimismo los recursos necesarios para la aplicación de cada plan. Para ello, el Comité de Administración de Calidad deberá elaborar detalladamente la lista de recursos evaluando los recursos con los que ya cuenta Lima Tours S.A.C. con la orientación del Supervisor Técnico.

D. CRONOGRAMA DE TRABAJO

FASE	ACTIVIDAD	RESPONSABL.			MES						
					1	2	3	4	5	6	
IMPLEMENTACIÓN	Difusión de la información	CG	ST								
	Capacitación al personal	ST	CG								
	Implementación del sistema documental	ST	HC								
	Implementación de procesos	ST	HC								
SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN	Evaluación	CG	ST	HC							
	Ajustar cambios para corregir fallas	CG	ST								
LEYENDA:		CG: Coordinador General HC: Hombres Clave			ST: Supervisor Técnico						

ELABORACIÓN PROPIA.

5.3.3.3. PLAN DE COMUNICACIONES: Es necesario contar con una Matriz de comunicaciones para poder saber qué comunicar, cómo, y a quién comunicar. Para ello se presenta a continuación una propuesta.

¿QUÉ SE COMUNICA?	¿CÓMO SE COMUNICA?	VIA DE COMUNICACIÓN	¿QUIÉN LO COMUNICA?	¿CUANDO SE COMUNICA?	A QUIEN SE COMUNICA.
Políticas y Objetivos del Modelo de Calidad	Inducción		Gerente de Sucursal	Permanentemente	A todo el personal.
	Capacitaciones				
Responsables y funciones frente al Modelo de Calidad	Inducción		Gerente de Sucursal, Asesor	Cuando se definan nuevas responsabilidades o autoridades o se modifiquen las existentes	Personal que trabaja bajo el control de Lima Tours S.A.C.
	Capacitaciones				
	Divulgación de procedimientos o normas de trabajo.	@			
Resultados de la evaluación integral.	Divulgación de resultados.	@	Gerente de Sucursal, Asesor	Cuando se realice una revisión por la Gerencia o se tenga algún resultado que la misma determine que debe ser divulgado.	A todos los colaboradores de Lima Tours S.A.C. según corresponda.
Planes de trabajo.	Inducción		Gerente de Sucursal, Asesor	Cuando se diseñen y elaboren los planes de trabajo.	Personal que trabaja bajo el control de Lima Tours S.A.C.
	Capacitaciones				
Cambios en el Modelo de Calidad	Divulgación de procedimientos o normas de trabajo	@	Gerente de Sucursal, Asesor, Jefes inmediatos	Cada vez que se requiera.	Partes interesadas del proceso.
	Acciones correctivas, preventivas o de mejoras.	@			
LEYENDA: Documento oficial impreso. Reuniones oficiales @ Mensaje oficial vía e-mail					

ELABORACIÓN PROPIA

5.3.4. FASE 4: IMPLEMENTACIÓN

Las anteriores etapas son escritas para que se especifiquen el propósito y el alcance de las actividades en Lima Tours S.A.C.

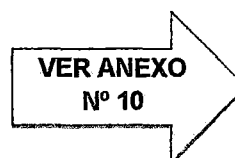
En esta etapa los responsables del Comité de Calidad deberán efectivizar la matriz de comunicaciones y de esta manera informar a todo el personal los planes y cronogramas (documentación establecida en la etapa de diseño y elaboración) que se llevarán a cabo durante el proceso de implementación y su posterior seguimiento. Luego de informar a todo el personal, el modelo de calidad podrá ser aplicado progresivamente.

5.3.5. FASE 5: SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN

Para poder conocer de mejor manera si las actividades se están realizando conforme al modelo de calidad es necesario implementar mecanismos de control interno que permitan medir el desempeño de los trabajadores en las diferentes funciones que efectúa dentro de Lima Tours S.A.C., con el objetivo general de ofrecer un servicio de calidad.

Se propone un plan de acción para la implementación de controles internos en Lima Tours S.A.C., con el objetivo de supervisar periódicamente las actividades de servicio, detectar problemas y corregirlos evitando se repitan en un futuro. En dicho plan se propone el control interno mensual:

⇩ Ficha de evaluación de calidad en el servicio



✚ Cuadro de control de evaluación mensual del desempeño de los trabajadores en la entrega de calidad en el servicio.

VER ANEXO Nº 11

Asimismo es necesario la evaluación de la satisfacción del turista, por ello se propone la utilización de un cuestionario EPI adaptado a Lima Tours S.A.C.

VER ANEXO Nº 03

CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN A LA HIPOTESIS GENERAL

Se valida por lo siguiente:

- Para el diseño de un modelo de calidad en la prestación de servicios turísticos y lograr la satisfacción del turista se necesita la implementación del proceso de la Gestión de la Calidad basado en la trilogía de Juran y la metodología EPI.
- La implementación del proceso de gestión de la calidad incluye tres procesos claves: la planificación de la calidad, control de la calidad, y mejoramiento de la calidad.
- La planificación de la calidad permite la determinación de las expectativas de los turistas, asimismo el desarrollo y la optimización de los procesos que permitan obtener tales servicios que satisfagan estas expectativas.
- El control de la calidad comprende la aplicación práctica de los procesos de control previamente planificados y que aseguren la satisfacción de acuerdo a sus necesidades
- El mejoramiento de la calidad requiere de actividades de análisis a partir de los resultados de calidad y su aplicación práctica para la mejora, la búsqueda de soluciones y su posterior implantación y seguimiento.
- La satisfacción del turista está basada en las percepciones y expectativas con respecto a las cinco dimensiones de la calidad.
- El uso de un instrumento de medición de la satisfacción del turista (cuestionario EPI), constituye una herramienta útil para la medición de la calidad del servicio en relación con la satisfacción del turista.

CONCLUSIÓN A LA HIPOTESIS ESPECÍFICA

Tras el análisis de los ambientes interno y externo de Lima Tours S.A.C. se concluye en lo siguiente:

- Las estadísticas señalan un progresivo incremento de los arribos de turistas extranjeros al Cusco.
- El aporte del sector turismo a la actual economía es de gran importancia.
- Las instituciones relacionadas con el turismo están promoviendo con mayor énfasis los diferentes destinos turísticos a nivel nacional, y de especial manera al Cusco.
- A pesar de que existe un conjunto de normas establecidas en el ámbito turístico, muchas empresas incumplen y generan una imagen negativa.
- El número de proveedores de servicios (restaurantes) son insuficientes, apenas 4 ofrecen servicios de 5 y 3 tenedores, viéndose en la necesidad de trabajar con los de 2 tenedores.
- Lima Tours S.A.C. se ve amenazada por el incremento de número de operadores de turismo en el Cusco (en promedio 100 empresas por año), lo cual significa mayor competencia, haciéndose necesario un elevado nivel de calidad de servicio.
- Los resultados obtenidos demuestran que Lima Tours S.A.C. no planifica de manera clara y precisa su estructura organizacional y funciones.
- El personal de Lima Tours S.A.C. no se encuentra debidamente capacitado en temas referidos a Gestión de la Calidad.
- Los resultados del análisis EPI indican que Lima Tours S.A.C. debe realizar mejoras en tres aspectos: precisión de la información brindada, prontitud en el servicio de guías y trasladistas y profesionalismo de los mismos.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACION A LA CONCLUSIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Se recomienda que para el caso propuesto Lima Tours S.A.C. establezca cambios para corregir las deficiencias con las que actualmente viene brindando sus servicios. Es por ello que recomendamos que las actividades debieran estar organizadas bajo un Modelo de Calidad centrado en una adecuada gestión de la calidad con el objetivo de lograr la satisfacción del turista. Esto quiere decir que las actividades deberán estar planificadas y controladas de manera constante para mejorar los servicios y satisfacer a los turistas. Nuestros clientes son lo más importante y es por esta razón que Lima tours S.A.C. debe estar concentrada en brindar servicios de calidad con el fin de satisfacer a los turistas que reciben.

RECOMENDACIÓN A LA CONCLUSIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Si bien es cierto que existen elementos que no favorecen a la satisfacción del turista, existen otros elementos que podrían contribuir de manera positiva, es por ello que recomendamos lo siguiente:

- Mejorar los reportes que se usan para obtener información relevante sobre los trabajadores que brindan un servicio mediante la ficha de evaluación de la calidad en el servicio.
- Capacitar al personal en sus funciones, estableciendo un adecuado manual de organización y funciones y manual de calidad e informándoles sobre las evaluaciones que se pretenden realizar mensualmente sobre el desempeño de los trabajadores en la entrega de calidad en el servicio.

BIBLIOGRAFÍA

ANDERSON, Daniel R., **Sweeney**, Deniss J., **Williams**, Thomas A., **Estadística para Administración y Economía**; Thomson Editores S.A., 7ma edición, México, 1999; 274 páginas.

ASTETE Saavedra, Francisco; **Manual de Terminología Especializada en Turismo**; Editorial D' Gráficos S.A.C., 1ra edición, 2010; 141 páginas.

BOULLÓN, Roberto C.; **Planificación del Espacio Turístico**; Editorial Trillas, 3ra edición, México, 2003; 245 páginas.

FLEITMAN, Jack; **Evaluación Integral para implantar Modelos de Calidad**; Editorial Pax México, 1ra edición, México, 2007, 412 páginas.

KOTLER, Philip, **Dirección de Mercadotecnia**; Editorial, Prentice Hall Hispanoamericana, 8va edición, México, 1996; 633 páginas.

LATU, Tavite M., **Everett**, André M., "Revisión de Investigaciones sobre satisfacción y métodos de medición", **Ciencia y Reporte Interno de Investigación**; vol. 1, núm. 183, Nueva Zelanda, 2005, 47 páginas.

LOVELOCK, Christopher; **Mercadotecnia de Servicios**; Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, 6ta edición, México, 2009; 670 páginas.

NAVA C., Víctor Manuel; **¿Qué es Calidad? Conceptos, Gurús y Modelos Fundamentales**; Editorial Limusa S.A., 1ra edición, México, 2005; 184 páginas.

PÉREZ Rosales, Manuel, **Diccionario de Administración**; Editorial San Marcos, 6ta edición, Perú, 2010; 287 páginas.

SOTO, Eduardo; **Comportamiento Organizacional. Impacto de las emociones**; Thomson Editores S.A., México, 2001; 353 páginas.

ZEITHAML Valerie A., **Bitner** Mary Jo; **Marketing de Servicios**; Editorial Mc Graw Hill, 2da edición, México, 2002; 210 páginas.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

ÁBALO Piñeiro, Javier, **VARELA** Mallou, Jesús, **El análisis de importancia-valoración aplicado a la gestión de servicios** [en línea] última actualización 2011, disponible en: <<http://www.psycothema.com/psycothema.asp?id=3301>> [consultado el 17 de julio del 2013]

CABALLANO Alcántara, José Luis, *Gestión Empresarial*, [en línea], disponible en: <<http://www.caballano.com/ca.htm>> [consultado el 9 de setiembre del 2013]

NORMAS LEGALES

PERÚ, MINCETUR, Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo Perú, D.S. 026- 2004.

OTRAS PUBLICACIONES

DIRCETUR, Manual de Calidad Turística para Agencias de Viajes y Turismo, Perú, 2009, 132 páginas.

PROMPERU, Perú Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2009, Perú, 2010, 184 páginas.

PROMPERÚ, Perfil del Turista Extranjero 2011, Perú, 86 páginas.

MINCETUR, Plan Nacional de Calidad Turística **CALTUR**, Plan Estratégico Nacional de Turismo **PENTUR**, Perú, 87 páginas.

PRENDE CUSCO, Agenda Regional por el Desarrollo Económico 2010 - 2021 Gobierno Regional del Cusco, Perú, 83 páginas.

TESIS

CHIRINOS M., Kerry; **PEÑA C.**, Ronny, “Calidad en la Prestación de Servicios de las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas de la Ciudad del Cusco”, Tesis de licenciatura en Turismo, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Perú, 2000, 105 páginas.

MORENO, Teresita; **RODRÍGUEZ**, Edgar, “Estudio del Ambiente Organizacional en la Empresa Electricidad de Caracas”, Tesis de licenciatura en Contaduría Pública, Universidad de Oriente, Venezuela, 2005, 88 páginas.

ANEXOS

ANEXO N° 01

ENCUESTA PILOTO

A OPERADORES DE TURISMO

1. ¿CONSIDERA USTED QUE LOS SERVICIOS BRINDADOS POR VUESTRO OPERADOR DE TURISMO ESTÁN ENFOCADOS EN UNA ADECUADA GESTIÓN DE LA CALIDAD?

a. Si

b. No

2. ¿CREE USTED QUE VUESTRO OPERADOR DE TURISMO NECESITA REALIZAR CAMBIOS PARA MEJORAR SUS SERVICIOS?

a. Si

b. No

3. ¿CONSIDERA USTED QUE LO MÁS IMPORTANTE ES QUE SEAN TOMADAS EN CUENTA LAS EXPECTATIVAS DEL TURISTA EN EL SERVICIO QUE BRINDA VUESTRO OPERADOR DE TURISMO?

a. Si

b. No

ANEXO N° 02

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA PILOTO

APLICADA A LOS OPERADORES DE TURISMO

1. ¿CONSIDERA USTED QUE LOS SERVICIOS BRINDADOS POR VUESTRO OPERADOR DE TURISMO ESTÁN ENFOCADOS EN UNA ADECUADA GESTIÓN DE LA CALIDAD?

b. Si

b. No

2. ¿CREE USTED QUE VUESTRO OPERADOR DE TURISMO NECESITA REALIZAR CAMBIOS PARA MEJORAR SUS SERVICIOS?

c. Si

b. No

3. ¿CONSIDERA USTED QUE LO MÁS IMPORTANTE ES QUE SEAN TOMADAS EN CUENTA LAS EXPECTATIVAS DEL TURISTA EN EL SERVICIO QUE BRINDA VUESTRO OPERADOR DE TURISMO?

d. Si

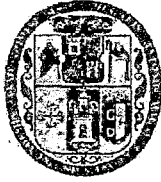
b. No

TABULACIÓN DE RESULTADOS

	RESPUESTAS POSITIVAS	RESPUESTAS NEGATIVAS
Primera pregunta	11	9
Segunda pregunta	14	6
Tercera pregunta	18	2

DETERMINACIÓN DE LA VARIACIÓN DE "p" Y "q"

POSITIVA (p)	NEGATIVA (q)
$11/20 = 0.6$	$9/20 = 0.4$
$14/20 = 0.7$	$6/20 = 0.3$
$18/20 = 0.9$	$2/20 = 0.1$
PROMEDIO = 0.7	PROMEDIO = 0.3



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
 CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
EPI SURVEY TO TOURISTS



GENERAL INFORMATION:

1. Nationality:	2. Genre: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	3. Marital Status: a. Married b. Single
4. Age: a. Under18 d. 40-49 b. 19 – 29 e. 50-59 c. 30 – 39 f. 60-70	5. Level of education: a. Elementaryschool c. Technical b. High School d. University	6. Occupation: a. Executives professional d. Retired b. Technical professional e. Employee, commerce, salesman c. Student

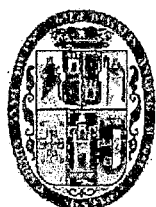
Instructions: Mr. (Mrs.), we list a number of characteristics related to the quality of service provided by LIMA TOURS SAC. Based on your experience as a user, please, rate from 1 to 5 each of the questions presented below.

N°	ITEMS	Service that you were hoping to receive					Service that you received					Level of importance				
		Verybad	Bad	Regular	Good	Excellent	Verybad	Bad	Regular	Good	Excellent	Unimportant	Little important	Important	Veryimportant	Fundamental
7	The appearance and dress of the guides and transfers.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	The use and design of the website and brochures LIMA TOURS SAC.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	Accuracy of the information LIMA TOURS SAC gives you about the conditions of service.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Compliance with scheduled routes.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Promptness in the service of the guides and transfers.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12	Arrangement of guides and transfers to answer your questions.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13	The behavior of the guides and transfers, transmits you trust.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14	Guides and transfers show professionalism in their work.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15	Personalized service in the service offered by LIMA TOURS SAC	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16	Kindness of the guides and transfers.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

17. Please, rate your general satisfaction with the services provided by LIMA TOURS S.A.C.
 a. Completely satisfied.
 b. Satisfied.
 c. Dissatisfied.
 d. Completely dissatisfied

...Thanks for your kind collaboration.

ANEXO N° 05



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ENCUESTA A LOS OPERADORES DE TURISMO

INSTRUCCIONES.- Sr. (a), le suplicamos responder a las siguientes preguntas que le formulamos con el propósito de conocer su percepción en torno a la calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista en los Operadores de Turismo del Centro Receptor Cusco.

1. ¿Qué significa calidad para usted?
 - a) Buenos precios.
 - b) Atención personalizada.
 - c) Cumplimiento de itinerarios.
 - d) Mejoramiento continuo del servicio.
 - e) Cumplimiento de las expectativas del turista.
2. ¿Realizan una adecuada planificación de la calidad?
 - a) Si
 - b) No
3. Los objetivos de nuestro operador de turismo están orientados hacia:
 - a) El turista
 - b) Los servicios
 - c) La organización
4. ¿Efectúan un control minucioso de la calidad?
 - a) Si
 - b) No
5. ¿Qué técnicas utilizan para el control de la calidad?
 - a) Supervisiones
 - b) Encuestas
 - c) Entrevistas
6. ¿Cuenta nuestro operador de turismo con planes de mejoramiento de la calidad?
 - a) Si
 - b) No
7. ¿Considera usted que los planes de mejoramiento de la calidad están siendo aplicados de manera eficiente en nuestro operador de turismo?
 - a) Si
 - b) No
8. Según su percepción, los turistas atendidos por nuestro operador están:
 - a) Completamente satisfechos.
 - b) Satisfechos.
 - c) Insatisfechos.
 - d) Completamente insatisfechos
9. Según su percepción ¿Qué tan importante es para el turista la calidad en la prestación de servicios turísticos?
 - a) Muy importante
 - b) Importante
 - c) Regularmente importante
 - d) Nada importante

...Gracias por su gentil colaboración.

ANEXO N° 06

GUÍA DE REGISTRO DE OBSERVACIÓN

Fecha: _____

Área de observación: _____

Tiempo de observación: _____

Observador: _____

Tiempo	Descripción

ANEXO N° 07



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

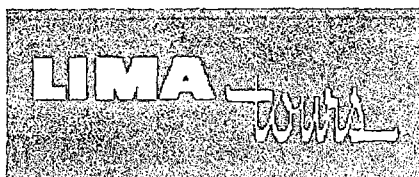


**GUÍA DE ENTREVISTA A LA RESPONSABLE DEL ÁREA DE SERVICIOS
TURÍSTICOS – DIRCETUR CUSCO**

PREGUNTAS	RESPUESTAS
a. ¿Cuál es la función principal de su institución frente a la prestación de servicios de los operadores de turismo del centro receptor Cusco?	
b. ¿Cree usted que la dirección de los operadores de turismo debe estar encargada a un profesional en turismo?	
c. ¿Qué opina sobre el sistema de endoses que es practicado por los operadores de turismo?	
d. ¿Cree usted que las agencias de viajes y turismo deban realizar una capacitación permanente de su personal? ¿Cómo y cuando?	
e. ¿Cree que los servicios brindados por los operadores de turismo son de calidad? ¿Por qué?	
f. ¿Cuáles son las faltas (con relación a la prestación de servicios) que cometen con más frecuencia las agencias de viajes y turismo?	

MANUAL DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA

OPERADOR DE TURISMO



Cusco - Perú
2013



MANUAL DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA

INDICE

PARTE I: GENERALIDADES

1. PRESENTACIÓN
2. INTRODUCCIÓN
3. OBJETIVOS
4. POLÍTICA DE CALIDAD
5. ¿CÓMO USAR EL MANUAL DE CALIDAD?

PARTE II: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

1. MISIÓN
2. VISIÓN
3. FILOSOFÍA
4. VALORES
5. POLÍTICAS
6. OBJETIVOS

PARTE III: MANUAL DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA

1. CREAR UNA ACTITUD POSITIVA HACIA LOS TURISTAS

- 1.1. MEJORAR LA IMAGEN
- 1.2. UTILIZACIÓN DEL LENGUAJE CORPORAL
- 1.3. MANEJO DE LA VOZ

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL TURISTA

- 2.1. IDENTIFICAR EL TIEMPO EN EL TURISTA
- 2.2. ANTICIPARSE A LAS NECESIDADES
- 2.3. ENTENDER A LOS TURISTAS
- 2.4. SABER ESCUCHAR
- 2.5. SATISFACER LAS NECESIDADES DEL TURISTA

3. ASEGURAR EL CORRECTO TRATAMIENTO DE LOS TURISTAS

- 3.1. SATISFACCIÓN DE LAS QUEJAS
- 3.2. TRATAMIENTO A TURISTAS DIFÍCILES

PRESENTACIÓN

El turismo es una de las actividades económicas que ha cobrado mayor impulso en el Perú en los últimos años y hoy en día, sin lugar a dudas, ocupa uno de los primeros lugares en el rubro de servicios. Esta situación además de constituir un reto obliga al sector a contar cada vez más con recursos humanos que brinden servicios con altos estándares de calidad, que mejoren la competitividad y den los resultados de satisfacción esperados por el cliente-turista.

La calidad se entiende como una opción empresarial, que quiere establecer y asegurar el nivel de prestación de los servicios que satisfaga las expectativas de los turistas y es hacia donde el presente manual pretende orientarnos.



INTRODUCCIÓN

Para mejorar la calidad en el servicio que se le proporciona al turista, es necesario que Lima Tours S.A.C. trabaje conjuntamente con su personal a través de mejoras en los procesos de servicios, con el fin de tener mejores resultados que se notarán en el aumento del valor hacia al trabajo y hacia el servicio.

Toda aquella persona que trabaje en la organización debe aceptar que la calidad del servicio implica la satisfacción de las expectativas de los turistas y para lograrlo, se requiere de una estrecha colaboración por parte de todos los empleados, en un afán por mejorar la calidad y obtener los beneficios que desean los turistas.

Por tales motivos, este documento esta dirigido a todas las personas que trabajan en las diferentes áreas de la organización y lograr que estas:

- Mejoren sus relaciones interpersonales.
- Obtengan una mejora continua del servicio que se le brinda a los turistas a través de la aplicación del manual orientado a la calidad del servicio al turista, y
- Satisfagan las expectativas de los turistas.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

El objetivo del presente manual de calidad en el servicio al turista, es orientar a todo el personal vinculado con el operador de turismo, sobre cómo establecer acciones que le permitan brindar un servicio de calidad al turista.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Crear una actitud positiva en el servicio brindado hacia los turistas, mejorando la imagen, utilizando un lenguaje corporal adecuado.
- Identificar las necesidades de nuestros turistas para lograr el nivel de satisfacción requerido.
- Lograr una buena comunicación y manejo de las quejas para atender mejor al turista.

POLÍTICA DE CALIDAD

Nuestra política de calidad se manifiesta mediante nuestro firme compromiso con los turistas de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas, para ello garantizamos impulsar una cultura de calidad basada en los principios de honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora y seguridad en nuestras operaciones.

¿CÓMO USAR EL MANUAL DE CALIDAD?

El manual de calidad en el servicio al turista, es un documento dirigido a todo el personal en contacto vinculadas al servicio de operador de turismo, que apuesta por la calidad como parte de su cultura de vida o como instrumento organizacional, buscando ser competitivos.

Por ello se formulan en él, criterios de calidad en la prestación del servicio capaces de satisfacer a sus turistas en sus necesidades y expectativas.



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN

Lima Tours es una organización de servicios turísticos dedicada a brindar satisfacción absoluta y personalizada al turista. Nosotros triunfaremos en este esfuerzo ofreciendo servicios y productos de la mejor calidad, teniendo un equipo humano bien capacitado y recompensado, siendo creativos, flexibles y estando identificados con los valores de la empresa en todo momento. Nos mantenemos competitivos y tecnológicamente avanzados, promoviendo y contribuyendo a la conservación de las riquezas culturales del Perú.

VISIÓN

Nuestra visión es ser la empresa líder en innovación y calidad de servicios reconocida en el mercado turístico nacional e internacional por mantenernos competitivos y tecnológicamente avanzados.

FILOSOFÍA

Nosotros somos una organización especializada en la actividad turística. Nosotros no estamos en el "negocio del turismo"; el turismo es el sector económico en el cual trabajamos. Nuestro trabajo no se limita a vender boletos y excursiones, habitaciones de hotel o camarotes en los barcos, ni a organizar eventos. Lo que brindamos principalmente a nuestros clientes es un servicio eficiente, serio y confiable, con un alto nivel de capacitación y un sentido de la responsabilidad profesional.

Nosotros no "manejamos grupos". Dada la naturaleza de nuestras actividades, brindamos servicios a personas que viajan juntas pero, para nosotros, cada viajero es una persona individual, una persona muy importante, y debemos tratarla como tal.

En Lima Tours nos hemos comprometido con nuestra tradición de ser una "escuela de turismo", con nuestra reputación de brindar un servicio excelente, con nuestra posición de liderazgo creativo en la industria, con la conservación de los valores culturales y naturales del Perú y, fundamentalmente, con la búsqueda del bienestar para nuestro país en general.

En nuestro trabajo diario no sólo somos responsables por lo que hacemos, sino también por lo que dejamos de hacer. Para nosotros no existen "problemas", ya que cada problema debe ser considerado como una "oportunidad" para mejorar y obtener el éxito mediante la imaginación, iniciativa, esfuerzo personal, trabajo de equipo y una voluntad permanente para cambiar. En Lima Tours S.A.C. podemos encontrar satisfacción personal, oportunidades para desarrollar nuestro espíritu creativo, crecimiento profesional y capacitación profesional.

VALORES

- Libertad
- Iniciativa
- Responsabilidad
- Transparencia
- Originalidad

POLÍTICAS

Nuestros trabajadores, clientes y proveedores son nuestros socios estratégicos y, como tales, debemos crear y mantener apropiadas condiciones de mutuo respeto y confianza, promoviendo la mejora continua y asegurando la eficacia de nuestro sistema integrado de gestión.

Nos comprometemos a fomentar un ambiente de trabajo saludable y seguro para todos, garantizando que los trabajadores sean consultados y que participen activamente en todos los elementos del sistema como resultado de nuestras actividades, buscando el adecuado desempeño y la mejora continua en todos los niveles.

Somos conscientes de que el cumplimiento equilibrado de nuestras responsabilidades en materia económica, social y medio-ambiental, sobre la base de criterios de sostenibilidad, resulta esencial para el mantenimiento de nuestra posición actual de liderazgo y su reforzamiento hacia el futuro. Los compromisos por un desarrollo sostenible constituyen la guía y fundamento de nuestro comportamiento en turismo. Estos compromisos se hallan plenamente integrados en nuestro trabajo diario y se someten permanentemente a revisión y mejora por parte de la Gerencia y de cuantos participamos en su aplicación.

OBJETIVOS

- Mejorar la productividad y performance de la empresa a través de ideas innovadoras que optimicen recursos ya sean económicos y de tiempo.
- Crear nuevas oportunidades en el mercado laboral local.
- Contar con profesionales académicos idóneos en la labor guistística, eje clave para el crecimiento de la empresa.
- Trabajar con tecnología de vanguardia ofreciendo soporte técnico en programas nuevos y estructurados tanto en software como hardware.
- Mantener la calidad de proveedores de servicios ofreciendo un producto de primera a través de las buenas negociaciones, de nuestras alianzas estratégicas con los proveedores.
- Facilitar elementos para que la empresa llegue a brindar servicios de calidad, de manera que las necesidades del cliente sean satisfechas plena y permanentemente aumentando la productividad, destacándonos y superando a las empresas de la competencia.
- Capacitar y motivar permanentemente al recurso humano de la empresa.
- Brindar un servicio de máxima calidad en cuanto a responsabilidad, seguridad, puntualidad, limpieza, eficacia, eficiencia, y cumplimiento.
- Lograr que nuestros precios alcancen un nivel altamente competitivo en el mercado para los turistas y la empresa.
- Velar por la conservación del medio ambiente protegiendo los recursos naturales y manifestaciones culturales de todo el ámbito turístico.

MANUAL DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA

1. CREAR UNA ACTITUD POSITIVA HACIA LOS TURISTAS

La actitud de los empleados en la entrega del servicio es fundamental para dar el primer paso a la superación de las expectativas en el turista; la actitud es influenciada por los sentimientos y los cambios de humor en la persona, la cual será reflejada en el trato hacia el turista, por ello para que la entrega del servicio sea un éxito es necesario que el empleado refleje una actitud cordial y positiva hacia todos aquellos con los que tiene contacto, ya sean turistas o compañeros de trabajo. Para lograrlo se deben aplicar las siguientes técnicas:

1.1. MEJORAR LA IMAGEN

La apariencia de los empleados es la primera impresión que los turistas se llevan de Lima Tours S.A.C., porque la misma, refleja la forma como el trabajador se ve a sí mismo. Cuanto mejor sea la imagen que los empleados proyecten, más positiva será la entrega del servicio.



1.2. UTILIZACIÓN DEL LENGUAJE CORPORAL

Otra forma de transmitir una actitud positiva hacia el turista, es el lenguaje corporal, ya que éste puede llegar a transmitir un mayor mensaje que la comunicación oral.

El lenguaje corporal consiste en la manera como el utiliza los movimientos de su cuerpo y a la hora de entregar el servicio debe hacer lo siguiente:

- La cara debe estar relajada y si es posible debe tener una sonrisa natural, agradable y cálida.
- Mantener la cabeza en alto y hacer contacto visual con el cliente
- El movimiento corporal debe estar firme y relajado.

1.3. MANEJO DE LA VOZ

El tono de la voz, indica muchas veces la intensidad con que se transmite el mensaje en la comunicación, éste debe ser agradable, claro, directo y natural, debe evitarse el tartamudeo y las muletillas, pues denotan inseguridad.

2. IDENTIFICACIÓN ANTICIPADAMENTE DE LAS NECESIDADES DEL TURISTA

Es importante percibir e identificar las necesidades de los turistas, para ello el empleado debe ponerse en el lugar del turista para saber lo que éste quiere, necesite, piense y siente al recibir el servicio.

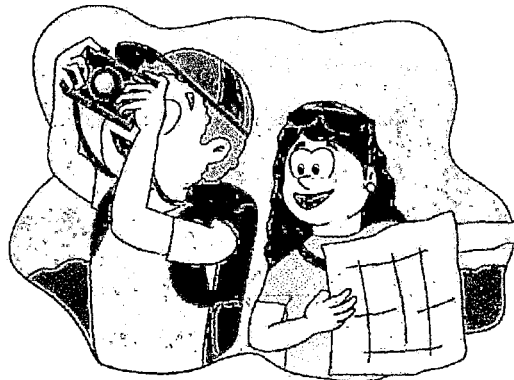
Algunas de las necesidades de los turistas son en su mayoría psicológicas, en las que están sentirse bien recibido, obtener un servicio puntual, sentirse cómodo, ser comprendido, recibir asistencia y ser respetado.

2.1. IDENTIFICAR EL TIEMPO EN EL TURISTA

Una forma de identificar las necesidades de los turistas es conociendo las necesidades del tiempo del servicio. El manejo de la puntualidad a través del cumplimiento de los horarios establecidos y la manipulación de un tiempo estimado para efectuar cada operación que conlleve la realización del servicio; lo anterior es decisivo para brindar un servicio de calidad y evitar inconvenientes en los turistas.

2.2. ANTICIPARSE A LAS NECESIDADES

Para lograrlo, se deben tomar previamente en cuenta las necesidades del turista y luego se debe ofrecer el servicio antes de que el turista lo solicite. Dentro de las situaciones que se pueden suscitar a la necesidad anticipada, se tiene que:



- Cuando el turista ha esperado mucho tiempo para recibir el servicio, se debe procurar ser más amable, brindar una sonrisa más cálida y reconocer la demora, agradeciéndole de antemano por la espera.

- Cuando note que algún turista está corto de tiempo y con prisa, se debe de tratar de ofrecer un servicio lo más puntual que se pueda y de forma eficiente.
- En el período de mayor demanda del servicio, procurar no perder el control sobre las operaciones en la entrega del servicio.

2.3. ENTENDER A LOS TURISTAS

Para poder entender al turista, el personal debe de ponerse en su lugar y se requiere sensibilidad a los movimientos o palabras que éste envía en el proceso de comunicación. Para poder identificar estas señales se definen a continuación con sus posibles soluciones:

- Cuando el turista es joven, se le debe explicar claramente las cosas, ser paciente y hacerlo sentir cómodo.
- Cuando el turista es un adulto mayor, se debe de tener mucha paciencia, escucharlos con atención y mostrar mucho interés en el servicio.
- Cuando el turista es adulto, es preciso mostrarle respeto, hacerlo sentir bien recibido y prestarle mucha atención.
- Cuando el turista posee una actitud negativa, se debe actuar comprensivo, amable y positivo.
- Cuando el turista es impaciente, se debe ser puntual, mostrar eficiencia y conservar la calma.



2.4. SABER ESCUCHAR

Saber escuchar a los turistas es de gran ayuda en la entrega del servicio, se puede aprender más de las necesidades del turista y ofrecer un mejor servicio, para lograrlo se debe evitar hablar, distraerse y concentrarse en lo que el turista dice. Algunas tácticas para saber escuchar son:



- Escuchar requiere de participación e intervención del empleado.
- Se debe tener una postura correcta del cuerpo y mantener contacto visual.
- Identificar el ánimo de los turistas y dejarlo hablar.

2.5. SATISFACER LAS NECESIDADES DEL TURISTA

Tratar de que los turistas se vayan satisfechos con el servicio, implica llevar a cabo tareas de apoyo por parte del personal, mostrando interés por su trabajo; esto requiere de colaboración por parte de sus compañeros en la entrega del servicio, dicha colaboración se puede manifestar de la siguiente manera:

- Asegurar la autoestima del turista.
- Repetir el mensaje del turista.
- Utilizar un lenguaje coloquial, fácil de entender.
- Concentrarse en la propia conducta.
- Manejo de un tono de voz adecuado.
- Aplicar ademanes al hablar.

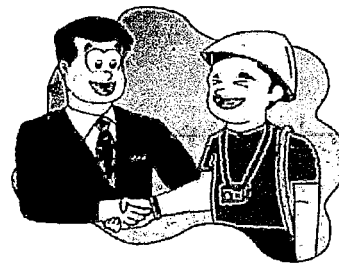


Se debe también de transmitir una actitud positiva mediante la apariencia, lenguaje corporal y tono de voz.

3. ASEGURAMIENTO DEL CORRECTO TRATAMIENTO DE LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS

Para asegurarse que los turistas regresen, se debe tomar en cuenta los siguientes consejos:

- Ser siempre amable con el turista.
- Escuchar sugerencias para mejorar el servicio.
- Manejar con profesionalismo cualquier problema.
- Hacer que el turista se sienta importante.
- Mantener una sonrisa natural y sincera.
- Aceptar el período de mayor demanda del servicio con calma.
- Explicar las características y beneficios del servicio.



3.1. SATISFACCIÓN DE LAS QUEJAS

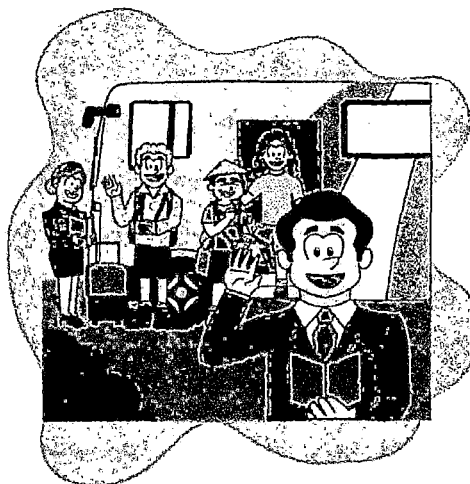
Para dar un manejo adecuado a las quejas, se deben seguir los siguientes pasos:

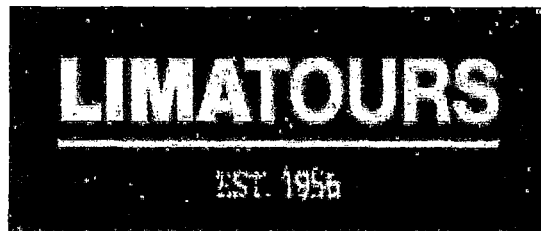
- Escuchar la queja con atención.
- Repetir la queja y asegurarse de lo escuchado correctamente.
- Ofrecer disculpas.
- Demostrar empatía con el turista.
- Explicar que se hará para corregir el problema.
- Corregir el problema.

3.2. TRATAMIENTO A TURISTAS DIFÍCILES

Algunos turistas son más difíciles de tratar que otros. Por lo general, cuando un turista está enojado o molesto, es descortés, provocador e irrespetuoso. Dentro de las acciones más apropiadas para abordarlos se tiene que:

- Mantener la calma y ser paciente.
- Dar muestras de entender su sentimiento.
- Explicarle cuidadosamente la solución del problema y ser positivo.
- Agradecerle por cooperar.





ANEXO N° 09

**MANUAL DE
ORGANIZACIÓN Y
FUNCIONES (M.O.F.)**

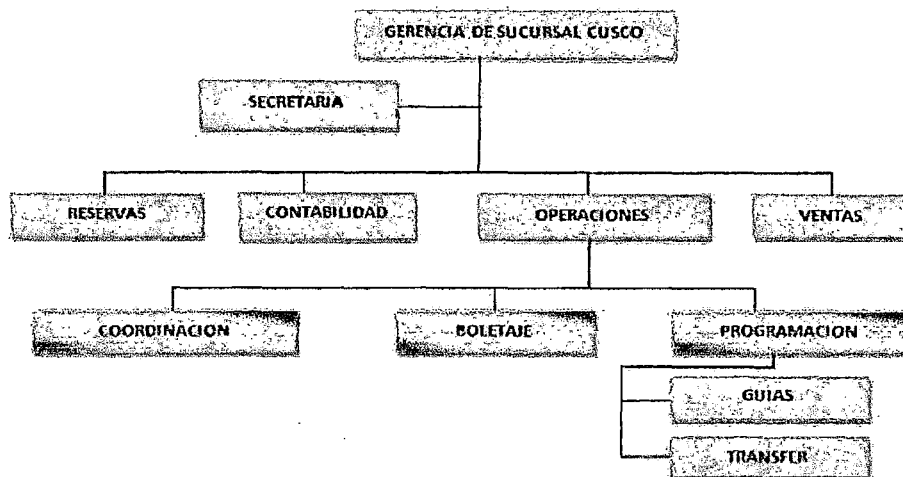
SUCURSAL CUSCO

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

El presente Manual de Organización y Funciones contiene la estructuración organizacional orgánica y las funciones de los órganos conformantes propuesta para el desarrollo de la institución, asimismo las responsabilidades, actividades y/o tareas que desarrolla real y efectivamente cada uno de los integrantes de la dirección y colaboradores en el cargo que ocupan.

1. **FINALIDAD DEL MANUAL:** El manual de Organización y Funciones, establece la estructura orgánica y funcional de Lima Tours S.A.C, define la línea de autoridad, niveles de coordinación, así como las atribuciones y funciones del personal, con el objeto de lograr un oportuno y eficiente desempeño de las actividades de Lima Tours S.A.C.
2. **ALCANCE:** El alcance del MOF es a toda la estructura organizacional de Lima Tours S.A.C.
3. **REVISIÓN Y APROBACIÓN:** El MOF ha de ser revisado y aprobado por el representante legal de Lima Tours de la sede central en Lima en coordinación con el apoderado o Gerente de la sucursal de Cusco.
4. **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:** La estructura organizacional estará determinada de la siguiente manera:
 - ✓ Órgano de Dirección
 - Gerencia de Sucursal Cusco
 - ✓ Órgano de Apoyo
 - Secretaría
 - ✓ Órganos de Línea
 - Área de Reservas
 - Contabilidad
 - Área de Operaciones
 - Área de Ventas
 - ✓ Órganos de Operación
 - Coordinación
 - Boletaje
 - Programación

5. ORGANIGRAMA PROPUESTO



6. CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

Nº CAP	CARGOS	Nº
	GERENCIA DE SUCURSAL CUSCO	
001	GERENTE DE SUCURSAL CUSCO	1
	SECRETARIA	
002	o SECRETARIA	1
	RESERVAS	
003	JEFE DE RESERVAS	1
004	o AUXILIAR DE RESERVAS	1
	OPERACIONES	
005	JEFE DE OPERACIONES	1
006	• COORDINADOR	1
007	o AUXILIAR DE COORDINACIÓN	1
008	• ASISTENTE DE BOLETAJE	1
009	o AUXILIAR DE BOLETAJE	1
010	• ASISTENTE DE PROGRAMACIÓN	1
011	o GUÍAS	6
012	o FREE LANCES	6
	o TRASLADISTAS	6
	VENTAS	
014	JEFE DE VENTAS	1
	CONTABILIDAD	
015	CONTADOR	1
016	o AUXILIAR DE CONTABILIDAD	1
	TOTAL	31

ELABORACIÓN PROPIA

El CAP cuenta con 31 profesionales que en equipo llevarán los destinos de la empresa.

7. DESCRIPCIÓN DEL ÓRGANO DE DIRECCIÓN

7.1. GERENCIA DE SUCURSAL CUSCO

GERENCIA DE SUCURSAL CUSCO

7.1.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica : Gerencia de Sucursal Cusco
N° CAP : 001
Cargo estructural : Gerente de Sucursal Cusco

7.1.2. FUNCIÓN BÁSICA

Liderar el proceso de desarrollo y ejecución de planes estratégicos de Lima Tours S.A.C.

7.1.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Contratar al personal capacitado en base a la ley laboral
- Supervisar y controlar todas las áreas
- Tener la representación legal, civil, comercial, administrativa de la empresa en los diferentes eventos turísticos y promover la buena imagen del operador.
- Celebrar toda clase de contratos a nombre de la empresa, puede abrir y cerrar cuentas bancarias, girar cheques, retirar depósitos bancarios, endosar, avalar, descontar, renovar letras y contratos.
- Controlar el adecuado uso de los recursos y la correcta presentación de los servicios.
- Solucionar problemas de su jurisdicción.
- Establecer los deberes y obligaciones de su personal a cargo.
- Dirigir y hacer cumplir las decisiones tomadas por el directorio.
- Ejecutar los planes y programas aprobados por el directorio.

7.1.4. LÍNEA DE AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD

Directa recibida : Gerencia General
Directa ejercida : Todo el personal de Lima Tours S.A.C
Coordinación : Jefes de las diferentes áreas.

7.1.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Título profesional en Administración, Turismo, Contabilidad, Economía, o carreras afines.
- Estudios especializados en relaciones públicas, dirección y organización empresarial.
- Conocimientos de herramientas informáticas.

B. HABILIDADES Y CONDUCTA

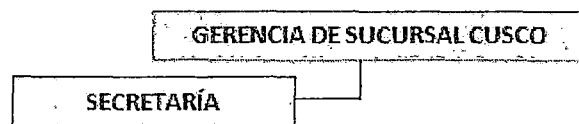
- Habilidades de trabajar en equipo, bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

Cinco (05) años de experiencia en funciones gerenciales y/o administrativas en empresas turísticas.

8. DESCRIPCIÓN DEL ÓRGANO DE APOYO

8.1. SECRETARÍA



8.1.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica : Secretaría Gerencial
N° CAP : 002
Cargo estructural : Auxiliar administrativo

8.1.2. FUNCIÓN BÁSICA

Asistir administrativamente a la Gerencia de Sucursal Cusco.

8.1.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Recepcionar y registrar la documentación y correspondencia que ingrese a la agencia de viajes.
- Clasificar, distribuir y archivar los documentos que ingresan.
- Transferir a los interesados o tomar nota de los mensajes recibidos.
- Efectuar llamadas telefónicas y concretar citas.
- Otras funciones y atribuciones propias de su competencia que le sean asignadas por el Gerente de la Sucursal Cusco.

8.1.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida : Gerencia de la Sucursal
Directa ejercida : -----

8.1.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional técnico con grado académico superior y título como tal.
- Conocimientos de secretariado ejecutivo.
- Conocimientos de herramientas informáticas y diseño.

B. HABILIDADES Y CONDUCTA

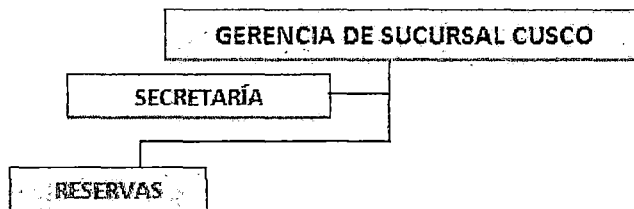
- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

- Experiencia mínima de 2 años en cargo de secretaría y asistencia gerencial.

9. DESCRIPCIÓN DEL ORGANO DE LÍNEA

9.1. ÁREA DE RESERVAS



9.1.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica : Área de Reservas
N° CAP : 003
Cargo estructural : Jefe de Reservas

9.1.2. FUNCIÓN BÁSICA

Esta área se encarga de hacer las reservaciones de servicios solicitados por los turistas derivados de la sede central de manera detallada con mucho cuidado de no obviar ningún servicio.

9.1.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Recibir los datos de los turistas.
- Revisar que los datos de los itinerarios sean lógicos y coherentes.
- Contactar con la oficina central de Lima, en caso de encontrar carencia o irregularidades en los datos de los itinerarios o los proporcionados por los turistas.
- Abrir los files de manera detallada y precisa para facilitar el ingreso de la información en la base de datos "biblia" la cual está a cargo del área de programación.
- Hacer un seguimiento a cualquier cambio que se pueda realizar luego de la primera reserva.
- Reconfirmar las reservas a los hoteles, restaurantes y revisar los últimos detalles.
- Emitir el voucher de servicio para proveedores y derivar a programación.

9.1.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida	:	Gerencia de la sucursal
Directa ejercida	:	Auxiliar de reservas

9.1.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional titulado o técnico con grado académico superior en Turismo, Administración,
- Estudios especializados en Turismo y manejo de GDS (Sistema Global de Distribución).
- Contar con la certificación de proficiencia en idioma extranjero.
- Conocimientos de herramientas informáticas.

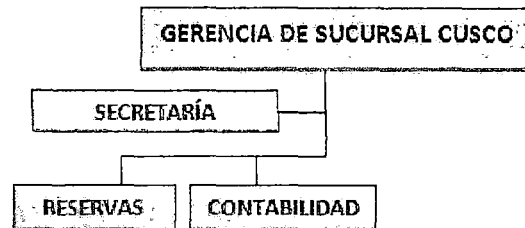
B. HABILIDADES Y CONDUCTA

- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

9.2. ÁREA DE CONTABILIDAD



9.2.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica	:	Área de Contabilidad
N° CAP	:	015
Cargo estructural	:	Contador

9.2.2. FUNCIÓN BÁSICA

Esta área se responsabiliza de las obligaciones tributarias de la empresa frente al Estado y todo tipo de facturación sobre los servicios brindados.

9.2.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Contabilizar los ingresos y egresos, por diversos conceptos.
- Administrar el dinero y coordinar con el personal de boletaje.
- Hacer los balances económicos mensuales y anuales de la empresa.
- Rendir cuentas de manera detallada con documentación que respalde los gastos realizados a la Gerencia General de Lima.
- Realizar la facturación por los servicios brindados y también facturación de servicios extensivos, box lunch, circuitos adicionales, etc.
- Efectuar el pago de lo correspondiente a impuestos (SUNAT, AFP, CTS, etc.)
- Efectuar el pago de planillas al personal.
- Efectuar el pago de servicios.

9.2.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida	:	Gerencia de la sucursal
Directa ejercida	:	Auxiliar de Contabilidad

9.2.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional titulado o técnico con grado académico superior en Contabilidad.
- Estudios especializados en Turismo.
- Conocimientos de herramientas informáticas.

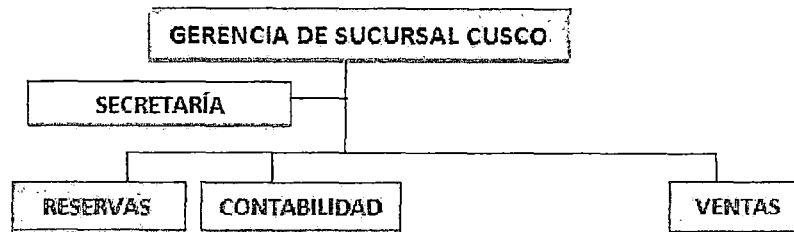
B. HABILIDADES Y CONDUCTA

- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

9.3. ÁREA DE VENTAS



9.3.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica	:	Área de Ventas
N° CAP	:	014
Cargo estructural	:	Jefe de Ventas

9.3.2. FUNCIÓN BÁSICA

Elaborar los paquetes turísticos y ofrecer asistencia e información sobre los servicios sueltos.

9.3.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Recibir la solicitud de los servicios sueltos.
- Brindar información y asistencia al turista que solicita algún servicio.
- Elaborar los paquetes turísticos incluyendo los circuitos a visitar en la ciudad del Cusco y alrededores y en algunos casos los circuitos fuera de la ciudad.
- Efectuar el cobro directo a los pasajeros que toman el servicio suelto mediante tarjetas de crédito o en efectivo, coordinando previamente con Operaciones.
- Llevar un archivo y control de la documentación del área y elaborar reportes de ventas.
- Coordinar con reservas la apertura de files de turistas que solicitan servicios sueltos.

9.3.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida : Gerencia de la sucursal
Directa ejercida : -----

9.3.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional titulado o técnico con grado académico superior en Turismo, Administración o Contabilidad.
- Estudios especializados en Turismo.
- Conocimientos de herramientas informáticas.

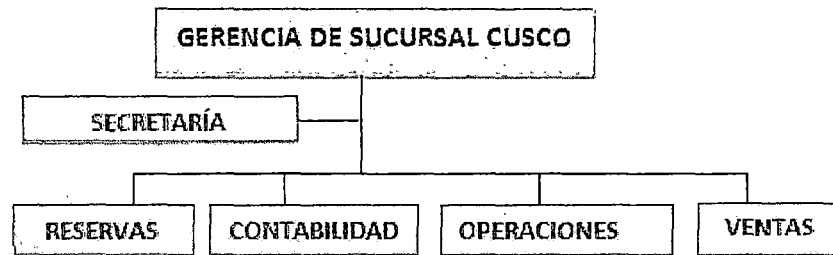
B. HABILIDADES Y CONDUCTA

- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

9.4. ÁREA DE OPERACIONES



9.4.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica : Área de Operaciones
N° CAP : 005
Cargo estructural : Jefe de Operaciones

9.4.2. FUNCIÓN BÁSICA

Tiene contacto directo y permanente con el turista ya que ellos desarrollan el servicio, se constituye en la imagen de Lima Tours S.A.C.

9.4.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Efectivizar el servicio, trabaja muy de cerca con Gerencia y las áreas de coordinación, boletaje y programación.

- Coordinar y poner en funcionamiento todos los componentes que integren el paquete turístico.
- Supervisar el ingreso de información a la “biblia” verificando la coherencia de los datos y la actualización constante de los mismos.
- Rendir informes a la Gerencia de Sucursal Cusco.
- Tener información de seguimiento de los pasajeros y tours.
- Coordina con el área contabilidad sobre el cobro a los turistas que solicitan servicios sueltos.
- Realizar reuniones mensuales con el staff del operador de turismo.
- Tomar medidas correctivas si algún trasladista y/o guía no cumple con lo requerido.

9.4.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida : Gerencia de Sucursal
 Directa ejercida : Coordinación, Boletaje, Programación.

9.4.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional titulado o técnico con grado académico superior en Turismo, Administración.
- Estudios especializados en Turismo.
- Conocimientos de herramientas informáticas.

B. HABILIDADES Y CONDUCTA

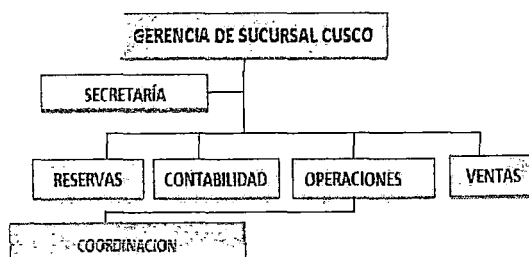
- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

- Experiencia mínima de 4 años en cargos similares.

10. DESCRIPCIÓN DEL ÓRGANO DE OPERACIÓN

10.1. COORDINACIÓN



10.1.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica	:	Área de Coordinación
N° CAP	:	006
Cargo estructural	:	Coordinador

10.1.2. FUNCIÓN BÁSICA

Esta área coordina con boletaje y programación para el correcto seguimiento de los servicios desde la llegada de los pasajeros hasta su retorno, verificando los reportes recibidos de los guías.

10.1.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Asistir al pasajero, desde su llegada a Cusco.
- Coordina los cambios de fechas, boletos con respecto a su programa llámese tours, hoteles, restaurantes etc.
- Reconfirmar vuelos y cambiar cuando el pasajero lo requiere, en coordinación con contabilidad y con autorización del pasajero.
- Recepcionar reportes de guías, para luego procesarlos y derivarlos a operaciones si fuere necesario.
- Estar en contacto permanente con los guías y trasladistas en caso de problemas con los pasajeros.

10.1.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida	:	Jefe de Operaciones
Directa ejercida	:	Auxiliar de Coordinación

10.1.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional titulado o técnico con grado académico superior en Turismo, Administración.
- Estudios especializados en Turismo.
- Conocimientos de herramientas informáticas.

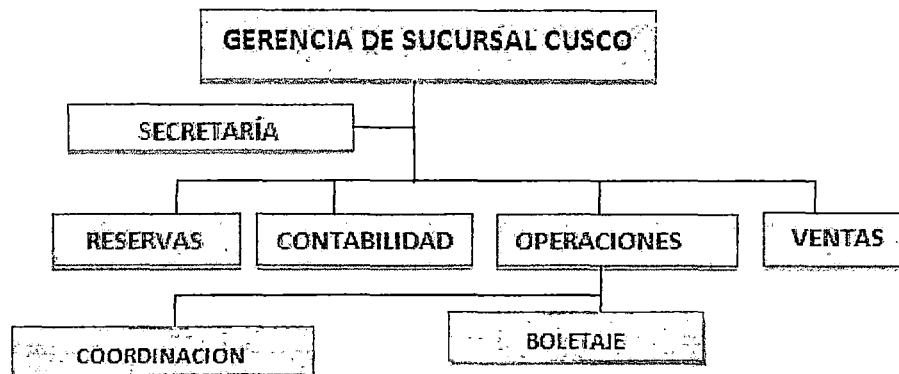
B. HABILIDADES Y CONDUCTA

- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

- Experiencia mínima de 4 años en cargos similares.

10.2. BOLETAJE



10.2.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica	:	Área de Boletaje
N° CAP	:	008
Cargo estructural	:	Jefe de Boletaje

10.2.2. FUNCIÓN BÁSICA

Trabaja en base al área de reservas, así como contabilidad se encarga de la compra, cancelación, postergación, reservación de boletos ferroviarios, aéreos, terrestres, así como el boleto turístico, entradas a diversos centros arqueológicos.

10.2.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Confirmar las reservas de transporte terrestre y ferroviario, en caso de que sean grupales debe realizarse 20 días antes si son reservas individuales deben efectuarse 8 días antes.
- Planificar la cantidad y los costos generados para que contabilidad realice el desembolso necesario.
- Realizar compras de boletos de tren en Perú Rail, boletos de bus a Machupicchu en Consetur, boletos para el ingreso a Machupicchu en Ministerio de Cultura, BGT (boleto turístico general) y (boleto turístico parcial) en Cosituc - Galerías Turísticas.
- Realizar el cuadro de cuentas para entregar al área de contabilidad y respaldar el gasto hecho mediante el control de ticket numerados donde consta el número de file atendido.

10.2.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida : Jefe de Operaciones
Directa ejercida : Auxiliar de Boletaje

10.2.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional titulado o técnico con grado académico superior en Turismo, Administración.
- Estudios especializados en Turismo y manejo de GDS (Sistema Global de Distribución).
- Conocimientos de herramientas informáticas.

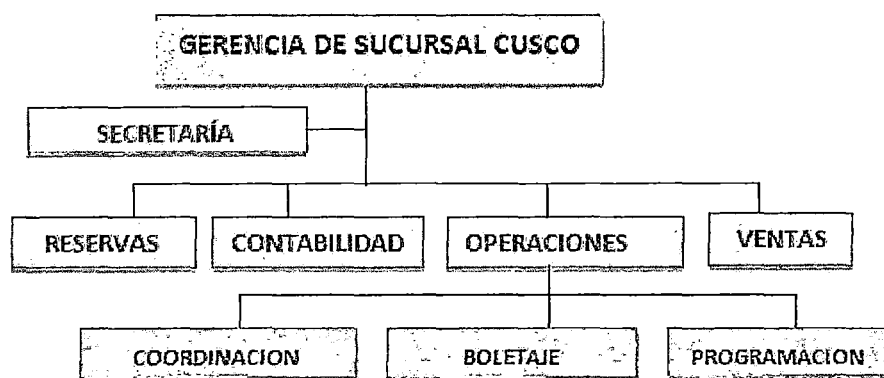
B. HABILIDADES Y CONDUCTA

- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

10.3. PROGRAMACIÓN



10.3.1. IDENTIFICACIÓN

Unidad orgánica : Área de Operaciones
N° CAP : 010
Cargo estructural : Jefe de Programación

10.3.2. FUNCIÓN BÁSICA

Esta área es responsable de mantener actualizada la biblia y de programar el servicio de guías y trasladistas.

10.3.3. FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Coordinar la forma como se van a realizar los servicios y los tiempos que se van a manejar.
- Trabajar con la biblia (documento donde están todos los servicios de manera muy detallada y secuencial)
- Asignar al personal que atenderá al pasajero de acuerdo al idioma y sus habilidades.
- Programar a los guías y los trasladistas para la atención con un día de anticipación.
- Controlar los servicios del día mediante las constantes comunicaciones con los guías y trasladistas.
- Preparar los despachos de los guías según su atención, dándoles la orden de excursión, boletos y reportes (a utilizar por los turistas y guías).
- Mantener una constante comunicación con las diferentes áreas para efectuar un adecuado seguimiento a los guías y trasladistas.

10.3.4. LÍNEA DE AUTORIDAD

Directa recibida : Jefe de Operaciones

Directa ejercida : Guías y Traslادistas.

10.3.5. REQUISITOS MÍNIMOS

A. FORMACIÓN ACADÉMICA

- Profesional titulado o técnico con grado académico superior en Turismo, Administración.
- Estudios especializados en Turismo.
- Conocimientos de herramientas informáticas.

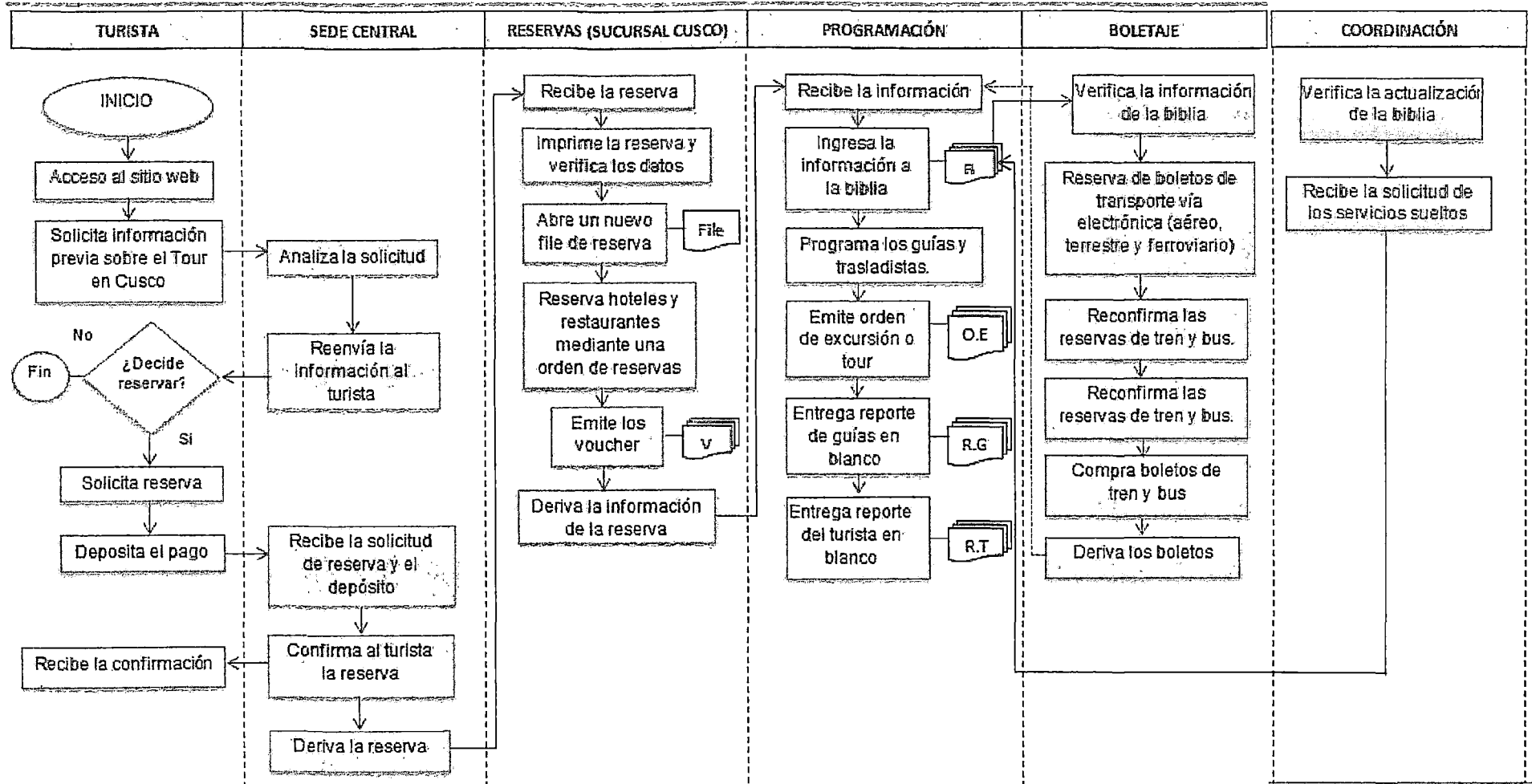
B. HABILIDADES Y CONDUCTA

- Habilidades de trabajar bajo presión y para relacionarse.
- Conducta responsable, honesta y proactiva.

C. EXPERIENCIA LABORAL

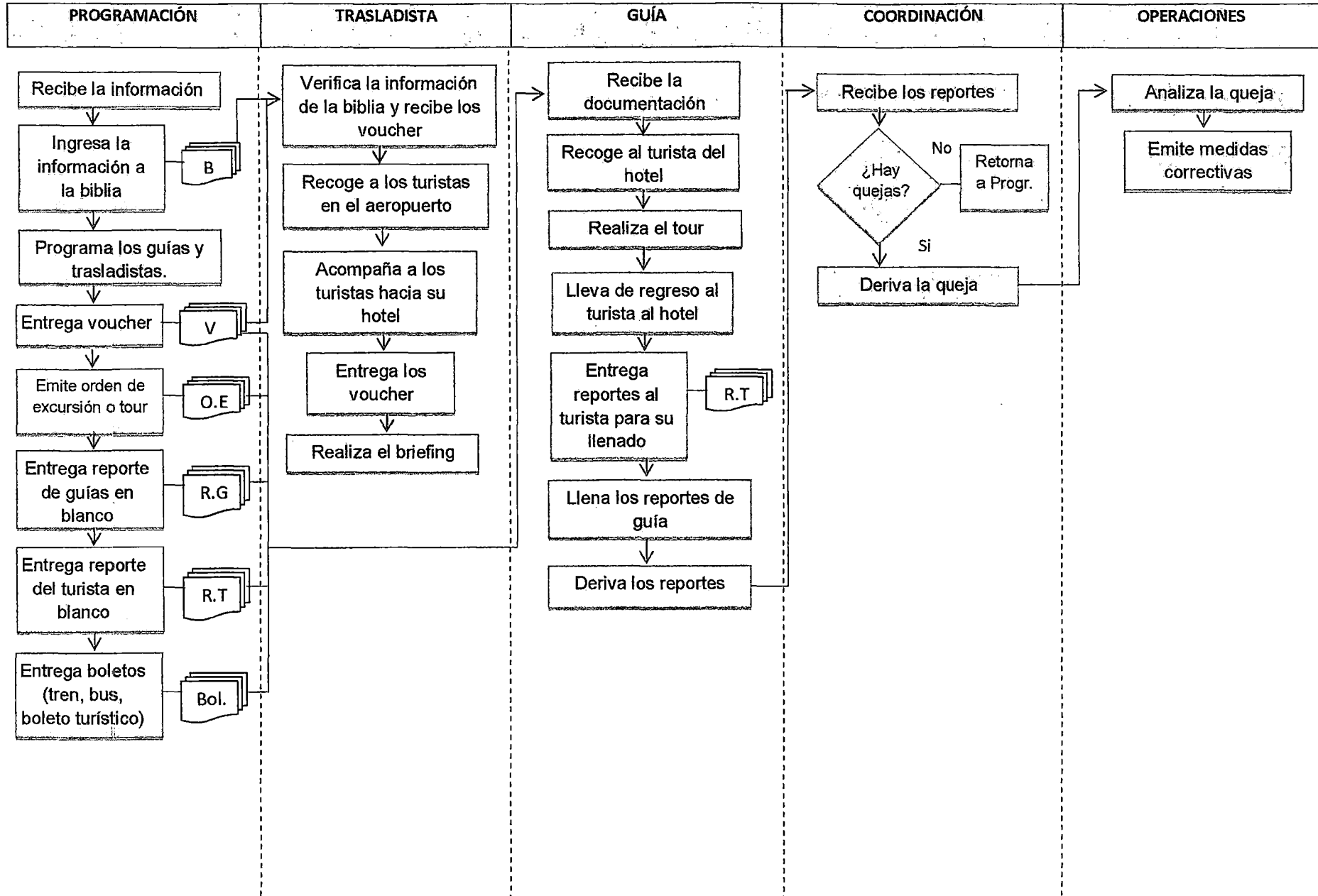
- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

FLUJOGRAMA: ANTES DE LA LLEGADA DEL TURISTA

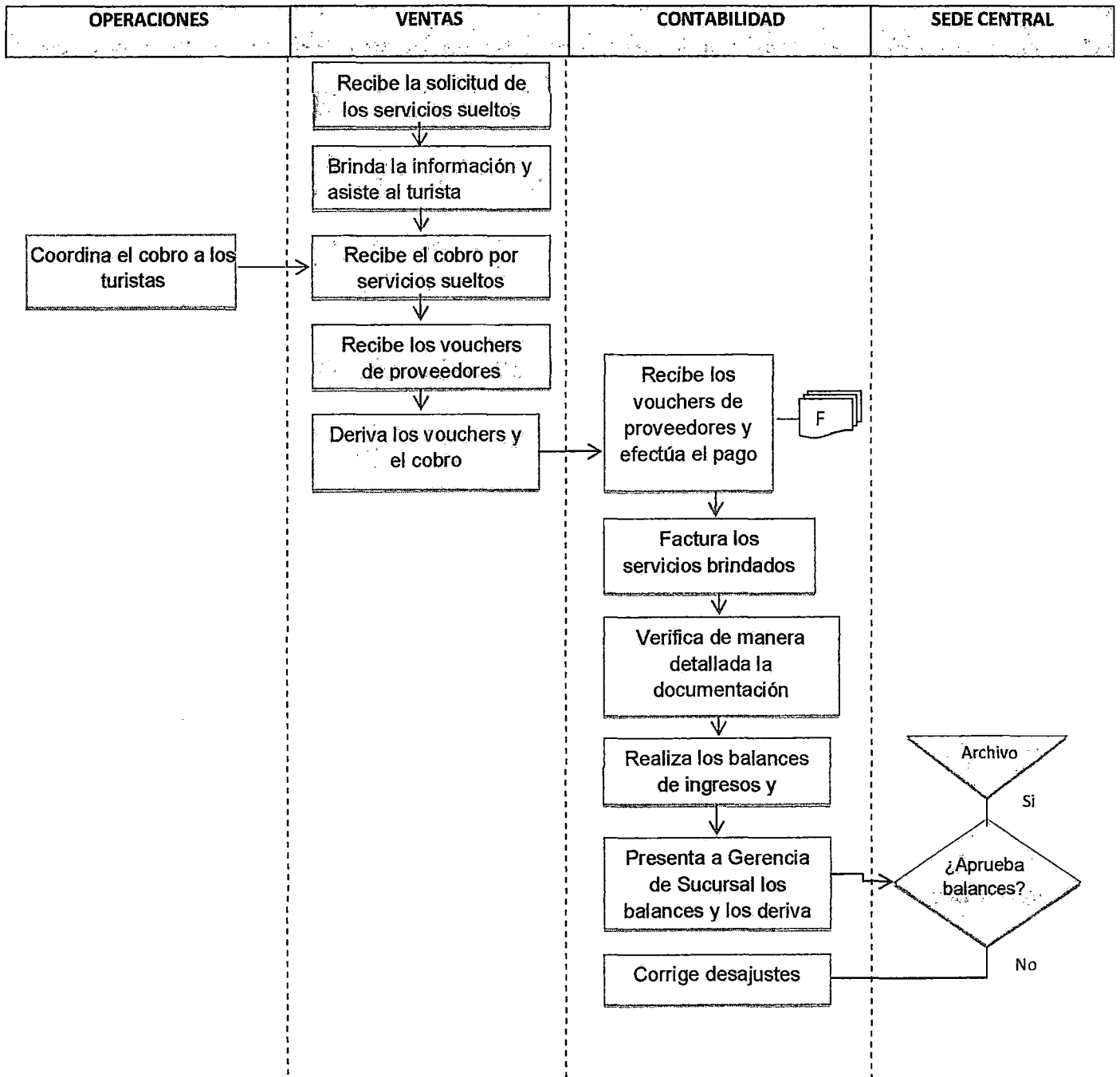


ELABORACIÓN PROPIA.

FLUJOGRAMA: CUANDO EL TURISTA LLEGA



FLUJOGRAMA: CUANDO EL TURISTA SE VA



ELABORACIÓN PROPIA.

ANEXO N° 10

FICHA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

LIMA TOURS S.A.C.

Nombre del evaluado: _____

Puesto: _____

N°	Elementos de evaluación	Muy malo (0-20)	Malo (21-40)	Regular (41-60)	Bueno (61-80)	Excelente (81-100)
1	Comunicación: posee capacidad para comunicarse de forma verbal y por escrito de manera adecuada.					
2	Coordinación: Programa, ejecuta y controla diferentes actividades, evita cuellos de botella en los procesos.					
3	Relaciones Humanas: Posee capacidad para relacionarse de forma adecuada con su jefe, compañeros y personal a cargo.					
4	Conocimiento: Tiene suficiente conocimiento sobre los productos y servicios que la empresa comercializa.					
5	Trabajo en equipo: Mantiene una actitud positiva en su trabajo y entiende que es parte importante de una cadena de servicio.					
6	Responsabilidad: Cumple con sus obligaciones con ética y con prontitud.					
7	Asistencia: Cumple con su horario de trabajo.					
8	Imagen: Demuestra limpieza y orden en su trabajo, cumple con utilizar el uniforme.					
9	Constancia: Cumple con los objetivos y metas de la empresa.					
10	Participación: Comparte la misión y visión de la empresa.					
11	Confiable: Demuestra seguridad y confianza a los clientes y compañeros de trabajo.					
12	Eficiencia: Posee capacidad de realizar de forma correcta sus funciones, logra buenos resultados para la empresa.					
	Sub total de puntos					
	Sumatoria de los sub totales					
	Dividido número de frecuencias					

Nombre del evaluador: _____

VoBo: _____

Gerencia de Operaciones

RUC	RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	DISTRITO	PAGINA WEB	CLASIFICACIÓN
20450733513	INKAS CONDOR TRAVEL E.I.R.L	Elizabeth Dueñas Licona	Calle Suecia 380-d	CUSCO	www.inkascondortravel.com	Operador de Turismo
20527916691	NANTIKA TOURS TRAVEL AGENCY E.I.R.L.	ROSA NANTIKA BLANCO PILLCO	Triunfo N° 392 - Oficina 201	CUSCO	WWW.NANTIKATOURS.COM	Operador de Turismo
20527586021	Servicios Internacionales Wiñayhuayna E.I.R.L	Benito Ito Yana	Portal De Comercio N° 169 - Cusco	CUSCO	www.siwtravelperu.com	Operador de Turismo
20528001701	3 J R S.C.R.L.	JULIO VIZA DE OLAZABAL	Calle Ramón Castilla C-2-a	SANTIAGO	www.machupicchu2amazon.com	Operador de Turismo
20490344749	KATTY'S TRAVEL AGENCY TOUR OPERATOR E.I.R.L.	Anali Katty Socuayala Silva	Av. Sol 839	CUSCO		Operador de Turismo
20527766355	2gocusco.com E.i.r.l.	Mariela Hermoza Monterozo	Urb. Velasco Astete B-8-b 1er Piso	WANCHAC	WWW.2GOCUSCO.COM	Operador de Turismo
20527754853	A & P TOURS S.A.C.	JESUS ABELARDO PRADO ALZAMORA	Urb. Santa Lucila D-8	WANCHAC	www.apotoursusco.com	Operador de Turismo
20490701444	A. T.Y JUNGLE S.A.C.	Ursula Carmen Quispe Garcia	Av. Sol 932	CUSCO	www.alltiেকuzco.com	Operador de Turismo
20527966877	A.I.T. E.I.R.L.	JUAN CARLOS PAZ GONZALES	A.P.V. SANTA MARTHA A-16	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20450660966	A.I.T. S.C-R.LTDA.	Maria Gabriela Valdez Ortiz	Urb. Sta Monica - Jr. J.carlos Mariategui C-6	WANCHAQ		Operador de Turismo
20490077449	A.V.T GREGORY TOURS EXP. S.A.C	María Felicia Huallani Surco	Calle Siete Cuartones N° 284	CUSCO	www.gregorytoursperu.com	Operador de Turismo
20527593159	A.V.T. INKA TRAIL EXPEDITION S.C.R.L.	JUAN LUIS BAQUERIZO CARBAJAL	Urb. Inka Garcilazo A-2	CUSCO	WWWINKATRAILEXPEDITION.COM	Operador de Turismo
20489982081	AB TOURS PERU E.I.R.L.	Rosa Armiida Añasco Roque	A.P.V. MIRAVALLE A-11	CUSCO		Operador de Turismo
20470526379	Abercrombie & Kent Peru S.a.c.	Rodrigo Manual Custodio Diez	Av. Sol 948 Of. 306-307	CUSCO	WWW.QKDMC.COM	Operador de Turismo
20528028064	ABROAD TREKKERS S.A.C.	FREDY SALOMA CHAUCA	Plateros N° 365	CUSCO	www.abroadtrekkers.com	Operador de Turismo
20490567535	ACLLAS PERU TOUR E.I.R.L.	Silvia Gomez Ramirez	A.P.V. Kary Grande I - 6 San Sebastian	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527255938	ACTION TRAVEL S.C.R.L.	FELICIANO ORE ROJAS	Urb. Coviduc B-16 - San Sebastián	SAN SEBASTIAN	www.aventuraquechua.com	Operador de Turismo
20502773641	ACTION VALLEY S.A.C.	Jorge G.meza Cuadra Araoz	Calle Santa Teresa N°325	CUSCO	WWW.ACTIONVALLEY.COM	Operador de Turismo
20489963966	ACTIVITIES PERU SOUTH DESTINATION E.I.R.L	Luis Viscarra Manzaneda	Urb. Bancopata C-.1 Calle Ramos Castilla	SANTIAGO	www.activitiesperu.com	Operador de Turismo
10444043968	ACURIO RIVERA FRANCCIA DIANA	Acurio Rivera Franccia Dana	Calle Hatun Rumiyc N- 487 Interior	CUSCO	www.inkatrailmachupicchu.net	Operador de Turismo
10238125176	Adela Mollohuanca Cruz	ADELA MOLLOHUANCA CRUZ	Av. San Martín N° 521 ESPINAR	CUSCO		Operador de Turismo
20490098951	ADVENTOURS-SAS E.I.R.L	David Quintana Mamani	Calle Garcilazo N° 270	CUSCO	www.sastravelperu.com	Operador de Turismo
20527944555	ADVENTURE & NATURE TRAVEL E.I.R.L.	Jaime Antonio Guvara Dávalos	Ccoori Calle N° 519	CUSCO		Operador de Turismo
20490360868	ADVENTURE PERU TOUR OPERATOR S.A.C.	Lina Elizabeth Zegarra Lazarte	Calle Obispo Mollinedo N° 116 - Of.a San Sebastian	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527734828	Adventure World Inca E.i.r.l.	Maria Ysabel Terán Condori	PROLONG. AVDA. DEL EJERCITO N° 253	CUSCO	ADVENTUREINCA.COM	Operador de Turismo
20527734828	ADVENTURE WORLD INCA E.I.R.L.	MARIA YSABEL TERAN CONDORI	Av. Ejercito N° 253	CUSCO	WWW.ADVENTUREINCA.COM	Operador de Turismo
20527484023	Adventure Zone E.i.r.l.	Aldides Cusihuamán Aucacusi	Calle Procuradores 372	CUSCO	www.adventurezoneinca.com	Operador de Turismo
20527253480	Adventures AmaraKaeri Land S.c.r.l.	Yessenia Sota Falcon	Calle Suecia N° 368	CUSCO	WWW.AMARAKAERI.COM	Operador de Turismo
20527277593	Adventures Paradise Expedition E.i.r.l.	Cynthia Mercado León	Calle Plateros 365 Of. 03	CUSCO		Operador de Turismo
20527768722	AGENCIA DE SERVICIOS TURISTICOS LOJAS TOURS E.I.R.L.	YANET CHALLCO MAROCHO	Urb. Villa María F-3	CUSCO	WWW.LOJASTOUR.COM	Operador de Turismo
20527730679	Agencia De Transporte Turístico Koomer Ttica Tour	Vilma Chamorro de Zamalloa	Calle Miguel Grau - Urb Santa Rosa U-17	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20450541100	AGENCIA DE TURISMO JIMDAI ADVENTURE E.I.R.L.	Jim Salas Cruz	Urb. Los Retamales H - 11 A Una Cuadra Del Mercado Vin	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20450651037	AGENCIA DE TURISMO ONELLY E.I.R.L.	Martha Nelly Ortiz Pillco	Calle Heladeros N° 129	CUSCO		Operador de Turismo
20490054660	AGENCIA DE VIAJES AMERICA TRAVEL ADVENTURE E.I.R.L.	Paul Hermoza Maldonado	Siete Cuartones N° 245	CUSCO		Operador de Turismo
20450776328	AGENCIA DE VIAJES QOSCO URPI TRECK E.I.R.L	Maria Sergia Palomino Tocre	Calle Tandapata N° 354	CUSCO		Operador de Turismo
20450776328	AGENCIA DE VIAJES QOSQO URPI TREK E.I.R.L.	Maria Sergia Palomino Tocre	Calle Tandapata 354	CUSCO	www.urpitrek.com	Operador de Turismo
20527376301	AGENCIA DE VIAJES SANTA MONICA S.C.R.L.	Julio Paniura Soria	Urbanizacion Santa Monica C-.7	WANCHAC		Operador de Turismo
20527733775	Agencia De Viajes Y Turismo Arsa Tours E.i.r.l.	Libia Valdeiglesias Cconcho	Urb. Coripata Sur Av. Teodocio Serrudo Lote D-2 Santiago	SANTIAGO	WWW.arsatours.com	Operador de Turismo
20490117688	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CLASS TRAVEL PERU S.C.f	Steven Jhon Hobby	Urb. Los Sauces D-4	WANCHAC		Operador de Turismo
20527282587	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ECOTIME PERU E.I.R.L.	AGUSTIN DELGADO PEREZ	Urb. Santa Teresa Chico D-19 - Marcavalle	WANCHAC	WWW.ECOTRAILPERU.COM	Operador de Turismo
20527782555	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ECOTRAIL PERU E.I.R.L.	Carmela Pompilla Enriquez	Av. El Sol N° 106 Ofic. 205	CUSCO	www.ecotrailperu.com	Operador de Turismo
20490499785	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO H Y L E.I.R.L	Alvaro Gamarra Acufia	Urb. Los Nogales Q-25	CUSCO		Operador de Turismo
20527596506	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO HIRAN BINGHANTRAVEL E.	Ismeria Quispe Yupanqui	Calle Procuradores 351, Int. 2do. Piso Of. 114	CUSCO	www.hbtravelusco.com	Operador de Turismo
20528015752	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO IMPERIOS PERU E.I.R.L.	ELVIS WILLIAM BOMBILLA TAIFE	Calle Plateros N° 319	CUSCO	w.w.w.imperiosperu.com	Operador de Turismo
20527901317	Agencia de Viajes y Turismo Inca World Perú SAC	ANGEL FERNANDO PILARES CALERO	Calle Suecia N° 300	CUSCO	www.incaworldperu.com	Operador de Turismo
20489981433	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO INTOPERU TOURS E.I.R.L	Pabel Richard Perez Dolmos	Urb. Ttio Av. Jorge Chavez H-2-12	WANCHAC	www.intoperutours.com	Operador de Turismo
20527712000	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO PHUYO TOUR E.I.R.L.	Darwin Chavez Farfan	Calle Belen 494	CUSCO	www.phuyotour.com	Operador de Turismo

20527260427	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO PUMAS TRECKPERU E.I.R.L	Edith Puma Noa	Portal Comercios N° 141 Of. 04	CUSCO	www.pumastrekperu.com	Operador de Turismo
20490038206	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO QORICHAKI E.I.R.L	Cleiver Choque Ilacolla	Urb. Pumacchupan N° 98	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20490444379	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO VIAJEROS SEGUROS TOUR	Willihans Villa Peña	Pasaje Diego Cristobal Tupac Amaru C-1	WANCHAC	www.vstourperu.com	Operador de Turismo
20490005022	AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO RAPTRAVEL	Alicia Huamani Ayanz	Calle San Juan De Dios N° 260	CUSCO		Operador de Turismo
20450648672	AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO ADVENTURE PERU TOUR	Jose Luis Toledo Villegas	Av. El Sol N° 94888 Int.210	CUSCO		Operador de Turismo
20527965552	AGVT INVERSIONES JISA TRAVEL S.A.C.	Felicia Acuña Salas	Calle Procuradores 351 Int.of. 120	CUSCO	www.jisatravel.com	Operador de Turismo
20527733856	Agyt K.B.tours E.i.r.l.	Lola Acuña Salas	Calle Procuradores 351 Int. 115	CUSCO	www.kbadventure.com	Operador de Turismo
20527695237	AHP E.I.R.L.	MARIA DE LOS ANGELES MASIAS ENRIG	Av. 5 Los Chachacomos F-8 Int. 5 Larapa Grande	SAN JERONIMO	www.adventureholidaysperu.com	Operador de Turismo
20490050591	ALL ADVENTURE TREK PERU E.I.R.L.	Nelva Marquez Zarate	Calle Choquechaca 131- B	CUSCO		Operador de Turismo
20490064380	ALL SOUTH AMERICA TRAVEL AGENCY TOUR OPERATOR E	Luz Marina Anaya Triveño	Av. Sol 1194	CUSCO		Operador de Turismo
20527250979	ALL TRECK CUSCO E.I.R.L.	IVONNE HUAMAN SANDIVAREZ	Urb. San Judas Chico Iij B-8	WANCHAC	WWW.ALLTRECKCUSCO.COM	Operador de Turismo
20450661423	ALL TREK TOUR OPERATOR CUSCO-PERU E.I.R.L	Magnolia Bengoa Espinoza	CALLE CHOQUECHACA 136 OFIC.01	CUSCO	www.alltrekcusco.com	Operador de Turismo
20527972095	ALLAHPACHA S. A. C.	NABIL MAMMERI	Conjunto Habitacional Amauta, Bloque H, Dpto. 501	WANCHAC	www.allahpacha.com	Operador de Turismo
20527386871	Alma Mestiza E.I.r.ltda.	Karim Solorzano Flor	Res. Sta. Lucia Prol. Av. Tupac Amaru D-301	CUSCO		Operador de Turismo
20450721183	ALPI ADVENTURE E.I.R.L	Evert Salas Cruz	Calle Garcilazo 210 Of.211	CUSCO	www.alpiadventure.com	Operador de Turismo
20526948689	Amadcus Travel Tours E.i.r.l.	Presentacion Guillen Gallegos	Calle Garcilazo 265 Of. 03	CUSCO		Operador de Turismo
20490013041	AMARANTA ADVENTURE S.R.L.	Leonardo Farfan Ochoa	Av. Jose Antonio De Sucre G-1	SANTIAGO	www.amarantadventure.com	Operador de Turismo
20527600112	Amaru Treks E.i.r.ltda.	Herman Soto Quispe	Calle Triunfo 392	CUSCO	WWW.AMARUTREKS.COM	Operador de Turismo
20527293511	Amarumayo E.i.r.ltda.	Francisco Corbacho Carpio	Calle Garcilazo N° 265 OF. 07	CUSCO	WWW.GASTON-SACAZE.COM	Operador de Turismo
20527435243	Amazin Adventures E.i.r.l.	Marisol Lilliana Hanco Huaman	Av. Collasuyo N° 517 - Urb. Miravalle	CUSCO		Operador de Turismo
20527972681	AMAZING CUSCO TRAVEL AGENCY E.I.R.L	Claudia Dondero Villanueva	Calle Tecsecocha 415 A	CUSCO		Operador de Turismo
20527219460	AMAZON ANDES PERU S.C.R.L.	Segundina Bernal Bocangel	Picchu San Isidro Jiron Los Jazmines K-2	CUSCO	www.amazonandesperu.com	Operador de Turismo
20370849308	Amazonas Explorer S.a.	Paul R. Cripps TEMPLER	Av. Collasuyo 910 Urb. Miravalle	CUSCO	WWW.AMAZONAS-EXPLORER.COM	Operador de Turismo
20300571396	AMERICA ANDINA BUSINESS GROUP S.C.R.L.	LARRY ALVARO BAYONA DELGADO	Calle Teatro 391	CUSCO	www.inkascusco.com	Operador de Turismo
20114793249	America Tour E.i.r.ltda.	Miguel Angel Bellido Velasco	Portal de Panes N° 123 Ofic. 307	CUSCO		Operador de Turismo
20527958658	AMERICAN FOX ADVENTURE E.I.R.L.	NINO ALDHAIR CUSIHUAMAN USCAPI	Calle TIGRE N° 129	CUSCO		Operador de Turismo
20527231320	American Inkas Territory	Maria Gabriela Valdez Ortiz	URB. STA MONICA -J.CARLOS -MARIATEGUIJ-2	WANCHAC		Operador de Turismo
20527288437	American Travel Express S.r.ltda.	Nohermi Soto Villavicencio	CALLE PROCURADORES N° 351-OF.115	CUSCO	WWW.AMERICANTRAVELEXPRESE	Operador de Turismo
20450504328	AMERIKA VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.	Kenbol Ramos Puertas	Av. El Sol N° 948-interior 321	CUSCO	www.gaytravelperu.com	Operador de Turismo
20490585606	ANABASIS S.C.R.L	Yolanda Huisa Farfan	Lucrepata F-15	CUSCO	www.anabasis.com	Operador de Turismo
20490682717	ANDEAN ADVENTURE EXPERNCE S.C.R.L.	Yadira Zela Vera	Calle Peru 43 San Jeronimo	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20156071731	Andean Adventures S.R.Ltda.	Raul Leonidas Medina Yabar	Urb. Lucrepata E-13	CUSCO	WWW.ANDEANADVENTURESPERU	Operador de Turismo
20450684474	ANDEAN AMAZON E.I.R.L	Federico Moreyra Portilla	AV. PARDO N° 895	CUSCO	www.andeanamazon.com	Operador de Turismo
20527877343	ANDEAN AMERICAN TOURS E.I.R.L.	Fredy Medina Guzman	Apv. Capac Yupanqui F-2 Frente Al Aeropuerto	WANCHAC	www.andeanamerican.com	Operador de Turismo
20450518621	ANDEAN ATMOSPHERE CUSCO PERU TRAVEL & SERVICES	Oscar Inquillay Quispe	Calle Mamanchumpi N° 7 - San Jeronimo	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20490860403	ANDEAN CHALLENGER E.I.R.L.	Daniel Abarca Soto	San Judas Chico I I F-7 C	WANCHAC	www.machupicchucusco.com	Operador de Turismo
20527944121	ANDEAN DESTINATIONS ADVENTURE TOURS S.C.R.L.	FERMIN REYES FLORES	Zaguán del Cielo A-6	CUSCO		Operador de Turismo
20527045988	Andean Discoveries Tour Operator E.i.r.l.	Mario Triveño Mar	Urb. Lucrepata D-4	CUSCO	WWW.ANDEANDISCOVERIES.COM	Operador de Turismo
20527094403	Andean Encounter E.i.r.l.	Wilbert Victorio Ramos Amachi	Calle Lucrepata 495	CUSCO	WWW.ANDEANENCOUNTER.COM	Operador de Turismo
20450643107	ANDEAN ENJOY PERU S.A.C.	Hilda Mayta Mescco	Tandapata N° 1028 - San Blas	CUSCO	www.andeanenjoyperu.com	Operador de Turismo
20450510646	ANDEAN ESCAPES SERVICIOS TURISTICOS S.R.LTDA.	Vilma Patricia Gamarra Salas	Calle Hospital N° 875 - Linea Ferrea	CUSCO		Operador de Turismo
20527587931	Andean Essentials S.a.c.	GIULIANA ROJAS BALTA	Siete Angelitos 618 San Blas	CUSCO	WWW.ANDEAN_ESSENTIALS.COM	Operador de Turismo
20527057036	Andean Express S.r.l.	Julio Cesar Rivas Urday	Calle Garcilazo N° 265 Of.12	CUSCO	WWW.ANDEANEXPRESSTRAVEL.C	Operador de Turismo
20527862150	Andean Gold Travel And Services S.r.ltda.	Melania Corina Garcia Vizcarra	Residencial Huancaro Av. Malecon F-12	CUSCO	Www.andeangoldperu.com	Operador de Turismo
20450647781	ANDEAN INVERSIONES S.A.C.	Timoteo Aucapuma Quispe	Av Pardo N° 540	CUSCO	www.larestrek.com	Operador de Turismo
20527982058	ANDEAN JOURNEYS PERU S.R.L.	Teresa Conde Huallpa	PP JJ Ollanta C-8	SANTIAGO	www.andeanjourneysperu.com	Operador de Turismo
20317104058	Andean Land Adventures S.r.l.	Abelardo Vignati Dueñas	Pje. Luis Vallejo Santoni Z-21 Urb. Ttio	WANCHAC		Operador de Turismo
20490366122	ANDEAN LIFE TOURS S.A.C.	William Nestor Huaman Lopez	Calle Plateros 368	CUSCO	www.andeanlifeperu.com	Operador de Turismo
20450584925	ANDEAN ODYSSEY PERU S.R.L.	Jose Alvaro Mar Quispe	Av. Don Bosco N° A-7	CUSCO		Operador de Turismo

20527719781	Andean Oriigns S.A.C.	Mario Luis Canessa Zinhobi	Lucrepata E-16	CALCA		Operador de Turismo
20527503427	Andean Peruvian Travel Agency E.i.r.l.	Jose Oblea Mamani	Av. Collasuyo N° 504 Urb. Miravalle	CUSCO		Operador de Turismo
20527766941	Andean Skyline S.C.R.L.	Carlos Javier Nuñez Yepez	Urb. La Florida M-8	WANCHAC	www.andeanskyline.com	Operador de Turismo
20490013122	ANDEAN SUR EXPEDITIONS S.A.C	Yanet Vargas Mamani	Urb. Zagan Del Cielo N° E-3	CUSCO		Operador de Turismo
20527923043	ANDEAN TERRITORY E.I.R.L.	JORGE YEPEZ OLAVE	Ur. Francisco Morales Bermudez B-2o	WANCHAC	www.andeanterritoy.com	Operador de Turismo
20111490571	Andean Tours S.r.ltda.	HECTOR CARLOS EUGENIO ISOLA BART	Calle Quera 253 Pje. Hurtado B-3	CUSCO	WWW.ANDEAN-TOURS.COM	Operador de Turismo
20450670503	ANDEAN VISION TRAVEL COMPANY E.I.R.L.	Janett Letona Centeno	Urb Balconcillo F-7 Av. Teteccaca	CUSCO		Operador de Turismo
20527376565	Andean Way Tours E.i.r.l.	Beatriz Ines Montoya Cordova	La Floresta De Huancaro A-5	SANTIAGO		Operador de Turismo
20527567158	Andean World Expeditions	Patricia Romero Theran	Av. Pachacutec 309	WANCHAC		Operador de Turismo
20526962169	Andeans Enjoying E.i.r.ltda.	Rafael Dante Bengoa Espinoza	Av. El Ejercito N° 1454	SANTIAGO		Operador de Turismo
20527103917	Andes Amazon Trails Peru E.I.R.L.	Ulrike Madeleine Maenning	Calle Tandapata N° 660	CUSCO		Operador de Turismo
20528080490	ANDES JOURNEYS E.I.R.L.	Luz Adriana Romero Theran	Jr. Libertad N° F-1-2 Urb Ttio	WANCHAC		Operador de Turismo
20358124829	Andes Nature Tours E.i.r.l.	Aurelio Aguirre Terrazas	Jr. Nicaragua H-12 - Urb. Quispicanchi	WANCHAC		Operador de Turismo
20480552853	ANDINA EMPRESAS DEL NORTE S.A.C.	Javier Torres Calderon	Calle Triunfo 392 Int.212- A	CUSCO		Operador de Turismo
20527029687	ANDINA TRAVEL TREKS & ECO ADVENTURE E.I.R.L	JOSE LUIS OLIVERA AGUIRRE	Plazoleta Santa Catalina N° 219	CUSCO	WWW.ANDINATRAVEL.COM	Operador de Turismo
20443025801	Andromeda Viajes y Turismo S.R.Ltda.	David Francisco Chalco Tapia	Urb. Los Portales De Versailles A-10 Larapa San Jeronimo	SAN JERONIMO	WWW.ANDROMEDAVIAJES.COM	Operador de Turismo
20490700987	ANKAS TRAVEL E.I.R.L.	Jannet Loayza Pompilla	Urbanizacion Primaver C-6	SANTIAGO	www.ankastravelperu.com	Operador de Turismo
20528033904	ANTIPODE S.R.L.	CAMPREDON THIERRY JEAN	Calle Choquechaca N° 229-INT.D	CUSCO	www.antipodetravel.com	Operador de Turismo
20450606163	APS QORI TIKI TOURS S.A.C.	Javier Oswaldo Palomino Alvarado	Urb. La Florida D-9 Psje. Los Kantus	WANCHAC	www.qoritikatours.com	Operador de Turismo
20527366331	APU SALKANTAY E.I.R.L.	Elizabet Orellana Bolige	Portal De Carnes 280 Int. 203	CUSCO	WWW.APUSALKANTAY.COM	Operador de Turismo
20518487486	APU TOURS PERU E.I.R.L.	Melbin Villena Gibaja	Calle San Andres 486, Int.687	CUSCO		Operador de Turismo
20527624721	APU TRAVEL SERVICE E.I.R.L	Ruth Karen Huarcaya Abril	Av. Infancia N° 508-b 2DO. PISO	WANCHAC		Operador de Turismo
20291764991	Apumayo Expediciones S.A.C	Juan Jose Lopez Asmat	URB STA MONICA JR. RICARDO PALMA N-11	WANCHAC		Operador de Turismo
20450506967	APUS EXPLORER AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.	Waldir Joel Hanco Garcia	Calle Suecia N° 326	CUSCO	www.apusexplorer.com	Operador de Turismo
20450565829	APUS PERU ADVENTURE TRAVEL SPECIALISTS S.A.C.	Felicitas Callañaupa Gonzales	Calle Cuichipuncu N° 366	CUSCO	www.apus-peru.com	Operador de Turismo
20527560579	Apus World Peru E.i.r.l.	Ruben P. Villalobos Caceres	Procuradores 368 Int. 106	CUSCO	WWW.APUSWORLDPERU.COM	Operador de Turismo
20526988711	ARMONIA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO E.I.R.LTDA.	FELICITAS IRENE MEDINA LA TORRE	Calle Qoricalle 535	CUSCO	www.armoniatour.com	Operador de Turismo
20527282404	Arroyo Viajes Y Turismo S.c.r.l.	PILAR MIRANDO ARROYO	Calle Francisco Bolognesi V-16-zarzueta	SANTIAGO	www.arroyo-inkatrail.com	Operador de Turismo
20490080580	AT. MOUNTAIN EXPEDITION E.I.R.L.	Ebert Valdeiglesias Cconcho	Calle Procuradores 351 Int 108	CUSCO	www.at.peru.comin	Operador de Turismo
20485571800	Atalaya E.i.r.l.	Magdalena Ruiz Ruiz	Calle Arequipa N° 242	CUSCO	WWW.ATALAYAPERU.COM	Operador de Turismo
20527539537	Attraction Voyages S.R.LTDA	Avril Annabelle Noellie Jeanne	Av. Baja N° 145	CUSCO	WWW.ATTRACTION-VOYAGES.COM	Operador de Turismo
20527521223	Atv Aventuras E.i.r.l.	Walter Quisporoka Galicio	Calle PLATEROS n° 324	CUSCO	WWW.ATVADVENTURESUPERU.COM	Operador de Turismo
20527315264	Au Bout Du Monde S.r.l	Olivier Farre	Calle Choquechaca 229	CUSCO	WWW.ANTIPODE-TRAVEL.COM	Operador de Turismo
20442828441	Auqui Mountain Spiri e.i.r.l.	Rogers Martin Valencia Espinoza	Jose Gabriel Cosio N°307 Magisterio	WANCHAC		Operador de Turismo
20490591169	AVENTURAS X-TREME TOURBULENCIA EN CUSCO E.I.R.L.	Ronald Baca Leiva	Plateros 358	CUSCO	www.x-tremetourbulencia.com	Operador de Turismo
20528016996	AVT MARCO ANTONIO REISEN E.I.R.L.	MARCO ANTONIO SOLORZANO CAHUAP	Urb San Antonio F-11	SAN SEBASTIAN	WWW.MARCOANTONIO-REISEN.DE	Operador de Turismo
20527758506	AVT.QHAPAQÑAN EXPLORING E.I.R.L	BERNARDINA LUNA PARI	Triunfo N° 338 Int 2do patio Oficina 1 2do piso	CUSCO	WWW.QHAPAQÑAN.COM	Operador de Turismo
20400849162	Ayni TourS S.r.l	Marcia G. Flores Pozo	Portal Comercio 177, Interior 1	CUSCO	WWW.AYNI TOURS.COM	Operador de Turismo
20526997725	AYNIART E.I.R.L.	Georgina Davalos De Lezama	Calle Nueva Alta N° 424	CUSCO		Operador de Turismo
20518946006	BARGAIN PERU S.A.C.	Mariela Rurush Bayona	Av Confraternidad N° 453 Dpto. N° 403	WANCHAC		Operador de Turismo
20400652962	BASE CAMP E.I.R.L	Raul Cesar Lezama Usandivares	Urb. Mateo Pumacahua B-a-2	WANCHAC		Operador de Turismo
20528043454	BEHIND YOUR DREAMS VIAJES Y SERVICIOS E.I.R.L.	Shirley Sandy Palomino Oquendo	Urb. Larapa Grande, Pasaje Condominio Mz B-3, Lote 4	SAN JERONIMO	www.cuscodreamstravel.com	Operador de Turismo
20527970041	BEST ANDES TRAVEL S.R.L.	CARLOS YANQUIRIMACHI SALAZAR	Av Retamales N° 11	SAN JERONIMO	WWW.BESTANDESTRAVEL.COM	Operador de Turismo
20400407739	Big Foot Operatour Travel Agency S.r.l.	Vicente Martin Gamez Chahuayo	CALLE TRIUNFO N°392-OF. 213	CUSCO		Operador de Turismo
20490187112	BIG TRAVEL E.I.R.L.	Veronica Vanessa Cucho Ccanto	Av. El Sol 948 Ofic. 324	CUSCO	www.bigtravelperu.com	Operador de Turismo
20527241121	Bm Tours S.r.ltda	Gorki Bejar Mejia	Calle Plateros N°394	CUSCO	WWW.BEMETOURS.COM	Operador de Turismo
20527546070	BONANZA TOURS E.I.R.L.	Ryse Huamani Choquepuma	Calle Suecia 343	CUSCO	www.bonanzatoursperu	Operador de Turismo
20527906548	BRAMA EXPEDITIONS E.I.R.L.	VAN OORSCHOT ANTONIUS JACOBUS M	Calle Heladeros N° 157 Oficina 32	CUSCO		Operador de Turismo
20527372225	Brama Tours/birding Peru S.r.ltda.	Antonius J. Maria Van Orschot	Heladeros 157 Of. 32	CUSCO	WWW.BRAMATOURS.COM	Operador de Turismo

20442483281	C & C Peru Travel E.i.r.l.	Wilfredo Dan Huanca Mamani	Calle Del Medio N° 131	WANCHAC	Www.peruviajes.info	Operador de Turismo
20490566997	C.A. PERU TURISMO S.A.C.	Juan Jose Meza Arredondo	Calle Garcilaso N° 265 Inter.08	CUSCO		Operador de Turismo
10239456729	CABRERA HUAMAN ADELMA	Adelma Cabrera Huaman	Av. Pardo N° 915	CUSCO		Operador de Turismo
20527679622	CAMINO DE APU AUSANGATE S.C.R.L.	Rogers Martin Valencia Espinoza	Ub. Magisterial, Av. Jose Gabriel Cosio 307	CUSCO	www.www.andeanlodges.com	Operador de Turismo
20527457999	Camino Real S.c.r.ltda	Haydee Filomena Remond Qquepe	Apv.milagros Del Carmen B-1	WANCHAC	WWW.VIAJESCAMINOREAL.COM	Operador de Turismo
20450797082	CAMINOS DE LLAMA S.A.C.	Jose Antonio Gongora Meza	Urb. Jose Carlos Mariategui C-10 Wanchaq	WANCHAC		Operador de Turismo
20528022023	CASAPINO TOURS AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.	Emperatriz Margarita Casapino Aparicio	Ub. Larapa Grande D - 5 - 1	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20527792275	CECIS TRAVEL E.I.R.LTDA.	EZEQUIEL CAYURI MEZA	Urb. Ttio, Pj. Juan Pablo II, V-2, Lote 15	WANCHAC	www.cecisinkatrailperu.com	Operador de Turismo
10239852195	CELSO URIEL CRUZ CRUZ	Celso Uriel Cruz Cruz	Av. Pachacuteg N 207- A	WANCHAC		Operador de Turismo
20490357051	CENTRO DE OPERACIONES TURISTICAS S.A.C.	Jannet Loayza Pompilla	Av. Tomasa Ttito Condemayta 506	WANCHAC	www.centur.com.pe	Operador de Turismo
20527281777	Centro de Reservas Inca S.R.Ltda.	Angélica Moscoso Terrazas	Av.industrial N1- Residencial Huancaro	WANCHAC		Operador de Turismo
20526987587	CENTRO YANAPANAKUSUN	VITTORIA SAVIO	Urb. Uccullo Alto Pje. Santo Toribio N° 4	CUSCO	www.yanapanakusun.org	Operador de Turismo
20490271849	CHAKANA ADVENTURE TRAVEL E.I.R.L.	Alfredo Mescoco Soto	Calle Procuradores N° 366 Int. 101	CUSCO	www.chakanatourperu.com	Operador de Turismo
20490202529	CHAKANA AVENTURA TRAVEL TREKKING E.I.R.L.	Melendez Palomino, Yolanda	Pp.jj. Independencia N° A-3 Com 4	CUSCO	www.chakana.de	Operador de Turismo
20116289157	Charles Travel Sevice E.i.r.l	Juana Baca Umeres	Av. El Sol C.c. Cusco Plaza 948 Of. 314	CUSCO	WWW.CHARLESTRAVEL.COM	Operador de Turismo
20442678881	CHASKA TOURS E.I.R.L.	ROCIO VALCARCEL RODRIGUEZ DE RO	Calle Garcilaso 265 INT.OF.6 2do piso	CUSCO	www.chaskatour.com	Operador de Turismo
20527670323	CHASKI VENTURA S.R.L	Mario Anaya Gautier	Av. Manco Ccapac N° 517	WANCHAC	www.chaskiventura.com	Operador de Turismo
10429242881	CHAVEZ HUANUCO FLOR DE MARIA ELSA	CHAVEZ HUANUCO FLOR DE MARIA ELS	Cuesta Santa Ana N° 544-A	CUSCO		Operador de Turismo
20490270958	COCATAMBO INVERSIONES TURISTICAS S.C.R.L.	Rene Gualberto Sarayasi alencastre	AV. Tomas Tuyrotupac N° 119 2° Piso	SAN SEBASTIAN	www.greenheartadventure.com	Operador de Turismo
20527436053	Cocatambo Inversiones Turisticas S.R.L.	Rene Gualberto Garayasi Alencastre	Av. Tomas Tuyro Tupac N° 119 San Sebastian	SAN SEBASTIAN	www.cocatambo.com	Operador de Turismo
20527980608	COGENT ADVENTURE TRAVEL S.R.L.	Carol Gabby Roggero Olivares	Jr. Ricardo Palma N° 17-A	WANCHAC		Operador de Turismo
20527123781	Colibri Travel S.a.c	Marianela Villena Villena	CALLE GARCILASO N°210, OFICINA 210-B	CUSCO	WWW.COLIBRITOUR.COM	Operador de Turismo
20527924872	COLOR PERU S.C.R.LTDA	ALEKSANDRA PAPROCKA	C. Tandapata 354	CUSCO	WWW.COLORPERU-TRAVELADVISOR.COM	Operador de Turismo
20527600899	CONDE TRAVEL E.I.R.L.	LUIS ALBERTO CONDE MESCCO	PORTAL CONFITURIA N°265	CUSCO	www.condeperutavel.com	Operador de Turismo
20527600899	CONDE TRAVEL E.I.R.L.	LUIS ALBERTO CONDE MESCCO	CALLE PLATEROS N° 394	CUSCO	www.condetraveladventuris.com	Operador de Turismo
20527314616	CONEXION CUSCO S.R.LTDA.	LUIS GUSTAVO ROZAS URQUIETA	AV. EL SOL N°608	CUSCO	WWW.CONECTACUSCO.COM	Operador de Turismo
20357842418	Confort Tours E.i.r.l	Yaneth Dominga Vidal Gomez	CALLE SUECIA N°300	CUSCO	WWW.COMFORTPERU.COM	Operador de Turismo
20527766274	Contacto Aventura S.a.c	Hector Estrada Perez	Urb. Santa Rosa Pje.gudiel Torre N°150	CUSCO	WWW.CONTACTOAVENTURA.COM	Operador de Turismo
10240049690	CORIMAITA CUBA EDWIN	Corimaita Cuba Edwin	Cuesta San Blas 552	CUSCO	www.artourscusco.com.pe	Operador de Turismo
20526898414	CORPORACION ALTAMIRANO PILARES E.I.R.L.	John Aldo Altamirano Pilares	Avda. El Sol N° 948 - 312	CUSCO		Operador de Turismo
20450670414	CROSS AVENTURE TOURS S.C.R.LTDA	Michael Erik Cross Polo	Urb. Santa Rosa 2130- Av. La Cultura	WANCHAC	www.crossadventuretour.com	Operador de Turismo
20527486310	Cultural Immersion S.C.R.LTDA	Eduardo Becerra Pimentel	CALLE SAN ANDRES N°471	CUSCO		Operador de Turismo
20358100211	Culturas Peru Viajes Y Servicios S.r.l	Nicole Gabriela Erb Palomino	Calle Tandapata N°354	CUSCO	WWW.CULTURASPERU.COM	Operador de Turismo
20527374764	Culture & Nature Tours S.r.l	Marco Antonio Arestegui Alegria	Av. Peru K-2- Urb. Quispicanchis	WANCHAC	WWW.CNPERUTOURS.COM	Operador de Turismo
20450589307	CUSCO BIG FOOT TRAVEL AGENCY E.I.R.LTDA	Richard Ramirez Candia	Calle Triunfo 392 Inter. 213	CUSCO	www.bigfootcusco.com	Operador de Turismo
20490264478	CUSCO CLUB TRAVEL E.I.R.L.	Edgar Cosio Challhua	Calle Procuradores 351	CUSCO	www.cuscoclubtravel.com	Operador de Turismo
20527601518	Cusco Inca Expeditions E.i.r.l	Dante Bejar Mejia	Calle Plateros N°394	CUSCO		Operador de Turismo
20527994145	Cusco Inka Travel S.A.C.	José Octavio Galliano Carrillo	Av. Baja N° 259	CUSCO		Operador de Turismo
20450603491	CUSCO INKAS LAND E.I.R.L	Paola Sofia Huísa Churo	Urb. Cachimayo F-40	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20528052101	CUSCO MAGICO TOURS S.R.L.	CARINA LOAYZA DE ACURIO	Av. El Sol N° 816	CUSCO		Operador de Turismo
20450731731	CUSCO MAPI TRAVEL S.A.C.	VICTOR OCTAVIO UGARTE GUTIERREZ	Av. Sol N° 948 Ofic.320	CUSCO		Operador de Turismo
20528003231	CUSCO MISTICO & ECOAVENTURA TOUR OPERADOR S.R.L.T	JUAN WILLIAM ENRIQUEZ GUTIERREZ	C. Zetas N° 109 Int.4	CUSCO	www.cuscomistico.com	Operador de Turismo
20527816042	Cusco Mystical Tours/ Travel Operator S.c.r.l.	Carlos Enrique Paliza Herrera	Calle Ataud N° 366	CUSCO	Www.cuscomystical.com	Operador de Turismo
20490317008	CUSCO NATIVE TRAVEL AGENCY E.I.R.L.	Renato Auca Fuentes	Psje. Santa Rosa D-13 Zarzuela Alta	SANTIAGO	www.cusco-native.com	Operador de Turismo
20490688910	CUSCO OUTDOORS E.I.R.L.	Eric Arenas Centeno	Urb. Santa Maria A1 - 6 San Sebastian	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20490485725	CUSCO RUMITOURS E.I.R.L.	Feliciana Ceanchi Quispe	Calle Carmen Quijllu N°274	CUSCO		Operador de Turismo
20490681664	CUSCO SUNRISE PERU TREK TOUR OPERATOR E.I.R.L.	Mauro Pedraza Valverde	Av. Sol 948 Interior 118	CUSCO	www.peru.trek.net	Operador de Turismo
20527329052	Cusco Top Travel And Treks E.i.r.l	David Choque Mojonero	Urb. Cerveceros 3-A	WANCHAC	WWW.CUSCOTOPTRAVELPERU.CC	Operador de Turismo
20527648743	Cusco Treks & Tours S.r.l	KATHERINE AGUIRRE PALOMINO	Plaza de Armas Portal Panes 123 int 207	CUSCO	www.cuscohiking.com	Operador de Turismo

20527648743	CUSCO TREKS Y TOURS S.R.L.	Katherinne Aguirre Palomino	Ur. Quispicanchis H-12, Int. 2	CUSCO	www.cuscohiking.com	Operador de Turismo
20527476195	CUSCO WALKERS TRAVEL AGENCY S.R.L.	Ursula Yañez Huamán	Av. Tullumayo 299 Cusco	CUSCO		Operador de Turismo
20490055127	D Y F EXPEDICIONES E.I.R.L	David Ugarte Rivera	Urbanizacion Quispicanchis F - 3	CUSCO	www.ecotrekperu.com	Operador de Turismo
20358535616	Daily Tours E.i.r.l	Ana Vargas Coniclla	Av. Sol 315 Of. 16	CUSCO	WWW.DAILYTOURCUSCO.COM	Operador de Turismo
20527265143	Daybreak In Peru Travel Agency E.i.r.l	Yony Alvarez Molina	Urb. San Luis F-9-2da Etapa	SAN SEBASTIAN	WWW.DAYBREAKINPERU.COM	Operador de Turismo
20450753387	DAYDREAM TRAVEL AGENCY E.I.R.L.	Jean Pierre Guzman Sotomayor	Calle Almagro 202 Ofic.202 Cusco	CUSCO	www.daydreamadventure.com	Operador de Turismo
20450598047	DESTINO INKA E.I.R.L	Edwin Roman Tello	Av. Argentina H-19 Uccullo Grande	CUSCO		Operador de Turismo
20490619861	DESTINOS TURISTICOS GROUP PERU S.A.C.	Judith Abal Quispe De Frans	Portal De Panes N° 123, Of.101	CUSCO	www.travelagencyperu.com	Operador de Turismo
20358327690	Destinos Turisticos S.r.ltda	Judith Abal Quispe	Portal De Panes 123 Of. 101	CUSCO	WWW.DESTINOSTURISTICOSPERU	Operador de Turismo
20510201036	Detoko Peru S.A.C.	Juan Carlos Fernandini	Av. El Sol N° 948 -int. 311	CUSCO		Operador de Turismo
20450811591	DISCOVERIN PERU TOURS OPERATOR E.I.R.LTDA	Maria Luisa Mamani Estrada	Urb Vista Alegre H-2 Calle Las Gardenias	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20450658121	DISCOVERING MACHUPICCHU S.R.L.	LEONIDAS RIVERO ALVARADO	Urb. Miraflores A-6 Wanchaq	WANCHAQ		Operador de Turismo
20527175403	Dos Manos S.c.r.l	Cesar Rondon Poblete	Calle Suecia 480	CUSCO	WWW.DOSMANOSPERU.COM	Operador de Turismo
20527524181	EARTHBOUND ADVENTURES PERU E.I.R.L.	Ivanov Hinojosa Echegaray	Urb. Marcavalle D-18	WANCHAC		Operador de Turismo
20490034634	EASY BIRDING PERU E.I.R.L	Aracely Mancilla Rios	Calle Tecsecocha N° 163	CUSCO		Operador de Turismo
20464624679	ECO INKA S.R.L.	FREDERIC SCHILLER GARLAND	Limacampa Grande N° 512	CUSCO	w.w.w.ecoinka.com	Operador de Turismo
20218917209	Eco Service Tours E.i.r.l	Lida Huallpamaita Noa	Calle Garcilaso N°210-of. 109	CUSCO	WWW.ECOTOURCUSCO.COM	Operador de Turismo
20527593744	Eco Wayky'sTour Aventura E.I.R.L.	Edwin Daniel Vásquez Salas	AV. TULLUMAYU 441	CUSCO	www.ecowaykis.com	Operador de Turismo
20442829331	Ecoandes Adventures S.r.l	Judith Cornejo Figueroa	Av. Tullumayo N°740	CUSCO	WWW.ECOADVENTURES.COM	Operador de Turismo
20464624679	ECOINKA S.R.L.	Frederic Schiller Garland	Calle Saphi 456	CUSCO		Operador de Turismo
20450659283	ECOS DE LA MONTAÑA TRAVEL SERVICE E.I.R.L.	Sixto Guevara Yabar	Ub. Bancopata, Calle Simon Bolivar F-23	SANTIAGO		Operador de Turismo
20504756115	ECS TRAVEL S.A.C.	Eliu Campos Sanchez	Jr. Juan Santos N° 156 Urb. Tahuantinsuyo	CUSCO	www.ecstravel.com	Operador de Turismo
10426498055	EDWIN QUECHO PRIETO	Edwin Quecho Prieto	Lucrepata N° 465 Tahuantinsuyo	CUSCO	www.caralinkadventure.com	Operador de Turismo
20527803498	El Chakaruna E.i.r.ltda.	Guadalupe Lopez Quispe	Urb. San Miguel II	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527582548	El Dorado Machupicchu Tour Operator E.i.r.l.	Oscar Harmes Turriate Bonett	Urb. Ttio R-1-27	WANCHAC	WWW.MACHUPICCHUTOUROPERA	Operador de Turismo
10409018829	ELIZABETH DUEÑAS LICONA	Elizabeth Dueñas Licona	Calle Suecia N° 380	CUSCO	www.inkascondortravel.com.pe	Operador de Turismo
10435469873	ELIZABETH SALLO PUMACAHUA	Elizabeth Sallo Pumacahua	Calle Triunfo N° 392 Int. 101	CUSCO	www.inkatimetours.com	Operador de Turismo
20317999969	ELIZABETH TRAVEL E.I.R.L.	ISABEL FLORES FLORES	Avda. El Sol N° 816-Oficina 206	CUSCO	elizabethtravel.com	Operador de Turismo
20450675483	ELOHIM TOURS TRANSPORTES Y SERVICIOS TURISTICOS	Roxana Vera Rojas	A.p.v. Muñay B-8	SAN SEBASTIAN	www.machupicchutravelcusco .com	Operador de Turismo
20485063995	Emp. De Trans. Y Serv. Turí. Aure. Tours S.r.l.	Aurelio Choque Mojonero	Urb. Vista Alegre N-13	CUSCO		Operador de Turismo
20527691321	Empresa de Servicios Turísticos Apu Punkuyocc	Cirilo Segundo Galliano Tapia	Av. El Sol N° 948 Of. 106 - C.c. Cusco Sol Plaza	CUSCO	www.minkatoursperu.com	Operador de Turismo
20527772169	EMPRESA DE TURISMO Y AVENTURA ECOLOGICA AGUILA C	WILSER IVAN SOVERO GUEVARA	Aa.hh. Vellavista A-3, Sector Soclapata	SAN SEBASTIAN	www.agullacondor.com	Operador de Turismo
20527127778	Enigma Adventure Tour Operator S.A.c	Silvia Rico Coll	Jr. Clorinda Matto De Turner 100 Magisterio li Etp.	WANCHAC	WWW.ENIGMAPERU.COM	Operador de Turismo
20450591115	ENJOYMENT NEW WONDER EIRL	Juan Sixto Farfan Aldazabal	Av. Pachacutec N° 315	WANCHAQ	www.enjoyment.com	Operador de Turismo
20526992581	EPI TOURS ADVENTURE E.I.R.L	EPIFANIO MARTINEZ HERMOZA	URB. LADRILLERA A-7 7MO. PARADERO	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20490348736	EPITOURS TREK E.I.R.L.	Norma Martinez Miranda	Urbanizacion Ladrillera A-7 San Sebastian	SAN SEBASTIAN	www.epitourstrek.com	Operador de Turismo
20527418152	Epuerto Conexions E.i.r.l.R.	Percy Chacon Guerra	Psaje Ramon Castilla A-1-B	WANCHAC	www.epuertotravelperu.com	Operador de Turismo
20215791140	Eric Adventures S.c.r.ltda.	Arenas Centeno Eric	Calle Plateros 324	CUSCO	WWW.ERICADVENTURES.COM	Operador de Turismo
20450668355	ETERNAMENTE JOVEN PERU TRAVEL AGENCY E.I.R.L.	Isabel Ocampo Villafuerte	Urb. Los Perales Calle Felipe Sicus E-12	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527855374	Evolution Peru Travel Service S.r.l.	Zayda Huaman Quispe	Avda. 24 De Junio N° 302 - 4to. Piso	WANCHAC		Operador de Turismo
20527098221	EXOTIC ADVENTURES IN PERU E.I.R.LTDA.	Alfredo Cornejo Paredes	Calle Triunfo 392, Interior 207	WANCHAC	www.exotic.adventures.com	Operador de Turismo
20527259259	Expeandes S.r.l.	Cirilo Paucamaita Triveño	URB. SANTA MONICA PJE. CIRO ALEGRIA H-15	WANCHAC		Operador de Turismo
20527280291	EXPEDICIONES CHOQUEQUIRAO S.C.R.LTDA.	Fabián Vallenias Sutta	Portal Comercio N° 141 Portal Comercio	CUSCO		Operador de Turismo
20527022241	EXPEDICIONES GALLITOS DE LAS ROCA E.I.R.L.	TEODOCIO GILAHUANCO LUICHO	AV. CUSCO S/N COSÑIPATA	COSÑIPATA	WWW.MANUGALLITOROCAS.COM	Operador de Turismo
20442910023	Expediciones Vilca E.I.R.LTDA	Martha Alegria Sosa	Calle Plateros N°359	CUSCO	www.manuvilcaperu.com	Operador de Turismo
20450730174	EXPEDICIONES WAYNA PICCHU TRAVEL AGENCY E.I.R.L	Edgar Quispe Carrion	Av. El Sol N° 172	CUSCO	www.expedicioneswaynapicchu.com	Operador de Turismo
20450730174	EXPEDICIONES WAYNA PICCHU TRAVEL AGENCY EIRL	Edgar Quispe Carrion	Portal Mantas 109	CUSCO	www.expedicioneswaynapicchu.com	Operador de Turismo
20527238090	EXPEDITIONS PERU L.P.S.S. VIAJES O GLOBO E.I.R.L.	Percy Victor Paricoto Quispe	Calle Procuradores N° 351 Ofic. 110	CUSCO	www.peruviajesglobo.com	Operador de turismo
20527238090	EXPEDITIONS PERU L.P.S.S. VIAJES O GLOBO E.I.R.L.	Percy Victor Paricoto Quispe	Cuesta Santa Ana N° 567	CUSCO	www.peruviajesglobo.com	Operador de Turismo

20527238090	EXPEDITIONS PERU L.P.S.S.VIAJES O GLOBO E.I.R.L.	Percy Victor Paricoto Quispe	Couter N° 1 Del Aeropuerto	WANCHAC	www.peruviajesglobo.com	Operador de Turismo
20485539663	Exploraciones Y Paseos Caiman S.a.c.	Victor Hugo Pepper Figueroa	Calle Garcilaso 210 Of.207	CUSCO	WWW.MANUCAIMAN.COM	Operador de Turismo
20490342291	EXPLORING INCAS PACHAMAMA E.I.R.L.	Rosa Auca Mendoza	Urbanizacion Huancaro B-2 Santiago	SANTIAGO	www.amexplrers.com	Operador de Turismo
20527765464	Exploring The High Andes E.i.r.l.	Virgilio Delgado Zuzunaga	CA.LEONCIO PRADO F-4 URB. LOS RETAMALES	CUSCO		Operador de Turismo
20277886077	Export Tour E.i.r.l.	Marco A. Ochoa Gongora	Av. Pardo N° 721	CUSCO	WWW.EXPORTTOUR.COM	Operador de Turismo
20450657078	EXTREME PERU EXPEDITIONS E.I.R.L.	Silvia Rosario Nuñez Guzman	Urb Ttio R-2 - Pj. Manuel Gonzales Prada	WANCHAC		Operador de Turismo
20528032177	FAMILY TRAVEL AGENCIA DE VIAJES Y RURISMO TOUR OPE	Flor De Maria Chavez Huanuco	Cuesta Santa Ana N° 544	CUSCO		Operador de Turismo
20518271122	FERTUR PERU TRAVEL E.I.R.L.	Siduiith Elena Ferrer Elena	Calle San Agustin 317	CUSCO	www.ferturtravel.com	Operador de Turismo
20108770750	Fiesta Tours International S.a.	Luisa Diaz Cervera	Calle Santa Catalina Ancha N° 366	CUSCO	WWW.FIESTATOURSPERU.COM	Operador de Turismo
10447425331	IORELLA HUAMANCCARI FLOREZ	Fiorella Huamancari Florez	Cuesta De Almirante 224	CUSCO	www.mosoqhuyaytravel.com	Operador de Turismo
20527731745	FIRENZE PERU TRAVEL TOURS E.I.R.L.	Juana Sueldo Vda. De Salcedo	Av. Luis Uzategui N J-15 Urb. Amadeo Repeto	SANTIAGO		Operador de Turismo
20450537684	FISTUK PERU TRAVEL E.I.R.L.	Hugo Fabrizio Villena Ramirez	Calle Meloc 422 INTERIOR 04	CUSCO	www.fistukperutavel.com	Operador de Turismo
20490262424	FORTUNATA TOURS EIRL.	Magda Soledad V. Pajuelo Alvarez	Av. Grau 814	SANTIAGO	www.lonely-peru.com	Operador de Turismo
20484998052	Frontier Expedition E.i.r.l.	Tito Daniel Nuñez Zamalloa	Av. Pardo 743	CUSCO	www.frontierexp.com	Operador de Turismo
20490498380	FUN TRAIL CUSCO E.I.R.L.	Juan Carlos Salazar Triveño	Calle Saphy N° 735	CUSCO	www.funtrail.com	Operador de Turismo
20485220098	G.c. Tour E.i.r.l.	Gustavo Caviedes Escalante	Calle Pumapaccha N° 134	CUSCO		Operador de Turismo
20527743223	Gaia Andina E.i.r.l.	Miluska B.belleza Valdez	Plaza San Francisco N° 122-a	CUSCO	Www.gaia-andina.com	Operador de Turismo
20450746500	GAMMA INVERSIONES S.A.C.	Ronald Soriano Santamaria	Av. Industrial 567, Interior 111	SANTIAGO	www.gaytravelperuagency.com	Operador de Turismo
10239762358	Gladys Nohemi Ampuero Zárate	Gladys N. Ampuero Zárate	Urb Kenedy B- E 6	WANCHAC		Operador de Turismo
20527232211	Go Latin America S.a.c.	Patricia Salcedo Quispe	Portal De Carnes N° 260 Of. 202	CUSCO	WWW.GOLATINAMENCA.COM	Operador de Turismo
20490538438	GO TO PERU TOUR OPERATOR E.I.R.L.	Martin Cataño Gutierrez	Calle Procuradores 332 Int.	CUSCO	www.gotoperu.org	Operador de Turismo
20527747644	Go2Inkas S.a.c.	Williams Rodolfo Hermoza Muñiz	Av. Garcilaso 806 Sotano	WANCHAC	WWW.GO2INKAS.COM	Operador de Turismo
20527944636	GO2MACHUPICCHU E.I.R.L.	Miluska Bartolomea Belleza Valdez	Urb. Magisterio J-17 Calle Oswaldo Baca	CUSCO	www.go2machupicchu.com	Operador de Turismo
20527495220	Golden Empire Tours E.i.r.l.	Maria Violeta Dueñas Pareja	URB. LARAPA GRANDE D-7 - 9- avenida 5	SAN JERONIMO	WWW.GOLDENEMPIRETOURS.COM	Operador de Turismo
20528036911	GORGEOUS ANDES E.I.R.L.	IVAN RAMOS GARCIA	Urb. Mariscal Gamarra 20 Int B	CUSCO	www.gorgeousandes.com	Operador de Turismo
20527620229	GRADO 10 S.c.r.l.	Cesar Augusto Sanchez Venero	Av. Pardo 575-a	CUSCO		Operador de Turismo
20527442371	GRAND CIRCLE PERU S.C.R.L.	Gino Alfredo Rodriguez Arnaiz Ghibellini	Av. El Sol N° 948 Int. 402	CUSCO		Operador de Turismo
20492239276	GRANDES AVENTURAS DEL PERU S.A.C.	Rodriguez Arnaiz Ghibellini Gino Alfredo	Urb. Magisterial 2da Etapa H-1 Cusco	CUSCO	www.gapadventures.com	Operador de Turismo
20527748373	Gregory Adventure E.i.r.l.	Gladis Torres Huilca	Calle Garcilaso N° 210 Int. 111	CUSCO	GREGORYADVENTUREPERU.COM	Operador de Turismo
20450661776	GRIS PERU ADVENTURES S.R.L	Lucana Ccori Griselda	Urb. Ttio Q-1-2	WANCHAC		Operador de Turismo
20450066176	GRIS PERU ADVENTURES S.R.L.	Lucana Ccori Griselda	Urb. Ttio Q-1-2	WANCHAC		Operador de Turismo
20528073019	GRUPO CAVIEDES VIAJES Y SERVICIOS E.I.R.L	Adolfo Caviedes Escalante	Calle Pumapaccha 134	CUSCO		Operador de Turismo
20527988331	Grupo Tourbulencia S.C.R.L.	Dimas Miranda Arroyo	Calle Francisco Bolognesi V-16 - Urb. Zarzuela Alta	SANTIAGO	www.arroyoexpediciones.com	Operador de Turismo
20528074929	GUIAL E.I.R.L.	Guido Dueñas Castillo	Av. Humberto Vidal Unda 2022 - Santa Ana	CUSCO	www.gualtravel.com	Operador de Turismo
20527539375	Hane Tours E.i.r.l.	Guenter Hane	Av. Los Inkas N° 1046	WANCHAC	WWW.HANETOURLS.COM	Operador de Turismo
20357816336	Harmony Travel E.i.r.l.	Luis Alonso Calderon Sandoval	Av. Grau N° 1055	SANTIAGO		Operador de Turismo
20527497605	Hatun Wasi Urubamba E.i.r.l.	Ernesto David Alfaro Romainville	CALLE RUMICHACA BASA S/N URUBAMBA	URUBAMBA		Operador de Turismo
20490120042	HAYLLI TRAVEL PERU E.I.R.L.	Rayder Johan Quispeperocca Huanca	Carmen Alto San Blas N° 118	CUSCO		Operador de Turismo
20527760152	HENRRY TRAVEL &ADVENTURE TOURS E.I.R.L.	HENRRY FERNANDO FLORES GUTIERRE	Urb. RosasPata - Calle Policarpio Caballero O-6	CUSCO	WWW.HENRRYTRAVEL.COM	Operador de Turismo
20484487988	HEROINKA TOURS TRAVEL E.I.R.L.	Luz Maria Vizcarra Chavez	Calle Nueva Alta N- 458 - Interior	CUSCO		Operador de Turismo
20527943664	HIGH ASCENTS EXPEDITIONS TREKS TRAVEL AGENCY TO	Carlos Alfredo Castro La Torre	Calle Triunfo N° 392 Int 212 - 2° piso	CUSCO		Operador de Turismo
20416211257	HIGHLAND PERU TOURS S.A.C.	Sju Loo Roxana	Psj. Gaston Zapata Nro 422 Urb. Santa Rosa	WANCHAC	www.highlandperu.com	Operador de Turismo
20527259682	Highlander's Expeditions E.I.R.LTDA.	Edilberto Monge Blanco	Av. Pardo N° 915	CUSCO		Operador de Turismo
20527541787	Hikari Travel Service E.i.r.l.	Mario Arriola Giraldo	URB. MARCAVALLE VC-3	WANCHAC		Operador de Turismo
20527443777	Hikingperu E.i.r.l.	Fior Angelica Velarde Arenas	Portal De Panes N° 109 Of. 06	CUSCO	WWW.HIKINGPERU.COM	Operador de Turismo
20527883408	HIMAWARI TRAVEL SERVICE S.A.C.	Maria Luisa Chillitupa Povea	Portal De Panes 123 Of. 206	CUSCO	www.himawari.com	Operador de Turismo
20527560064	HOPE MACHUPICCHU E.I.R.L.	Lourdes Yuliana Urquiza De Pacheco	Urb. Los Nogales I-1	SAN SEBASTIAN	www.hopemachupicchu.com	Operador de Turismo
10239881845	Hortencia Marmañillo Palomino	Hortencia Marmañillo Palomino	Portal Mantas N° 115 Of. 216	CUSCO	WWW.QOSQOTOUR.COM	Operador de Turismo
20490304101	HOTELES CBC S.A.C.	Mario Luis Canessa Zinholb	Avenida Tullumayo N° 465	CUSCO		Operador de Turismo

10800972456	HUAMAN MOREANO CESAR AUGUSTO	Cesar Augusto Huaman Moreano	Portal De Carnes 288	CUSCO	www.imperioincatour.com	Operador de Turismo
10239977427	HUAMANI HUILLCA JULVER	Huamani Huilcca Julver	Carceleta De La Santa Inquisición (Plaza De Armas)	CUSCO	www.fustasdlinka.com.pe	Operador de Turismo
20114740552	Hugo Paulo Alfaro E.i.r.l.	Hugo Paulo Alfaro	PORTAL DE PANES Nº 123 OF. 301	CUSCO		Operador de Turismo
20528008039	ICE MOUNTAIN EXPEDICIONES E.I.R.L.	RILDO ZAMATA AGUILAR	Av Huayna Capac Nº 321 Ofic. 02	WANCHAC	WWWICEMOUNTAINEXP.COM	Operador de Turismo
20526716397	Illapa Culturas Andinas Inversiones S.r.l.	Alejandrina C. Arrospide Poblete	CALLE TURQUESA E-11 - OF. 01 - URB. KENEDY A	WANCHAC	WWW.ILLAPA.COM	Operador de Turismo
20527186784	Illary Andean Tours E.i.r.l	Edwin Cuentas Daza	Calle Triunfo 392 Of. 210	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20100910986	Imperial Service SAC	Carlos Taico Urtado	Calle Ayacucho 230 sec.109 Ofic.403	CUSCO	WWW.IMPERIALPERU.NET	Operador de Turismo
20490710192	INCA HIKE & ADVENTURE S.A.C.	Jose Luis Martínez Yucra	Pichucucho 414	CUSCO	www.incahike.com	Operador de Turismo
20490153994	INCA KUMARU E.I.R.L.	Edgar P Chucya Sallo	Urb. Los Alamos A-3- Wanchaq	WANCHAC		Operador de Turismo
20527703604	Inca Peru Travel Operator E.i.r.l.	Rimber Paz Guzman	Av. Antonio Lorena 25-A. Int 28	SANTIAGO	WWW.INCAPERUTRAVEL.COM	Operador de Turismo
20527977569	INCA ROYALTY TRAVEL SERVICE E.I.R.L.	YOLANDA ALZAMORA BOHORQUEZ	Tambo De Montero Nº-111	CUSCO	w.w.w.incaroyalty.com	Operador de Turismo
20490329782	INCA TRAIL PERU TREKS	Yandelí Virginia Gonzalez Zegarra	Av. Pardo 540 Ofc. 03	CUSCO		Operador de Turismo
20527421293	INCA TRAIL RESERVATIONS E.I.R.L.	SUSAN PUMA NOA	Portal Comercio Nº 129	CUSCO	eldoradoexpeditions.com	Operador de Turismo
20490299425	INCA TRAIL S.A.C.	Ruben Huaman Aguilar	Urbanizacion San Blas K-2	CUSCO		Operador de Turismo
20201609772	INCA'S CONNECTION AGEN.DE VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.	MERCEDES PEÑA LAUREANO	AVENIDA SOL Nº345 OF-2	CUSCO	www.incasconnection.com	Operador de Turismo
20527447926	Incañan Travel Express E.i.r.l.	JOSE GREGORIO VALDIVIA DIAZ	Urb. Mateo Pumacahua H-20	WANCHAC		Operador de Turismo
20527737410	INCAS JOURNEY ADVENTURE E.I.R.L.	MARIANELLA GONGORA MEZA	Urb. Flor De La Cantuta B-2 2do PISO	SAN SEBASTIAN	WWW.INCALANDVENTURES.COM	Operador de Turismo
20490664573	INFOCUSCO S.A.C.	Ramiro Ponce de León Huamán	AV . EL SOL 948 C.C. Sol Plaza Of. 320	CUSCO	www.infocusco.com.pe	Operador de Turismo
20490540416	INKA ELITE DYNASTY S.A.C.	Jadquelina Garcia Rojas	Avenida Sol 948 Ofic. 222	CUSCO	www.inkaelite.com	Operador de Turismo
20490662449	INKA EXPERIENCE TRAVEL AGENCY S.A.C.	Karina Amella Leyth Tapia De Yabar	Calle Primavera Lote 08	SAN JERONIMO	www.inkaex.com	Operador de Turismo
20450641821	INKA JUNGLE TRAIL E.I.R.L.	Lorenzo Ccahuana Holguín	Calle Plateros Nº 348-b	CUSCO		Operador de Turismo
20527301808	Inka Legacy Tours E.i.r.l.	Graneros Pareja Antonia	Urb. San Isidro F-7 Picchu	CUSCO	WWW.INKALEGACYTOURS.COM	Operador de Turismo
20527875219	INKA MELS TRAVEL S.R.L.	Merida Julieta Cañahuire Valencia	Urb. Quispicanchis Condominio Ingeniería C-406	CUSCO		Operador de Turismo
20527772916	INKA SITES ADVENTURES S.C.R.L	Walter Ayquiqa Teran	Avenida Ejercito 1417 Int	CUSCO		Operador de Turismo
20527772291	Inka Sites Adventures S.r.l.	Walter Aiquipa Teran	Av. El Sol Nº 948 Of. 324	CUSCO		Operador de Turismo
20527225869	Inka Sunrise Travel Agency E.i.r.l	Helsby Calsino Curie	Av. Huayruropata Nº 1206 INT. 01	WANCHAC		Operador de Turismo
20490009877	INKA TOURS UNLIMITED E.I.R.L	Victor Hugo Cueva Solis	Calle Plateros Nº342 Int. 118	CUSCO	www.inkatoursunlimited.com	Operador de Turismo
20333525225	Inka Wasi Travel Service S.a.	Julio Carlos Francisco Svec Crespo	Calle Triunfo Nº 392 Of. 205	CUSCO	WWW.INKAWASITRAVEL.COM	Operador de Turismo
20527977992	INKA'S INTREPID TOU OPERATOR E.I.R.L.	Margareth Ferro Colque	Urb. Versailles A-1 San Jerónimo	SAN JERONIMO	www.inkasintrepidperu.com	Operador de Turismo
20490314084	INKALAND GROUP S.A.C.	Maritza Abal Quispe	Urbanizacion Ttio G-1-9 (Frente Radio Patrulla)	WANCHAC	www.inkaland.com	Operador de Turismo
20309120397	INKANATURA TRAVEL S.A.C	Henry Luis Gonzales Achahui	Jr. Ricardo Palma Nº J-1, Urb. Santa Monica	CUSCO	www.inkanatura.com.pe	Operador de Turismo
20527872031	INKAQ ÑAN TOURS TRAVEL E.I.R.Ltda.	HECTOR PFUYO QUISPE	Calle San Pedro 664	CUSCO		Operador de Turismo
20490449842	INKAS WONDER TRAVEL SERVICE S.C.R.LTDA.	Carlos Roque Castañeda	Av. Tupac Amaru (Picchu Alto) E - 1	CUSCO	www.inkaswondertravel	Operador de Turismo
20490255568	INKAS DESTINATION S.A.C.	Zeneyda Orihuela Suyo	Calle Triunfo 120	CUSCO	www.inkasdestination.com	Operador de Turismo
20527053634	INKAS GOLDEN TRAVEL ADVENTURE E.I.R.LTDA.	LUZ MARINA VARGAS GOMEZ	Calle Plateros Nº 334	CUSCO	WWW.INKASGOLDEN.COM	Operador de Turismo
20527884048	Inkas Imperial Tours	Flor DEL CARMEN ANDIA JORGE	Gastón Zapata Nº. 412 Urb. Sta. Rosa	WANCHAC	www.inkasimperial.com	Operador de Turismo
20527199094	Inkas Mysteries Travel Service S.a.c.	Irma Meza Mamani	Calle Triunfo Nº 392 Of. 217-a	CUSCO	WWW.inkasmysteries.com	Operador de Turismo
20544404726	INKAS PERU AGENCY E.I.R.L.	Katy Huaman Valdiglesias	Calle Triunfo 392 Int. 102	CUSCO	www.inkasperutavel.com	Operador de Turismo
20528058303	INKAS PERU PLANET TOUR OPERATOR E.I.R.L	Jhossep Remigio Garrido Vargas	Urb. Picchu San Martin- Av Tupac Amaru D-5	CUSCO		Operador de Turismo
20527143382	Inkas Peru Trek E.i.r.l.	William O. Bejar Huaman	Calle Triunfo 392 Of. 215 2do. Piso	CUSCO	WWW.INKASPERUTREK.COM	Operador de Turismo
20489953901	INKAS PLANET EXPLORERS E.I.R.L.	Agripino Monge Leon	Avp. Corimachahuayniyoc B - 10 Santiago	SANTIAGO	www.inkasplanettravel.com	Operador de Turismo
20450510727	INKAS SUNSET S.R.LTDA.	Ruben Soto Vera	Av. Sol Nº 948 Interior 210	CUSCO		Operador de Turismo
20485426206	Inkas Travel Services E.i.r.l.	Nora Isidora Gutierrez Palomino	Urb. Los Nogales N-14	SAN SEBASTIAN	WWW.INKASTRAVELSERVICE.COM	Operador de Turismo
20527231195	Inkas Wonderland E.i.r.l.	Pedro Hugo Lopez Astete	Calle Plateros Nº 365 Of. 02	CUSCO	WWW.INKASWONDERLAND.COM	Operador de Turismo
20528042130	INKATREKS E.I.R.L.	Hernan Soto Quispe	Av- Peru D-6 Urb Manahuañunca	SANTIAGO	www.inkatreks.com	Operador de Turismo
20527771782	Inkaventura S.r.c.l.	Rubidio Choque Llacolla	Avp. Pumacchupan B-9	CUSCO	WWW.INKAVENTURA.COM	Operador de Turismo
20206514079	inkaways S.r.l.	Rosa Victoria Nuñez Vivero	Av. El Sol Nº 948 Of. 215	CUSCO	WWW.INKAWAYS.COM	Operador de Turismo
20490712560	INNOVA TRAVEL E.I.R.L.	Eddy Ponce De Leon Huaman	Av.sol Nº 948 Int.324	CUSCO	www.innovatavelperu.com	Operador de Turismo
20526924402	Instem Travel Service S.R.L.	Marleni Olivera Mayorga	Av. Manco Capac Nº 716 Int. 501 Wanchac	WANCHAC	www.instemtravelgroup.com	Operador de Turismo

20172496904	Instinct S.R.Ltda.	Benjamin Muñiz Martínez	Av. De La Cultura N° 1318	WANCHAC	WWW.Instinct-TRAVEL.COM	Operador de Turismo
20516178516	INTENSE PERU S.A.C.	Sofia De Fatima Arce Amorrortu	Teofilo Benavente K-9 Ofic.507 Condominio Las Orquidea	CUSCO	www.intenseperu.com	Operador de Turismo
20527596255	International Andean Challengers E.i.r.l.	Daniel Abarca Soto	Urb. Progreso D-7 Parte Alta-Jiron Acomayo	WANCHAC	WWW.MACHUPICCHUCW.COM	Operador de Turismo
20442521477	Inti Kuntur E.i.r.l.	Felipe Meza Higa	AV. SOL 948 CC.CUSCO SOL PLAZA INTE.321	WANCHAC	WWW.INTIKUNTURCUSCOPER.COM	Operador de Turismo
20490724223	INTI SUN TREK EIRL.	Jesus Villafuerte Mansilla	Urb . Villa Mirador A-5	SAN SEBASTIAN	www.intisuntrek.com	Operador de Turismo
20527632821	Inti Travel Agency E.i.r.l.	Walter Gomez Ortega	Urb. San Francisco L-15	CUSCO		Operador de Turismo
20527293601	Inti Wiracocha E.i.r.l.	Joel Pancorbo Pareja	Av. Velasco Astete Urb. Santa Lucia A-6	WANCHAC	WWW.INTIWIRACOCHA.COM	Operador de Turismo
20526885580	INTISUR TRAVEL S.R.LTDA.	JUAN BAUTISTA CALISIN SANCHEZ	Calle Nueva N° 431 Int. 101	CUSCO		Operador de Turismo
20136208064	Intitours S.c.r.l.	Blanca Tizon Rivas	Av. Pardo N° 895	CUSCO		Operador de Turismo
20527764496	INTREPID ANDES S.A.C.	RACHAEL MARY HARVEY	Urb. Manuel Prado Calle Puca Pucara N-11	CUSCO	www.intrepidtravel.com	Operador de Turismo
20490679252	INTREPIDUS PERU E.I.R.L	Saul Ascue Chavez	Urb. Ttio Z-26	WANCHAC	www.cuscotravel.com	Operador de Turismo
20527461759	Intur Kuoda S.a.c.	Lu Yiqiang	Psa. Hermoza N° 12	CUSCO	WWW.INTUR.KUODA.COM.PE	Operador de Turismo
20400747246	INVER ZUÑIGA A. E.I.R.LTDA.	Maria Lourdes Zuñiga Antezana	Av. Garcilaso N° 430	WANCHAC		Operador de Turismo
20253892472	INVERSIONES ASTTA E.I.R.L.	Judith Soledad Huamani Choquehuanca	Terminal Terrestre 2do Piso Of. 231	SANTIAGO		Operador de Turismo
20527935483	INVERSIONES ATOQ S.A.C	JUAN MANUEL SILVA AGUILAR	Pj. Santa Cruz De Peñalba N° 156 -	WANCHAC	WWW.ATOQTOURS.COM	Operador de Turismo
20450662586	INVERSIONES CUSCO EXPLORERS E.I.R.LTDA	Zernira Fernandez Baca Sequeiros	Calle Jorge Ochoa N° 241 - Santiago	SANTIAGO		Operador de Turismo
20527448817	Inversiones En Meetings. Eventos Y Turismo S.a.c.	Mauricio Malaga Nadal	Av. Huayruropata N° 1414	WANCHAC	WWW.MEETINGS.COM	Operador de Turismo
20527760829	Inversiones ETP S.A.C.	David Ugarte Rivera	Calle Canchipata N° 560 - San Blas	CUSCO	www.ecotrekperu.com	Operador de Turismo
20537458144	INVERSIONES INCA TRAIL RESERVATIONS - E.I.R.L.	Soledad Amelia Puma Chuctaya	Urb. Mariscal Gamarra 2 Etapa A-11-207	CUSCO	www.incatrairereservation.com	Operador de Turismo
20528015329	INVERSIONES JARDIN REAL E.I.R.L	Mario Huaman Salas	Urb. Velasco Astete D-5 Wanchaq	WANCHAC	www.jardinrealmachupicchu.com	Operador de Turismo
20528014942	INVERSIONES NIURKAS TOURS E.I.R.L.	WALTER ALVAREZ VERA	Choquechaca N°128	CUSCO	www.niurkastours.com	Operador de Turismo
20490344587	INVERSIONES PERU BRASILE E.I.R.L.	Luz Marina Mora Cuyuchi	Ub. Los Sauces A - 10	WANCHAC		Operador de Turismo
20527956995	INVERSIONES PERU INKA LAND S.R.L.	MALKA SALIZAR DIAZ	URB. KENEDY B, E-12	WANCHAC	www.peruinkacusco.com	Operador de Turismo
20490674889	INVERSIONES PERUQORI E.I.R.L.	Raul Ucachi Santos	Urbanizacion Las Mercedes L-9 San Sebastian	SAN SEBASTIAN	www.peruqori.com	Operador de Turismo
20490402021	INVERSIONES S.T. E.I.R.L.	Raymond Fredrikus Gerhardu Slaghekke	Calle Fierro 584	CUSCO	www.cusiwasi.com	Operador de Turismo
20490053850	INVERSIONES SALKANTAY E.I.R.L	Luis Philco Jara	Calle Quera N° 238 Int Segundo Piso	CUSCO	www.inperutravel.com	Operador de Turismo
20490359347	INVERSIONES TURISTICAS ANDEAN EXPLORER'S CUSCO E	Jorge Luis Umeres Arce Emeteria Florez O	A.p.v. Salineras C-7- B	CUSCO	www.andeanexplorerscusco.com	Operador de Turismo
20490252119	INVERSIONES TURISTICAS CUSCO ANDEAN PARADISE S.R.I	Yessica Manrique Salas	Av. Infancia Residencial Sta. Lucia 452 Intr.202	WANCHAC	www.cuscoandeanparadise.com	Operador de Turismo
20490079492	INVERSIONES TURISTICAS KINU E.I.R.L.	Teofila Umpire Huamani	Calle Ruinas 419, Piso 2	CUSCO		Operador de Turismo
20450669599	INVERSIONES TURISTICAS MAZA E.I.R.L.	Mijail Manrique Franco	Calle Jorge Ochoa 241- A Santiago	SANTIAGO		Operador de Turismo
20450660702	INVERSIONES UNI TOURS S.A.C.	Virgilio Marmanillo Aguayo	Calle Atoqsaycuchi - San Blas N° 281-A	CUSCO		Operador de Turismo
20527114102	Inversiones Y Negocios Maz E.i.r.ltda.	Zernira Fernandez Baca Sequeiros	Calle Jorge Ochoa 241 A	SANTIAGO	WWW.INTREPIDANDES.COM	Operador de Turismo
20490165143	INVERSIONES Y PROYECTOS S.R.L.	Alfredo Quispe Velarde	Limacpampa Grande N°-512	CUSCO		Operador de Turismo
20527305463	Invertour Peru E.i.r.ltda.	Anibal Contreras Usca	Jr. Raquel D-2 -urb. Pucutupampa	CUSCO	WWW.INVERTOURPERU.COM	Operador de Turismo
10296091044	IVAN PERCY ESCALANTE VARGAS	Ivan Percy Escalante Vargas	Leoncio Prado-cercado N° 820	ESPINAR	www.andeanmountain.pe	Operador de Turismo
20490327062	Jacu Perucho Tours E.I.R.L.	Carmen Liliana Farfan Moscoso	Jr. Sagrario S/n - Urubamba	URUBAMBA		Operador de Turismo
20490555871	JAVA CUSCO TRAVEL E.I.R.L.	Ruth Lya Halire Lovon	Av. El Sol N° 948Oficina 325	CUSCO	www.javacuscotravel.com	Operador de Turismo
20445748294	JC CONSTRUCCIONES & INVERSIONES S.A.C	Carlos Dario Jesus Mendizabal Palacios	Av. Garcilazo 180 Of.209	CUSCO	www.incasdestiny.com	Operador de Turismo
20527090670	Jeff Camping Service Agencia De Viajes Y Turismo	Jorge Espinoza Serrano	Calle Triunfo N° 392 OF. 212	CUSCO	WWW.JEFFCAMPING.COM	Operador de Turismo
20527075794	Jenly Adventures S.c.r.l.	Felipe Miranda Saya	Calle Del Medio N° 127	CUSCO	WWW.jenlyadventures.com	Operador de Turismo
20527090670	JGFFCAMPING SERVICE AGENCIA DE VIAJES S.R.L	Jorge Espinoza Serrano	Calle Triunfo N° 392	CUSCO		Operador de Turismo
20527141339	Jisa Tour S.A.C.	Felicia Acuña Salas	Calle Procuradores N° 351 OF. 112	CUSCO		Operador de Turismo
20527965986	JODAO PERU S.A.C.	JOHN SANTOS GONZALES CHUCHON	CALLE SAN ANDRES N° 239 -Of. 212	CUSCO	www.cuscoinkatour.com	Operador de Turismo
10092366541	JORGE LUIS PIZARRO CRUZ	Jorge Luis Pizarro Cruz	Av. Sol 806 Int. 103	CUSCO	www.jolupi_tours.com	Operador de Turismo
10250028011	JORGE RODOLFO APAZA VERA	Jorge Rodolfo Apaza Vera	Portal Confituria N° 241 - B	CUSCO		Operador de Turismo
10238709445	Jose Andre Mayhuire Vega	Jose Andre Mayhuire Vega	AV. 28 DE JULIO M2-1 URB. TTIO	WANCHAC	WWW.ROYALTRAVELCUSCO.COM	Operador de Turismo
10238013246	JUAN CESAR BOCANGEL HURTADO	JUAN CESAR BOCANGEL HURTADO	Calle Saphy N° 789	CUSCO		Operador de Turismo
10443401607	JUAN FARFAN MAMANI	Juan Farfan Mamani	Calle Marquez 259	CUSCO		Operador de Turismo
20527764654	JUNGLA ADVENTURAS TIERRAS MOJADAS S.C.R.LTDA	Jose Carlos Arrospide Castañeda	C. Carmen Bajo N° 184 - San Blas	CUSCO		Operador de Turismo

20527379823	K & N Travel E.i.r.l.	Nicomedes Macutela Huaypar	Av. 28 De Julio S4-4to. Paradero Urb. Ttio	WANCHAC	WWW.kYntravel.com	Operador de Turismo
20527762449	K.b Tours E.i.r.l.	Abei Cobos Mejia	PALZA DE ARMAS OLLANTAYTAMBO S/N	OLLANTAYTAMBO	WWW.KBPERU.COM	Operador de Turismo
20528055461	KALLPA TRIP E.I.R.L.	DAARCY RODRIGUEZ JORDAN	Carmen Alto N° 114 - San Blas	CUSCO	www.kalptrip.com	Operador de Turismo
20490250418	KANA TRAVEL E.I.R.L.	Raul Atau Kana	Calle Tecsecocha 148	CUSCO	www.kanatravel.com	Operador de Turismo
20528092820	KAPEJAN TRAVEL AND TOURS E.I.R.L	Fany Deyda Sotomayor Loayza	Avp.ccapac Yupanqui H-1 (Aeropuerto)	WANCHAC	www.agenciakapejan.com	Operador de Turismo
10439656013	KARINA FLORES RADO	Karina Flores Rado	Jiron Libertad H-2 Urb. San Francisco	WANCHAC	www.wawanajetours.com	Operador de Turismo
15413052154	KARINE ANNICK SOPHIE BUANTON VALLERIE	Karine Buanton	Urb. Larapa Grande D-2 Condominio Los Ruiseñores	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20527825629	Katachillay Travel E.I.R.L.	Lenin Ascue Lovaton	Av. Santa Clara N° 598	CUSCO	www.katachillaytravel.com	Operador de Turismo
20526924313	Katy Tours E.i.r.l.	Katia Garcia Manrique	Calle Tandapata N° 670 San Blas	CUSCO	WWW.KATYTOURSCUSCOPERU.CO	Operador de Turismo
20450576663	KILLARY TRAVEL S.A.C.	Carola Torres Calderon Zarate	Calle Alabado N° 525	CUSCO		Operador de Turismo
20442205044	Kintu Expeditions E.I.R.LTDA	Teofila Umpire Huamani	Portal De Panes N° 123 2do. Nivel 204	CUSCO	WWW.KINTUEXPEDITIONS.COM	Operador de Turismo
20528001531	KIPACHI PERU S.A.C.	VANESSA CASAS CAMPANA	Calle Garcilaso N° 210 - 207	CUSCO	www.kipachiperu.com.pe	Operador de Turismo
20527134120	Kiswar S.a.c	JANNET LOAIZA POMPILLA	CALLE GARCILASO N° 210 -210-B	CUSCO	WWW.KISWAR.COM	Operador de Turismo
20527682682	Klasse Advenrure Tour Operator E.i.r.l.	Dicber Augusto Alvarez Gorvenia	Urb. Jose Carlos Maniategui B-17	CUSCO	WWW.LASEADVENTURE.COM	Operador de Turismo
20450775356	KNOWN MACHUPICCHU ON TWO WHEELS.S.R.L.	Reinhart Raul Alvarez Alegria	Calle Plateros N°341	CUSCO	www.knowmachupicchutrek.com	Operador de Turismo
20527503770	KONDOR GROUP E.I.R.L	Hermila Durand Farfan	Calle Garcilazo 265-2	CUSCO	www.peruagency.com	OPERADOR
20527782121	Kumaruuq Life Experience	Kendall Junior Chucya Lozano	Urb. Los Alamos A-3	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20450511537	KUODA TOURS S.R.LTDA.	Mery Luz Calderon Carrion	Pasaje Hermoza N° 12	CUSCO	www.kuodatours.com	Operador de Turismo
20454422768	KUTIMUNKI S.A.C	Simon James Corcoran	Urb. Larapa D-4-9	SAN JERONIMO	www.kutimunki.com	Operador de Turismo
20527850143	LAND OF THE INKAS E.I.R.L	MARIZZA HUAMAN VALDEIGLESIAS	A.p.v. Agua Buena E-6 - San Sebastián	SAN SEBASTIAN	www.landoftheinkas.info	Operador de Turismo
20527487634	LANNY TRAVEL S.R.L.	Laura Ines Huaman Cordova	Asociación San Blas E-9	CUSCO		Operador de Turismo
20490325108	LATIKA INCA TRAIL E.I.R.L.	Yordana Fiorella Jara Figueroa	A.p.v. Agua Buena J-24	SAN SEBASTIAN	www.latikaincatrail.com	Operador de Turismo
20527993769	LATIN ADVENTURE VIAJES S.A.C.	Americo Tapia Romero	Av. El Sol 948 Oficina 202	CUSCO	www.latin-adventure.com	Operador de Turismo
20527846626	LATIN PARADISE TRAVEL E.I.R.L	Nanci Mier Huancahuire	Calle Triunfo 392	CUSCO		Operador de Turismo
20527483302	Latina Real Tours E.i.r.l.	CARLOS CISNEROS HURTADO	Urb. Los Pinos B8 Int. 401	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20490431048	LATINA TRAVEL S.A.C.	Olga Elmertovna Nina Carreño	Urb. Huancaro Av. Asociacion H - 20 Dpto 301	SANTIAGO	www.latinatravel.com	Operador de Turismo
20527836078	Leisure Travel Cusco S.a.	Oswaldo Quintanilla Campana	Av. Pachacutac - Centro Artesanal N° 36	WANCHAC	Www.imasumactour.com	Operador de Turismo
15317291148	Leonidas Guillermo Gavancho Ninantay	Leonidas Guillermo Gavancho Ninantay	AV. 28 DE JULIO LL-3-3ER. PARADERO LA FLORIDA	WANCHAC	WWW.SOUTHERNCROSS-EXPEDIT	Operador de Turismo
20527763411	Let's Go Adventures S.A.C.	Julio Cesar Zegarra Lazarte	Urb.ttio Q-1-4 - Wanchac	WANCHAC	www.letsgoinkatrail.com	Operador de Turismo
20450680487	LETS GO INKA TRAIL TOUR OPERATOR E.I.R.L.	Julio Cesar Zegarra Lazarte	Urb Ttio Q-1-4 2° Nivel	WANCHAC		Operador de Turismo
20527205086	Lets Travel Peru E.i.r.l.	OSWALDO AMPUERO ZANABRIA	Calle Simon Bolivar F-22 -banco Pata	SANTIAGO		Operador de Turismo
20536630376	LIMA TOURS S.A.C.	Carlos Alberto Arrate Fiedler	Avenida Pardo 613	CUSCO	www.limabours.com.pe	Operador de Turismo
20526883706	Liz's Explorer E.i.r.l.	Herna Liz Arenas Escalante	Calle Del Medio N° 114	CUSCO	WWW.LIZEXPLORERS.COM.PE	Operador de Turismo
20454268238	Llama Andean Adventures E.I.R.L.	Krosel Jorg Eckhard	Jr. Yuracpuncu N° 80 Int. B	CUSCO		Operador de Turismo
20490285718	LLAMA ONLINE TOUR S.R.L.	Ruth Condori Quinta	Urb. Santa Rosa V2-8 - San Sebastian	SAN SEBASTIAN	www.llamaonlinetourperu.com	Operador de Turismo
20527266034	Llama Path E.I.R.L.	Jose Antonio Gongora Meza	Calle San Juan De Dios N° 250	CUSCO	WWW.LLAMAPATH.COM	Operador de Turismo
20527552983	LLANKAY PERU TRAVEL SRL	Geraldine Katherina Urquiza Ayala	Urb. Zagan Del Cielo L-8	CUSCO	www.theperutravel.com	Operador de Turismo
20537342430	LOKI TRAVEL S.A.C.	David James Cassidy	Cuesta Santa Ana N°601	CUSCO		Operador de Turismo
20114776239	Loreto Tours E.i.r.l.	Mateo A. Ochoa Lozano Alvarez	Calle Del Medio N° 111	CUSCO	WWW.LORETOTOURS.COM	Operador de Turismo
20527086052	Luceros Tour S.r.ltda.	Rita Vilcahuaman Mamani	URB. CAMPIÑA ALTA C-6	SAN SEBASTIAN	WWW.LUCEROSTOUR.COM	Operador de Turismo
20490628771	LUCKY PERU TOUR E.I.R.L.	Edwin Saravia Champi	Calle Suecia 338	CUSCO	www.luckyperutour.com	Operador de Turismo
20527265224	Luna Tours E.i.r.l.	Estela Maria Crispin Yalle	PORTAL CONFITURIA n° 213	CUSCO	WWW.LUNATOURSCUSCO.COM	operador de turismo
20485182145	M.a.travel Agency E.i.r.l.	Jan Peter De Jong	Portal De Panes N° 109 -2do.piso	CUSCO	WWW.MATRAVELAGENCY.COM	Operador de Turismo
20527455783	M.b.c. Travel Peru S.c.r.l.	Ruben Santiago Caparo Huayllani	Av. Velasco Astete C-3 Avp Ccapac Yupanqui	WANCHAC		Operador de Turismo
10167896516	M.D.V. VIAJES & CONSULTORES	Manuel Diaz Valencia	Jr. Lloque Yupanqui 204-302	WANCHAC		Operador de Turismo
20526923775	Machete Tours S.r.ltda.	Ronald Rengifo Pezo	Calle Tecsecocha N° 161	CUSCO	WWW.MACHETETOURS.COM	Operador de Turismo
20490478605	MACHU TRAVEL PERU E.I.R.L.	Hedder Quispe Puente De La Vega	Urb. Los Nogales J-13	SAN SEBASTIAN	www.machutravelperu.com	Operador de Turismo
20527997241	Machupicchu & Beyond E.I.R.L.	Mariel Aguirre Palomino	Urb. Quispicanchis Av. Nicaragua H-12	CUSCO		Operador de Turismo
20527951764	MACHUPICCHU AND NEW YORK TRAVEL AGENCY E.I.R.L.	ENRIQUE DURAND LAZO	Urb. Ttio D-2-15	WANCHAC		Operador de Turismo

20490337700	MACHUPICCHU BRASIL E.I.R.L.	Ricardo Covalcante	Calle Garcilaso 265 Oficina 01	CUSCO	www.machupicchubrasil.com	Operador de Turismo
20527957371	MACHUPICCHU E.I.R.L.	Edy Edwaed Cuellar Margholl	Urb. Ttio C-3 -13	WANCHAC	www.machupicchu.biz	Operador de Turismo
20490485997	MACHUPICCHU EXPRESS SERVICE E.I.R.L.	Javier Loayza Rojas	Ub. Ttio, Pasaje Cusco Eterno Mz. O, Lote 2- B	WANCHAC		Operador de Turismo
20490533983	MACHUPICCHU INKAS TREK EXPLORER E.I.R.L.	Alberto Augusto Angles Arenas	Calle Del Medio 114	CUSCO		Operador de Turismo
20490570757	MACHUPICCHU KOSMOS PERU E.I.R.L.	Cosme Damian Cuba Gutierrez	Calle Garcilaso 265 Interior 5	CUSCO		Operador de Turismo
20490384855	MACHUPICCHU MEGA TOURS E.I.R.L.	Alejandro Mellado Gamarra	Villa Union Huamcaro D-2-4	SANTIAGO	www.machupicchumegatours.com	Operador de Turismo
20490383647	MACHUPICCHU PERU EXPEDITIONS TRAVEL AGENCY S.R.L	Walter Diaz Labra	Calle Garcilaso 284	CUSCO	www.machupicchuperuexpeditions.co	Operador de Turismo
20490038621	MACHUPICCHU PERUVIAN WONDER TRAVEL AGENCY E.I.R	Edwin Perales Rozas	Portal De Panes N° 123 Int 103	CUSCO	www.machupicchuperuvianwonder.co	Operador de Turismo
20527556113	Machupicchu Travel Center S.a.c	MARIA DEL CARMEN LEIVA	Av. El Sol N° 576	CUSCO	WWW.MACHUPICCHUTRAIN.COM	Operador de Turismo
20527414246	Machupicchu Union World S.c.r.l.	Alexis Raimé Gonzales	CUESTA SAN BLAS N° 530	CUSCO	WWW.MACHUPICCHU.TREK.COM	Operador de Turismo
20136347935	Machupichu Travel Adviser E.i.r.ltda.	Blanca Villagarcia De Guillen	Calle Coquimbo N° 604	CUSCO	www.machupicchuadviser.com	Operador de Turismo
20527854726	MAGICAL INKA WORLD TRAVEL MULTISERVICE E.I.R.L.	Victor Vinicio Amanqui Ascarza	Zarumilla 7A 201	CUSCO		Operador de Turismo
20450615073	MAGICAL TOURS PERU E.I.R.L.	Washington Gibaja Tapia	Urb. Los Perales - Calle Felipe Sicus C-8 San Sebastian	SAN SEBASTIAN	www.magicaltoursperu.com	Operador de Turismo
20517028089	MAIKKI TOURS E.I.R.L.	RITA MARLENE RODRIGUEZ ESPINOZA	Calle Marquez N° 219 Int. 302	CUSCO	WWW.MAIKKITOURS.COM	Operador de Turismo
20526906099	MakingN Cuscos S.c.r.l.	Reyna Rosario Quispe Mercado	Mariscal Gamarra Los Lirios 7-c 1era. Etapa	WANCHAC		Operador de Turismo
20526928149	Makos Tours E.i.r.l.	Maria Lourdes Galindo Rivera	Portal De Carnes N° 260 OF. 102	CUSCO	WWW.MAKOSTOURS.COM.PE	Operador de Turismo
20450555402	MANU ADVENTURES S.A.C.	Maria Susan Astridge Figueroa	Calle Plateros N° 334	CUSCO	www.manuadventures	Operador de Turismo
20309181698	Manu Ecological Adventures E.I.R.L.	Marcos Augusto Rozas Velasco	CALLE PLATEROS N° 356	CUSCO	WWW.MANUADVENTURES.COM	Operador de Turismo
20490116100	MANU EXPLORERS PERU E.I.R.L	Wilbert Camacho Guillen	Calle Triunfo N° 392 Inter. 207	CUSCO	www.	Operador de Turismo
20527543992	MANU PERU AMAZON E.I.R.L.	CAROLINA ALEGRE CASTAÑEDA	Tandapata N° 676 - San Blas	CUSCO	WWW.MANUPERUAMAZON.COM	Operador de Turismo
20527773050	Mapi Trek Perú M J S.C.R.L.	Jenny Maribel Machaca Quispe	CALLE HATUN RUMIYOC 487-INTERIOR 04	CUSCO		Operador de Turismo
20527452253	MARCELO'S TRAVEL ADVENTURES E.I.R.Ltda.	Bertha Ayala Chacmana	Portal Comercio N° 145	CUSCO	WWW.MARCELOSTRAVEL.COM	Operador de Turismo
15527413602	Marco Magri	Marco Magri	Av. El Sol Psje. Grace Edif. San Jorge Dpto. li	CUSCO	Www.rumbochoaquekairoa.com	Operador de Turismo
20527087539	Marles Travel Adventure E.i.r.l.	Rosa Marlene Acosta Roca	Calle Nueva Alta N° 850 2do. Piso DEPTO. F	CUSCO	marlestravelperu.com	Operador de Turismo
20454187661	MARLONS TRAVEL E.I.R.L.	Marlon Edwin Salcedo Guerra	Calle Nueva Baja 496	CUSCO	www.marlonstravel.com	Operador de Turismo
10239271141	MARUJA VARGAS OROS	MARUJA VARGAS OROS	Calle Plateros 364	CUSCO		Operador de Turismo
20527554684	MAT SERVICE S.R.L.	Oswaldo Martinez Achulli	Ub. Bancopata Av. J. A. De Sucre J-12	SANTIAGO	www.conocecusco.com	Operador de Turismo
20528052445	MAUKALLAQTA ADVENTURES AND TRADITIONS E.I.R.L	Isidora Mamani Sucasaca	Av. Los Chachacomos F-8-4 Larapa	SAN JERONIMO	www.maucallacta.com	Operador de Turismo
20303332686	MAYA TRAVEL SERVICE S.R.L.	ALICIA AGRIPINA HUARCA CASTAÑEDA	Jr. Cahuide 190-urb. Tahuantinsuyo	CUSCO	www.mavatravel.com	Operador de Turismo
20527123357	Mely Tours Adventure E.i.r.l.	Rocio Yanet Nuñez Hermoza	Urb. Santa Beatriz G-1	WANCHAC		Operador de Turismo
10423866492	MENA QUECAÑO CHRISTIAN OMAR	CHRISTIAN OMAR MENA QUECAÑO	Calle Plateros N° 342-11	CUSCO		Operador de Turismo
10239444089	Miranda Espinoza Raul Wilder	Raul Wilder Mirando Espinoza	Arin S/n Pista Calca Urubamba	CALCA	Www.kunturwachana.com	Operador de Turismo
20490005597	MIRE S.C.R.L	Ghil Dongsoo	Calle Procuradores 341	CUSCO		Operador de Turismo
20527369655	Miska Travel Service E.i.r.l.	Carlos Lino Zalada Vazquez	PORTAL DE PANES N° 143	CUSCO	WWW.MISKATRAVEL.COM	Operador de Turismo
20527511446	MITOS TOURS PERU E.I.R.L.	Francisca Sanchez Villalba	Salade Llegada Aeropuerto A. Velasco Astete	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527511446	MITOS TOURS PERU E.I.R.L.	Francisca Sanchez Villalba	Av. Tomasa Tito Condemayta 1423- F	WANCHAC		Operador de Turismo
20450567915	MOLLEPATA TOURS. E.I.R.L.	Julio Cardenas Sota	Calle Conquista A-4 (shapy)	CUSCO		Operador de Turismo
20527451362	Moroní Tours E.i.r.ltda.	Javier Since Gutierrez	Prolong. Calle Jerusalem F-10 Belemppampa	SANTIAGO	WWW.Moronitours.COM	Operador de Turismo
20450567249	MOTHER EARTH TOURS E.I.R.L.	ELENA PONCE DE LEON CHAVEZ	Av. Huayna Capacc 321 2° Piso Ofic.a-203	WANCHAC	www.motherearthtqosqperu.com	Operador de Turismo
20490021494	MOTHER NATURE PERU E.I.R.L	Jose Abel Pancorbo Roman	Urb. Micaela Bastidas C-7 Cusco	CUSCO		Operador de Turismo
20450617017	MOUNTAIN HIGH S.A.C.	Atkinson Mark Graig	Urb. Mateo Pumacahua B-2- A Int.201	WANCHAC		Operador de Turismo
20512736484	Mountain Lodges Of Peru S.a.c.	Inrique Hurtado Rejas Rejas	AV. EL SOL N° 948 INT. 403	CUSCO	WWW.mountainlodgesofperu.com	Operador de Turismo
20484791202	MULTISERVICIOS RODIS E.I.R.L.	Jose Roberto Vera Mendoza	Av. Antonio Lorena N° 468	SANTIAGO	www.rodistour.com	Operador de Turismo
20527564647	Multiservicios Valicha Wasi E.I.R.Ltda.	Yovana Arellano Zamora	Prolongacion Av la cultura 201	SAN SEBASTIAN	www.valichatours.com	Operador de Turismo
20527516162	MUNAYCHA S.A.C	Vellutino Corpancho Duillo Antonio	Km 60.2 Carretera PISAQ - Urubamba	CALCA	www.munaycha.com	Operador de Turismo
20490657565	MUNAYKI JOURNEYS E.I.R.L.	Carlos Paulló Rodríguez	Urb. La Florida Las Gadenias LI-10	WANCHAC	www.munaykijourneys.com	Operador de Turismo
20528071237	MUNDO ANTIGUO TOURS E.I.R.L.	NORMA CATALINA GUEVARA VIDAL	Calle Triunfo N° 374 Dpto- 08	WANCHAC	www.mundoantiguotours.com	Operador de Turismo
20490084062	MUW TRAVEL GROUP E.I.R.L	Laura Gonzales Roman	Calle Ramon Castilla Q-20 Zarzuela	SANTIAGO	www.machupicchutrek.com	Operador de Turismo
20450677851	MYSTIC WORLD S.R.LTDA.	Carmen Liliana Quevedo Lopez	Av. Centenario N° 875	CUSCO		Operador de Turismo

20147412160	Nao Tour E.i.r.l.	Naoko Shinoda Naito	Av. Luis Uzategui N° 925 Coripata	SANTIAGO	WWW.NAOTOUR.COM	Operador de Turismo
20490435892	NATIVO PERU S.A.C.	Chrystel Marie Jeanne Reymondon	Urb. Santa Monica Calle Ciro Alegria I-15 Int. 502	SAN SEBASTIAN	www.nativo-peru.com	Operador de Turismo
20527812721	Natur Amazone Tour Operateur S.C-R.L.	Rosa Mary Bejar Herrera	Urb. Zarumilla 2-A Int. 300	CUSCO	www.natureamazone.com	Operador de Turismo
20116441714	Naty's Travelagency E.I.R.L.	Naty Prado De Quiñones	Pampa De La Alianza 149	CUSCO		Operador de Turismo
20116441714	Natys Travel Agency E.I.R.L.	Naty Prado De Quiñones	Trunfo N° 342	CUSCO	www.naty's travel.com	Operador de Turismo
20527308136	Nice Tour Peru E.i.r.l.	Pancho F. Villanueva Achahui	Zaguan Del Cielo F-9	CUSCO	WWW.NICETOURPERU.COM	Operador de Turismo
20527202737	NIKOL EXPEDITIONS E.I.R.L	Mauro Claros Chata	Calle Triunfo N-392 Int-212	CUSCO		Operador de Turismo
20527826510	NUEVAS ALTERNATIVAS TURISTICAS DE ALTURA S.A.C.	LIVORIO QUISPE VELASCO	Calle Alabado N° 536	CUSCO		Operador de Turismo
10239303914	OCHA CHAMBI MARIELA	Mariela Ochoa Chambi	Calle Suecia 300 - B	CUSCO	www.qorianka-tours.com	Operador de Turismo
20527879630	ODIN ADVENTURE TRAVEL E.I.R.L	JANICE PELAYO MORA	Condominio La Estancia De Huancaro N°-501-b	SANTIAGO	w.w.w.odinadventure.com	Operador de Turismo
20490304950	ODYSSEY CUSCO E.I.R.L.	Yenny Rossemay Quispe Ramos	Av. Sol 948 Cc.sol Plaza Ofic.304	CUSCO	www.odysseycusco.com	Operador de Turismo
20523710312	OGS TOURS S.A.C.	Rocio Alina Gutierrez Cruz	Parque España C-30 Urb Ucochullo Grande	CUSCO		Operador de Turismo
20490644114	OJCO TRAVEL ADVENTURE S.C.R.L.	Martin Augusto Coda Bindels	Ur Larapa Grande C-6-lote 10	SAN JERONIMO	www.ojcotravel.com	Operador de Turismo
20507615920	OLIVER TOURS E.I.R.L.	Lizbeth Camero Huaman	Av. Sol 948 Of. 204	CUSCO		Operador de Turismo
20490361830	ONLY ABROAD TREKKERS E.I.R.L.	Fredy Saloma Chauca	Calle Suytuccato 710 San Blas	CUSCO	www.4daysincatrail.com	Operador de Turismo
20528065008	ORANGE TRAVEL S.R.LTDA.	PETER TOMANGUILLA SALAS	Calle Plateros N° 342 Int. 117	CUSCO	www.orangetravelperu.com	Operador de Turismo
20527589127	Organizacion Gral. De Serv. Tour E.i.r.l.	Buenaventura Guillen Caviedes	Cc. Hh. Pachacutec I-208	WANCHAC		Operador de Turismo
20527682925	Origenes Peru Viajes Y Turismo E.i.r.l.	Luz Zoraida Cardenas Mendoza	Zaguan Del Cielo M-7	CUSCO		Operador de Turismo
20516643022	ORIGINAL TOURS S.A.C.	JOSE CARLOS TERRAZAS ARAGON	Av. El Sol 627, Int. 301	CUSCO	www.kontiki.org	Operador de Turismo
20527604703	Oro Verde Tour Operator Caminos Del Inca E.i.r.l.	Wilber Hermoza Romero	Zarumilla 6-a-200	WANCHAC		Operador de Turismo
20527061904	Oropendola Suzuki Tomoko Tours E.i.r.l.	Tomoko Suzuki	Santa Teresa N° 379	CUSCO	WWW.ROPENDOLAPERU.ORG	Operador de Turismo
20527792780	OUT LIMITS ADVENTURES S.C.R.L.	Maria Virginia Valencia Becerra	Urb. Naciones Unidas -av. Alemania Federal H-12	SAN SEBASTIAN	www.out limits.com	Operador de Turismo
20527884714	PACHA EXPEDITIONS E.I.R.Ltda.	JAVIER MENDOZA ZARATE	Urb.Vista Alegre H-3 S.sebastian	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20528024077	PACHA TOURS & TRIPS E.I.R.LTDA.	Gary Wilson Sánchez Rivas	CALLE SAN ANDRES 273 TERCER PISO 05	CUSCO	www.pachatoursperu.com	Operador de Turismo
20489969816	PACHAKAMAQ JOURNEYS MAGIC ADVENTURES IN THE ANDES	James Arevalo Meregildo	Calle Santa Catalina Ancha N° 366-B Cusco	WANCHAC	www.andean007.com	Operador de Turismo
20527500088	Pachamaman Explorers S.c.r.l.	Oscar Auca Mendoza	Calle Suecia N° 368	CUSCO	www.pmxplorers.com	Operador de Turismo
20450656934	PACHATUSANTREK S.A.C.	Jessica Llontop Jurado	Villa Unión Huancaro - Los Fresnos G-4B-502	SANTIAGO	www.pachatusantrek.com	Operador de Turismo
20527733180	Pacific World Travel S.c.r.l.	Rosario Zunilda Tinco Sence	Calle Cuychipunku N° 385	CUSCO	WWW.PW-TRAVEL.COM	Operador de Turismo
20527508496	Paititi Peru. Expeditions E.i.r.l.	Maria Del Carmen Rodriguez Del Solar	Av. Baja N° 237-A	CUSCO	WWW.PAITITIPERU.COM	Operador de Turismo
20490045831	PANGUI TRAVEL ADVENTURE E.I.R.L	Cesar A. Farfan Guzman	San Judas Chico II - F-14	WANCHAC	www.panguitraveladventure.com	Operador de Turismo
20527302952	Panorama Cusco Travel E.i.r.ltda.	Walter Quispe Pardo	Calle Concepción N° 300 Int.201 Arcopata	CUSCO	WWW.PANORAMACUSCOTRAVEL.COM	Operador de Turismo
20110386894	PANORAMA VIAJES Y TURISMO S.A.	Maria Francisca Peña Benavides	Av. Garcilaso 222	CUSCO	www.panorama-peru.com	Operador de Turismo
20142811694	PARADISE TRAVEL E.I.R.L.	RICARDO CARDENAS DIAZ	Urb.mariscal Gamarra B4-306	CUSCO	espirituscreativos.org	Operador de Turismo
20527361967	Pardo Medical Tours E.i.r.l.	ANGEL NAZA VARGAS PACHECO	URB.MAGISTERIO 2° ETAPA -ALFREDO YEPEZ-G-11	WANCHAC	WWW.CLINICAPARDO.COM	Operador de Turismo
10239763559	PARICAHUA FIGUEROA GUIDO CESAR	Paricahua Figueroa Guido Cesar	Cal. Carmen Alto N° 246	CUSCO	www.partybiketavel.com	Operador de Turismo
20490080156	PATH OF THE ANDES E.I.R.L.	Maria Antonieta Salazar Tica	Urb.progreso Jiron Calca J-1 Wanchaq	WANCHAC		Operador de Turismo
20527531048	Pathway Of The Incas Gods S.c.r.l.	Maria Isabel Mendoza Huilca	Urb. Los Incas	WANCHAC		Operador de Turismo
20522053288	PEAK SOUTH AMERICA S.A.C.	Norma Hanco Castilla	Urb. Stas. Ursula K-1 Huanchac	WANCHAC	www.intrepidtravel.com	Operador de Turismo
10431839861	Pérez Gallo Guina Karen	Guina Karen Pérez Gallo	Calle Procuradores N° 351- Of. 201	WANCHAC		Operador de Turismo
20489989337	PEROU TOURS E.I.R.L.	Renan Tapia Mollepaza	Urb. Reyna De Belen B-1	WANCHAC		Operador de Turismo
20490162551	Personal Travel Experience S.A.C.	Silvia Uscamayta Otarola	Portal Panes N° 123 Of. 109	CUSCO	WWW.SHAREINPERU.COM	Operador de Turismo
20527653151	Peru ADventures Travel Agency S.r.l.	Yovana Leiva Soria	Av. El Sol N° 948 Int.108	CUSCO		Operador de Turismo
20490541731	PERU - INDIAN EXPERIENCE E.I.R.L.	Alan Tamayo Huaman	Urb Ttio P-2-9	WANCHAC		Operador de Turismo
20490035959	PERU ADVENTURE PEOPLE E.I.R.L	Hilbert Sumire Bustincio	A.p.v Cristo Pobre D-2	CUSCO	www.peruadventurepeople.com	Operador de Turismo
20490084810	PERU ADVENTURES PARADISE S.C.R.L	Osbel Porcel Quispe	Conjunto Habitacional Amauta G-1-201	WANCHAC	www.papadventures.com	Operador de Turismo
20527147299	PERU ALIVE TOUR OPERATOR E.I.R.L.	Wilbert Yucra Choquecunsa	Av. Convencion N° 210	URUBAMBA	WWW.PERUALIVE.COM	Operador de Turismo
20118442190	Peru Ancash Travel S.r.l.	Publio Santander Castro	Portal De Panes N° 123 Cc Los Ruiseñores Of. 205	CUSCO	WWW.PERUTRAVEL.COM	Operador de Turismo
20490688218	PERU ANDEAN CONTACT S.A.C.	Nlithon Cesar Caceres Chacon	Pje Sta. Isabel N° 236 Int. L-5 Quehua	CUSCO	www.peruandeancontact.com	Operador de Turismo
20450675050	PERU ANDEAN EXPERIENCE AND CULTURE E.I.R.L	Elizabeth Yuaiccana Juarez	PROLONGACION CALLE LIMA A-11 - San Jeronimo	SAN JERONIMO		Operador de Turismo

20490092677	PERU ANDEAN EXPLORERS CUSCO S.A.C.	Zoraida Farfan Enriquez	Urb. Tupac Amaru R-6b Antonio Bastidas	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20490366394	PERU ANDEAN TOURS S.A.C.	Peter Washington Huaman Lopez	Avp. Los Incas Calle Nazca V-04	CUSCO	www.peruandeanatours.com	Operador de Turismo
20492316441	PERU APURIMAC TRAVELS S.A.C.	Gregorio Huamani Mendoza	Calle Ruinas 483	CUSCO		Operador de Turismo
20135459446	Peru Chasquiter S.a.	María Del Carmen Vargas Reyes	Calle Maruri N° 228- Oficina 108	CUSCO	WWW.PERUCHASQUITUR.COM.PE	Operador de Turismo
20527870411	PERU CLOUD FOREST ADVENTURES E.I.R.LTDA.	DAVID FUERTE ORTIZ	Urb. Picchu La Rinconada C-5 Calle 9 De Febrero	CUSCO	www.peruclooudforest.com	Operador de Turismo
20527590729	Peru Connections Tour Operator S.a.c	Rossana Sotomayor Lizarraga	AV.28 DE JULIO A-3-2	WANCHAC	WWW.PERUVIANEMPIRE.COM	Operador de Turismo
20527986099	PERU CROSSING THE ANDES E.I.R.L.	HUBERT COSIO TRIPUL	Urb. Santa Rosa - Pj Los Cedros 214 Int.1	WANCHAC	WWW.PERUCROSSINGTHEANDES.	Operador de Turismo
20527412111	PERU DESTINOS E.I.R.L	Rozanna Rojas Usca	Calle Lima N°145 San Jeronimo	SAN JERONIMO	www.perudestinations.com	Operador de Turismo
20527978531	PERU ECO ADVENTURES AND CULTURAL TRIPS E.I.R.L.	Alvaro Julio Sabogal Melendez	Urb. Los Sauces A-5	WANCHAC	www.cuscomachupicchu.com	Operador de Turismo
20527759731	PERU ECO ADVENTURES S.A.C.	CARMEN JULIA JORGE ALMIDON	Calle Retiro N° 13-b	CUSCO	www.ecoaventuras.com	Operador de Turismo
20527160635	PERU EXPLORERS E.I.R.L	Jorge Polak Hermoza	Calle Saphy 546	CUSCO		Operador de Turismo
20490358880	PERU FOREVER YOUNG E.I.R.L.L.	Simon Mario Sanchez Ocampo	Prolongacion Av. Cusco 85- A San Sebastian	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20450769119	PERU GLOBAL TOURS E.I.R.L.	Nelida Pallara Huaña	Psje. Clorinda Matto De Turner M1-11-a Urb. Ttio	WANCHAC	WWW.Perugtours.COM	Operador de Turismo
20490720074	PERU HIKING EXPERTS E.I.R.L.	Noemi Lucia Sanchez Ocampo	Avp Santa Rosa De La Gc B-8-1	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527734585	PERU INCA'S HEARTLAND S.A.C.	Julio Cesar Chaparro Zamalloa	Siete Borreguitos B-8 San Cristobal	CUSCO	www.inca's heartland.com	Operador de Turismo
20490035282	PERU INFO CUSCO E.I.R.L	Nicolas Cushuaman Uscapi	Calle Triunfo N° 392 Int 210	CUSCO	www.peruinfocusco.com	Operador de Turismo
20527511951	Peru Inka Culture & Adventure S.r.l	Otilia Corahua Fuentes	FRANCISCO ROMANA 138 CORIPATA	SANTIAGO	WWW.PERUINKACULTURE.COM	Operador de Turismo
20527251355	Peru Inka Trek Adventures S.r.i.	Edward Benito Grande Matheus	PJE.CUSCO ETERNO M-2-11-URB.TTIO(2DO.PDRO)	WANCHAC	WWW.PERINKATREKADVENTURES	Operador de Turismo
20527605262	Peru Intrepid Adventures E.i.r.l.	Margot Salas Sequeiros	Urb. Los Retamales F-4	CUSCO		Operador de Turismo
20357783578	Peru Journey´ S.e.i.r.l.	Zozi Emilia Taboada Estrada	AV. EL SOL N° 526	CUSCO	www.perujourneys.com	Operador de Turismo
20450704921	PERU JUNGLE EXPEDITIONS E.I.R.L.	Wilfredo Quintana Mamani	Calle Plateros N° 328	CUSCO	www.junglelodge.com	Operador de Turismo
20490506688	PERU MAGIC EXPEDITIONS S.R.L.	Luz Aurelia Jara Flores	Av. El Sol N° 226	CUSCO		Operador de Turismo
20527636575	Peru Nature Travel&health S.r.l.	Benilda Aguilar Argandoña	ESPADEROS 105-A- SÓTANO	CUSCO	perunaturetravel.com	Operador de Turismo
20480044151	PERU PARADISE TRAVEL E.I.R.L.	NANCY ALEJA FARFAN JIMENEZ	Urb.tahuantinsuyo, Calle Pumacahua 240-b	CUSCO	www.cuscotrips.net	Operador de Turismo
20490306146	PERU RAFTING E.I.R.L.	Leonardo Chando Gonzales Mulanovich	Urbanizacion Versalles L-29 San Jeronimo	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20524478286	PERU TIERRA INKA S.A.C.	Manuel Martin Gordillo Henostroza	Calle Nueva Baja 464	CUSCO	www.perutierrainka.com	Operador de Turismo
20527783101	PERU TIERRAS MAGICAS TRAVEL E.I.R.L	Nicolas Soto Quispe Inga	Av. Los Libertadores Y-4 to Piso Urb. Ttio	WANCHAC	www.perutierrasmagicas.net	Operador de Turismo
20392566491	PERU TOURS AND ADVENTURE S.A.C.	Erik Torres Salazar	Calle San Martin 418	SAN SEBASTIAN	www.taa-peru-com	Operador de Turismo
20527998051	PERU TRAVEL COMPANY E.I.R.L.	William Gonzales Garcia	Urb. San Judas Chico II Av. Qosqo A-6	CUSCO	www.perutravelcompany.com	Operador de Turismo
20450532534	PERU TRAVEL & LIVING S.C.R.L	Washington Farfan Tinco	Av. Sol N° 948 Interior 207	CUSCO		Operador de Turismo
20527141096	Peru Travel & Services E.i.r.l.	Renee Margot Quintana Mamani	Calle Del Medio N° 123	CUSCO	WWW.perutravelservices.com	Operador de Turismo
20414407677	PERU TRAVEL BUREAU S.A.	CESAR AUGUSTO ALVARADO URIBE	Avda. El Sol N° 948 Of. 113	CUSCO		Operador de Turismo
20527352461	Peru Travel Expeditions S.r.l.	Jose Lianaje Bocangel	Calle Plateros N° 314	CUSCO	WWW.perutravelexpeditions.com	Operador de Turismo
20527490007	Peru Travel Repts S.R.Ltda.	Victor Raul Sanchez Venero	Avda. Garcilaso N° 411-A Oficina 301	CUSCO	www.perutravelreps.com	Operador de Turismo
20527757445	PERU TREK 4 GOOD E.I.R.L.	Yure Chavez Cusihuaman	Urb. Cruz Pata E-1 Calle Jose C. Mariategui	CUSCO		Operador de Turismo
20527111260	PERU TREKS AND ADVENTURE E.I.R.L.	GEORGINA GONZALES ZEGARRA DE W	AV.PARDO 540 PASAJE ESPAÑA	CUSCO	www.perutreks.com	Operador de Turismo
20527586454	Peru Unforgetable Experience S.r.l.	Gloria Lissete Flores Sender	Jr. Machupicchu Y1-14 Urb. Ttio	WANCHAC	WWW.per-unforgettableexperience.c	Operador de Turismo
20527463298	Peru Unknown S.c.r.l.	Jose Antonio Abad Ostojic	Av. Tacna N° 166	WANCHAC	WWW.peruunknown.com	Operador de Turismo
20450684520	PERU VIA S.A.C.	Victor Enrique Velarde Perez	Urb. Mariscal Gamarra 12- A	CUSCO		Operador de Turismo
20490556843	PERU VIAJES Y TURISMO EN EL PACIFICO E.I.R.L.	Angelo Victor Castro Pardo	Calle Suecia 380 - C	CUSCO	www.perupacifictourism.com	Operador de Turismo
20527939713	PERU WONDER TRAVEL E.I.R.LTDA.	Noe Coello Sosa	Calle Ollanta Mz. H., Lote 2, Urb. Bancopata	SANTIAGO	www.peruwondertravel.com	Operador de Turismo
20527939713	PERU WONDER TRAVEL E.I.R.LTDA.	Noe Coello Sosa	Urb. Bancopata, Calle Ollanta Mz. H, Lote2	SANTIAGO	www.peruwondertravel.com	Operador de Turismo
20490080822	PERU-CUSCO LIFE TOUR OPERATOR S.A.C	Dominike Figueroa Hermoza	Calle Peru A-22	SAN JERONIMO	www.perucusco.com	Operador de Turismo
20527306516	Peruvian Trek E.i.r.ltda	Fidel Marcos Huayllani Surco	Calle Santa Catalina Angosta N° 127	CUSCO	WWW.PERUVIANTREK.COM	Operador de Turismo
20527575843	PERUSOL.COM S.A.C.	FEDERICO MOREYRA PORTILLA	AV SOL 110-A	CUSCO	WWW.PERUSOL.COM	Operador de Turismo
20527689261	Peruvian Ancient Paths S.A.C.	Diana Mancilla Flower	Calle Suecia N° 310	CUSCO	WWW.peruvianancientpaths.com	Operador de Turismo
20490032691	PERUVIAN ANDEAN SPIRIT E.I.R.L	Danny Juvenal Yopez Quispe	Av. Pachacutec N° 307 - B	WANCHAC		Operador de Turismo
20490350391	PERUVIAN CONNECTION & SERVICE S.C.R.L.	Washington Enrique Farfan Tinco	Fortunato L. Herrera N° 100	WANCHAC	www.peruconn.com	Operador de Turismo
20527284873	Peruvian Cross E.i.r.l.	Elizabeth Margarita Galindo Rivera	Portal de Carnes N° 260 OFIC N° 102	CUSCO	Www.peruvian_cross	Operador de Turismo

20527659435	Peruvian Explorer S.a.c	Rudi Gongora Meza	CALLE CHAPARRO N° 121	CUSCO	Www.peruvianexplorer.com	Operador de Turismo
20527771359	Peruvian Gold Travel S.a.c	Edwin Jibaja Sotomayor	Pq. Los Capulis Urb. La Florida O-22	WANCHAC	WWW.peruviangoldtravel.com	Operador de Turismo
20114690784	Peruvian Happy Tours S.r.l.tda.	Gladys Solar Muñiz	LIMACPAMPA CHICO N° 400	CUSCO		Operador de Turismo
20527097500	Peruvian Highland Travel S.r.l.	Kelly Villegas Perez	Calle Plateros N° 347	SANTIAGO	WWW.Peruvianhighland.COM	Operador de Turismo
20490094700	PERUVIAN HIGHLAND TREK EXPEDITION E.I.R.L	Rocio Cjuiro Mescco	Urb. Bancopata Calle Hipolito Unanue A-14	SANTIAGO		Operador de Turismo
20527025851	PERUVIAN HIGHLAND TREK S.R.L.	VICTORIA CJUIRO TTITO	Calle Del Medio N° 139	CUSCO		Operador de Turismo
20450658473	PERUVIAN INKA ADVENTURES E.I.R.L.	Margot Farfan Quispe	A.p.v. Pícol Orconpugio E-7 - S. Jeronimo	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20527996784	Peruvian Inkas Trek S.A.C.	IDELSO SALAZAR TUPAC YUPANQUI	Urb. Ttio Q1-4	WANCHAC	peruvianinkastrek.com	Operador de Turismo
20527794138	Peruvian Mountain Journeys E.I.R.Ltda.	Latva Aijo Jari Pertti Iisakki	Av. Peru F-16 Urb. Quispicanchi	CUSCO		Operador de Turismo
20489965071	PERUVIAN PLAZA TOURS E.I.R.L.	Margoth Hilda Farfan Carazas	Counter Del Aeropuerto Llegada	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527307164	Peruvian Sacred & Adventures S.R.Ltda	ALCIRA MILDRED CONDORI CACHI	Av. El Sol N° 814 Of. 205	CUSCO	WWW.Peruviansacred.com	Operador de Turismo
20527066299	Peruvian Tucan Trek S.c.r.l.	MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ LLANOS	Calle Inca N° 492 Of. 01	SANTIAGO	WWW.PERUTUCANTREK.COM	Operador de Turismo
20450647943	PERUVILCA EXPEDITIONS S.R.L.	Martha Alegria Sosa	Calle Platero N° 361	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527683816	Peters Travel S.r.l.	PETERS TRAVEL S.R.L.	Av. El Sol Cc. Ollanta N° 344 Of. 06	CUSCO	WWW.CUSCOPETERSTARVEL.COM	Operador de Turismo
20527302791	PICCOLA LOCANDA E.I.R.L.	Ma El Ainin Chavez Granadino	Calle Resbalozca 520	CUSCO	www.picola locando.com	Operador de Turismo
20527715289	PISAC TOUR OPERATOR E.I.R.L.	Maritza Virginia Gomez Yarahuanan	Calle San Francisco S/n - Pisac	CALCA	Www.pisactouroperator.com	Operador de Turismo
20452240662	PLANETARIUM M. REICHE E.I.R.L.	Bartheleny Jean D'ans Aleman	AV. MARISCAL CASTILLA S/N OFICINA 1	URUBAMBA	bdans100@yahoo.com	Operador de Turismo
20490694481	PROM CUSCO TRAVEL S.C.R.L.	Victor Ruben Amache Amache	Avenida Tullumayo 257	CUSCO	www.promcuscotravel.com	Operador de Turismo
20450634027	PROSERVICE S.A.C.	Gustavo José Siles Navarro	Urb. Mateo Pumacahua N° 582	WANCHAC	www.proservicetours.com	Operador de Turismo
20490189751	PTA.PERU TRAVEL Y ADVENTURES E.I.R.L.	Elson Ervin Espinoza Estrada	Jr. Lloque Yupanqui N° 204 Inter-405	WANCHAC		Operador de Turismo
20527409757	PUKA NINA PERU S.A.C	Nicole Lepelletier De Cartagena	Plaza Amauta Urb.magisterio N°210 Of. 304	CUSCO	www.pukanina.com	Operador de Turismo
20527409757	PUKA NINA PERU S.A.C	Lepelletier De Cartagena Nicole Marie	Urb. Larapa Grande Av. 07 H-15-5	CUSCO	www.pukanina.com	Operador de Turismo
20527057893	Pumas Adventure S.R.LTDA.	Walter Castro La Torre	A.P.V.AGLUA BUENA H-3 SAN SEBASTIAN	CUSCO	www.pumasadventures.com	Operador de Turismo
20527138541	Punto Y Linea E.i.r.l.	Paul Ivan Arenas Apumayta	Av. Manco Ccapac N° 65 -san Jeronimo	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20527146136	Pure Peru S.a.c	Olga Elmertovna Nina Carreño	Urb. La Florida F-6	WANCHAC		Operador de Turismo
20450680649	PURIC INKA TOUR OPERATOR S.A.C.	Walter Bonifacio Romero	Av. Alemania Federal E-4 (Detras De La Iglesia Sta. Rosa)	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527407207	Qasana Tours E.i.r.l.	Peggy Maria Morante Macedo	Calle Ramon Castilla n° -836	CUSCO		Operador de Turismo
20278063764	Qente S.a.c.	Joaquin Jordan Serrano	Calle Choquechaca N° 229 2do. Piso	CUSCO	WWW.QENTE.COM	Operador de Turismo
20490547186	QEROS TOURS PERU SRL.	Samuel Cumpa Checya	Calle Suecia N° 326	CUSCO	www.qerostours.com	Operador de Turismo
20490684256	QHAPAQÑAN ADVENTURE S.A.C.	Juan Asin Roque	Urb Zaguán Del Cielo L-8	CUSCO		Operador de Turismo
20450593088	QOLLANAS TRAVEL E.I.R.L	Yeny Zarate Noa	Calle Qeshua N° 129	CUSCO	www.qollanatravel.com	Operador de Turismo
20485223437	Qori Travel Service E.i.r.Ltda	Rosa Maria Becerra Rodriguez	Calle Heladeros N° 157 OF. 21	CUSCO	www.qoritravel.com	OPERADOR
20146849050	Qosqo Místico Viajes Y Turismo S.r.l.	Marilu Manrique Carbajal	Calle Procuradores N° 48	CUSCO	WWW.qosqomistico.com	Operador de Turismo
20227435896	Quality Travel E.I.R.LTDA.	Victor Manuel Ramos Flores	Pje. Grace Edificio San Jorge 4-a	CUSCO		Operador de Turismo
20527764069	QUECHUA EXPEDITIONS E.I.R.L.	Wistman Sanchez Huaman	Procuradores 358	CUSCO	www.quechuasexpeditions.com	Operador de Turismo
20527878404	QUECHUA EXPLORER E.I.R.L.	Santos Villagra Yupa	Carmen Alto N° 269 - San Blas	CUSCO	www.quexplo.com	Operador de Turismo
20527255261	Quechua Tours E.i.r.l.	Janett Amaut Ochoa	Av. Collasuyo N° 2818	WANCHAC		Operador de Turismo
20527644756	Quechua Tours Quality E.i.r.l.	Ubalдина Vasquez Palma	Av. Pachacutec N° 132 - MACHUPICCHU	MACHUPICCHU	WWW.QUECHUATOURS.COM	Operador de Turismo
20527292973	Quechuas Peru Travel E.i.r.l.	Hilda Carlderan Vergara	Urb. Uvima VII A-11	SAN SEBASTIAN	WWW.QUECHUASPERU.COM	Operador de Turismo
10239918894	QUISPE QUISPE JESUS MANUEL	Jesus Manuel Quispe Quispe	Calle Chavin U- 4, A. P. V. Los Incas	CUSCO		Operador de Turismo
20527117896	R.r. General Tours E.i.r.l.tda.	Carmen Rosa Huallpamaita Ponce	Calle Romeritos N° 204	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20527420131	Rainbow Trail Tours S.a.c	Melisa Roxana Loreño Beltran	Av. Pachacutec N° 424 Int. A4	WANCHAC	WWW.RainbowTraITour.COM	Operador de Turismo
10416206806	RAMOS QUISPE IRMA	Ramos Quispe Irma	Portal Confituria N° 285 Ofic. 1	CUSCO		Operador de Turismo
20527915377	RASGOS CUSCO TOUR OPERADOR E.I.R.L.	Ekaterine Karina Chacon Gutierrez	Av. Pardo 865, 2do. Patio	CUSCO	www.reservasuscocorasgosdelperu.cor	Operador de Turismo
10243713621	RAUL ALIPIO LAIZA GALIANO	Raul Alipio Loaiza Galiano	Urb. Jose Carlos Mariategui S/n	ANCAHUASI		Operador de Turismo
20450507858	RAYMI TOURS CUSCO E.I.R.L.	DARIELA YOANA SIU OLIVERA	AV. SOL N° 948 -INT.103	CUSCO	www.raymitourscusco.com	Operador de Turismo
20225802999	Reserv. Cusco S.r.l.	Arturo Medina Salas	Calle Plateros N° 326 Int. 01	CUSCO	WWW.RESERV-CUSCO-PERU.COM	Operador de Turismo
20527250383	Reserva Ecologica Yanayaco Lodge E.i.r.l.	Jose Achahuanca Callañaupa	Calle Procuradores N° 330	CUSCO	WWW.Yanayacolodge.COM	Operador de Turismo
20490106643	RF ADVENTURES S.R.L.	Water Fernandez Ccorihuaman	Calle Choquechaca N° 273- B	CUSCO	www.rfadventures.com	Operador de Turismo

20527494924	Rio Andes Peru S.c.r.ltda.	Maria Graciela Lazo Valdivia	Las Rocas H4-23 Larapa	SAN JERONIMO	Operador de Turismo
20527484881	Rio De Oro Tours E.i.r.ltda.	Heddy Ramirez Montalvo	Condominio Los Pinos K10 A-402	CUSCO	Operador de Turismo
20527649634	River Explorers Specialists In River And Adventure E.i.r.l.	Boris Ali Rojas Tupayachi	Calle GARCILASO N° 210 INTERIOR 128	CUSCO	WWW.RIVEREXPLORERS.COM
10235153062	ROBERTO MIRANDA FARFAN	ROBERTO MIRANDA FARFAN	Calle Ventiderio S/n	OLLANTAYTAMBO	Operador de Turismo
10238481822	ROLANDO CAMILO APAZA PAREDES	Rolando Camilo Apaza Paredes	Av. Pardo 1024	CUSCO	www.inkasperutours.com
10434662571	ROXANA CHULLO VARGAS	Roxana Chullo Vargas	Cuesta San Blas N° 526	CUSCO	www.bigmountain.com
10239171228	RUBEN ESTANISLAO PALOMINO TOCRE	Ruben Estanislao Palomino Tocre	Calle Belen Dpto. B-24	SANTIAGO	Operador de Turismo
20442725552	RUINAS SERVICIOS TURISTICOS S.A.C.	MARCIA CUBA DE VELASQUEZ	Santa Catalina Angosta N° 120	CUSCO	www.ruinasCUSCO.com
20450648249	RUTAS DEL INKA S.A.C.	Rosa Victoria Nuñez Vivero	Av. El Sol 948, Of. 215	CUSCO	www.inkawas.com
20490235451	RUTH SEQUEIROS OSORIO	Ruth Sequeiros Osorio	Picchu San Isidro K-3	CUSCO	www.peruincatravel.com
20527075522	Saca Expeditions Servicios Turisticos S.c.r.l.	Sam Gonzalo Casafranca Pineda	AV. PACHACUTEC N° 424, INT. A - 5	CUSCO	WWW.SACAEXPEDITIONS.COM
20527717494	Sachahuare Experience E.i.r.ltda.	Roberto Marmanillo Manga	Predio Kiran SECTOR CHAHUARES - ECHARATI	VILCABAMBA	Www.sachahuare.com
20527601194	SACRED LAND ADVENTURES E.I.R.L.	Maruja Vargas Oros	Urb. Santa Teresa B-25	WANCHAC	Operador de Turismo
20400482609	Sacred Valley Adventures S.r.ltda.	Carlos Infantas Chambi	Jr. Grau N° 706 /URUBAMBA	URUBAMBA	Operador de Turismo
10238195361	SALAS SOSA FLAVIA	FLAVIA SALAS SOSA	AV. PACHACUTEC.N° 303	WANCHAC	Operador de Turismo
20527784680	Salka Ñan Viajes Y Servicios S.a.c	Dario Marcelo Vega Villasante	Urb. Quispicanchi D-1	CUSCO	Operador de Turismo
20490430661	SALKANTAY TRAIL MOLLEPATA PERU E.I.R.L.	Erika Ocampo Miranda	Calle Procuradores N° 366	CUSCO	www.salkantaytrailperu.com
20527595798	Samari Travel S.a.c	Luis Camilo Cama Jara	Chihuapata N° 587	CUSCO	WWW.SAMARI.TRAVEL.COM
20490318071	SAMINCHACUY TOUR AND TRAVEL S.A.C.	Christian Calero Diaz	Calle Arones 353	CUSCO	Operador de Turismo
20527969973	SANTU S.A.C.	Giuliana Vanesa Rojas Balta	Calle Tandapata 353 A	CUSCO	www.santucusco.com
20527935131	SARIRIPERU S.C.R.L	QUINTANA REVOLLO LUZ EVELYN	JIRON RETIRO N° 155	CUSCO	WWW.SARIRIPERU.COM
20490720660	SARUY TRIPS TOUR OPERADORA S.C.R.L.	Noelia Raquel Alvarez Aybar	Ub. San Antonio A - 6	SAN SEBASTIAN	Operador de Turismo
20490294466	SAYWA TRAVEL INVERSIONES TURISTICAS E.I.R.L.	Mayli Marmanillo Mendoza	C.h. Pachacutec B-402	WANCHAC	www.saywatravel.com
20527823171	SERVICIO TURISTICOS ANTAWARA S.R.L.	Evelyn Mercedes Bustamante Frisancho	Av. Sol 814 Of. 206	WANCHAC	Operador de Turismo
20527943079	SERVICIOS TURISTICOS AFRICA TOURS E.I.R.L.	Hilda Maximiliana Coello Romero	Polongación Velasco Astete D-4	WANCHAC	Operador de Turismo
20200736240	Servicios Turisticos Cusco Tours E.i.r.l.	Nico H. Montesinos Gamarra	Cuesta Del Almirante N° 232	CUSCO	Operador de Turismo
20527552126	Servicios Turisticos Fina E.i.r.ltda.	Delfina Pacheco Tello	Calle Saphy N° 652 INT. 2DO. PISO	CUSCO	Operador de Turismo
20527719357	Servicios Turisticos Medicos Dinasty E.i.r.l.	Nancy Tupacayupanqui Lima	Pje. Garcilaso F1-8 /wanchac	WANCHAC	Operador de Turismo
20485384872	SERVICIOS TURISTICOS OLLANTA E.I.R.L.	Juan Crisostomo Loayza Onton	Calle Horno S/n	OLLANTAYTAMBO	www.andeantourperu.com
20104655328	SERVICIOS TURISTICOS PARACAS S.A.	Francisco Perez Egaña Monge	Plazoleta Santo Domingo 259	CUSCO	www.tikariy.com.pe
20527536350	Servicios Turisticos Yachay Kusicuy Peru S.R.L.	Hingmar Jesús Aparicio Ortega	Barrio Profesional A-5	CUSCO	www.serviturykperu.com,pe
20527577897	Shin Peru Tour S.a.c	JUAN PASTORISA VELASCO ATAULLUCO	PSJE. HERMOZA L-3 -CUSCO	WANCHAC	Operador de Turismo
20527846031	SIMPLY PERU E.I.R.LTDA.	VALERIA MESALINA VARGAS PAZOS	Urb. Magisterial, Av. De La Cultura N-15	CUSCO	simplyperu.com
20527328595	SKO MUNDO E.I.R.L.	Oscar Renato Marín Ladrón de Guevara	Triunfo 338	CUSCO	www.skomundoviajes.com
20116281253	Sky Viajes Y Turismo S.r.l.	Jorge Cornejo Ocampo	Calle Santa Catalina Ancha N° 366 Int. 3-c	CUSCO	WWW.SKYPERU.COM
20526954573	Sol Del Imperio S.c.r.ltda.	Lucas Salas Quispe	Jr. Libertad N5 Urb. Independencia	SANTIAGO	WWW.CUSCOIMPERIAL.COM
20490386743	SONCCO TRAVEL E.I.R.L.	IBSEN SONCCO ESCOBAR	Av. Sol N° 166	CUSCO	Operador de Turismo
20490369148	SONQO PERU E.I.R.L.	Ursula Fiori Herrera Rozas	Calle Plateros N° 314	CUSCO	www.sonqoperutravel.com
20490254758	SOTA ADVENTURE AND TRAVEL S.C.R.L.	Irbín Sota Delgado	Av. El Sol Co.cc. Ollanta 346 Ofc. 304	CUSCO	www.sotaadventure.com
20490316702	SOUTH AMERICA TREK S.A.C.	Vicky Yucra Callo De Rubagotti	Calle Garcilaso 210 Interior 201	CUSCO	Operador de Turismo
20358435581	South American Sites E.I.R.L.	David Prudencio Quintana Mamani	Calle garcilaso n° 270	CUSCO	WWW.SASTRAVELPERU.COM
20204921807	SOUTH AMERICAN TOURS DEL PERU S.A.	DIANA ANDREA MADELEINTE SPEHN	Calle Garcilaso n° 210 Inte.202	CUSCO	Www.southamericantours.com
20527162336	SOUTH AMERICAN TRAVEL SERVICES S.R.LTDA	MARIA DEL PILAR OLIVARES HUARCAY	CALLE BELEN N-494- 3B	CUSCO	Operador de Turismo
20450797325	SOUTH AMERICAN WONDERS E.I.R.L	Maria Del Carmen Rodriguez	Avenida Baja 237- A	CUSCO	www.southamericanwonders.com
20490100874	SOUTH TRAVEL SUDAMERICA E.I.R.L.	Victor Ricardo Carpio Polack	Calle Resbalozta N° 500	CUSCO	Operador de Turismo
20537667495	SOUTH WILD S.A.C.	KARLA MONICA FERNANDEZ HURTADO	Urb. Ttio Av. 28 De Julio I -2 - 1	WANCHAC	www.southwild.com
20450693384	SUMAC COCA TRAVEL S.R.LTDA.	John Valencia Paullo	Calle San Agustín N° 245	CUSCO	Operador de Turismo
20527996801	SUN GATE TOURS S.A.C.	DORIS GONZALES SOLIS	URB. BANCOPATA G-7	SANTIAGO	ww.sungatetours.com
20527433895	SUN GOD EXPEDITIONS TOURS E.I.R.L.	JOSE GUILLERMO RODRIGUEZ TRUJILLO	CALLE GARCILASO N° 210 Int. 204-A	CUSCO	WWW.Sungodperu.com

20527495149	Sun Route Travelling E.i.r.l.	Jauna Avendaño Perez	Calle Garcilaso N° 210 Ofic.125	CUSCO	WWW.CUSCOSUNROUTE.COM	Operador de Turismo
20527052743	SUNRISE EXPEDITIONS TOUR OPERATOR E.I.R.L.	DIANA PALOMINO APARICIO	Av. Sol N° 948 Int-219 (Sucursal)	CUSCO	www.sunriseperu.com	Operador de Turismo
20527611408	Sunrise Peru Trek S.R.LTDA	Gricell Lupaca Palomino	Av. El Sol N° 948 Cc.cusco Plaza Of. 217	CUSCO		Operador de Turismo
20450500926	SUNS WAYS TOURS S.C.R.L.	EDUARDO MENDOZA CHACON	A.P.V. KARI GRANDE I-11	SAN SEBASTIAN	www.sunswaystours.com	Operador de Turismo
20490606964	SUNWAY TRAVEL SERVICE E.I.R.L.	Patricia Figueroa Diaz	Av. Huayrupata 1420	WANCHAC		Operador de Turismo
20526898053	SUPER TOUR CUSCO E.I.R.L.	Willington Estrada Cuba	Portal Mantas N° 117	CUSCO		Operador de Turismo
20225802727	Suri Travel E.i.r.l	Benilda Aguilar Argandoña	Calle Espaderos N° 105-a	CUSCO	WWW.SURITRAVEL.NET	Operador de Turismo
20527014221	SWISSRAFT PERU S.C.R.L.	ROSA DIAZ MARIN	Calle Marquez N° 259 OF 05	CUSCO	WWW.Swissraft-Peru.COM	Operador de Turismo
20527084351	T&g Travel S.r.ltda.	Teofilo Armando Medina Durand	CALLE PLATEROS N° 369	CUSCO	WWW.TGTRAVELPERU.COM	Operador de Turismo
20527554765	T.A.R.A. TOUR OPERATOR E.I.R.LTDA.	Percy Victor Espejo Caceres	Urb. Vista Alegre, Jiron Pacifico	SAN SEBASTIAN	www.ttoperu.com	Operador de Turismo
20114845656	TAMBO TREK S.R.Ltda.	VICTOR RAUL OLARTE DELGADO	Calle Atocsaycuchi N° 589 - San Blas	CUSCO	WWW.tambotreks.net	Operador de Turismo
20450555313	TAMBOPATA ECOLOGICAL ADVENTURES S.A.C.	Maia Susan Astridge Figueroa	Calle Plateros 356	CUSCO	www.tambopataadventures.com	Operador de Turismo
20527515433	TANIT S.A.C.	Nicolas Ramirez Mejia	Urbanizacion Mariscal Gamarra I Etapa E-10 -202	CUSCO		Operador de Turismo
20527264636	Tari Tours S.r.ltda.	Limberto Licona Loaiza	Cc Hh Covipol	CUSCO		Operador de Turismo
20527770549	Tawa Inka Tracel Y Servicios Turisticos S.r.l.	Maria Guillermina Rivas Manga	Urb. La Florida D15 Pje. Los Alamos	WANCHAC		Operador de Turismo
20527643351	Tawa Peru Viajes Y Servicios Turisticos S.r.l.	Ayul Acuña Cardenas	Av. El Sol Cc. Sol Plaza N° 948 Int. 211	CUSCO	WWW.TANITTRAILS.COM	Operador de Turismo
20490390775	TAWA SAYWA TOURS E.I.R.L.	Bautista Covacho Chavez	Ub. 28 De Julio Mz. E, Lote 8 San Sebastian	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527484961	Teksepureq Tour E.i.r.l.	Efrain Suelli Montañez	Apv. Aproveite B8	SAN JERONIMO	WWW.Teksepureq.com	Operador de Turismo
20490625322	TERRA NATURE S.A.C.	Yrma Begazo Tupayachi	Calle Plateros 368, Oficina 101	CUSCO	www.terranaturetravel.com	Operador de Turismo
20502578431	TERRA ANDINA PERU S.A.C.	AGATTE PASCALE GUY	TANDAPATA N° 296 - SAN BLAS	CUSCO		Operador de Turismo
20527672709	TERRA EXPLORER PERU E.I.R.L	Piero Vellutino Corpancho	JR. SANTA URSULA D-4	WANCHAC		Operador de Turismo
20490597108	TERRA QUECHUA PERU. COM S.A.C.	Adrian Cusi huaman Uscapi	Calle Suecia 343 - 2	CUSCO	www.terraquechuaperu.com	Operador de Turismo
20442759708	Terranova Soc. Agente De Viaj. Y Turis. S.r.l.	Luz Haydee Nuñez De La Torre	Urb. Mariscal Gamarra B4-306	CUSCO	Www.espirituscreativos.TK	Operador de Turismo
20527285845	Terres Magiques Des Incas E.i.r.ltda.	Pierre Philippe Paul Marcel	Urb. Mariscal Gamarra H-12	CUSCO	Terresmagiques.com	Operador de Turismo
20527449465	The Great Andean Pathways Tour Operator E.i.r.l.	Encarnacion Calvo Acurio	Calle Peru W-18 Urb. Ttio	WANCHAC		Operador de Turismo
20490486373	THE INCA ADVENTURE S.R.L.	Jose Illich Medina Delgado	Calle Retiro 435	CUSCO	www.theinkaadventure.com	Operador de Turismo
20490336568	THE LAST INKAS TRAVEL AGENCY & TOUR OPERATOR	Raul Torres Quispe	Calle Garcilaso 210 Interior 125	CUSCO		Operador de Turismo
20527946256	THE PORTES EXPLORERS E.I.R.L.	JOEL SILVESTRE QUISPE RAMIREZ	Urb. Huancaro Calle Triunfo M-8	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20527392846	Thin Air Outfitters E.i.r.l.	Rene Huaman Callañaupa	APV. SANTA ANA F-17	CUSCO		Operador de Turismo
20450600807	TIERRA DE INKAS E.I.R.LTDA	Anahi Najar Obando	Calle Triunfo 392, Interior 203	CUSCO		Operador de Turismo
20484974200	Tierra De Los Andes S.a.c	Ricardo Valencia Salas	Calle Turquezas E-11 Urb. Kenedy A	WANCHAC	WWW.TERANDES.COM	Operador de Turismo
20527739463	Tierras Misticas E.i.r.l.	Larry A. Cuellar Salas	CALLE GARCILASO N° 210 OF. 210-A	CUSCO	WWW.TIERRASMISTICAS.COM	Operador de Turismo
20527976597	TIERRAS VIVAS E.I.R.L.	Edwin Edgar Caviedes Laura	Apv. Saucos De La Pradera, Pasaje San Luis 116	SAN SEBASTIAN	www.tierrasvivas.com	Operador de Turismo
20450537170	TIKA ECOLOGICAL AND CULTURAL TRAVEL S.C.R.L.	Williams Flores Alquipa	Calle Plateros N° 342 - Ofic. 108	CUSCO	www.tikaecological.com	Operador de Turismo
20450578526	TILKA PERU TRAVEL S.R.L.	Enrique Zúñiga Orellana	Terminal Terrestre Cusco - Caunter N° 152	SANTIAGO	www.tilka.travel.com	Operador de Turismo
10238108719	TINAJEROS ALDAZABAL WALTER	Walter Tinajeros Aldazabal	Apv. Coviduc B-16	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20450704416	TOTALLY PERU EIRL	Angela Del Aguila Vargas	Avenida De Los Inkas 700 Oficina 404	WANCHAQ	www.totallyperu.com	Operador de Turismo
20489964695	TOUR & EXPEDITION GROUPS-INSTEN S.C.R.L	Marleni Olivera Mayorga	Urb. 4 Torres Ramon Castillas B-9-1	WANCHAC		Operador de Turismo
20490077953	TOUR IN PERU E.I.R.L	Benjamin Salizar Paro	Urb. Naciones Unidas LI-8 Av. Alemania Federal	SAN SEBASTIAN	www.http://tourinperu.com/	Operador de Turismo
20527451796	Tour Operator Wayki Trek Expeditions S.a.c	Jose Antonio Cusi Camero	Av. Paz Soladan Q 30 Urb. Amadeo Repeto	SANTIAGO	WWW.WAYKITREK.NET	Operador de Turismo
20450685012	TOUR PERU ABROAD E.I.R.L.	Axel Hipolito Ochoa Castillo	Calle Hatunrumiyoc 480	CUSCO	www.tourperuabroad.com	Operador de Turismo
20527404445	Tperu R&w S.r.l.	Frine Valderrama Vizcarra	Santa Catalina Angosta N° 156 2do. Nivel	CUSCO		Operador de Turismo
20116343208	Transoceanica De Carga-transoceanic Tours S.a	Tania Adid Garcia Urzubialde	Calle Zetas N° 109 2do. Piso	CUSCO		Operador de Turismo
20450683231	TRANSPORTES LOPEZA TOURS S.A.C.	Geronimo Raul Lopez Zeballos	Calle Cruz Veerde 336	CUSCO	www.lopezatours.com	Operador de Turismo
20527473331	Travel & Tours Peru Corporation E.i.r.l.	Jorge Luis Yauri Mamani	Av. El Sol N° 948 Of. 302	CUSCO	WWW.TRAVELPERUCARP.COM	Operador de Turismo
20527937699	TRAVEL AGENCY CONCEPTOS E.I.R.L.	ANALI CORNEJO NUÑEZ	CALLE TECSECOCHA N° 171	CUSCO	www.travelagencyconceptos.com	Operador de Turismo
20442741833	Travel Connctions E.i.r.l.	Liliana Gonzalez Alvarez	Calle Del Medio N° 135	CUSCO	WWW.TRAVELCONNECTIONPERU.COM	Operador de Turismo
20490318152	TRAVEL EXPERIENCES E.I.R.L	Mingyu Lu	Urbanizacion Los Pinos B- 9	WANCHAC		Operador de Turismo
20100912768	Travel Group Peru S.A.	Guru Ram Sharma	Calle Garcilaso N° 265 Of. 09	CUSCO	WWW.Travelgroup.COM.PE	Operador de Turismo

20450686481	TRAVTOURS PERU S.A.C.	Luz Marina Toledo Duran	AV. SOL N° 806, OFICINA N° 101	CUSCO	www.travtoursperu.com	Operador de Turismo
20527986958	Trebol Expeditions E.I.R.L.	Lino Andres Gamarra Huanca	Calle Ruinas N° 419	SAN SEBASTIAN	www.trebolexpeditions.com	Operador de Turismo
20450682005	TREK ANDEAN PERU E.I.R.LTDA.	Felix German Zapana Zapana	Urb. Los Alamos E-13	WANCHAC		Operador de Turismo
20277700701	Tri Adventure E.i.r.l..	Maria Leonor Molleda Justiniani	Jr. Humberto Luna N° 111 Magisterio	CUSCO		Operador de Turismo
20490484087	TRISKEL PERU TRAVEL AND BEYOND E.I.R.L.	Narda Karina Zufiga Alvarez	Urb. Rosaspata Manuel A. Segura Q-2	CUSCO		Operador de Turismo
20116398282	Tropical American Adventure S.r.l.	Erik Torres Salazar	Calle Chihuanpata N° 591	CUSCO	WWW.PERU-EUREKA.COM	Operador de Turismo
20527579831	TUCAN TRAVEL PERU S.A.C	Iris Keiko Fernandez Giura	Av. Sol N° 816 Int. 202	CUSCO		Operador de Turismo
20196261487	TUCANO REPRESENTACIONES - PERU LATIN TRAIL S.A.C.	Veronica Elisa Napuri Peirano	Cabracancha N° 444 - 1° Piso	CUSCO	www.tucanoperu.com	Operador de Turismo
20490314670	TUCANOS PERU E.I.R.L.	Evelin Janet Ferro Carrasco	Calle Tres Marias Mz. D, Lote 8	SANTIAGO		Operador de Turismo
20527204438	Tunupa Travel y Representaciones E.I.R. Ltda.	Enrique Zuniga Velasque	AA.HH. El Mirador Lote F-1	CUSCO	www.tunupatravel.com	Operador de Turismo
20450698424	TUPASUNCHIS E.I.R.L	Yuliana Farfan Jimenez	Calle Pera N°561 Segundo Piso	CUSCO	www.tupasunchis.com	Operador de Turismo
20527434433	TUPAYACHU SLAGHEKKE S.C.R.L.	Miluska Tupayachi Garrido	Av. Arcopata 466 Y Calle Fierro 584	CUSCO	www.www.cusiwasi.com	Operador de Turismo
20113146355	TURISMO INKAICO S.R.L.	HILDA E. PARAGULLA LARRAONDO	Calle Heladeros N° 157, Oficina 134-A	CUSCO	www.turismoinkaico.net	Operador de Turismo
20113148355	TURISMO INKAICO SRL	Hilda Enrique Paragulla Larraondo De Del	Aeropuerto Ceslasco Astete S/n	SAN SEBASTIAN	www.turismoinkaico.net	Operador de Turismo
20115015088	TURPUNO S.A.C.	JOE NESTOR CONCHA RIVERA	Avenida Sol 627 - B	CUSCO	www.turperu.com.pe	Operador de Turismo
20527427909	Ultimate St E.i.r.l.	Jose Selvy Ugaz Lastra	Urb. Ingenieros Larapa D-2-12	SAN JERONIMO	WWW.ULTIMATE_TOURPERU.COM	Operador de Turismo
20485289705	United Mice Tour Operator E.i.r.l.	Salustio Casafranca Pineda	Calle Plateros N° 351	CUSCO	www.unitedmice.com	Operador de Turismo
20358204008	Urkupña Tours E.i.r.l.	Visctor Cutipa Chura	Apv. Coapac Yupanqui C-5	CUSCO		Operador de Turismo
20527485933	Urusaywa Tours S.c.r.l.	Rolando Monteagudo Cardenas	Calle Carmen Alto N° 288 San Blas	CUSCO		Operador de Turismo
20527958424	V.I.P. Travel E.I.R.L	Maria Angélica Candia Valdez	Av. El Sol N° 948 Int.118	CUSCO		Operador de Turismo
20527386013	V.I.P. TRAVEL SERVICE E.I.R.L	Pedro Antonio Cortez Truyenque	Av. Pacahcutec N° 307 - Wanchac	WANCHAC	www.viptravelserviceperu.com	Operador de Turismo
20527940134	VAGABUNDO TRAVEL S.R.LTDA.	ROBERT CANDIA TAPIA	Av. Sol N° 1089 Ofic. 05	CUSCO	WWWVAGBUNDOPERU.COM	Operador de Turismo
20510644965	VAMOS EXPEDITIONS S.A.C.	Annelies Hamerlinck	URB LUCREPATA D - 11	CUSCO	www.vamosexpeditions.com	Operador de Turismo
20527532010	Varsot Tours E.i.r.ltda.	Piedad Vargas Sota	Calle San Andres N° 318	CUSCO	WWW.VARSOTTOURS.COM	Operador de Turismo
10431252509	VERA PACHECO CRISTIAN LISANDRO	Cristian Lizandro Vera Pacheco	Av. El Sol 814 Of. 117	CUSCO		Operador de Turismo
20490244957	VIA NATURA S.A.C	Carlos Manuel Octavio Araya Espinoza	Portal De Panes 123	CUSCO	www.vianatura.com	Operador de Turismo
20490312201	VIAJES DE PRIMERA E.I.R.L.	Justiniano Mora Alvarez	Urb. Marcavalle N-25	WANCHAC		Operador de Turismo
20450596001	VIAJES DEL INKA SERVICIOS TURÍSTICOS S.C.R.L.-VINKA	Yenifer Bellido Castillo	Jiron Chancas E-17 - Los Nogales	SAN SEBASTIAN		Operador de Turismo
20450619141	VIAJES ORGANIZADOS ANDINOS AMAZONICOS E.I.R.L.	Eloy Huancachoque Licahua	Urb. Pueblo Libertador Mz. E - 6 - San Sebastian	SAN SEBASTIAN	www.voaatravel.com	Operador de Turismo
20490430823	VIAJES RESPONSABLES PERU ETICO S.A.C.	Matteo Achilli	Calle Arco Iris N° 500	CUSCO	www.petuatico.com	Operador de Turismo
20516571102	Viajes Rumbo Peru E.I.R.L.	Ana Adela Berrocal Ramirez	Calle Suecia N° 480	CUSCO	www.dosmanosperu.com	Operador de Turismo
20450681963	VIAJES Y SERVICIOS TURISTICOS FLAMENCO S.A.C	MARIA NIVIA ORTIZ CARDENAS	URB. PROGRESO - JR. QUISPICANCHIS B-5	WANCHAC	www.flamencotravel.com	Operador de Turismo
20527471711	Viajes Y Turismo Planeta Azul S.c.r.l	Elizabeth Valdivia Molina	Urb. Los Alamos E-4/Wanchaq	WANCHAC		Operador de Turismo
20527968225	VIAJES Y TURISMO URPYANY E.I.R.L.	PLINIO DURAND GALLEGOS	Pje. Uriel Garcia W-1-lote 12	WANCHAC		Operador de Turismo
20228559222	Viajess Union S.r.ltda.	Francisco Corbacho Carpio	Calle Maruri N° 226 Of. 302	CUSCO	WWW.PERUTOUROPERATOR.COM	Operador de Turismo
20450703444	VIANDINA VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.	Rafael Vargas Barra	Calle San Andres 400	CUSCO	www.viandina.com	Operador de Turismo
10238780808	Vicente Quille Ariza	Vicente Quille Ariza	Pje. Zavaleta N° 417 Lote 3 Av. Confraternidad	CUSCO		Operador de Turismo
10065066306	Victor Miguel Calderon Diaz	Victor Miguel Calderon Diaz	Santa Catalina Angosta 175	CUSCO	www.orientoursperu.com	Operador de Turismo
20526981970	VIDA ANDINA ADVENTURE TOUR OPERATOR E.I.R.L.	PATRICIA COSIO TRIPUL	Av. Apurimac N° 468- A - Cusco	CUSCO	WWW.VIDAANDINA.COM	Operador de Turismo
20116276179	Vida Tours E.i.r.l.	Joel Raymond Evrand	Calle Ladrillos N° 425 Int. 204	CUSCO	WWW.INFOVIDATOURS.COM	Operador de Turismo
20527867895	Vida Trip S.c.r.ltda.	Omar F. Yañez Alegria	Urb. Jose Carlos Mariatuegui A-3	WANCHAC	Www.vidatrip.com	Operador de Turismo
20527850224	W@ykys Enterprises S.R.L.	Melody Hada Aguilar Acevedo	Urb. Tito Psje. Alfonso Ugarte C1-26	WANCHAC	www.waykysenterprises.com	Operador de Turismo
20490303040	WAKE UP PERU TREKKING E.I.R.L.	Juvenal Ithurriaga Baca	CALLE PLATEROS 365 OFIC.03	CUSCO	www.incatrekkers.com	Operador de Turismo
20490357727	WALKING PERU TOUR OPERATOR E.I.R.L.	Lizett Samanta Flores Linares	Urb Covituc B-3 San Sebastian	SAN SEBASTIAN	www.walkingperu.com	Operador de Turismo
20527752133	Walking With Christ E.i.r.l.	Berltoiza Alejos Orellana	Urb. Surihuaylla Grande G4 -b/ San Sebastian	SAN SEBASTIAN	WWW.WalkingWithChristCUSCO.CO	Operador de Turismo
20116487625	WARTHOM TOURS E.I.R.L.	Warthom Leonardo Callalli	Av. El Sol 345 Ofc. 01	CUSCO		Operador de Turismo
20527447501	Wasi Tour Travel Agency S.c.r.l.	Zaida Miluska Torres Valencia	Santa Ursula J-7	WANCHAC	WWW.WASITOURS.COM	Operador de Turismo
20527447501	WASI TOURS TRAVEL AGENCY S.R.L.	Zaida Miluska Torres Valencia	Counter Aeropuerto Llegada	SAN SEBASTIAN	www.wasitours.com	Operador de Turismo
20526893256	Waykl Trek E.i.r.ltda.	JOSE ANTONIO CUSI CAMERO	Calle Procuradores N° 351-2do.piso	CUSCO	WWW.WAYKITREK.NET	Operador de Turismo

20450643441	WAYKI TREK TRANSPORTES TURISTICOS S.A.C.	Americo Aguilar Llamacchina	Apv. Villa Los Pinos C-1 Frente Universidad Andina	SAN JERONIMO		Operador de Turismo
20490297210	WAYNA MUNDO EXPLORERS E.I.R.L	Orlando Ccollana Gonzales	Calle Procuradores N° 341	CUSCO	www.waynatouoperator.com	Operador de Turismo
20526958056	Wayra Adventure E.i.r.ltda.	Elizabeth Espinoza Valle	Calle Chihuampata N° 278	CUSCO	WWW.WAYRAADVENTURE.COM	Operador de Turismo
20177433251	Welcome South America Travel E.i.r.ltda.	Wilberth Salas Atasi	Calle Qera N° 235 Of. 31	CUSCO	www.welsat.com www.welsat.com	Operador de Turismo
20490391402	WELCOME TO MACHUPICCHUTOUR OPERATOR S.A.C.	Alfredo Enrique Maura Vargas	Av. Sol 346, Sotano 1, Oficina 14	CUSCO		Operador de Turismo
20490231031	WERNER TRAVEL E.I.R.L.	Zela Huaquisto De Werner Tania Margot	Via De Evitamiento N° 429 - Terminal Terrestre Stand 112	SANTIAGO		Operador de Turismo
20490119206	WILD MAGIC PERU TRAVEL AND SERVICE E.I.R.L.	Yony Huamani Unda	Jr. Fortaleza E-17 Urb. Ernesto Ghunter	CUSCO	www.wildmagicperu.com	Operador de Turismo
10239436302	William Javier Garcia Alva	William Javier Garcia Alva	Calle Ruinas N° 457	CUSCO		Operador de Turismo
20535112101	WILLKA MAYU PERU TOURS GRUPO CAMINOS DEL SOL OPI	Julio Vargas Peralta	Av. El Sol 679, Ofic. 104	CUSCO		Operador de Turismo
20527770972	Willka Travel & Expeditions S.c.r.l.	Joseph Dany Salas Loayza	San Judas Chico A8/wanchaq	WANCHAC	WILLKAPERU.COM	Operador de Turismo
20490105248	WONDER LAAND TOUR VIAJES Y TURISMO E.I.R.L	Evelyn Lizet Cornejo Valderrama	Jr.acomayo C-25 Progreso	WANCHAC	www.wonderlandtour.com	Operador de Turismo
20527946680	Yananty Travel & Family E.I.R.L.	Rómulo Remo Delgado Pérez	C.H. Hilario Mendivil II - B / Dpto. 302	WANCHAC		Operador de Turismo
20527741018	Yerme Travel E.i.r.l.	Gherme Muñoz Farfan	Av. Garcilaso N° 222 Int. 2do. Piso	WANCHAC	www.yermetravelcusco.com	Operador de Turismo
20527261156	YOLAND EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS S.A.C.	Carlos Alonso Landauro Castro Cuba	Portal Confituria 265	CUSCO	www.land-peru.com	Operador de Turismo
15400638206	YONI OQUENDO ACURIO	Yoni Oquendo Acurio	Avenida El Sol N° 310	CUSCO	www.ilastravel.com	Operador de Turismo
20490032771	YUPI ADVETURE E.I.R.L.	Giovanni Enrique Peña Moreano	Prolong. Av. De La Cultura 1110	SAN SEBASTIAN	www.yupiadventure.com	Operador de Turismo
20450577473	Z.A.TRAVEL AGENCY PERU S.A.C.	Alba Choque Porras	San Judas Chico D-11	WANCHAC		Operador de Turismo
10238220268	ZAMBRANO ARANA YANET ELIZABETH	Yanet Elizabeth Zambrano Arana	Av. 28 De Julio X-30 Urb Ttio	WANCHAC	www.machupicchumagictravel.com	Operador de Turismo
20490095269	ZANDALO INVERSIONES S.R.L	Nancy Alicia Delgado Tenorio	Urb. Ramiro Priale C-5	SANTIAGO	www.kiswar.com	Operador de Turismo
20490292846	ZARAHÉMLA TOURS TRAVEL Y ADVENTURE E.I.R.L.	Yone Since Gutierrez	Urb. Manahuañunca E - 5 Tercer Piso	SANTIAGO	www.zarahemlatravel.com	Operador de Turismo
20528044779	ZETA TOURS ADVENTURE S.A.C.	ZENAIDA VALER SANCHEZ	Av. Sol 346-INTE.407	CUSCO		Operador de Turismo
20527989061	ZUAMI TOURS VIAJES Y TUJIRISMO S.C.R.L.	ZULMA MIREYA CONCHA NIÑO DE GUZMÁN	Calle Nueva Baja N° 464	CUSCO		Operador de Turismo

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ACTIVIDAD TURÍSTICA:

La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.

ATRACTIVO TURÍSTICO

Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico. Por ejemplo: monumentos, paisajes, gastronomía, actividades culturales, deportivas o recreativas. Los atractivos turísticos constituyen la motivación principal para el flujo turístico de un país.

ATRIBUTO

La palabra atributo es empleada cuando se quiere referir a aquellas cualidades de un determinado ser. Cada una de las propiedades o cualidades de algo.

ARRIBO:

Es el registro que genera un visitante con su permanencia de por lo menos una noche.

CLIENTE:

Toda persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, recibe un servicio y cancela una cifra previamente pactada a cambio del mismo. Es la razón de ser del servicio.

DESTINO TURÍSTICO:

Espacio geográfico determinado, con rasgos propios del clima, raíces, infraestructura y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. Este espacio atrae a turistas con productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenamiento de los atractivos disponibles; dotado de una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

ESTRUCTURA TURÍSTICA:

Comprende el conjunto de los establecimientos que ayudan al desarrollo de la actividad turística. Entre ellos se puede mencionar a bares, restaurantes, cafés, hoteles, hostales, centros comerciales, oficinas de información, agencias de viaje entre otros.

EXCURSIONISTA:

Visitante que no pernocta en el lugar de destino (permanece menos de 24 horas) por motivos de recreación, descanso, cultura y salud. Pueden ser nacionales e internacionales.

FOLLETO:

Instrumento informativo, mediante el cual los clientes pueden acercarse a los diversos aspectos relacionados con el desenvolvimiento de la empresa.

GENERACIÓN DE DIVISAS:

Dinero que ingresa a un país mediante las exportaciones. El turismo receptivo genera divisas al "traer" y dejar dinero en el país mediante los gastos que realizan los turistas extranjeros.

GUÍA TURÍSTICA:

Documento, constituido por un folleto, revista y libro entre otros, que tiene por finalidad informar al turista acerca de los principales sitios de interés, ya sea por su belleza natural, paisajística, cultural, histórica o gastronómica.

GUÍA DE TURISMO:

Persona que dirige e informa a los turistas en un atractivo o destino turístico.

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA:

Servicios básicos y de accesibilidad con que cuenta un destino y que sirve de soporte para la actividad turística. Dentro de este rubro podemos mencionar suministros (luz, agua, desagüe), terminales terrestre, marítimos, aeropuertos, carreteras, autopistas.

INTERMEDIARIOS TURÍSTICOS:

Todas las empresas, personas naturales y jurídicas que prestan servicios relacionados al turismo.

NACIONALIDAD:

La nacionalidad de un viajero es la del "país que le otorga el pasaporte (u otro documento de identidad), aun cuando resida habitualmente en otro estado.

PAQUETE TURÍSTICO

Conjunto de servicios entre los que normalmente se encuentran incluidos: el alojamiento, el transporte, la alimentación y las visitas turísticas. Los diversos servicios detallados en un paquete turístico se venden a un precio global y generalmente, en un solo acto de compra.

PROVEEDORES:

Persona o empresa que brinda, a cambio de un pago previamente establecido, los insumos necesarios para la elaboración de un bien o la prestación de un servicio.

PROGRAMA TURÍSTICO:

Es el itinerario detallado, el cual organiza y describe los atractivos, actividades y servicios contratados por el viajero.

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS:

Son aquellas personas naturales o jurídicas cuyo objeto es brindar algún servicio turístico.

RECURSOS TURÍSTICOS:

Son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos.

RUTA:

Es la vía a seguir por los turistas, y a partir de la cual se crea un itinerario, donde se detalla todas las actividades que el cliente va a realizar.

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL:

Conocido también como GDS (Global Distribution System), es una red gestionada por una empresa que permite a las transacciones automatizadas entre vendedores y agentes de reservas para los servicios relacionados con los viajes suministro a los consumidores finales. Los GDS pueden vincular servicios, tarifas y reservas consolidar productos y servicios en los tres sectores de viaje: es decir, reservas de avión, reservas de hotel, alquiler de coches, y actividades.

TURISMO EMISOR/ EGRESIVO:

Es el que realizan los residentes de un país en el resto del mundo.

TURISMO INTERNO:

Incluye a los residentes que viajan por un periodo de tiempo no superior a doce meses a un lugar dentro de su país de residencia pero distinto de su entorno habitual.

TURISMO RECEPTIVO:

Turismo realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

TEMPORADA ALTA:

Periodo en el que se produce un mayor flujo de turistas hacia una determinada zona: la causa son principalmente la temporada de vacaciones de los diferentes países, aunque en ocasiones la temporada se marca por diferentes factores tales como los climáticos, ambientales, etc.

TEMPORADA BAJA:

Se refiere a la época del año en que el movimiento o afluencia turística declina al mínimo.

TRASLADISTA/ TRANSFER:

Transporte desde un punto de un servicio turístico a otro que puede ser la finalización de dicho servicio o el comienzo de otro servicio turístico.

TOUR:

Recorrido de corta o mediana duración, el cual se realiza entre localidades o alrededores y que puede incluir, de acuerdo a las necesidades del cliente: transporte colectivo o privado, con o sin guía, entradas a monumentos o atracciones, alimentación, etc.