



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS**  
**FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN**  
**CAMPUS I**



---

La calidad de vida laboral y su impacto en el desarrollo profesional de los trabajadores en las agencias de viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

**Tesis**

Que para obtener el grado de Maestro en Administración con Terminal  
En Dirección de Negocios.

**Presenta**

Cristhian Emilio Solís Cunjamá A140404

**Director de tesis**

Dr. Julio Ismael Camacho Solís.

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Septiembre 2023.



**COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN  
Y POSGRADO**

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; 15 de agosto de 2023  
Oficio No. D/CIP/TIP/099/2023.

**ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO**

**C. CRISTHIAN EMILIO SOLÍS CUNJAMA  
CANDIDATO AL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN  
CON TERMINAL EN DIRECCIÓN DE NEGOCIOS.  
PRESENTE**

Por este medio me permito informarle que se **AUTORIZA** la impresión de su tesis titulada: **LA CALIDAD DE VIDA LABORAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO PROFESIONAL DE LOS TRABAJADORES EN LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD DE TUXTLA GUTIÉRREZ.** Toda vez que ha sido liberada según oficio sin número, de fecha noviembre 08 de 2022, suscrito por el Dr. Julio Ismael Camacho Solís, Director de la tesis mencionada.

Cabe mencionar que se ha constatado que ha cumplido con los procedimientos administrativos y académicos relacionados con la modalidad de evaluación propuesta, conforme a lo dispuesto en el Reglamento General de Investigación y Posgrado y de Evaluación Profesional para los egresados de la Universidad, así como con el Plan de Estudios correspondiente.

**Atentamente**

*"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE LA VIDA"*

**Dr. Hugo Adrián Pizaña Vidal**  
Encargado de la Coordinación

C.c.p. Archivo Minutario  
\*HAPV/ssg





Código: FO-113-05-05

Revisión: 0

## CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS DE TÍTULO Y/O GRADO.

El (la) suscrito (a) Cristhian Emilio Solís Cunjama, Autor (a) de la tesis bajo el título de "La calidad de vida laboral y su impacto en el desarrollo profesional de los trabajadores en las agencias de viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez," presentada y aprobada en el año 2023 como requisito para obtener el título o grado de Maestro en Administración con Terminal en Dirección de Negocios, autorizo licencia a la Dirección del Sistema de Bibliotecas Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH), para que realice la difusión de la creación intelectual mencionada, con fines académicos para su consulta, reproducción parcial y/o total, citando la fuente, que contribuya a la divulgación del conocimiento humanístico, científico, tecnológico y de innovación que se produce en la Universidad, mediante la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Consulta del trabajo de título o de grado a través de la Biblioteca Digital de Tesis (BIDITE) del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH) que incluye tesis de pregrado de todos los programas educativos de la Universidad, así como de los posgrados no registrados ni reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT.
- En el caso de tratarse de tesis de maestría y/o doctorado de programas educativos que sí se encuentren registrados y reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), podrán consultarse en el Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Chiapas (RIUNACH).

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a los 05 días del mes de septiembre del año 2023.

Cristhian Emilio Solís Cunjamá  
Nombre y firma del Tesista o Tesistas

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios permitirme lograr este grado académico.*

*A mi familia por el apoyo para ser un mejor profesional.*

*A la Universidad Autónoma de Chiapas por brindarme la oportunidad de continuar preparándome como profesional.*

*A mi director de tesis por guiarme a través de sus conocimientos para poder realizar este trabajo.*

*A todas las personas que me ayudaron durante la realización de este trabajo.*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO</b> .....	<b>10</b>
<b>1.1 Calidad de vida laboral</b> .....	<b>10</b>
<b>1.1.1. Concepto de calidad de vida laboral</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2. Modelos teóricos de calidad de vida laboral</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2.1. Modelo de Nadler y Lawler</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2.2. Modelo de Hackman y Oldhan</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2.3. Modelo de Walton</b> .....	<b>15</b>
<b>1.2.4. Modelo de Lares Soto</b> .....	<b>17</b>
<b>1.3. Dimensiones de la calidad de vida laboral</b> .....	<b>17</b>
<b>1.4. Elementos de la calidad de vida laboral</b> .....	<b>20</b>
<b>1.4.2. Políticas de la empresa</b> .....	<b>20</b>
<b>1.4.3. Apoyo organizacional</b> .....	<b>21</b>
<b>1.4.4. Vida laboral y familiar</b> .....	<b>23</b>
<b>1.4.5. Seguridad laboral</b> .....	<b>25</b>
<b>1.4.6. Bienestar laboral</b> .....	<b>26</b>
<b>1.4.7. Satisfacción laboral</b> .....	<b>28</b>
<b>1.5. Condiciones ambientales en el trabajo</b> .....	<b>30</b>
<b>1.5.2. Iluminación</b> .....	<b>31</b>
<b>1.5.3. Ruido</b> .....	<b>31</b>
<b>1.5.4. Temperatura</b> .....	<b>32</b>
<b>1.6. Desarrollo profesional</b> .....	<b>32</b>
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>35</b>
<b>2.1 Concepto de turismo</b> .....	<b>35</b>
<b>2.2 Clasificación de turismo</b> .....	<b>37</b>
<b>2.2.1. Clasificación de las modalidades turísticas en función del motivo del viaje</b> ....	<b>37</b>
<b>2.2.1.1. Turismo masivo</b> .....	<b>37</b>
<b>2.2.1.2. Turismo alternativo</b> .....	<b>37</b>
<b>2.2.1.3. Ecoturismo</b> .....	<b>38</b>
<b>2.2.1.4. Turismo de aventura</b> .....	<b>38</b>
<b>2.2.1.5. Turismo rural</b> .....	<b>38</b>
<b>2.2.2 Clasificación del turismo con base en el origen del turista</b> .....	<b>39</b>
<b>2.2.2.1. Turismo receptivo</b> .....	<b>39</b>

2.2.2.2. Turismo egresivo .....	39
2.2.2.3. Turismo extranjero .....	39
2.2.2.5. Turismo internacional.....	40
2.2.2.6. Turismo interno .....	40
2.2.3. Clasificación del turismo con base en la estructura de precios y el tipo del consumo de servicios turísticos.....	40
2.2.3.1. Turismo social .....	41
2.2.3.2. Turismo selectivo.....	41
2.2.3.3. Turismo subvencionado.....	41
2.2.4. De acuerdo a las formas de recreación .....	41
2.2.4.1. Excursiones recreacionales .....	42
2.2.4.2. Recreación popular.....	43
2.2.5. De acuerdo a las tendencias de cambio en las necesidades, gustos y preferencias de la gente.....	43
2.2.5.1. El turismo cultural.....	43
2.2.5.2. Turismo religioso .....	43
2.2.5.3. Turismo gastronómico .....	44
2.2.5.4. Turismo idiomático .....	44
2.2.5.5. Turismo de salud.....	44
2.2.5.6. Turismo de activo.....	44
2.2.5.7. Turismo de parques temáticos.....	45
2.2.5.8. Turismo de negocios .....	45
2.2.5.9. Turismo sexual.....	46
2.3. Definición de turista .....	46
2.4. Tipos de turistas.....	46
2.4.1. Turista Internacional .....	46
2.4.2. Turistas no residentes en el país.....	47
2.4.3. Turistas noche en cuartos de hotel.....	47
2.4.4. Turistas residentes en el país.....	47
2.5. Definición de servicios turísticos .....	47
2.6. Empresas prestadoras de servicios turístico.....	48
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>51</b>
3.1. Agencias de viajes .....	51
3.1.1. Definición de agencias de viajes.....	52
3.1.1Tipos de agencias de viajes.....	54

3.1.1.1 En función del tipo de intermediación que llevan a cabo:.....	54
3.1.1.2 De acuerdo con la orientación de sus actividades .....	55
3.1.1.3 De acuerdo con la forma como operan el negocio .....	55
3.1.1.4. Según la naturaleza de sus ventas: .....	56
3.1.1.5. Atendiendo a la actividad que realizan pueden ser:.....	57
3.2. Agencias de viajes en Chiapas.....	57
3.2.1. Agencias de Viajes en Tuxtla Gutiérrez.....	58
3.2.1.1. Tuxtla Gutiérrez.....	58
3.2.2.2. Agencias de viajes con presencia en Tuxtla Gutiérrez.....	61
<b>CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Justificación .....	62
4.2. Planteamiento del problema de investigación .....	62
4.3. Objetivos .....	68
4.3.1. Objetivo general: .....	68
4.3.2. Objetivos específicos .....	68
4.4 Alcance de la investigación.....	68
4.5. Delimitación de la investigación .....	69
4.6. Hipótesis .....	70
4.7. Variables .....	70
4.8. Diseño de la investigación.....	71
4.9. Definición de la población y selección de la muestra.....	71
4.9.1. Definición de la población.....	72
4.9.2. Selección de la muestra .....	73
4.10. Técnica e instrumentos para la recolección de datos.....	75
4.11. Instrumento de medición .....	75
4.12. Análisis e interpretación de la información .....	91
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>136</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>140</b>

# ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Clasificación de las agencias de Viajes con presencia en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.....	61
<b>Figura 2.</b> Reporte Estadístico de Indicadores del Sector Turísticos del Estado de Chiapas enero – septiembre 2022. ....	64

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Distribución de las Agencias de Viajes presentes en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez ...	65
<b>Tabla 2.</b> Descripción de variables de investigación .....	70
<b>Tabla 3.</b> Cálculo de la muestra por el método estratificado.....	74
<b>Tabla 4.</b> Desarrollo de Ítems .....	76



## INTRODUCCIÓN

El objetivo del siguiente trabajo es ofrecer a los dueños, directivos o encargados del área, información sobre la importancia que tiene la calidad de vida laboral para el desarrollo personal de los empleados.

En el primer capítulo, se describe la conceptualización en general vinculada a la calidad de vida laboral, elementos y componentes de la calidad de vida laboral tales como: motivación, condiciones de trabajo, trabajo en equipo, satisfacción y desarrollo personal. El segundo capítulo aborda la información sobre las agencias de viajes con autores como: Panosso (2012), Secretaría de Turismo (2021), Secretaría de Turismo de Chiapas (2021), Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV) (2021), se visualiza la presencia e importancia de estas dentro de las empresas que ofrecen servicios del sector turístico.

A través del tercer capítulo, se detalla la metodología, el planteamiento, la delimitación y alcances esperados de la investigación; se describe el instrumento utilizado para obtener y concentrar la información. En el capítulo cuarto, se describen los resultados obtenidos a través de datos gráficos, estadísticos, método usado para analizar e interpretar los datos.

Por último, se presenta la propuesta: una estrategia para elevar la calidad de vida laboral e incrementar el desarrollo personal de los empleados de las agencias de viajes. Para después presentar, las bibliografías, referencias electrónicas y anexos como métodos auxiliares en el desarrollo de la presente investigación.

## **CAPÍTULO 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

En el presente capítulo se planteará la conceptualización asociada a la calidad de vida laboral y su impacto en el desarrollo profesional de los empleados en las agencias de viajes, resaltando los conceptos que necesarias para realizar el estudio de esta investigación.

### **1.1 Calidad de vida laboral**

Desde que aparecieron las primeras definiciones sobre calidad de vida laboral en las que se incluyeron enfoques dirigidos hacia el trabajador “a partir de la reacción ante el trabajo, sobre todo de los resultados individuales relacionados con la satisfacción en el trabajo y la salud mental”. (Cummings y Worley, 2007, p. 11)

La calidad de vida laboral da cuenta de la forma en que se produce la experiencia laboral tanto en sus condiciones objetivas (seguridad, higiene salario, etc.) como en sus condiciones subjetivas (la forma como vive el trabajador), es así que para (De la Poza 2001, p.168)

La calidad de vida laboral, se refiere a un concepto multidimensional que requiere la integración de los aspectos objetivos y subjetivos con el propósito de obtener un conocimiento no sesgado de la situación real de trabajo que podría derivarse de la consideración de estos aspectos por separado.

### 1.1.1. Concepto de calidad de vida laboral

De acuerdo con Valero y Riaño-Casallas, ((2017) citados por Cruz (2020)) “el propósito de la calidad de vida laboral es estudiar el bienestar, la productividad y la protección de los empleados en el lugar de trabajo, es por eso que la calidad de vida laboral se percibe como un concepto de carácter integral y multidimensional; por lo tanto, la intervención a problemáticas que afecten el bienestar de los trabajadores en su entorno laboral y familiar se complementa con acciones de seguridad y salud en el trabajo.”

Mientras que Jackman, *et al.*, ( (2016) citados por Cruz (2020), p.37)) “considera la calidad de vida laboral como algo multidimensional, esto debido a que es una dimensión del bienestar general del empleado, ya sea físico, psicológico, social, financiero o espiritual”.

Segurado y Agulló (2014, p. 829) indican que:

La calidad de vida laboral depende de todos aquellos elementos que constituyen el medio ambiente de trabajo. Por tanto, depende de la naturaleza de las características de las condiciones de trabajo, y de la dimensión subjetiva, que es el conjunto de percepciones y de experiencias laborales que de manera individual y colectiva originan realidades características dentro de un mismo contexto organizacional.

Mientras para Chiavenato (2017, p. 492) “la calidad de vida laboral asimila dos posiciones antagónicas: por un lado, la reivindicación de los empleados por el bienestar

y la satisfacción en el trabajo y, por el otro, los intereses de las organizaciones en cuanto a los efectos que potencian la productividad y la calidad”.

Es así que para Chiavenato (2019, p. 492) la calidad de vida laboral incluye múltiples factores tales como:

Satisfacción con el trabajo ejecutado, posibilidades de tener futuro en la organización, reconocimiento en los resultados alcanzados, salario percibido, beneficios alcanzados, relaciones humanas con el grupo y la organización, ambiente psicológico y físico de trabajo, libertad y responsabilidad de decidir, y posibilidades de participar. Además de que implica aspectos intrínsecos (contenido) y extrínsecos (contexto) del puesto. Afecta a las actitudes personales y a los comportamientos relevantes para la productividad individual y grupal, como la motivación para el trabajo, la adaptación a los cambios en el entorno laboral, la creatividad y el afán por innovar o aceptar cambios y, sobre todo, agregar valor a la organización.

Mientras que para Hackman y Oldhan ((1975) citados por Chiavenato, (2019) p. 493) “las dimensiones del puesto son determinantes de la calidad de vida en el trabajo porque ofrecen recompensas intrínsecas que producen satisfacción en el trabajo y automotivan a las personas para trabajar.”

Para Blanch *et al.* (2012, p. 67) “serían las acciones tendientes a mejorar la calidad de vida laboral de los empleados, entendiéndola en la actualidad como el grado de

satisfacción y bienestar físico, psicológico y social experimentado por las personas en su puesto y en su entorno de trabajo”.

Es así que, Demirbağ *et al.*, ( (2017) citados por Cruz (2020) p. 37), nos dicen que: “a medida que aumenta la calidad de vida, los trabajadores experimentan felicidad en sus trabajos, por lo tanto, su desempeño laboral incrementa y se vuelven mejores en su trabajo.”

## **1.2. Modelos teóricos de calidad de vida laboral**

El desempeño del puesto y el clima de la organización representan factores importantes que determinan la calidad de vida en el trabajo. Si ésta fuera mala, conduciría a la alienación del empleado y a su insatisfacción, mala voluntad, disminución de la productividad, comportamientos contraproducentes (como ausentismo, rotación, robo, sabotaje, militancia sindical, entre otros.). Una buena calidad conduciría a un clima de confianza y respeto mutuo, en el cual las personas propenden a aumentar sus aportaciones y a elevar sus posibilidades de éxito psicológico, mientras que la gerencia tiende a reducir los mecanismos rígidos de control social. Puesto que la importancia de las necesidades humanas varía de acuerdo con la cultura de cada individuo y de cada organización, la calidad de vida laboral no sólo está en función de las características individuales (necesidades, valores, expectativas) o situaciones (estructura organizacional, tecnología, sistemas de recompensas, políticas internas) sino, sobre todo, por la actuación sistémica de las características individuales y organizacionales. (Chiavenato, 2019, p. 493)

### **1.2.1. Modelo de Nadler y Lawler**

Según Nadler y Lawler ( (1983) citados por Chiavenato, (2019) p. 493), la calidad de vida en el trabajo se basa en cuatro aspectos:

1. La participación de los colaboradores en las decisiones.
2. La reestructuración del trabajo en razón del enriquecimiento de las tareas y de los grupos autónomos de trabajo.
3. La innovación del sistema de recompensas de modo que influya en el clima de la organización.
4. La mejora del entorno laboral por cuanto se refiere a las condiciones físicas y psicológicas, el horario de trabajo, etcétera.

La calidad de vida en el trabajo mejorará en la medida en que incrementen estos cuatro aspectos.

### **1.2.2. Modelo de Hackman y Oldhan**

Hackman y Oldhan ( (1975) citados por Chiavenato, (2019) pp. 493 - 494), utilizan un modelo de investigación basado en un inventario de diagnóstico de las características del puesto, el cual permite medir el grado de satisfacción y de motivación interna para el diagnóstico de la calidad de vida laboral. Según ellos, las dimensiones del puesto producen estados psicológicos críticos que conducen a resultados personales y laborales que afectan la calidad de vida laboral. Es por esto, que para ellos las dimensiones del puesto son:

1. *Variedad de habilidades.* El puesto debe requerir diferentes y variadas habilidades, conocimientos y competencias de la persona.
2. *Identidad de tarea.* El trabajo debe ser realizado de principio a fin por una persona para que pueda percibir su resultado.
3. *Significado de la tarea.* La persona debe tener una clara percepción de las consecuencias y las repercusiones que su trabajo tiene en el trabajo de otras.
4. *Autonomía.* La persona debe tener la responsabilidad personal de planificar y ejecutar las tareas y autonomía propia e independencia para su desempeño.
5. *Realimentación del propio trabajo.* La tarea debe proporcionar realimentación de regreso a la persona para que ésta pueda autoevaluar su desempeño.
6. *Realimentación extrínseca.* Los superiores jerárquicos o los clientes deben proporcionar realimentación por el desempeño de la tarea.
7. *Interrelación.* La tarea debe permitir el contacto interpersonal del ocupante con otras personas o con clientes internos y externos.

### **1.2.3. Modelo de Walton**

Para Walton ( (1973) citado por Chiavenato, (2019) p. 494), existen ocho factores que afectan la calidad de vida en el trabajo, a saber:

1. *Compensación justa y adecuada.* La justa distribución de la compensación depende de qué tan adecuada sea la remuneración por el trabajo que

- desempeña la persona, de la equidad interna (el equilibrio entre las remuneraciones dentro de la organización) y de la equidad externa (el equilibrio con las remuneraciones del mercado de trabajo).
2. *Condiciones de seguridad y salud en el trabajo.* Éstas incluyen las dimensiones de la jornada laboral y el entorno físico adecuado para la salud y el bienestar de la persona.
  3. *Utilización y desarrollo de capacidades.* Se deben brindar oportunidades para satisfacer la necesidad de utilizar las habilidades y los conocimientos del trabajador, para desarrollar su autonomía y autocontrol y para obtener información sobre el proceso total del trabajo, así como realimentación acerca de su desempeño.
  4. *Oportunidades de crecimiento continuo y seguridad.* Se debe ofrecer la posibilidad de hacer carrera en la organización, de crecimiento y desarrollo personal y de seguridad de un empleo duradero.
  5. *Integración social en la organización.* Esto implica eliminar barreras jerárquicas que marcan distancias, brindar apoyo mutuo, franqueza interpersonal y ausencia de prejuicios.
  6. *Constitucionalismo.* Se entiende como la institución de normas y reglas de la organización, derechos y deberes del trabajador, recursos contra decisiones arbitrarias y un clima democrático dentro de la organización.
  7. *Trabajo y espacio total de vida.* El trabajo no debe absorber todo el tiempo ni la energía del trabajador en detrimento de su vida familiar y particular, de su tiempo de ocio y sus actividades comunitarias.



8. *Relevancia social de la vida laboral.* El trabajo debe ser una actividad social que enorgullezca a la persona por formar parte de una organización; la cual debe tener una actuación y una imagen delante de la sociedad, responsabilidad social, responsabilidad por los productos y servicios que ofrece, prácticas de empleo, reglas bien definidas de funcionamiento y de administración eficiente.

#### **1.2.4. Modelo de Lares Soto**

Lares (1998, p. 7) analiza la calidad de vida laboral a partir de dos grupos de componentes destinados a generar bienestar individual y social.

- **Componentes objetivos.** Son las variables que controla la organización. El autor propone: participación y control, equidad económica y medio ambiente.
- **Componentes subjetivos.** Contiene las variables que inciden en la satisfacción laboral de los trabajadores: identidad y autoestima, así como la alineación subjetiva, es decir, el grado de identificación y compromiso que el trabajador tiene con la empresa a partir de la integración de sus capacidades, habilidades, emociones y expectativas con el ambiente de la empresa.

#### **1.3. Dimensiones de la calidad de vida laboral**

Para Chiavenato (2017, pp. 289 - 291) la calidad de vida en el trabajo representa el grado en que los miembros de la organización satisfacen sus necesidades personales en virtud de su actividad en la organización, lo que implica una constelación de factores, como:

- Satisfacción con el trabajo desempeñado
- Posibilidades de futuro en la organización
- Reconocimiento por resultados
- Salario
- Prestaciones
- Relaciones humanas dentro del grupo
- La organización, ambiente psicológico y físico del trabajo
- Libertad para decidir
- Posibilidades de participar.

De la misma forma, para Chiavenato (2017, pp. 291 - 292), está no sólo implica los aspectos intrínsecos al puesto, sino también todos los aspectos extrínsecos contextuales. Afecta actitudes personales y comportamientos importantes para la productividad, como la motivación para el trabajo, la capacidad de adaptación y la flexibilidad ante los cambios en el ambiente laboral, la creatividad y la voluntad para innovar. Por lo que, la preocupación de la sociedad por la calidad de vida se dirige, desde hace poco, a la situación laboral como parte integrante de una sociedad compleja y un ambiente heterogéneo. Haciendo esto que la calidad de vida laboral, asimile dos posiciones antagónicas: por un lado, las reivindicaciones de los empleados en cuanto al bienestar y satisfacción laboral; por otro, el interés de las organizaciones en cuanto al efecto potencial que éstos tienen en la productividad y la calidad.

### **Factores para una buena calidad laboral**

Para Chiavenato (2017, p. 292) algunos medios elevan la satisfacción de las personas

en el trabajo, como los siguientes:

1. *Hacer que los puestos sean más amenos*: muchas empresas tienen una cultura de relajación entre sus colaboradores. La administración deja clara su irreverencia, pero toma la competencia muy en serio. El ambiente divertido hace que las personas estén más satisfechas con lo que hacen, y así elimina la rutina y la monotonía.
2. *Pagar con justicia, brindar prestaciones y oportunidades para ascensos*: esto representa buenos salarios, prestaciones acordes a las necesidades y presupuestos de cada quien; un planteamiento sencillo. No debe haber discrepancias entre lo que las personas reciben y lo que desean.
3. *Adecuar a las personas a los puestos según sus intereses y habilidades*: de ahí la necesidad de admitir a personas con potencial para desarrollarse en el sentido de adecuarlas a los puestos correctos.
4. *Diseñar puestos para que sean desafiantes y satisfactorios*: esto implica delegar más responsabilidad a la gente y proporcionarle mayor variedad, significado, identidad, autonomía y realimentación.

Para Hackman *et al.* ((1977) citados por Chiavenato (2017) p. 292):

El desempeño en el puesto y el clima organizacional son factores de peso al determinar la calidad de vida laboral, es por eso que una mala calidad provoca alienación e insatisfacción en el empleado, mala voluntad, descenso de productividad y comportamientos contraproducentes

(ausentismo, rotación, robo, sabotaje, demandas sindicales, etcétera). Una buena calidad fomenta un clima de confianza y respeto recíproco, en el cual el individuo tiende a aumentar sus contribuciones y a elevar sus oportunidades de éxito psicológico; a su vez, la administración tiende a disminuir los mecanismos rígidos de control social.

#### **1.4. Elementos de la calidad de vida laboral**

En los nuevos paradigmas en los que se considera el desarrollo de los recursos humanos y los objetivos de la organización, en lugar de utilizarlos para alcanzar los objetivos de la organización, la calidad de vida laboral se ha definido por medio de nuevos índices que, según Hayrol et al. (2010, p. 66) son los siguientes:

- Políticas de la organización y estilo de gestión
- Apoyo organizacional
- Vida personal y familiar
- Seguridad y satisfacción en la organización
- Ambiente de trabajo
- Bienestar
- Salud personal.

##### **1.4.2. Políticas de la empresa**

Para David (2003, p. 13) “las políticas de una empresa son los lineamientos generales y específicos que existen en la organización y a los cuales se apegan los procesos existentes. Las políticas se pueden establecer a nivel de dirección y aplicarse

a toda una empresa, a nivel de división y aplicarse a una sola división o a nivel funcional y aplicarse a actividades o departamentos específicos”.

Mientras que para Arias y Espinoza (2010) las políticas son:

Las líneas de conducta que deben de establecerse con el fin de alcanzar sus objetivos; estas permiten al personal directivo de una organización tomar decisiones en cualquier momento ante determinada situación, compensando así la imposibilidad en que se halla la dirección para tratar con cada empleado. La política es, entonces, una guía que indica el camino para facilitar las decisiones. Las políticas constituyen una orden indirecta por medio de la cual los niveles superiores de la organización tratan de terminar la conducta de los niveles inferiores.

### **1.4.3. Apoyo organizacional**

De acuerdo a Eisenberger et al. ((1986) citados por Littlewood, H. (2000) pp. 500 - 502), la percepción de apoyo organizacional “es considerada como uno de los antecedentes inmediatos del compromiso organizacional y se entiende como la interpretación general de los empleados sobre el grado en que la organización valora las contribuciones del personal y se preocupa por su bienestar. Esta variable afectiva, de acuerdo a la Teoría del Intercambio Social propone que los individuos se ven obligados a responder positivamente a un trato favorable proveniente de la organización”.

Por lo que, según estos autores, un alto nivel satisface la necesidad de los individuos, en cuanto a estima y pertenencia se refiere, y generar la expectativa de que un aumento

en el esfuerzo a favor de la organización puede ser objeto de reconocimiento y recompensa. La teoría ha sido utilizada para describir la formación de la lealtad de los individuos hacia la organización. Los hallazgos de la literatura indican que las acciones benéficas realizadas por la organización a favor de sus empleados contribuyen a las relaciones positivas de intercambio y generan la obligación de responder de la misma manera a favor de la organización. (Eisenberger et al., 1986, pp. 503-505.)

La Teoría de la Percepción de Apoyo Organizacional establece, la importancia de identificar los factores determinantes de la percepción de apoyo brindado por la organización, entre los cuales incluye: las necesidades emocionales de los empleados, la lista de refuerzos efectivos para recompensarlos, las creencias globales de los mismos, concernientes a cómo la organización valora su contribución, la preocupación que tiene ésta sobre su bienestar, y como estos factores inciden en el mantenimiento del compromiso del empleado con su empresa, y en consecuencia, en la calidad de su desempeño. Se enfatiza que la, va a estar asociada con el intento de actuar de manera adecuada tanto con la empresa, como con los demás empleados, a fin de lograr una transacción óptima entre los mismos; dicha relación en buena medida va depender de que tanto crean o perciban los trabajadores que las acciones de la organización están dirigidas a lograr su bienestar, satisfaciendo sus necesidades tanto socio emocionales, como de recompensa, este hecho actuará como determinante del grado de obligación que el empleado tenga con la organización (Eisenberger et al., 2002, p. 698)

Los logros organizacionales y personales dependerán en gran medida de la destreza de unos y otros para interpretar y gestionar los acuerdos que más adelante servirán de guía para la construcción de las relaciones laborales; en donde la motivación, el sentido

de pertenencia, las condiciones de trabajo y las necesidades del empleado se conviertan en un punto estratégico para la organización. (Payan, 2011, p. 7)

Con la percepción del apoyo organizacional, el trabajador obtiene la seguridad de que ocupa un lugar importante y participa en la toma de decisiones que lo involucran, que median en su desempeño laboral y en la forma como realiza su trabajo; estos intereses mutuos, posibilitan la creación de metas que integran los esfuerzos, de ambas partes. El trabajo en conjunto permite un intercambio de obligaciones que se desarrollan mediante el establecimiento del contrato psicológico, en los que cada uno de los implicados evalúa lo que está ofreciendo y lo que está recibiendo a cambio (Payan, 2011, p.26)

Rhoades y Eisenberger (citados por Morales et al., 2014) afirman que “existen tres formas de apoyo por parte de la empresa que son más valoradas por los colaboradores y generan mayores niveles de apoyo organizacional son: justicia, apoyo de los supervisores y las recompensas organizacionales y condiciones laborales”.

#### **1.4.4. Vida laboral y familiar**

Thompson et al. (1993, p. 395) aplicaron el concepto de cultura al ámbito trabajo-vida, consistente con el concepto de cultura de Schein, ellos definieron la cultura trabajo-vida como “las concepciones compartidas, creencias y valores respecto al grado en que la organización apoya y valora la integración del trabajo y la vida personal”.

Es decir, se hace referencia a una filosofía donde las creencias compartidas son sensibles a las necesidades de la familia y fomentan que el individuo pueda equilibrar el trabajo y la vida personal. (Warren y Johnson, 1995, p.396)

Las empresas menos compatibles con la vida personal son aquellas que tienen una cultura de trabajo obsesivo. Por ejemplo, si trabajar horas extras es un factor indispensable para la promoción dentro de la organización y es visto como señal de compromiso y dedicación, provoca que el empleado interprete como falta de motivación el retirarse del trabajo a la hora normal de salida (Lewis y Taylor, 1996)

En los últimos tiempos, el mundo se ha globalizado y se ha convertido en un mercado más competitivo donde las empresas intentan tener unos trabajadores más formados, preparados y adecuados al puesto que sus competidores. Dicha mano de obra para desempeñar su tarea o tareas correctamente necesita estar motivada y eso puede influir en la productividad y desempeño en el trabajo.

Según Feldstead et al. (2002, pp. 54 - 76) la conciliación de la vida es “aquella habilidad de los individuos, con independencia de su edad o género, de encontrar un ritmo de vida que les permita combinar su trabajo con otras responsabilidades, actividades o aspiraciones”.

De acuerdo con Melé (2004, pp. 19 - 35) que la mayoría de esos conflictos de conciliación personal y profesional se manifiestan en algunas paradojas y sus correspondientes retos, que aparecen en las relaciones entre familia, empresa y sociedad:

- 1) Trabajo y familia son dos valores universalmente reconocidos, pero no siempre se saben armonizar adecuadamente, ni establecer las correctas prioridades.



- 2) Hay aprecio por la familia y a la vez, se apoya poco a la institución familiar.
- 3) El éxito de la familia es entendido por muchos como un bien social, aunque la sociedad favorece poco el éxito familiar.
- 4) La familia contribuye eficazmente al crecimiento de los niños, soporta el paro de los jóvenes y cuida a los ancianos. Sin embargo, la sociedad y el Estado proporcionan muy poco apoyo económico a esas tareas de las familias.
- 5) Aunque se aplaude la presencia de la mujer en la empresa, en gran medida, las organizaciones siguen estando diseñadas sin tener demasiado en cuenta a las mujeres. Al luchar por la igualdad, fácilmente, se sacrifican los valores de la feminidad.
- 6) Se lamenta la baja natalidad y no se facilita la maternidad.
- 7) Muchos trabajan por amor a su familia, aunque a menudo el trabajo les impide ejercitar ese amor a la familia.

#### **1.4.5. Seguridad laboral**

Chiavenato (2019, p. 492) define la seguridad en el trabajo como:

El conjunto de medidas técnicas, educativas, médicas y psicológicas empleadas para prevenir accidentes y eliminar las condiciones inseguras del ambiente, y para instruir o convencer a las personas acerca de la necesidad de implantar prácticas preventivas. Su empleo es indispensable para el desarrollo satisfactorio del trabajo. Los servicios de seguridad tienen la finalidad de establecer normas y procedimientos que aprovechen los

recursos disponibles para prevenir accidentes y controlar los resultados obtenidos.

Adicionalmente, De la Coleta (199, p. 124), señala que:

La importancia de la implantación por parte de la empresa de una amplia política de beneficios para los trabajadores, a fin de garantizar la elevación del nivel de satisfacción de los mismos con relación a la empresa, al trabajo y al control de la presencia de las llamadas variables depresoras de la vigilancia que comprobadamente comprometen el proceso de seguridad en el trabajo y hacen crecer el número y gravedad de los accidentes.

#### **1.4.6. Bienestar laboral**

Según Cobo Martín et al. (2011, p.10) cuando se habla de salud laboral o bienestar laboral podemos inferir que hace referencia a la situación de seguridad física, mental y social en la que se encuentran los colaboradores de una organización, esto con la finalidad de prever medidas de control dirigidas a fomentar el bienestar y reducir o eliminar los riesgos de enfermedades o accidentes. Tomando en cuenta que la salud física y mental es una de las dimensiones que contribuyen a que los seres humanos tengan una calidad de vida, y más aún en el ámbito laboral, un buen estado de salud permite el adecuado desarrollo de la actividad laboral y constituye la base para conseguir y mantener un adecuado bienestar en el trabajo.

Para Cucaita *et al.* (2013, p. 12) el bienestar de las personas:

Ha estado presente siempre y a la hora de relacionarlo con el trabajo que realiza cada ser humano presenta aún más importancia pues el bienestar laboral trata de encontrar el equilibrio en todas sus dimensiones, pues se busca tener una buena relación con su entorno familiar, social y laboral para mejorar la eficacia, eficiencia, efectividad, compromiso y sentido de pertinencia con sus labores cotidianas.

Para Luecke ( (2007), citado por Campos (2017) p. 36) define que el bienestar laboral es:

El estado deseado por el grupo de personas que laboran en una organización, este se logra por medio de planes, programas y proyectos, que a partir de la gestión involucra elementos dinámicos que buscan mejorar la cotidianidad laboral a su vez la condición personal, familiar y social. Está encaminado hacia la protección de los derechos o intereses sociales de los empleados, la función es complementar y apoyar las políticas generales de la organización hacia las cuales deben dirigirse los esfuerzos y directrices de la misma. Es un proceso de construcción estable y participativo, que demanda la creación, el mantenimiento y el mejoramiento de las condiciones que favorezcan el desarrollo del trabajador, el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia, y que así mismo, acreciente los niveles de satisfacción, eficiencia e identificación con su trabajo y con el logro de la finalidad social de las entidades.

### 1.4.7. Satisfacción laboral

Adánez, ((1990) citado por Caballero (2002) p. 3), define la satisfacción laboral como “el sentimiento de agrado o positivo que experimenta un sujeto por el hecho de realizar un trabajo que le interesa, en un ambiente que le permite estar a gusto, dentro del ámbito de una empresa u organización que le resulta atractiva y por el que percibe una serie de compensaciones psico-socio-económicas acordes con sus expectativas”.

Para Weinert (1985, pp- 297 - 298) el interés por la satisfacción laboral, se debe a varias razones, que tienen relación con el desarrollo histórico de las teorías de la organización, las cuales han experimentado cambios a lo largo del tiempo. Es así por lo que propone las siguientes razones:

- Posible relación directa entre la productividad y la satisfacción del trabajo.
- Posibilidad y demostración de la relación negativa entre la satisfacción y las pérdidas horarias.
- Relación posible entre satisfacción y clima organizativo.
- Creciente sensibilidad de la dirección de la organización en relación con la importancia de las actitudes y de los sentimientos de los colaboradores en relación con el trabajo, el estilo de dirección, los superiores y toda la organización.
- Importancia creciente de la información sobre las actitudes, las ideas de valor y los objetivos de los colaboradores en relación con el trabajo del personal.

- Ponderación creciente de la calidad de vida en el trabajo como parte de la calidad de vida. La satisfacción en el trabajo influye poderosamente sobre la satisfacción en la vida cotidiana.

Robbins et al. ((1996) coinciden con Weinert (1985) pp. 192 - 197) a la hora de definir la satisfacción en el puesto, definiéndola como la actitud general de un individuo hacia su trabajo. También mencionan que los factores más importantes que conducen a la satisfacción en el puesto son:

- a) Un trabajo desafiante desde el punto de vista mental
- b) Recompensas equitativas
- c) Condiciones de trabajo que constituyen un respaldo
- d) Colegas que apoyen y el ajuste personalidad – puesto.

Por otra parte, el efecto de la satisfacción en el puesto en el desempeño del empleado implica y comporta satisfacción y productividad, satisfacción y ausentismo y satisfacción y rotación.

Para Gibson (1996, p. 138) la satisfacción laboral se define como:

El resultado de sus percepciones sobre el trabajo, basadas en factores relativos al ambiente en que se desarrolla el mismo, como es el estilo de dirección, las políticas y procedimientos, la satisfacción de los grupos de trabajo, la afiliación de los grupos de trabajo, las condiciones laborales y el margen de beneficios. Aunque son muchas las dimensiones que se han

asociado con la satisfacción en el trabajo, hay cinco de ellas que tienen características cruciales.

### **1.5. Condiciones ambientales en el trabajo**

Consisten en las circunstancias físicas del ambiente laboral dentro del cual un empleado desarrolla su trabajo; las instalaciones y el ambiente que distinguen a una empresa son factores que influyen sobre la actitud y energía de los trabajadores (Nelson, 2005). Las condiciones ambientales están conformadas por la distribución del espacio físico del área de trabajo con factores como la iluminación, el ruido, la ventilación, temperatura, el mobiliario y equipo de oficina, la seguridad e higiene, etc.

Para Franklin (2013) la determinación de las condiciones ambientales en el lugar de trabajo es una función que no solamente tiene que ver con los materiales, diseño y distribución física, sino que su manejo estratégico genera un impacto en otros aspectos de gran importancia con los objetivos siguientes:

- Determinar el flujo de trabajo entre las unidades o áreas.
- Ubicación de sistemas y procesos de comunicación establecidos.
- Establecer la naturaleza, volumen, frecuencia y forma en que se desarrollan las funciones de cada área, procurando seguir una secuencia operacional lógica.
- Permitir una supervisión adecuada del trabajo y procurar una mayor comodidad.
- Dar espacio a futuras modificaciones de estructura orgánica o funcional.

- Facilitar la ubicación de áreas de atención a clientes.

### **1.5.2. Iluminación**

Según Cortés (2012, p 471) la iluminación correcta del ambiente industrial “permite en condiciones óptimas de confort visual, realiza su trabajo de manera más segura y productiva, ya que aumenta la visibilidad de los objetos y permite vigilar mejor el espacio utilizado”

De la misma forma, Cortés (2012, p. 473) nos dice que la percepción visual tiene lugar cuando de los objetos iluminados o con luz propia parten rayos luminosos que, después de atravesar la córnea y el cristalino donde se refractan, llegan a la retina, donde se forma la imagen invertida de los objetos que mediante el nervio óptico pasa al cerebro encargado de su interpretación. En la percepción visual intervienen diferentes factores, tales como: Acomodación, adaptación, campo visual, agudeza visual, brillo, contraste, tiempo.

Chinchilla (2002, p. 124) define a la iluminación como “la cantidad de luz emitida por una fuente luminosa que cae en determinado tiempo sobre una superficie. Para medirla se depone de una unidad conocida como lux y su símbolo es ‘lx’. Aunque también se pueden emplear los pies candela”.

### **1.5.3. Ruido**

Chiavenato (2017, p. 51) habla del ruido como un sonido o barullo indeseable y tiene dos características principales: frecuencia e intensidad. Algunas investigaciones arrojan evidencia de que el ruido no provoca que disminuya el desempeño en el trabajo. Sin

embargo, está comprobado que el ruido influye poderosamente en la salud del empleado, sobre todo en su audición.

Para Cortés (2012, p. 441) al ruido se le suele definir como un sonido no deseado. Si tenemos en cuenta la influencia del buen funcionamiento del oído humano para ejecutar las órdenes recibidas y efectuar el trabajo de forma correcta, sin el posible riesgo de accidente, así como en las relaciones sociales, ya sean de tipo cultural, informativas, de entretenimiento, diversión, entre otros.

#### **1.5.4. Temperatura**

En los espacios de trabajo están continuamente adaptándose a las condiciones del ambiente, según Chiavenato (2017, p. 279) una de las condiciones ambientales importante es la temperatura. Existen puestos de trabajo cuyo lugar de trabajo se caracteriza por elevadas temperaturas, en los cuales el ocupante debe vestir ropa adecuada para proteger su salud. En el otro extremo hay puestos, cuyo lugar de trabajo impone temperaturas muy bajas.

#### **1.6. Desarrollo profesional**

Para Gómez *et al.* (2016, p. 320) el desarrollo de la carrera es el interés que demuestra la compañía en el crecimiento de los colaboradores debido a que tiene una influencia directa sobre éste mediante diversas herramientas como planes y rutas de carrera, entre otras, para fortalecer los lazos de unión y la retención de los empleados

Indudablemente, si las personas encuentran dentro de la empresa posibilidades de promoción en su carrera y crecimiento profesional se sentirán más satisfechas y



permanecerán colaborando más tiempo, lo que originará que contribuyan indudablemente con los resultados de la organización (Madero, 2010, p.111).

Silverman (2006, pp. 11 - 15) menciona las áreas o actividades más relevantes que deben considerarse para incrementar el desarrollo profesional en los empleados. A continuación, se detallan cada una de ellas:

- a. *Construir relaciones fuertes.* Entre los mismos empleados y entre el binomio jefe-colaborador debido a que cuando los empleados perciben que tienen a su mejor amigo en el trabajo se puede decir que son más productivos, más positivos con los clientes, comparten nuevas ideas y permanecen más tiempo en su trabajo.
- b. *Desarrollar el potencial individual.* Consiste en implementar un proceso de comunicación entre el personal; para ello, se efectúan preguntas personalizadas acerca de lo que es importante para su crecimiento y desarrollo en el trabajo.
- c. *Promover la colaboración y el trabajo en equipo.* Con la finalidad de poder generar mayor integración entre los diversos integrantes del equipo y así poder unir sus esfuerzos en la búsqueda de sus objetivos en común.
- d. *Conectar a todos hacia la misma dirección.* Mientras las relaciones personales se estrechen y vinculen se espera que se desarrolle el potencial y se promueva la colaboración y el trabajo en equipo, ayudando a construir un mayor compromiso; sin embargo, las personas necesitan conocer la visión y las metas de la organización.

Para Fernández (2002, p.65) es posible decir que el desarrollo profesional es un esfuerzo organizado y formalizado que se centra en el desarrollo de trabajadores más capacitados. Tiene un alcance mayor y de duración más extensa que la formación. El desarrollo debe ser una opción empresarial estratégica si la organización quiere sobrevivir en un entorno global y cada vez más competitivo

Para Fuentealba (2006, p. 67) el desarrollo hace referencia tanto a una acción como a un efecto; en este sentido, refiere tanto a un proceso como a un producto y según este autor implica que se produzcan cambios perfectivos a lo largo de la carrera profesional y que exista una relación estrecha entre éstos y el aprendizaje de la enseñanza.

El desarrollo profesional ha sido visto según García (1999, pp. 178 - 180) en cuanto a su forma como acción en tanto las actividades y estrategias empleadas para el mejoramiento del desempeño o como cambio o sea el producto formado en el sujeto a partir de las intervenciones institucionales o no, planteando así que el desarrollo profesional y personal significa crecimiento, desarrollo, cambio, mejora, adecuación, en relación con el propio conocimiento, con las actitudes en y sobre el trabajo, con la institución o departamento, buscando la sinergia entre las necesidades de desarrollo profesional del personal y las necesidades de desarrollo organizativo, institucional y social del contexto.

## **CAPÍTULO 2.**

Este capítulo describe el contexto del ámbito que será estudiado, se recopilan los datos generales, antecedentes, estructura organizacional y lineamientos bajo los cuales se establece la base de la organización.

### **2.1 Concepto de turismo**

Muñoz de Escalona ( (1992), citado por Requena (2006, p. 121)), señala que “el turismo es un concepto impreciso; y un concepto impreciso no es científico, ni puede desarrollarse como fundamento para desarrollar una disciplina científica, estatus al que aspira la doctrina del turismo, pero al cual no ha llegado todavía.”

Por esta razón el concepto de turismo tiene diferentes definiciones, esto basados en aquellas áreas de estudio en el que se analice, creando así una amplia variedad de definir la palabra turismo, a continuación, se presentan algunas de estas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021), define al turismo como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.”

Para Cárdenas ( (2001) citado por Morillo (2011, p. 137)) al referirse al turismo indica que “es el conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos.” Mientras que para Ortuño ( (1980), citado por Morillo

(2011, p. 141)) define el turismo como “la afición del hombre a viajar por el gusto de recorrer.”

El turismo es concebido, por Matute *et al.* ( (2006) citados por Morillo (2011, p. 142)), como “un plan de desplazamiento temporal de ida y vuelta, cualquiera sea el motivo y distancia recorrida. En este último concepto se diferencia al turismo de los viajes realizados por inmigrantes, cuyo propósito es fijar residencia permanente en determinado lugar.”

Para Oscar de la Torre Padilla ( (1980) citado por la Cámara de Diputados (2006)) el turismo “es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural”.

De igual forma la Secretaría de Turismo ((SECTUR), 2021) dice que el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.”

Es de esta forma que se puede definir al turismo como la serie de actividades, que a través de diferentes medios (transportación, hospedaje, alimentos y bebidas, ocio, entre otros) ofrecen una experiencia a aquella persona o grupo de personas, haciendo más

amena el tiempo en el que esta o este pasará dentro del destino o región turística previamente elegidos por estos.

## **2.2 Clasificación de turismo**

No existe una clasificación única para englobar las diferentes formas de turismo existente, es por eso que Ibañez y Cabrera (2011) presentan cuatro clasificaciones generales, las cuales abarcan diferentes tipos de turismo practicados en la actualidad.

### **2.2.1. Clasificación de las modalidades turísticas en función del motivo del viaje**

Existen diversas formas de hacer turismo; debido a esto la tipología del turismo se basa en diferentes elementos para llevar a cabo una clasificación, tomando como principal determinante el motivo del viaje. (Ibañez y Cabrera, 2011, p.74)

#### **2.2.1.1. Turismo masivo**

Es aquel que como su nombre lo indica es ejercido por gran número de personas en destinos de sol y playa principalmente, es la forma más tradicional de hacer turismo. También es considerado como todos aquellos flujos masivos de seres humanos de todas las edades y condiciones, precedentes de las grandes urbes, que se desplazan sincrónicamente en señaladas épocas del año. (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 75)

#### **2.2.1.2. Turismo alternativo**

Para Ibañez y Cabrera (2011, pp. 76 - 77) el turismo alternativo:

Tiene como fin la realización de viajes que permitan al turista participar en

actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico del lugar visitado. Cabe mencionar que esta modalidad está conformada por actividades como: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros.

#### **2.2.1.3. Ecoturismo**

Busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar, y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad. Entre las principales actividades que se realizan en el ecoturismo tenemos: los talleres de educación, el senderismo, la observación sideral, el rescate de flora y fauna, observación de flora, observación de ecosistemas, observación geológica y observación de atractivos naturales. (Ibañez y Cabrera, 2011, pp. 77 - 78)

#### **2.2.1.4. Turismo de aventura**

“Algunos lo llaman turismo deportivo, otro turismo de aventuras, algunos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, las actividades que se practican dentro de esta modalidad son: montañismo, rappel, escalada, cabalgata, espeleismo, ciclismo de montaña, caminata, cruce de rápidos.” (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 79)

#### **2.2.1.5. Turismo rural**

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, este tipo de turismo permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 81)

## **2.2.2 Clasificación del turismo con base en el origen del turista**

Esta clasificación es muy útil cuando se quiere medir la actividad o entender su evolución a través de la integración de las cuentas turísticas, considerando a los turistas que egresan o ingresan a un territorio, si son extranjeros o nacionales, o si pernoctan o no en el lugar de destino. (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 83)

### **2.2.2.1. Turismo receptivo**

Para Ibañez y Cabrera (2011, p. 83) el turismo receptivo es:

Aquel que se produce en un país, cuando llegan a él viajeros que temporalmente, y por diferentes motivos, llegan proveniente del país de domicilio habitual. La permanencia debe ser igual o superior a las 24 horas y la finalidad del viaje, incluso, acepta que sea por razones comerciales, de estudio, de salud, o de trabajo.

### **2.2.2.2. Turismo egresivo**

“También se le llama turismo emisivo, y como se mencionó, refiere a los viajeros que temporalmente y por diferentes motivos se desplazan fuera del país y del domicilio habitual a otros destinos.” (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 84)

### **2.2.2.3. Turismo extranjero**

“El turismo extranjero distingue a la nacionalidad de los visitantes, es decir si este posee una nacionalidad diferente a la del país visitante, entonces será considerado como turista extranjero.” (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 84)

#### **2.2.2.4. Turismo nacional**

Ibañez y Cabrera (2011, pp. 84 - 85) dicen que:

El turismo nacional se puede definir sencillamente como el que realizan al punto de destino los ciudadanos que tienen la misma nacionalidad de éste. O bien, se refiere a la utilización de los atractivos y recursos turísticos (playas, parques nacionales, museos, etc.) y de la estructura turística o planta turística (hoteles, restaurantes, etc.) por parte de los residentes de un mismo país.

#### **2.2.2.5. Turismo internacional**

“Está formado por ciudadanos de un país que visitan a otro, independientemente de sus fines, recreativos, de negocios, culturales, etc.” (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 85)

#### **2.2.2.6. Turismo interno**

“El turismo interno se refiere a la utilización por parte de los residentes y visitantes de los atractivos de la planta turística en un mismo país.” (Ibañez y Cabrera, 2011, pp. 85-86)

#### **2.2.3. Clasificación del turismo con base en la estructura de precios y el tipo del consumo de servicios turísticos**

Otra forma de analizar el turismo es considerando el costo de las actividades que se realizan, ya sea tomando en cuenta al segmento de la población que cuenta con la



capacidad económica para acceder a éstas, o bien haciendo referencia a la estructura de los precios. (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 86)

#### **2.2.3.1. Turismo social**

“El turismo social trata de combinar dos aspectos importantes: la necesidad de que las grandes masas populares tengan acceso a la recreación sana y al descanso que permite viajar y conocer nuevos horizontes tanto geográficos como humanos.” (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 87)

#### **2.2.3.2. Turismo selectivo**

Es aquel que queda reducido a sectores especiales de la demanda, quienes gustan de disfrutar actividades recreativas sumamente costosas; o bien, gustan de disfrutar de todas las comodidades sin importar el gasto en el que incurra. (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 87)

#### **2.2.3.3. Turismo subvencionado**

Cuando las políticas del estado se orientan a beneficiar a una parte de la población, se produce el turismo subvencionado. El subsidio consiste en que algún organismo del estado pague de su presupuesto el costo total o parcial de un viaje del turismo. (Ibañez y Cabrera, 2011, pp. 88 - 89)

#### **2.2.4. De acuerdo a las formas de recreación**

Para Boullón ((1990) citado por Ibáñez y Cabrera (2011, pp. 89 - 90)) nos dice que:

Se entiende por recreación como cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que éste uso se realice en una actividad de placer, siendo por lo tanto el turismo una forma particular de la recreación. Así pues, la planta recreacional es muy variada, por ejemplo: cines, teatros, museos, bibliotecas, bares, neverías, restaurantes, discoteques, shows en centros nocturnos, juegos mecánicos y lugares al aire libre como plazas, juegos infantiles, centros deportivos, canchas de fútbol u otros deportes, sedes de clubes, piscinas, parques y áreas arboladas para pasear o montar a caballo o en bicicleta, las casas de fin de semana, ubicadas dentro del radio de influencia de dos horas distancia tiempo, también forman parte de la planta recreacional de una ciudad y representan la excepción a la regla, porque generalmente las estadías superan las 24 horas, lo cual implica una o varias pernoctaciones

#### **2.2.4.1. Excursiones recreacionales**

Boullón (1990) citado por Ibañez y Cabrera (2011, p. 90) indica que:

En relación con los cortos tiempos de duración de las actividades recreacionales, se desprende que la mayor parte de ellas son de carácter urbano, incluyendo otras que se pueden realizar en la periferia de las ciudades dentro de un radio de influencia que no exceda de dos horas de distancia, tiempo para un viaje promedio de ida o de regreso.

### **2.2.4.2. Recreación popular**

En la recreación popular no pasa lo mismo que con la demanda del turismo popular, que por la falta de oferta no se materializa, porque la demanda recreacional se produce espontáneamente a través del flujo de personas que cada fin de semana o día feriado se vuelca a las calles de la ciudad buscando algo que hacer. (Boullón (1990) citado por Ibáñez y Cabrera (2011, p. 90)

### **2.2.5. De acuerdo a las tendencias de cambio en las necesidades, gustos y preferencias de la gente.**

“Esta clasificación agrupa a siete actividades: el turismo cultural, religioso, gastronómico, idiomático, salud, activo, de parques temáticos, de negocios y sexual.” (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 91)

#### **2.2.5.1. El turismo cultural**

Ibañez y Cabrera (2011, p. 91) lo definen como “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.

#### **2.2.5.2. Turismo religioso**

Son desplazamientos de personas por motivos de fervor y devoción religiosa, no importando el sexo, credo o estatus social, ya sea con la finalidad de cumplir un voto o una promesa, pedir algún tipo de beneficio o dar gracias por algún beneficio ya recibido.

### **2.2.5.3. Turismo gastronómico**

Ibáñez y Cabrera (2011, pp. 92 - 93) definen al turismo gastronómico como:

El desplazamiento a un destino en particular para conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de la región, para conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas específicas que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional, o porque son de temporada, para conocer sus ingredientes e incluso para aprender a prepararlos, es decir, para descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias. (pp. 92-93)

### **2.2.5.4. Turismo idiomático**

“Se entiende por turismo idiomático al desplazamiento cuya motivación principal es aprender un idioma”. (Ibáñez y Cabrera, 2011, p. 93)

### **2.2.5.5. Turismo de salud**

“Se refiere a las técnicas existentes para el tratamiento de enfermedades o simple relajación en spas, saunas u otros centros de medicina tradicional o alternativa”. (Ibáñez y Cabrera, 2011, p. 93)

### **2.2.5.6. Turismo de activo**

“Conjunto de turistas que realizan viajes relacionados con la práctica de algún deporte, desde el más barato y común, hasta el más costoso y sofisticado. Buscan,

además, realizar una actividad física que suponga un cambio en la rutina diaria”. (Ibañez y Cabrera, 2011, pp. 93-94)

#### **2.2.5.7. Turismo de parques temáticos**

Para Steve ( (2001) citado por Ibañez y Cabrera (2011 p . 94)) el turismo de parques temáticos se define:

“Como el conjunto de turistas que viajan con la finalidad de disfrutar de una atracción o elemento destinado o encaminado al disfrute de las diversiones, entretenimientos y otros recursos de ocio, ya sean naturales o creadas por el hombre, especialmente para atraer visitantes”.

#### **2.2.5.8. Turismo de negocios**

Ramos ( (2009) citado por Ibañez y Cabrera (2011, p. 95)) identifica al turismo de negocios como:

El conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Puede ser realizado de manera grupal o individual e incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios, con diferentes propósitos y magnitudes, por ejemplo: congresos, convenciones, incentivos y exposiciones.

### **2.2.5.9. Turismo sexual**

“Es una forma de turismo con el propósito de sostener relaciones sexuales.” (Ibañez y Cabrera, 2011, p. 95)

## **2.3. Definición de turista**

Ibañez y Cabrera (2011, p.32) definen al turista como “cualquier persona que viaja a un sitio fuera de su lugar de residencia, por diversos motivos.”. Mientras que De la Torre (1980) citado por Ibañez y Cabrera (2011, p. 36)) menciona que para The Shorter Oxford English Dictionary, turista es “aquella persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación, alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etcétera.”

La Secretaría de Turismo en su glosario turístico define al turista como “aquel visitante que pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.” ((SECTUR), 2021)

Finalmente, la Ley General de Turismo (2019, p. 4) dice que, el turista es “la persona que viaja temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos”.

## **2.4. Tipos de turistas**

La Secretaría de Turismo presenta una clasificación de turistas, el cual se basa principalmente en el tiempo de visita, lugar de residencia y actividades a realizar.

### **2.4.1. Turista Internacional**

Para la Secretaría de Turismo (2021) el turista internacional es “aquel que pernocta cuando menos una noche en el país visitado”.

#### **2.4.2. Turistas no residentes en el país**

“Son aquellos visitantes no residentes en el país que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos”. ( Secretaría de Turismo, 2021)

#### **2.4.3. Turistas noche en cuartos de hotel**

Es el turista, que ocupa los cuartos de un establecimiento hotelero, por un tiempo de estancia establecido (número de noches que pernoctan en el establecimiento). (, Secretaría de Turismo, 2021)

#### **2.4.4. Turistas residentes en el país**

Según la Secretaría de Turismo (2021), son “aquellos visitantes residentes en el país que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos”.

### **2.5. Definición de servicios turísticos**

Para Pretelt (2013) los servicios turísticos son:

El conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los

bienes turísticos, incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, entre otros.

Para Perini (2014, p.6 ) “las empresas turísticas son empresas de servicios que, si bien prestan servicios no asociados a la adquisición de un bien tangible, para ello necesitan contar con infraestructura y equipamientos, convirtiéndose en grandes consumidores de productos físicos.”

## **2.6. Empresas prestadoras de servicios turístico**

Según la metodología propuesta por la Organización Mundial del Turismo ((OMT citada por Perini, 2014, p.6 )), los servicios turísticos se pueden clasificar de la siguiente manera:

**Servicios específicos:** son aquellos relacionados directamente con el cliente turístico. A su vez se subdividen en servicios característicos y asociados. Los primeros son aquellos que en ausencia del fenómeno turístico desaparecerían por completo o su consumo se vería sensiblemente disminuido, como por ejemplo los hoteles, los restaurantes, servicios de ocio y recreación, las agencias de viajes, etc. Los segundos son consumidos en cantidades significativas por los visitantes, aunque en ausencia de los turistas seguirían siendo consumidos por los residentes, por ejemplo, el transporte interurbano, los taxis, los museos, los



teatros, entre otros.

**Servicios no específicos:** aquellos relacionados indirectamente con el usuario turístico, como por ejemplo los centros de salud, farmacias, supermercados, bancos, entre otros.

De la misma forma para Perini (2014), tienen la consideración de servicios turísticos:

**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 OPC:** 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:** Agencias de Viajes, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.

**Servicios de consultoría turística:** esta dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.

**Servicios de transporte:** ofrecido por la necesidad de movilización de los turistas.

## **CAPÍTULO 3.**

Este capítulo se centra en conceptualizar a las Agencias de Viajes, para poder conocer el panorama actual que tienen en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

### **3.1. Agencias de viajes**

En los orígenes de las agencias de viajes modernas, Loguistic (2013) relata que:

En el siglo XIX, fue Thomas Cook el fundador del Thomas Cook Group, que fue la primera agencia de viajes moderna. Además, a él se deben una serie de innovaciones en el sector turístico, tales como la creación del package tour y el establecimiento de una cadena de agencias de viajes.

Otra perspectiva es la de Tostado (2016), quien también establece como principal promotor de las agencias de viajes a Thomas Cook, pero como uno de los organizadores de reuniones antialcohólicas a mediados de siglo XIX, concretamente el 5 de julio de 1841. Para ello, contrató un tren en el que viajaron 570 personas que, tras el pago de 1 chelín, obtuvieron un billete de ida y vuelta además de incluir una merienda y la posibilidad de jugar al cricket y bailar al son de una banda. Viendo las posibilidades de explotar esta idea en el futuro fundó poco tiempo después *Thomas Cook & Son*, la primera agencia de viajes de la historia.

Es así que para Parragá *et al.* (2020, p. 160) el verdadero desarrollo de las agencias de viaje se dará a partir del desarrollo de la aviación comercial, en un primer momento a partir de las décadas del 20 y 30 en el siglo XX, y de forma más acelerada a partir de los

años 50, tras la Segunda Guerra Mundial, lo que históricamente se da como el comienzo a las actividades realizadas en las agencias de viajes.

Xiu (2013) dice que en México la actividad de las agencias de viajes:

Inició aproximadamente en los años veinte, durante la primera convención de club de rotarios que fue en 1926 nace el turismo en forma masiva en el país, debido a este evento se vio en la necesidad de formar la primera agencia de viajes oficial en la ciudad de México, misma que empezó a operar con el nombre de Wagons Lits. A partir del 25 de junio de 1935 comenzaron a surgir más agencias de viajes que fueron creadas por guías de turistas nacionales, dando el nacimiento a la Asociación Mexicana de Agencias De Viajes (AMAV), la cual representan a las agencias de viajes en las diferentes entidades de México brindando asesoramientos, tramites, mejoramiento de las instalaciones y facilidades en poder operar las agencias de viajes a favor de la comodidad del turista.

### **3.1.1. Definición de agencias de viajes**

Acerenza (2009) citado por Chillogalli y Tigasi (2017, p.29) define a las Agencias de Viaje como “una empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes, la venta de servicios sueltos, u organizados en paquetes, en carácter de intermediaria entre las empresas llamadas a prestar los servicios y el usuario final, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole”.

La Secretaria de Turismo (2021) define a la agencia de viajes como:

“Aquella empresa que concibe, crea, planea, organiza y ejecuta programas de servicio de viajes para el organizador o el cliente en los que incluye normalmente alojamiento, alimentación, transporte de aproximación y local, así como excursiones en sitio y a los alrededores para el grupo de participantes en el evento a petición del cliente; bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales”.

Para García *et al.* ( (2009) citados por Saldaña (2013, p. 13)), la agencia de viajes “es una empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores del rubro viajes, tales como aerolíneas y hoteles, entre otros, ofreciéndoles a los primeros, mejores condiciones de contratación en los viajes que desea emprender.”

Es así que podemos definir a la agencia de viajes como aquella empresa dedicada a la creación, planeación, organización y ejecución de servicios de viajes ya sea locales, nacionales o internacionales, los cuales pueden estar integrados como: servicios sueltos (hospedaje, transportación, alimentos o vuelos) o servicios organizados en paquetes (vuelos + transportación + hospedaje + alimentos), estas pueden ofrecer el servicio de manera directa o indirecta (a través de la venta a agencias para su colocación en el mercado).

Es así que García *et al.* ( (2009) citadas por Saldaña (2013, p. 15)) las agencias de viajes a nivel internacional, cumplen las siguientes actividades:

1. Reservar boletos de cualquier tipo de transporte, alojamiento.

2. Expedir visa y pasaporte.
3. Alquiler de coches, con o sin chofer
4. Reservar entradas para monumentos, museos, teatros y otros espectáculos.
5. Contratar servicios de guías de turistas para visitas y excursiones.
6. Cambiar moneda y emitir cheques de viajero.

### **3.1.1 Tipos de agencias de viajes**

Para Acerenza (2010) citado en Entorno Turístico (2020) pp. 20 - 23) Las agencias de viajes se clasifican de distinta manera, en función del tipo de intermediación que llevan a cabo en el sistema de distribución de viajes y turismo, las características de las actividades que desarrollan y la forma de operación del negocio. Enseguida se presentan las diferentes clasificaciones de estas empresas según dichos criterios:

#### **3.1.1.1 En función del tipo de intermediación que llevan a cabo:**

- **Mayoristas:** contratan en grandes volúmenes los servicios independientes de los proveedores de servicios turísticos (en especial de las líneas aéreas y de los hoteles) por lo cual obtienen precios más bajos y preparan con ellos los paquetes turísticos que más tarde venden en el mercado a través de las agencias de viajes minoristas.
- **Minoristas:** venden directamente al cliente final. Son intermediarias entre el cliente y los proveedores de los servicios independientes (líneas aéreas, hoteles, arrendadoras de autos y otros), y de quienes elaboran paquetes

turísticos (mayoristas y *tour operadoras*), recibiendo por ello una comisión por parte de los proveedores.

### 3.1.1.2 De acuerdo con la orientación de sus actividades

- **Agencias de viajes emisoras.** Orientan toda su actividad en el envío de viajeros hacia el exterior del lugar en donde están instaladas, razón por la cual se le llama también “agencias de viajes exportadoras” (en inglés a esta actividad desarrollada por las agencias se le conoce como *outgoing*).
- **Agencias de viajes receptoras.** Se ocupan de traer turistas de otras áreas geográficas al lugar donde están localizadas. Por tanto, se les conoce como «agencias de viajes importadoras” (en inglés la actividad es conocida como *incoming*).
- **Agencias de viajes mixtas.** Desarrollen sus actividades en ambos sentidos. Se estima que entre 20 y 30% de las agencias de viajes tienen este enfoque, el cual implica contar con una estructura organizacional que permita llevar a cabo en forma armónica ambas actividades.

### 3.1.1.3 De acuerdo con la forma como operan el negocio

- **Agencias de viajes físicas:** instaladas en un local para la atención al público, pueden ser a su vez de dos tipos:
- **Agencias de viajes propias:** cuyas actividades sean planificadas, organizadas y conducidas por sus propios dueños.

- **Agencias de viajes franquiciadas:** operan con una franquicia otorgada por una franquiciadora que le concede el derecho de explotar el negocio siguiendo ciertas prácticas comerciales. La franquicia le aporta a la agencia la marca, la imagen corporativa del negocio, el conocimiento (know how), los productos y la formación del personal, así como el plan de marketing y el sistema administrativo del negocio.
- **Agencias de viajes virtuales:** desarrollan sus actividades online y surgieron como consecuencia del avance en el uso de internet.

Mientras que para García *et al.* (2009), las Agencias de Viajes se clasifican:

#### 3.1.1.4. Según la naturaleza de sus ventas:

- **Mayoristas:** son aquellas que proyectan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios y viajes combinados para su afianzamiento. No pudiendo vender ni ofrecer su producto al usuario.
- **Minorista:** comercializan el producto de las agencias de viajes mayoristas vendiendo directamente al usuario turístico o proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y viajes combinados al turista, no pudiendo ofrecer ni comercializar sus productos a través de otros servicios.
- **Agencias de Viajes de Publicidad:** las agencias de viajes, aunque suele contar con muchos folletos publicitarios, tienen a menudo la necesidad de hacer publicidad. Cuando este es el caso, las agencias de viajes concentran sus esfuerzos en dos grandes categorías, que dependerán del área donde



operan.

- **Mayoristas/Minoristas:** pueden simultanear las actividades de los 2 grupos.

#### 3.1.1.5. Atendiendo a la actividad que realizan pueden ser:

- **Emisoras:** donde está la gente que tiene intención de viaje
- **Receptiva:** está donde llega el turismo de masas
- **Emisora/receptiva:** simultanean las 2 actividades.

#### 3.1.1.6. Según el tráfico de viajeros:

- **Emisoras (outgoing):** envían viajeros a áreas geográficas distintas del lugar donde se encuentra la propia agencia.
- **Receptivas (incoming):** se ocupan de atender o traer turistas de otras áreas geográficas.
- **Emisoras/Receptivas:** simultáneamente organizan el tráfico en ambos sentidos.

### 3.2. Agencias de viajes en Chiapas

De acuerdo a la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas (2021) el Estado cuenta con 204 agencias de viajes las cuales ofrecen tanto servicios locales, estatales, regionales, nacionales e internacionales, estando repartidas de la siguiente forma y segmentos:

**Agencias Especializadas:** 12

**Mayoristas: 18**

**Minoritas: 91**

**Tour Operadoras: 83**

### **3.2.1. Agencias de Viajes en Tuxtla Gutiérrez**

#### **3.2.1.1. Tuxtla Gutiérrez**

Según la información obtenida a treves del último censo de población del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2021), Tuxtla Gutiérrez al 2021 cuenta con 604,147 habitantes representando más del 11.5% de la población del estado. La población de 3 años y más, que, habla al menos una lengua indígena fue de 12,900 personas, lo que corresponde a 2.14% del total de la población de Tuxtla Gutiérrez. Las lenguas indígenas más habladas fueron Tzotzil (4,364 habitantes), Tzeltal (4,304 habitantes) y Chol (1,256 habitantes).

Según el reporte realizado por la secretaria de Economía de Tuxtla Gutiérrez (2016) la población de Tuxtla Gutiérrez:

- Con 38,251 unidades económicas, Tuxtla Gutiérrez representa el 19.4% del estado, siendo así el núcleo económico a nivel comercio.
- La capital sobresale por su número total de establecimientos y también porque mantiene una mayor concentración de unidades económicas en los sectores más importantes del estado que son “comercio, manufacturas y servicios privados no financieros”. Dentro del sector “comercio”, la actividad con mayor crecimiento en Tuxtla Gutiérrez es

“servicio de preparación de alimentos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas” reportando un crecimiento de 29.9%.

- Tuxtla cuenta con 127,366 “personas ocupadas” también representa el 27.9% del personal ocupado del estado. (p. 3)

De la misma manera la Secretaría de Economía (2016, pp. 6 - 7) reporta que:

En Tuxtla Gutiérrez se encuentran concentradas 38,251 unidades económicas, siendo “comercio al por menor” la actividad más popular en donde encontramos 16,066 establecimientos. Otras actividades populares en la capital son “servicios de alojamiento temporal y de preparación alimentos y bebidas” así como los negocios dedicados a la industria manufacturera. En el estado de Chiapas los tres sectores con mayor número de unidades económicas en los últimos años han sido el “comercio, servicios privados no financieros y las manufacturas”. Los años censados para determinar dicho aumento corresponden al 2009 y 2014. El sector con mayor crecimiento en los años censados es el “comercio”, esto se vio reflejado tanto a nivel estatal como en Tuxtla Gutiérrez, incluso de los tres sectores destacados en el estado, mantiene un mayor crecimiento en ellos. En el Sector “comercio” también se encontró la cantidad más alta de establecimientos dedicados a esta categoría, dando un total de 14,540 unidades económicas censadas en 2014 frente a las 13,605 censadas en 2008, dando un crecimiento de 6.9%. El último a considerar es el Sector de “servicios privados no financieros”, en donde nuevamente la capital

representa el mayor número de establecimientos con 12,167 unidades económicas, donde se muestra un crecimiento de 22.4%.

Tuxtla Gutiérrez es el municipio con la mayor disposición de cuartos para alojamiento temporal, llegando a los 5,406 cuartos. (p. 9)

En cuanto a la conectividad aérea, en el informe mensual de la Secretaría de Turismo (2021) en octubre del 2021, se tuvo una afluencia de 1,211,793 pasajeros, de los cuales 929,825 afluyeron al aeropuerto de la capital; esto es posible gracias a que existen vuelos directos a las principales ciudades del país.

Finalmente, la Secretaría de Economía (2016, p. 19) termina el reporte diciendo que:

Gracias a su ubicación geográfica privilegiada, Tuxtla Gutiérrez se mantiene como centro de alojamiento y punto de partida para viajar alrededor del estado, su capacidad de alojamiento es la más amplia y sus establecimientos son de la más alta calidad, esta misma ubicación dota a la capital de las características necesarias para ser el centro de distribución a nivel Centroamérica tanto por vía terrestre conectando fácilmente con los puertos como aérea; el aeropuerto principal cada vez oferta más vuelos directos a las principales ciudades, con mayor número de aerolíneas disponibles. La tendencia para Tuxtla Gutiérrez es no solo ser el centro de partida para recorridos turísticos sino también el centro de carga y descarga de mercancías.

### 3.2.2.2. Agencias de viajes con presencia en Tuxtla Gutiérrez

La secretaria de Turismo del Estado de Chiapas (2021) el Estado reporta que la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez, tiene 94 agencias de viajes, las cuales se encuentran segmentadas y repartidas de la siguiente forma:

**Figura 1.** Clasificación de las agencias de Viajes con presencia en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez

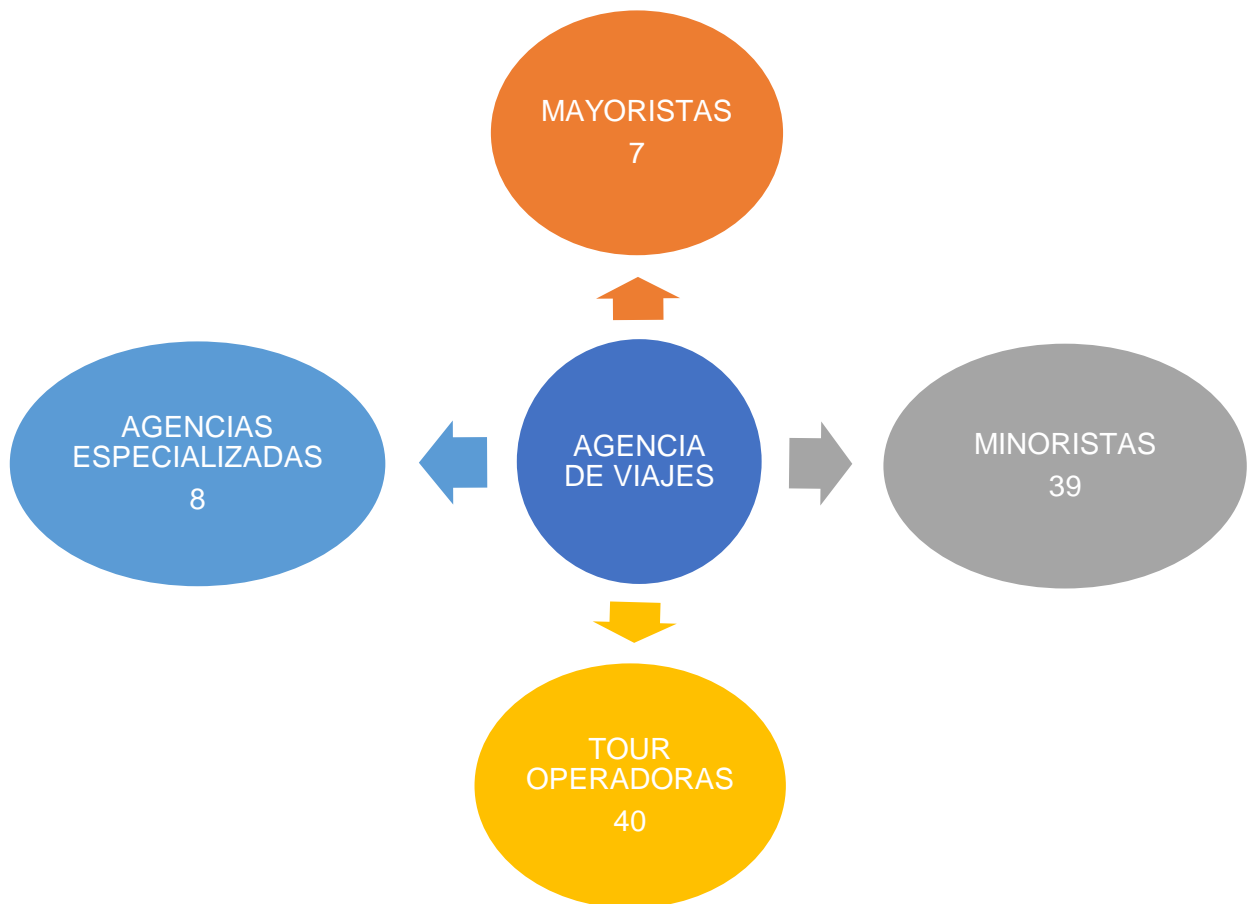


Figura 1,  
Fuente: elaboración propia.

## **CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En este apartado se definirá la investigación y se especificarán las herramientas, técnicas y enfoques que se emplearán para el desarrollo del estudio.

### **4.1 Justificación**

Se pretende identificar el impacto que tiene la calidad de vida laboral dentro de una agencia de viajes, así como conocer aquellas ventajas o desventajas que la calidad de vida laboral puede tener en el desarrollo profesional de los empleados de las agencias de viajes.

Analizar y establecer, la importancia de contar con una calidad de vida laboral alta, esto, como índice en el crecimiento en el desempeño laboral.

Se pretende reconocer la importancia que tienen los empleados, los cuales se encargan de cumplir las metas y objetivos establecidos por la organización.

Brindar el apoyo a las agencias de viajes para que logren establecer un índice de calidad de vida laboral que beneficie y fomente la integración plena de los empleados con la organización, logrando una mayor estabilidad laboral y beneficios económicos tanto para los dueños o accionistas como para los empleados.

### **4.2. Planteamiento del problema de investigación**

Durante el 2020, el Estado de Chiapas recibió 3,314,248 visitantes, siendo: Tuxtla Gutiérrez, (865,713), San Cristóbal de Las Casa (556,800), Tapachula (451, 389 ), Palenque (395,443) y Comitán (167,611) las 5 ciudades más visitadas del estado, a los

cuales se les pudo brindar un servicio del giro turístico (hospedaje, alientos, transporte, tours guiados, entre otros), necesario para cumplir con sus expectativas, haciendo figurar a este entre las 5 entidades más visitadas del país; además de generar una derrama de \$7,637,000,000.00 de pesos, ((SECTUR) S. d., 2021)

El poder contar con el personal para poder realizar sus operaciones, es algo importante para cualquier empresa en el giro turístico. Hoy en los Estados Unidos Mexicanos, se ha observado un incremento en la cantidad de turistas provenientes de otros países, los cuales cada vez buscan servicios de calidad, uno de estos servicios es el ofrecido por las agencias de viajes. En Chiapas, la Secretaría de Turismo (SECTUR) a través del reporte Estadístico de Indicadores del Sector Turístico de Chiapas 2021 reporta que:

En lo que va de enero a septiembre del año 2022, el Estado de Chiapas, recibió a 5,896,292 visitantes, representado un incremento de alrededor de 1,053,613 visitantes más, con respecto al mismo periodo 2021. La derrama económica acumulada en este periodo es de \$15,785,000,000.00, resultando una progresión de más de \$3,248,000,000.00, en comparación con el mismo periodo 2021. El promedio de enero a septiembre de la ocupación hotelera fue de 36%, reflejando un comportamiento mayor en comparación con el mismo periodo 2021 (alrededor de un 8% más). ((SECTUR) S. d., 2021)

**Figura 2.** Reporte Estadístico de Indicadores del Sector Turísticos del Estado de Chiapas enero – septiembre 2022.



**Figura 2.**  
 Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas 2022.

Como se aprecia Chiapas es un Estado que recibe un importante número de visitantes al año, lo que representa una derrama económica alta; razón por la que el número de empresas dedicadas a brindar servicios a este mercado ha presentado un incremento gradual, por lo que para octubre del 2021, se contaban con: 956 hoteles, 204 Agencias de Viajes, 897 restaurantes, 178 transportadoras turísticas y 18 empresas arrendadoras de autos y transportes. ((SECTUR), 2021)

El Censo General de Población y Vivienda 2020, señala que en el municipio de Tuxtla Gutiérrez residen 604,147 habitantes, los cuales representan alrededor del 10.90% de la población total del Estado de Chiapas, de estos un 52.4% de la población se compone



por mujeres, mientras que el restante de la misma 47.6% son hombres. (INEGI (2021))

La ciudad de Tuxtla Gutiérrez, recibió 1,233,889 visitantes entre enero y septiembre del año 2022, lo que representó una derrama económica de alrededor de \$4,122,582,312.00; los cuales se repartieron entre servicios de transporte, hospedaje, alimentos y bebidas, compra de artesanías locales y entradas a sitios o lugares turísticos. En tanto la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez, cuenta al mes de octubre del 2022, con un total de 94 agencias de viajes, según el directorio proporcionado por la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas. ((SECTUR) S. d., 2021)

**Tabla 1.** Distribución de las Agencias de Viajes presentes en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez

<b>Tipo</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Minorista</b>	<b>39</b>
<b>Mayorista</b>	<b>7</b>
<b>Tour Operadora</b>	<b>40</b>
<b>Agencia especializada</b>	<b>8</b>
<b>Total</b>	<b>94</b>

*Fuente: Elaboración propia partir de información obtenida del Directorio de Agencias de Viajes de la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas 2022.*

En lo que respecta a la contribución de la actividad turística al bienestar de la población del destino y la calidad de vida local, decir que lamentablemente no existen sistemas automáticos de medida de los impactos sociales y productivos de la actividad turística y tampoco se conocen datos básicos como la contribución de esta actividad al Producto Interno Bruto (PIB), de Tuxtla Gutiérrez, tanto de forma directa, como de forma indirecta e inducida.

En el presente trabajo de investigación se abordará el tema de la calidad de vida organizacional y su impacto en el desarrollo profesional de los trabajadores en la agencias de viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, como se presenta en la información abordada, en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez las agencias de viajes se encuentran posicionadas para poder ofrecer servicios a los clientes, sin embargo las condiciones económicas y laborales presentan una variación entre los ingresos generados y el salario recibido por los trabajadores de este giro comercial.

La calidad de vida laboral es un concepto nuevo dentro de la administración de negocios, esto debido a que juega un papel importante para el desarrollo de las operaciones en las empresas, aunque al ser un tema nuevo, se desconoce o se ignora las ventajas que puede traer dentro de las agencias de viajes.

La calidad de vida laboral está compuesta por la manera en que los trabajadores perciben, sienten y experimentan la presencia de factores de riesgo, inseguridad personal e insatisfacción, derivados de situaciones relacionadas con el desempeño de su actividad laboral y la falta de condiciones adecuadas en los puestos de trabajo, lo que conduce a introducir medidas como una mejor iluminación, pausas de descanso, evaluar la curación de la jornada laboral, etc., que surgen vinculadas a la necesidad de mejorar la calidad en el trabajo. (Camacaro, 2010)

Las agencias de viajes, se caracterizan por laborar bajo un ambiente laboral con una presión media o alta, esto debido a las funciones operativas, administrativas, de ventas y directivas que se requieren para poder tener una buena relación con clientes y proveedores. Es por esto que, al momento de buscar personal, se prioriza a aquel

aspirante que cuente con un compromiso, motivaciones y capacidades para responder a aquellas situaciones que surjan de improviso o que no se cuentan con medidas anticipadas para atenderlas.

Al desarrollar actividades como intermediario, las decisiones tomadas por los encargados deben de estar enfocadas, para atender aquellas áreas en las que se cuentan con oportunidades. Con el fin de hacer más eficientes los procesos, logrando un mejor interés al gestionar el desarrollo del personal dentro de la organización empresarial.

En la actualidad en las agencias de viajes se viene manejando la modalidad de comisiones al momento de asignar un salario a los trabajadores los, cantidad que dependerá del monto total del atractivo turístico vendido (ya sea nacional o internacional), además de complementos o servicios extras (boletos de avión, renta de vehículos, entre otros) que puedan ser incluidos en la venta total yendo desde los \$100.00 por paquete turístico vendido. La mayoría de empleados se establecen vender una cantidad mensual, semanal o diaria de paquetes, esto con el fin de obtener ingresos estables en un Estado en el que los ingresos por turismo son muy altos; de la misma forma las agencias ofrecen garantías además de beneficios a sus empleados, los cuales pueden ser descuentos o viajes de cortesía esto con el fin de desarrollar los conocimientos y así tener herramientas al momento de ofrecer los destinos turísticos.

### **4.3. Objetivos**

#### **4.3.1. Objetivo general:**

La calidad de vida laboral y su impacto en el desarrollo profesional de los trabajadores en las agencias de viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez

#### **4.3.2. Objetivos específicos**

- ✓ Identificar el nivel de calidad de vida de los trabajadores en las agencias de viajes de la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.
- ✓ Determinar los elementos de la calidad de vida que influyen en el crecimiento laboral en las agencias de viajes.
- ✓ Conocer la influencia que tiene la calidad de vida laboral con el crecimiento laboral de los trabajadores en las agencias de viajes.

### **4.4 Alcance de la investigación**

Debido a que se busca investigar la relación de un factor en relación con otro para establecer la importancia de las causas de estos, en este proyecto de investigación se maneja una metodología correlacional, ya que a través de esta se pretende evaluar el grado de influencia de la calidad de vida en el desarrollo personal de los trabajadores de las agencias de viajes.

Según Cancela *et. al.* (2010, p.8 ), los estudios correlacionales comprenden:

Aquellos estudios en los que estamos interesados en describir o aclarar las relaciones existentes entre las variables más significativas, mediante el uso

de los coeficientes de correlación. Estos coeficientes de correlación son indicadores matemáticos que aportan información sobre el grado, intensidad y dirección de la relación entre variables. Asimismo, la utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otra variable relacionadas. Es decir, para intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos en una variable, a partir del valor que tiene en la variable o variables relacionadas.

De la misma forma, Hernández et al. (2014, p. 93) mencionan que “los estudios correlacionales tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular.”

#### **4.5. Delimitación de la investigación**

**Delimitación espacial:** Agencias de Viajes con presencia en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

**Delimitación cuantitativa:** La investigación se basa en una muestra probabilística, usando la fórmula de muestra estratificada.

**Delimitación conceptual:** Calidad de vida laboral y desarrollo profesional de los empleados.

## 4.6. Hipótesis

Al obtener una mayor calidad de vida laboral, se tendrá mayor desarrollo profesional de los trabajadores de las agencias de viajes en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

## 4.7. Variables

**Tabla 2.** Descripción de variables de investigación

Variables	Definición	
	Conceptual	Operacional
<b>Calidad de vida laboral</b>	La calidad de vida laboral depende de todos aquellos elementos que constituyen el medio ambiente de trabajo. Por tanto, depende de la naturaleza de las características de las condiciones de trabajo, y de la dimensión subjetiva, que es el conjunto de percepciones y de experiencias laborales que de manera individual y colectiva originan realidades características dentro de un mismo contexto organizacional.	Independencia operacional, cumplimiento de objetivos, asesoramiento, capacitaciones, estímulos económicos, ambiente laboral, herramientas
<b>Desarrollo profesional</b>	Para García (1999, pp. 178 – 180) el desarrollo profesional significa crecimiento, desarrollo, cambio, mejora, adecuación, en relación con el propio conocimiento, con las actitudes en y sobre el trabajo, con la institución o departamento, buscando la sinergia entre las necesidades de desarrollo profesional del personal y las necesidades de desarrollo organizativo, institucional y social del contexto.	Horario laboral, Oportunidades de crecimiento, delegación de responsabilidades, desarrollo de colaboración laboral.

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.8. Diseño de la investigación**

En la presente investigación se abordará el diseño no experimental de carácter cuantitativo, ya que a través de este se permite conocer y analizar los fenómenos en un ambiente natural sin manipulaciones. Para Hernández et al. (2014, p. 152) “la investigación no experimental cuantitativa se realiza sin manipular deliberadamente variables, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”. Es así que para Hernández et al. (2014, p. 152) “lo que se realiza en la investigación experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos.”

De la misma forma se manejará un corte transversal, esto debido a que se llevará a cabo en la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único, finalmente esta investigación se basará en asociar las dimensiones de la calidad de vida en el desarrollo profesional de los empleados de las agencias de viajes en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez. Hernández et al. (2014, p. 154) “explican que los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”.

#### **4.9. Definición de la población y selección de la muestra.**

Según Hernández et. al. (2014, p. 174), la población es: “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. Mientras que, Tamayo y Tamayo (2006, p. 176), define la muestra como: “el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población”.

universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada.

#### **4.9.1. Definición de la población**

“El universo es el conjunto de elementos – personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras- finitos e infinitos, a los pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación”. (Camacaro, 2010)

En tal sentido definimos al universo como un conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas. El universo para la presente investigación está determinado por las empresas prestadoras de servicios turísticos en la modalidad de Agencias de Viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

Para el proceso cuantitativo, Hernández et al. (2014, p. 173) nos dicen que “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población”.

En Tuxtla Gutiérrez, al año 2021, se cuenta con un total de 94 agencias de viajes, según el directorio proporcionado por la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas. ((SECTUR), 2021)



#### 4.9.2. Selección de la muestra

Murray y Larry (2009) nos presentan la siguiente fórmula para poder determinar la muestra de una investigación:

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2(N-1) + \sigma^2 p q}$$

**Donde:**

N = universo o población.

p = probabilidad a favor.

q = probabilidad en contra.

$\sigma^2$  = coeficiente de confianza.

e = error de estimación en este caso se utilizó un valor de 5%.

n = número de elementos (tamaño de la muestra)

**Sustituyendo:**

N = 94

p = 50% = (0.50)

q = 50% = (0.50)

$\sigma^2$  = 95% = 1.96

e = 10% = 0.10

n = ¿?

**Calculando:**

$$n = \frac{(1.96)^2(94)(0.50)(0.50)}{(0.10)^2(94 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(94)(0.50)(0.50)}{(0.010)(94 - 1) + (3.8416)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{90.2776}{(0.010)(93) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{90.2776}{(0.93) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{90.2776}{1.8904}$$

$$n = 47.76$$

**n= 48 empresas**

**Tipo de muestreo estratificado:**

$$\frac{n}{N} = \frac{48}{96} = 0.50$$

**Tabla 3. Cálculo de la muestra por el método estratificado**

<b>Minorista</b>	39 * 0.50	20
<b>Mayorista</b>	7 * 0.50	4
<b>Tour operadora</b>	40 * 0.50	20
<b>Agencia Especializada</b>	8 * 0.50	4
<b>Total</b>		<b>48</b>

*Nota: Para fines de esta tabla y de la muestra en general, se usará a un individuo por empresa, esto debido a que la Secretaría de Turismo (SECTUR) no genera registros del personal por tipo de agencia de viajes. Por lo que solo se considerara al personal operativo de las mismas.*

#### **4.10. Técnica e instrumentos para la recolección de datos**

Para Chasteauneuf (2009, citado por Sampieri (2014, p. 217)) un cuestionario “consisten un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Es así que Sampieri (2014) dice que los cuestionarios:

Se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad). Pero también, se implementan en otros campos. Por ejemplo, un ingeniero en minas usó un cuestionario como herramienta para que expertos de diversas partes del mundo aportaran opiniones calificadas con el fin de resolver ciertas problemáticas de producción.

Es por esto, que en la siguiente investigación se utilizó la encuesta como técnica y herramienta para la recopilación de información, esto con el fin de observar, diagnosticar y conocer la calidad de vida laboral y el impacto que esta tiene en el desarrollo profesional de los trabajadores en las agencias de viajes presentes en la Ciudad Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

#### **4.11. Instrumento de medición**

El instrumento cuenta con 37 ítems con preguntas cerradas de opciones múltiples, las cuales se aplicarán a personal operativo de las agencias de viajes presentes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, a continuación, se presenta el desarrollo de los ítems con base en cada variable que se pretende conocer y analizar.

**Tabla 4.** Desarrollo de Ítems

La calidad de vida laboral y su impacto en el desarrollo profesional de los trabajadores en las agencias de viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.			
Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
<b>Calidad de vida laboral</b>	Responsabilidad, participación e independencia operacional.	Grado en que los trabajadores perciben la responsabilidad, participación e independencia con la que cuentan para realizar actividades cotidianas	<b>1.- ¿En qué nivel conoce las obligaciones y responsabilidades que conlleva un puesto de trabajo?()</b> Muy Alto () Alto () Medio() Bajo () Muy bajo
			<b>2.- ¿En qué nivel sitúa la responsabilidad que tiene dentro de la operatividad de la empresa?</b> () Muy alta() Alta () Media() Baja () Muy baja
			<b>3.- ¿Cuál es su nivel de compromiso con la empresa?</b> () Muy Alto() Alto () Medio() Bajo () Muy bajo
			<b>4.- ¿Conoce los objetivos de la organización? ()</b> Si () No
			<b>5.- ¿Cómo evalúa el grado de participación para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?</b>

		<p><input type="checkbox"/> Muy Alto() Alto <input type="checkbox"/> Medio() Bajo <input type="checkbox"/> Muy bajo</p> <p><b>6.- ¿Cómo evalúasu participación dentro de la tomade decisiones operativas de la empresa?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Excelente() Muy bien <input type="checkbox"/> Bien <input type="checkbox"/> Regular() Mal</p> <p><b>7.- ¿En qué medida considera que cuenta con la libertad laboral para realizar sus actividades cotidianas?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muy Alta() Alta <input type="checkbox"/> Media() Baja <input type="checkbox"/> Muy baja</p> <p><b>8.- En caso de presentarse una situación adversa,que requiera una solución rápida, ¿Usted considera que cuenta con la libertad para actuarde manera autónoma?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
	<p>Condiciones físicas del lugar de trabajo</p> <p>Nivel de percepción de las condiciones ambientales y la seguridad que estas le brindan a los miembros dela empresa.</p>	<p><b>1.- Respecto de las instalaciones físicas, ¿Cuáles delas siguiente le proporciona la empresa?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sanitario <input type="checkbox"/> Horno de microondas <input type="checkbox"/> Cocineta() Aire Acondicionado <input type="checkbox"/> Ventilador() <input type="checkbox"/> Cafetera</p> <p><b>2.- ¿Considera que las instalacionesson?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muy idóneas() Idóneas <input type="checkbox"/> Adecuadas <input type="checkbox"/> Inadecuadas <input type="checkbox"/> Muy inadecuadas</p>

		<p><b>3.- De acuerdo a las instalaciones físicas, ¿Cómo evalúa la seguridad que le brindan?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muy Alta  <input type="checkbox"/> Alta  <input type="checkbox"/> Media  <input type="checkbox"/> Baja  <input type="checkbox"/> Muy baja</p>
	<p>Asesoramiento y capacitaciones laborales</p>	<p><b>1.- ¿Cuenta con algún conocimiento en el uso del sistema en línea de reservación de viajes?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p><b>Respecto al uso del sistema de línea de reserva de la empresa:</b></p> <p><b>2.- ¿Qué nivel de dificultad considera que se presenta al momento de hacer uso de este?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muy alta  <input type="checkbox"/> Alta  <input type="checkbox"/> Media  <input type="checkbox"/> Baja  <input type="checkbox"/> Muy baja</p> <p><b>3.- ¿Cómo considera la necesidad de capacitaciones para el desarrollo de las actividades laborales?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muy necesario  <input type="checkbox"/> Necesario  <input type="checkbox"/> Poco necesario  <input type="checkbox"/> Innecesario</p> <p>Grado con el cual los trabajadores perciben las facilidades para tener capacitaciones y asesoramiento laboral de manera continua.</p>

**4.- ¿Cuántas veces ha recibido cursos de capacitación con respecto al uso del sistema de reserva de la empresa?**

- 1 vez
- 2 veces
- 3 veces
- 4 veces
- 5 o más veces

**De acuerdo a su experiencia dentro de la organización:**

**5.- ¿Las capacitaciones son?**

- Muy Adecuadas
- Adecuadas
- Ni muy adecuadas ni muy inadecuadas
- Inadecuadas
- Muy inadecuadas

**6.- ¿Las capacitaciones deben de ser?**

- Permanentemente
- Continuamente
- No son necesarias

**7.- ¿Las capacitaciones se deben de enfocar en?**

- Uso de sistema de reserva en línea de hospedaje
- Uso de sistema de reserva en línea de boletaje de avión
- Uso de sistema de reserva en línea de transportación terrestre
- Uso de sistema de reserva en línea de

			<p>atractivos y destinos turísticos</p> <p><b>8.- Al termino de cada capacitación, ¿Con que frecuencia se realizan reuniones para dar seguimiento a las habilidades adquiridas en las capacitaciones?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Permanentemente()  <input type="checkbox"/> Continuamente  <input type="checkbox"/> Periódicamente  <input type="checkbox"/> Algunas veces()  <input type="checkbox"/> Nunca</p>
	Horario laboral	<p>Nivel que perciben los empleados respecto a su horario laboral y al horario fuera de oficina.</p>	<p><b>1.- ¿Puede cumplir su carga de trabajo dentro del horario laboral?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p><b>2.- ¿Cómo considera el horario con el que cuenta para realizar sus actividades es?()</b></p> <p>Muy adecuado  <input type="checkbox"/> Adecuado ()  Inadecuado  <input type="checkbox"/> Muy inadecuado</p> <p><b>3.- ¿Al culminar el horario de trabajo usted generalmente?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Se retira de la empresa  <input type="checkbox"/> Permanece en la empresa de 10 a 30 minutos extras  <input type="checkbox"/> Permanece en la empresa de 31 a 59 minutos  <input type="checkbox"/> Permanece más de una hora</p> <p><b>4.- ¿Durante sus horas fuera del horario laboral usted atiende actividades relacionadas con la empresa?</b></p>



	<p><input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p><b>5.- ¿Qué tiempo fuera de su horario laboral le dedica a las actividades relacionadas con la empresa?</b></p> <p><input type="checkbox"/> De 1 a 2 horas  <input type="checkbox"/> De 3 a 4 horas  <input type="checkbox"/> De 5 a 6 horas  <input type="checkbox"/> Más de 7 horas</p>
<p><b>Desarrollo profesional</b></p>	<p><b>1.- ¿Su superior jefe le pide que realice actividades que le conciernen realizar a él?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p><b>2.- ¿Con que frecuencia mi superior me solicita realizar esa o esas actividades?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Siempre  <input type="checkbox"/> La mayoría de veces  <input type="checkbox"/> Casi siempre  <input type="checkbox"/> Algunas veces  <input type="checkbox"/> Nunca</p> <p><b>3.- ¿Con que frecuencia realiza actividades que le corresponden a otros compañeros?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Siempre  <input type="checkbox"/> La mayoría de veces  <input type="checkbox"/> Casi siempre  <input type="checkbox"/> Algunas veces  <input type="checkbox"/> Nunca</p>
	<p><b>1.- Cuándo existe una mayor carga de trabajo, ¿Le piden que ayude a sus demás compañeros?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p>

Delegación de responsabilidades

Nivel de delegación de responsabilidades percibido por los miembros de la organización.

Desarrollo de colaboración laboral entre compañeros

Grado de relaciones de colaboración percibida por los empleados.

**2.- ¿Considero que la relación entre compañeros dentro**

**de la organización es?**

- Muy Adecuada()
- Adecuada
- Ni muy adecuada,ni muy inadecuadas ()
- Inadecuada
- Muy inadecuada

**Cuando un compañero no se presenta a trabajar usted:**

**3.- ¿Apoya a realizar sus pendientes?**

- Siempre
- La mayoría de veces
- Algunas veces()
- Casi nunca
- Nunca

**4.- ¿Atiende a los clientes agendados?**

- Siempre
- La mayoría de veces
- Algunas veces()
- Casi nunca
- Nunca

**5.- ¿Con que frecuencia asisto a las actividades extralaborales organizadas por la empresa?**

- Siempre
- La mayoría de veces
- Algunas veces()
- Casi nunca
- Nunca

	Oportunidades de crecimiento	Nivel de oportunidad de crecimiento que brinda la organización a los miembros de esta.	<p>1.- ¿La organización brinda algún incentivo por cumplir con las metas de venta?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
			<p>2.- ¿Los incentivos son ofrecidos por la empresa de manera?</p> <p><input type="checkbox"/> Permanentemente() Continuamente <input type="checkbox"/> Periódicamente() Algunas veces</p> <p>3.- ¿Considera que cuenta con la oportunidad de crecimiento dentro de la organización? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p> <p>4.- ¿Con que frecuencia se reconocen los méritos y logros de los que conforman a esta?</p> <p><input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> La mayoría de veces <input type="checkbox"/> Algunas veces() Casi nunca <input type="checkbox"/> Nunca</p> <p>5.- ¿Cuál es el nivel de oportunidad con el que cuenta la empresa para crecer dentro de la misma?</p> <p><input type="checkbox"/> Muy alta() Alta <input type="checkbox"/> Media() Baja <input type="checkbox"/> Muy baja</p>

Fuente: elaboración propia



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS FACULTAD DE  
CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN C-I  
**COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y  
POSGRADO**



**ENCUESTA SOBRE LOS ELEMENTOS Y LAS CONDICIONES DE CALIDAD DE VIDA  
LABORAL Y EL DESARROLLO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LAS  
AGENCIAS DE VIAJES.**

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación de tesis titulado “La calidad de vida laboral y su impacto en el desarrollo profesional de los trabajadores en las agencias de viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez”, el cual es desarrollado por el Licenciado en Gestión Turística Cristhian Emilio Solís Cunjamá, estudiante de la Universidad Autónoma de Chiapas para obtener el grado de Maestro en Administración con Terminal en Dirección de Negocios.

Se solicita atentamente su colaboración para responder la siguiente encuesta de manera objetiva y veraz, la información recabada es tratada con carácter confidencial y reservado. Agradeciendo anticipadamente su valiosa colaboración.

**OBJETIVO**

Conocer los elementos y las condiciones de calidad de vida laboral y el desarrollo laboral, los resultados de la encuesta servirán como base para diseñar una estrategia sobre la calidad de vida laboral para mejorar el desarrollo laboral en las agencias de viajes de la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Puesto:** \_\_\_\_\_

**Sexo:** (     ) Masculino   (     ) Femenino

## INSTRUCCIONES

Por favor siga las instrucciones:

- Emplee un bolígrafo de tinta negra para rellenar el cuestionario.
- Lea cuidadosamente cada una de las preguntas, antes de responder piense las condiciones y eventos que suceden la mayoría de veces en su trabajo.
- Elija con una "X" solamente una opción a menos que se indique lo contrario.
- No hay respuestas correctas o incorrectas.
- No deje ninguna pregunta sin responder.

**1.- ¿En qué nivel conoce las obligaciones y responsabilidades que conlleva un puesto de trabajo?**

(  ) Muy Alto (  ) Alto (  ) Medio (  ) Bajo (  ) Muy bajo

**2.- ¿En qué nivel sitúa la responsabilidad que tiene dentro de la operatividad de la empresa?**

(  ) Muy alta (  ) Alta (  ) Media (  ) Baja (  ) Muy baja

**3.- ¿Cuál es su nivel de compromiso con la empresa?**

(  ) Muy Alto (  ) Alto (  ) Medio (  ) Bajo (  ) Muy bajo

**4.- ¿Conoce los objetivos de la organización respecto de la calidad de vida laboral?**

(  ) Si (  ) No

**5.- ¿Cómo evalúa el grado de participación para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?**

(  ) Muy Alto (  ) Alto (  ) Medio (  ) Bajo (  ) Muy bajo

**6.- ¿Cómo evalúa su participación dentro de la toma de decisiones operativas de la empresa?**

(  ) Excelente (  ) Muy bien (  ) Bien (  ) Regular (  ) Mal

**7.- ¿En qué medida considera que cuenta con la libertad laboral para realizar sus actividades cotidianas?**

(  ) Muy Alta (  ) Alta (  ) Media (  ) Baja (  ) Muy baja

**8.- En caso de presentarse una situación adversa, que requiera una solución rápida, ¿Usted considera que cuenta con la libertad para actuar de manera autónoma?**

(  ) Si (  ) No

**9.- Respecto de las instalaciones físicas, ¿Cuáles de las siguiente le proporciona la empresa?**

(  ) Sanitario (  ) Horno de microondas (  ) Cocineta (  )  
Aire acondicionado (  ) Ventilador (  ) Cafetera

**10.- ¿Considera que las instalaciones son?**

(  ) Muy adecuadas (  ) Adecuadas (  ) Ni muy adecuadas ni muy  
inadecuadas (  ) Inadecuadas (  ) Muy  
inadecuadas

**11.- De acuerdo a las instalaciones físicas, ¿Cómo evalúa la seguridad que le brindan?**

(  ) Muy Alta (  ) Alta (  ) Media (  ) Baja (  ) Muy baja

**12.- ¿Cuenta con algún conocimiento en el uso del sistema en línea de reservación de viajes?**

(  ) Si (  ) No

**Respecto al uso del sistema de línea de reserva de la empresa:**

**13.- ¿Qué nivel de dificultad considera que se presenta al momento de hacer uso de este?**

Muy alta  Alta  Media  Baja  Muy baja

**14.- ¿Cómo considera la necesidad de capacitaciones para el desarrollo de las actividades laborales?**

Muy necesario  Necesario  Poco necesario  Innecesario

**15.- ¿Cuántas veces ha recibido cursos de capacitación con respecto al uso del sistema de reserva de la empresa?**

1 vez  2 veces  3 veces  4 veces  5 o más veces

**De acuerdo a su experiencia dentro de la organización:**

**16.- ¿Las capacitaciones son para el desarrollo personal?**

Muy Adecuadas  Adecuadas  Ni muy adecuadas ni muy inadecuadas  Inadecuadas  Muy inadecuadas

**17.- ¿Las capacitaciones deben de ser?**

Permanentes  Continuas  No son necesarias

**18.- ¿Las capacitaciones se deben de enfocar en?**

- Uso de sistema de reserva en línea de hospedaje
- Uso de sistema de reserva en línea de boletaje de avión
- Uso de sistema de reserva en línea de transportación terrestre

**19.- Al termino de cada capacitación, ¿Con que frecuencia se realizan reuniones para dar seguimiento a las habilidades adquiridas en las capacitaciones?**

Permanentemente  Continuamente  Periódicamente (  
 Algunas veces  Nunca

**20.- ¿Puede cumplir su carga de trabajo dentro del horario laboral?**

Si  No

**21.- ¿Cómo el horario con el que cuenta es el adecuado para completar sus actividades?**

Muy adecuado  Adecuado  Ni muy adecuado ni muy inadecuado  Inadecuado  Muy inadecuado

**22.- ¿Al culminar el horario de trabajo usted generalmente?**

- Se retira de la empresa
- Permanece en la empresa de 10 a 30 minutos extras
- Permanece en la empresa de 31 a 59 minutos
- Permanece más de una hora

**23.- ¿Durante sus horas fuera del horario laboral usted atiende actividades relacionadas con la empresa?**

Si  No

**24.- ¿Qué tiempo fuera de su horario laboral les dedica a las actividades relacionadas con la empresa?**

De 1 a 2 horas  De 3 a 4 horas  De 5 a 6 horas  Más de 7 horas



**25.- ¿Su superior o jefe le pide que realice actividades que le conciernen realizar a él?**

(    ) Si (    ) No

**26.- ¿Con que frecuencia mi superior me solicita realizar esa o esas actividades?**

(    ) Siempre (    ) La mayoría de veces (    ) Casi  
siempre (    ) Algunas veces (    ) Nunca

**27.- ¿Con que frecuencia realiza actividades que le corresponden a otros compañeros?**

(    ) Siempre (    ) La mayoría de veces (    )  
Casi siempre (    ) Algunas veces (    ) Nunca

**28.- Cuando existe una mayor carga de trabajo, ¿Le piden que ayude a sus demás compañeros?**

(    ) Si (    ) No

**29.- ¿Considero que la relación entre compañeros dentro de la organización es?**

(    ) Muy Adecuada (    ) Adecuada (    ) Ni muy adecuada,  
ni muy inadecuada (    ) Inadecuada (    ) Muy inadecuada

**Cuando un compañero no se presenta a trabajar usted:**

**30.- ¿Apoya a realizar sus pendientes?**

(    ) Siempre (    ) La mayoría de veces (    ) Algunas  
veces (    ) Casi nunca ( ) Nunca

**31.- ¿Atiende a los clientes agendados?**

(    ) Siempre (    ) La mayoría de veces (    ) Algunas  
veces (    ) Casi nunca (    ) Nunca

**32.- ¿Con que frecuencia asisto a las actividades extralaborales organizadas por la empresa?**

Siempre  La mayoría de veces  Algunas veces   
Casi nunca  Nunca

**33.- ¿La organización brinda algún incentivo por cumplir con las metas de venta?**

Si  No

**34.- ¿Los incentivos son ofrecidos por la empresa de manera?**

Permanentemente  Continuamente   
Periódicamente

**35.- ¿Considera que cuenta con la oportunidad de crecimiento dentro de la organización?**

Si  No

**36.- ¿Con que frecuencia se reconocen los méritos y logros de los que conforman a esta?**

Siempre  La mayoría de veces  Algunas veces  Casi nunca   
Nunca

**37.- ¿Cuál es el nivel de oportunidad con el que cuenta la empresa para crecer dentro de la misma?**

Muy alta  Alta  Media  Baja  Muy baja

**¡Muchas gracias!**

#### 4.12. Análisis e interpretación de la información

Este capítulo se expondrán los resultados de las encuestas aplicadas a los 48 empleados de igual número de agencias de viajes con presencia en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez. A continuación, se interpretará la información obtenida a través de gráficos y tablas.

De los cuestionarios aplicados dentro de la empresa, 32 (un 67% de los encuestados) fueron contestados por personas del sexo femenino y 16 (alrededor de un 33%) personas del sexo masculino.

**Gráfico 1:** *Sexo del personal*

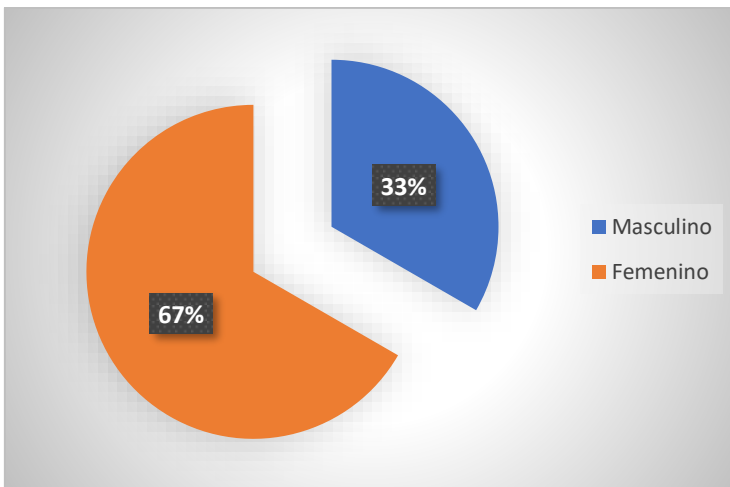
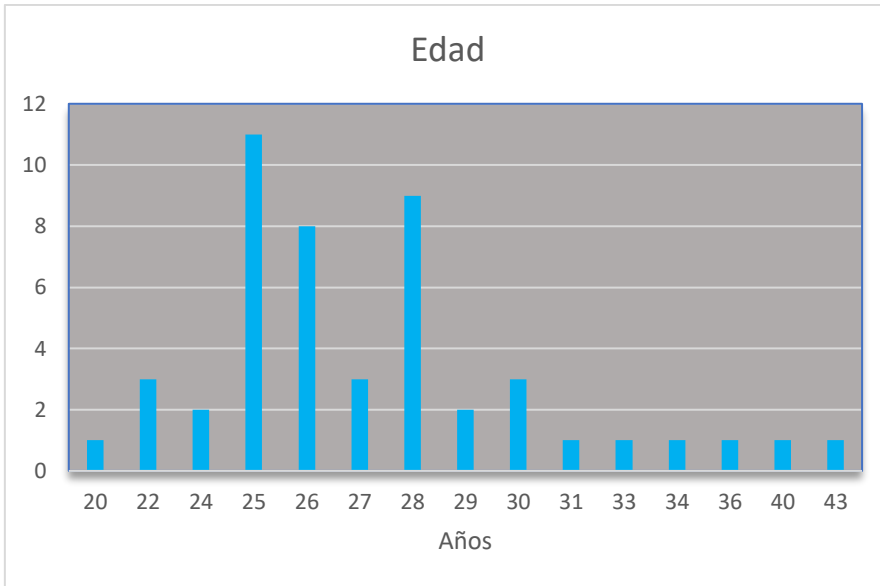


Gráfico 1.  
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las edades, se observa que la mayor parte de la plantilla se compone de personal con una edad entre los 21 y los 30 años, siendo 42 personas quienes se encuentran ubicadas en este rango; por otra parte, son 5 personas quienes forman el grupo de más de 30 y menos de 40 años de edad, y, por último, 1 empleado respondió tener más de 40 años de edad.

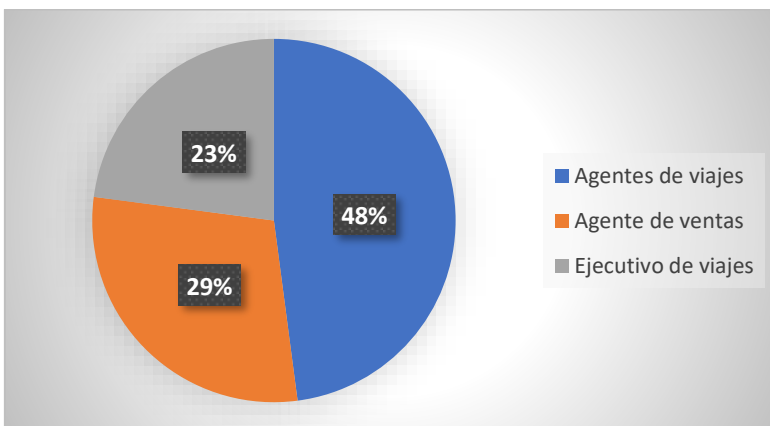
**Gráfico 2: Edad del personal**



*Gráfico 2.*  
*Fuente: Elaboración propia.*

El personal que participó en la encuesta se encuentra distribuido en un área en común, aunque dependiendo de la empresa contará con un nombre de puesto diferente por lo que se tienen, 23 empleados con el puesto de agentes de viajes, 14 personas con el puesto de agente de ventas y 11 con el nombre de ejecutivo de viajes.

**Gráfico 3: Puestos del personal**



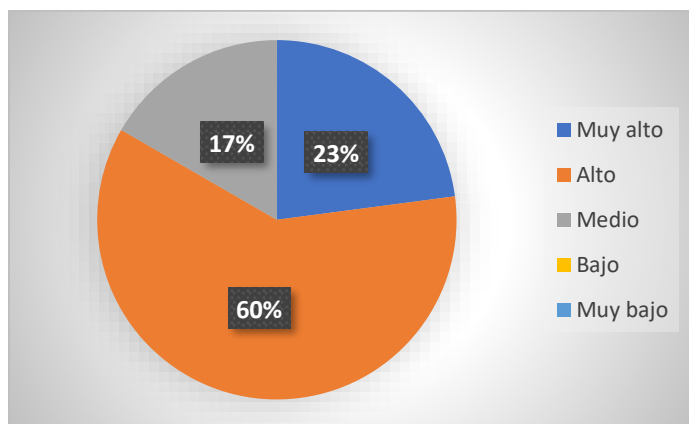
*Gráfico 3.*  
*Fuente: Elaboración propia.*

A continuación, se desarrollará la interpretación de cada ítem.

Variable	Dimensión
<b>Calidad de Vida Laboral</b>	Responsabilidad, participación e independencia operacional.
<b>Preguntas de la 1 a la 8</b>	
<b>Finalidad</b>	Conocer el grado en que se perciben la responsabilidad, participación e independencia para realizar sus actividades cotidianas.

**1.- ¿En qué nivel conoce las obligaciones y responsabilidades que conlleva un puesto de trabajo?**

**Gráfico 4.** Responsabilidad, participación e independencia operacional – ítem 1.



Pregunta 1	
Respuesta	Total
<b>Muy alto</b>	11
<b>Alto</b>	29
<b>Medio</b>	8
<b>Bajo</b>	0
<b>Muy bajo</b>	0

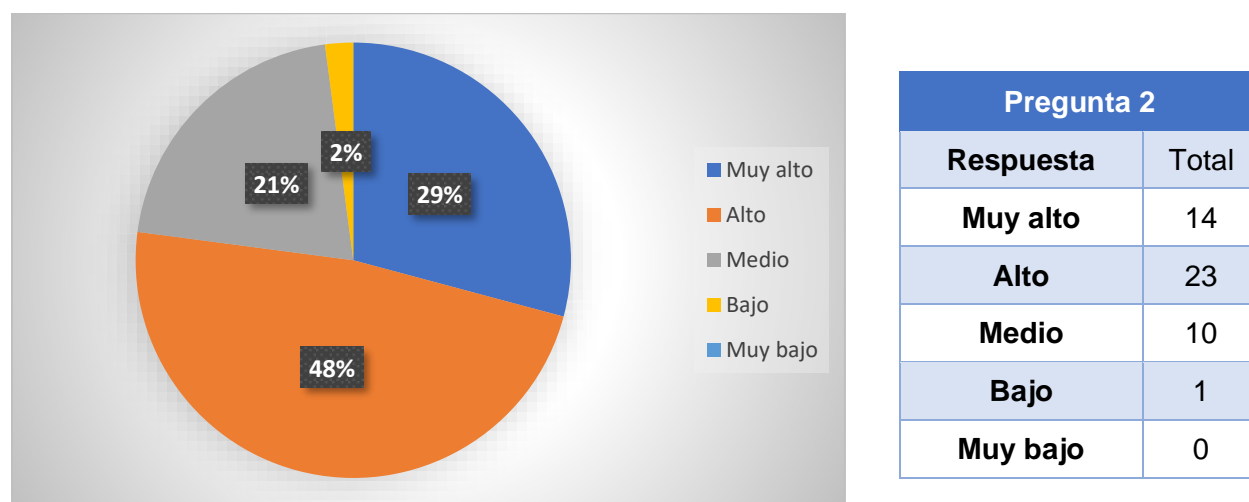
*Gráfico 4.*

*Fuente:* elaboración propia.

De acuerdo a los resultados, el 23% de los trabajadores mencionan que conocen de manera concreta las obligaciones y responsabilidades que conllevan el estar en un puesto de trabajo específico, mientras que el 60% expresa conoce de las mismas aunque no de una manera profunda o concreta, finalmente un 17% dice que tiene cierta capacidad de conocimiento sobre aquellas obligaciones y responsabilidades dentro de un puesto de trabajo, esto ya sea por falta de interés por parte del involucrado o por la poca o nula capacidad de informar de la empresa en la que laboran.

## 2.- ¿En qué nivel sitúa la responsabilidad que tiene dentro de la operatividad de la empresa?

**Gráfico 5.** Nivel de responsabilidad en las operaciones de la empresa - ítem 2.

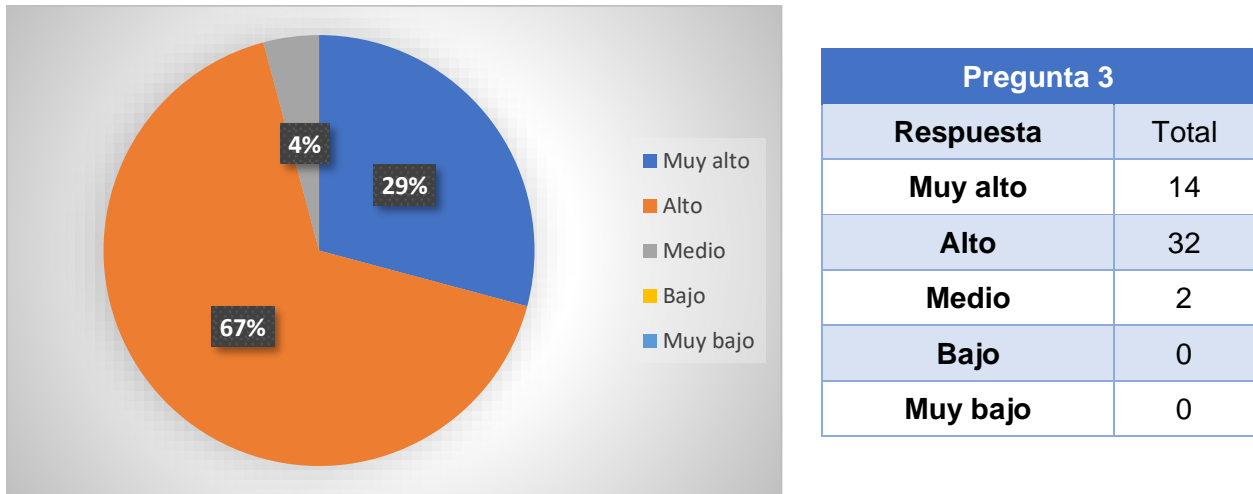


*Gráfico 5.*  
*Fuente:* elaboración propia.

Conforme a las respuestas, el 29% encuentran como muy alto la importancia que tienen en la operatividad dentro de la organización, un 48% de los trabajadores define como alto el nivel de responsabilidad dentro de la operatividad de la empresa, un 21% define que sus tienen una responsabilidad media en la operatividad de la empresa y el 2% considera que cuenta con una responsabilidad baja dentro de la operación de la organización.

### 3.- ¿Cuál es su nivel de compromiso con la empresa?

**Gráfico 6.** Responsabilidad, participación e independencia operacional - ítem 3.



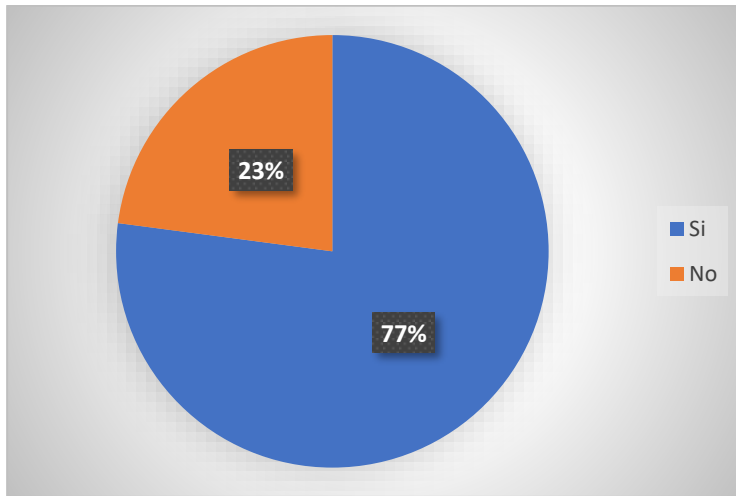
*Gráfico 6.*

*Fuente:* elaboración propia.

Un 29% de los miembros encuestados ubica como muy alto el nivel de compromiso que tienen para con la empresa, Mientras que por otro lado la mayor parte 67% de los mismos evalúa como alto el nivel de compromiso que tienen dentro de la empresa, mientras un 4% considera que el nivel de compromiso que tiene es medio esto debido a las actividades que realizan o a la carga de trabajo que pueden tener en ciertos momentos de la jornada laboral.

#### 4.- ¿Conoce los objetivos de la organización respecto de la calidad de vida laboral?

**Gráfico 7.** Responsabilidad, participación e independencia operacional - ítem 4.



Pregunta 4	
Respuesta	Total
<b>Si</b>	46
<b>No</b>	2

*Gráfico 7.*

*Fuente:* elaboración propia.

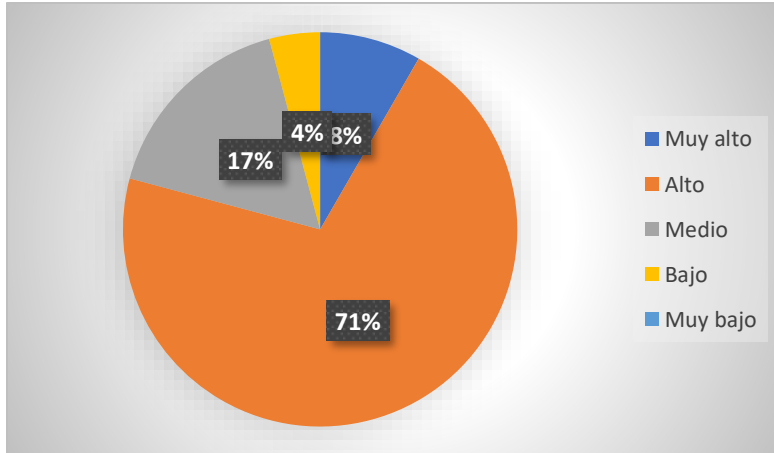
Para que una organización logre el cumplimiento de los objetivos establecidos por la dirección es necesario que todos los involucrados en el proceso conozcan estos, y se esfuercen por darles alcance o cumplimiento, esto con el fin de mantener la operatividad y el posicionamiento de la misma dentro del mercado.

Un 96% de los trabajadores encuestados contestó que conocen los objetivos que tiene la organización lo que representa más de tres cuartas partes de organizaciones encuestadas, mientras un 4% respondió que desconocen los mismos lo que puede ser generado por factores como la no existencia de estos dentro de la organización, la poca o nula introducción dentro de la organización o la ambigüedad de los mismos lo que hacen que sean obsoletos o poco realistas dificultando o haciendo imposible el cumplimiento de los mismos.



## 5. ¿Cómo evalúa el grado de participación para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?

**Gráfico 8.** Responsabilidad, participación e independencia operacional - ítem 5.



Pregunta 5	
Respuesta	Total
Muy alto	4
Alto	34
Medio	8
Bajo	2
Muy bajo	0

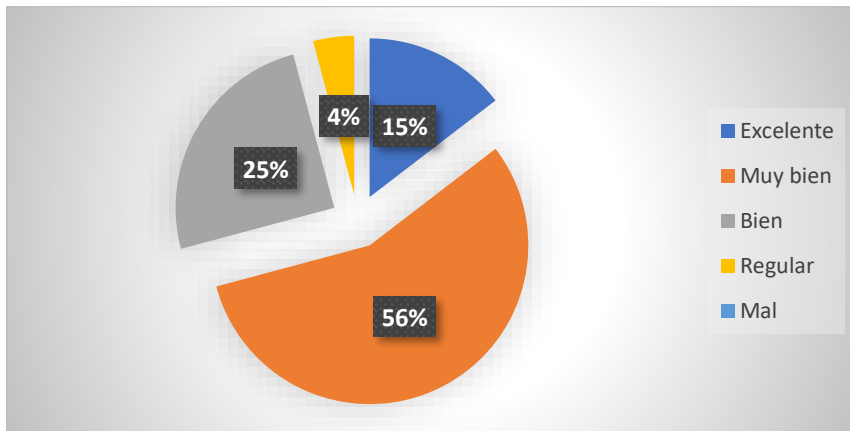
*Gráfico 8.*

*Fuente:* elaboración propia.

En la evaluación de la evaluación del grado de participación para el cumplimiento de los objetivos organizacionales el 8% señaló que tiene una participación muy alta dentro de estos, 77% respondió que la importancia que tiene la participación es alta, mientras un 17% considera que el grado de participación que le solicitan en la organización es media, siendo un 4% de los encuestados los que sitúan como baja la participación para el cumplimiento de los objetivos esto podría ser por un interés nulo o bajo para poder alcanzar los objetivos o por el bajo nivel de mercado ocupado por la organización.

## 6.- ¿Cómo evalúa su participación dentro de la toma de decisiones operativas de la empresa?

**Gráfico 9.** Responsabilidad, participación e independencia operacional - ítem 6.



Pregunta 5	
Respuesta	Total
Excelente	7
Muy bien	27
Bien	12
Regular	2
Mal	0

*Gráfico 9.*

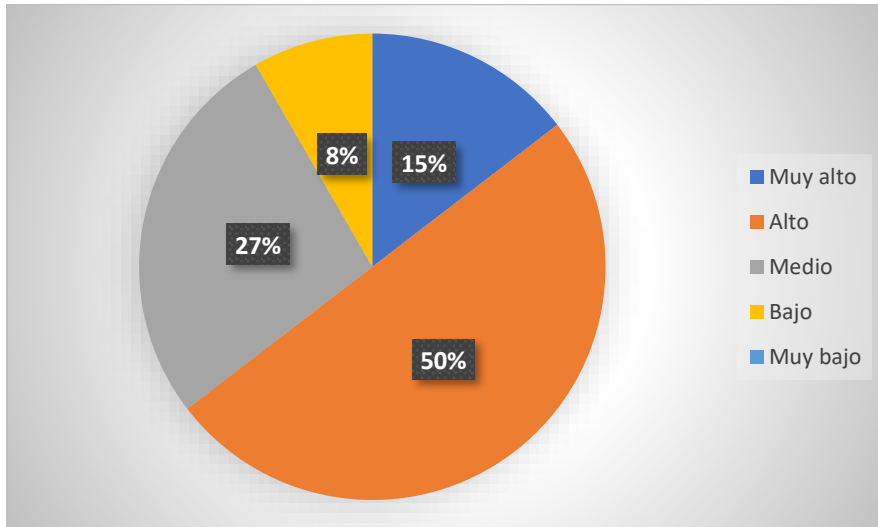
*Fuente:* elaboración propia.

La participación de los empleados en la toma de decisiones en el área operativa de una empresa tiene una importancia para la misma, ya que a través de esta estos pueden obtener un nivel de independencia adecuado al momento de buscar soluciones o resoluciones es por esto que con base en el grado de participación de la toma de decisiones se podrá tener la preparación del personal en caso de situaciones adversas. Un 15% de los participantes puntuó como excelente el nivel de su participación en la toma de decisiones operativas de la empresa en que laboran.

Más de la mitad (un 56%) de los mismos manifestó que sienten que su participación es muy buena, alrededor de un 25% definió como buena la misma y un 4% del total de encuestados calificó como regular su nivel de participación, esto podría generarse por poco o nulo interés del personal, reducida oportunidad de generar o aportar ideas, o por las limitaciones del puesto establecidas por la empresa.

**7.- ¿En qué medida considera que cuenta con la libertad laboral para realizar sus actividades cotidianas?**

**Gráfico 10.** Responsabilidad, participación e independencia operacional - ítem 7.



Pregunta 7	
Respuesta	Total
<b>Muy alto</b>	7
<b>Alto</b>	24
<b>Medio</b>	13
<b>Bajo</b>	4
<b>Muy bajo</b>	0

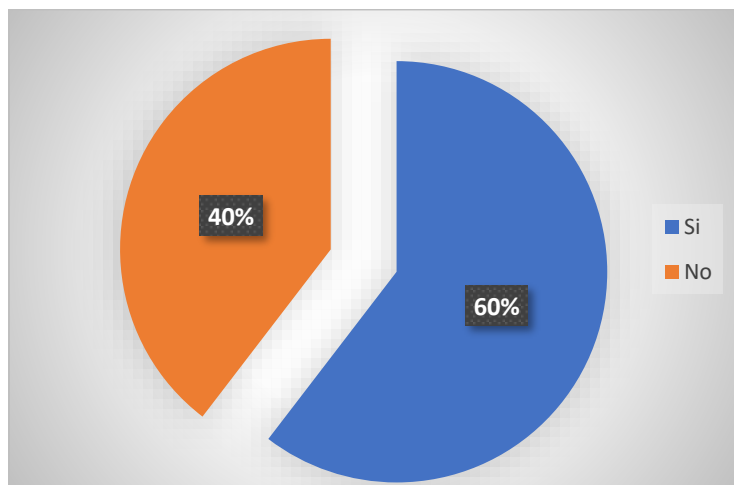
*Grafico 10.*

*Fuente: elaboración propia.*

Alrededor del 8% de los encuestados consideran que cuentan con una baja libertad al momento de realizar sus actividades diarias, mientras el 27% de los mismos opinan que la libertad que se les concede es mediana ya que hay veces en las que no pueden realizar todas las actividades debido a deficiencias laborales o personales, finalmente un 65% opinó que cuentan con una libertad entre alta y muy alta al momento de realizar sus actividades, razón por la cual pueden actuar de manera independiente en las actividades que se le presenta de manera diaria.

**8.- En caso de presentarse una situación adversa, que requiera una solución rápida, ¿Usted considera que cuenta con la libertad para actuar de manera autónoma?**

**Gráfico 11.** *Responsabilidad, participación e independencia operacional – Ítem 8.*



Pregunta 8	
Respuesta	Total
Si	29
No	19

*Grafico 11.*

*Fuente: elaboración propia.*

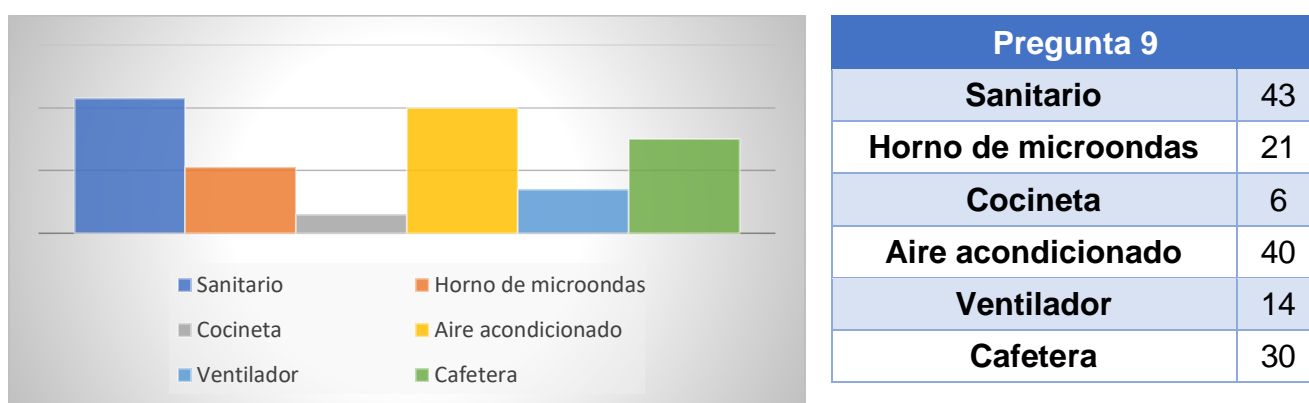
El 40% de los encuestados piensa que no cuentan con la libertad para realizar actividades de manera autónoma, ya que en caso de presentarse problemas o adversidades deben de consultar con el superior inmediato o el encargado, lo que reduce las capacidades de toma de decisión y produce un incremento en el tiempo de atención y resolución de un problema.

Mientras que el 60% de los mismos sienten que cuentan con la libertad plena para poder actuar de manera independiente en caso de presentarse algún problema o situación adversa esta libertad generalmente lo obtienen por su experiencia, la confianza del superior o por el conocimiento adquirido durante los años laborados lo que facilita la toma de decisiones y reduce los tiempos de ventas.

Variable	Dimension
<b>Calidad de Vida Laboral</b>	Condiciones físicas del lugar de trabajo
<b>Preguntas de la 9 a la 11</b>	
<b>Finalidad</b>	Conocer la percepción de las condiciones ambientales y la seguridad que estas le brindan.

## 9.- Respecto de las instalaciones físicas, ¿Cuáles de las siguiente le proporciona la empresa?

**Gráfico 12.** Condiciones físicas del lugar de trabajo - ítem 1.

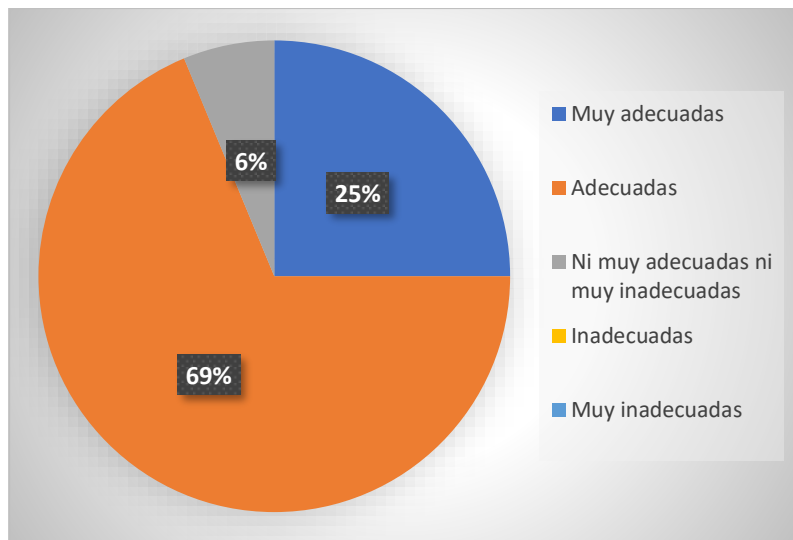


*Gráfico 12.*  
*Fuente: elaboración propia.*

Respecto a las condiciones físicas del lugar del trabajo, 43 encuestados (90%) indicaron que cuentan con sanitarios los cuales pueden usar durante su jornada laboral, 21 (44%) indicaron que cuentan con horno de microondas a través del cual pueden calentar sus alimentos en caso de tenerlos, 6 personas (13%) apuntan a cuentan con cocineta por la cual pueden calentar sus alimentos o pueden realizar sus alimentos en caso de no llevarlos preparados, 40 empleados (83%) tienen aire acondicionado como medio para mantener el ambiente fresco dentro de las instalaciones laborales, 14 (29%) indicaron que cuentan con ventilador para poder refrescarse. Finalmente 30 (62.5%) indicaron que cuentan con la accesibilidad de una cafetera la cual les facilita el realizar café durante su jornada laboral.

## 10.- ¿Considera que las instalaciones son?

**Gráfico 13.** Condiciones físicas del lugar de trabajo - ítem 2.



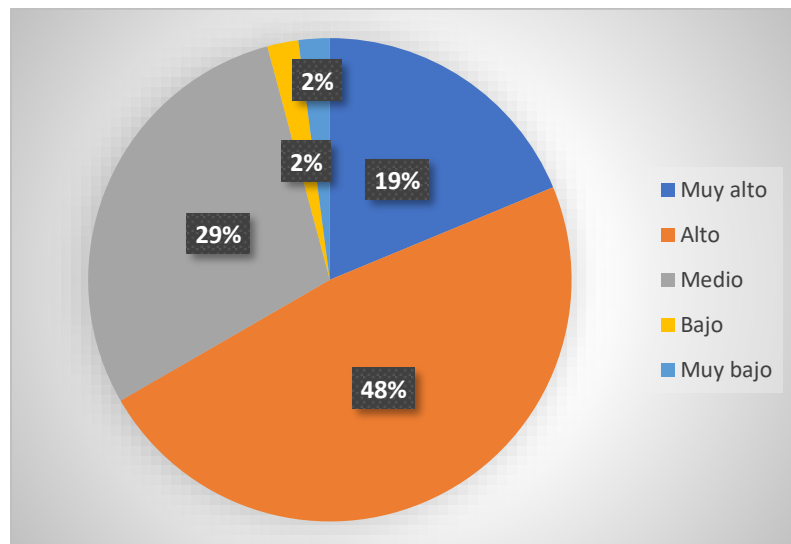
Pregunta 10	
Respuesta	Total
<b>Muy adecuadas</b>	12
<b>Adecuadas</b>	33
<b>Ni muy adecuadas ni muy inadecuadas</b>	3
<b>Inadecuadas</b>	0
<b>Muy inadecuadas</b>	0

*Gráfico 13.*  
*Fuente: elaboración propia.*

En relación al punto de vista de las instalaciones, un 6% de los encuestados opinaron que no les parece ni muy adecuadas ni muy inadecuadas, el 69% de los mismos indicaron como adecuadas esta percepción puede estar reforzada de acuerdo a las facilidades (sanitario, aire acondicionado, cafetera, horno de microondas o cocineta) y finalmente un 25% de estos señalaron que las instalaciones son muy adecuadas ya que les permiten realizar sus actividades cotidianas, además de facilitarles el poder cumplir su jornada laboral sin necesidad de contar con elementos que afecten el desempeño o minimicen el tiempo de la operatividad.

**11.- De acuerdo a las instalaciones físicas, ¿Cómo evalúa la seguridad que le brindan?**

**Gráfico 14.** Condiciones físicas del lugar de trabajo - ítem 3.



Pregunta 11	
Muy alto	9
Alto	23
Medio	14
Bajo	1
Muy bajo	1

Gráfico 14.  
Fuente: elaboración propia.

Con base en los resultados obtenidos, el 4% de los encuestados indicaron que sienten baja o muy baja la seguridad que tienen dentro del área de trabajo, esto puede ser ocasionado por la ubicación del mismo, el horario laboral que tienen, los elementos que tienen para realizar sus actividades cotidianas o por el hecho de que los medios de protección físicos con los que se tienen pueden ser vistos como débiles o muy deficientes.

El 29% de los mismos evaluaron la seguridad que perciben de las instalaciones como medianas, ya que, aunque esta cuenta con elementos para poder realizar sus actividades, suelen estar ubicadas en lugares que no cuentan con movilidad continua lo que ocasiona que existan momentos en que se enfocan en cuidar lo que sucede afuera

independientemente de que cuenten con medios de protección físicos o herrajes en puntos frágiles de la infraestructura física del lugar.

Un 67% marcaron como alto o muy alto la seguridad que perciben de las instalaciones físicas de su área de trabajo, esto debido a que se encuentra en un lugar con tránsito constante, cuentan con medidas de seguridad establecidos, además de contar con herramientas físicas de protección lo que reduce el riesgo de sufrir problemas de seguridad.



Variable	Dimensión
Calidad de Vida Laboral	Asesoramiento y capacitaciones laborales
<b>Preguntas de la 12 a la 19</b>	
Finalidad	Conocer el grado con el cual los trabajadores perciben las facilidades para tener capacitaciones y asesoramiento laboral de manera continua.

**12.- ¿Cuenta con algún conocimiento en el uso del sistema en línea de reservación de viajes?**

**Gráfico 15.** Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 1.

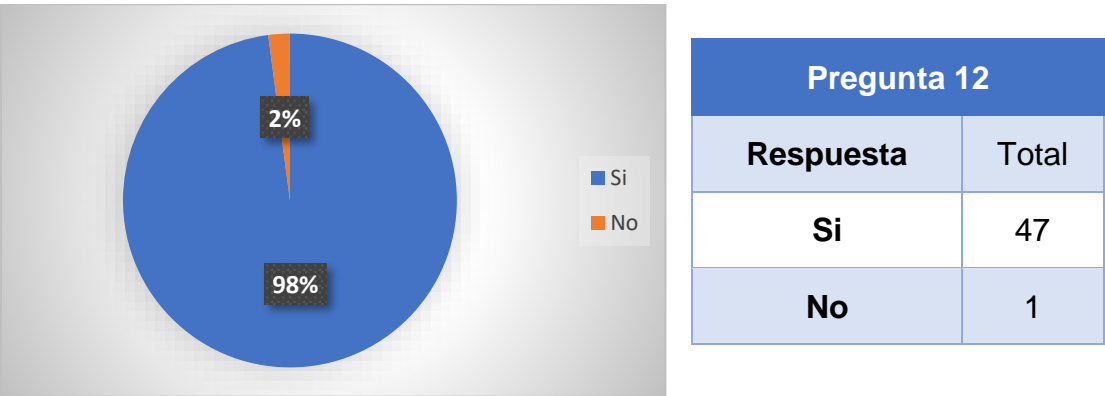


Gráfico 15.  
Fuente: elaboración propia.

Respecto al conocimiento de sistemas de reservación de viajes, un participante indico que no cuenta con ningún conocimiento respecto al uso de estos. Mientras un 98% de los indicaron que respecto uso de sistemas en línea de reservación de viajes cuentan con los conocimientos adecuados y necesarios para poder aplicarlos al momento de realizar sus actividades cotidianas. Es de suma importancia el recalcar que, para un agente de ventas de viajes, es de suma importancia el conocimiento de sistemas de reservaciones de viajes, ya que es a través de estos que se realizan las actividades de cotización, reservación y venta de reservaciones de hospedaje, vuelos, paseos, entre otros.

## Respecto al uso del sistema de línea de reserva de la empresa:

13.- ¿Qué nivel de dificultad considera que se presenta al momento de hacer uso de este?

**Gráfico 16** Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 2.

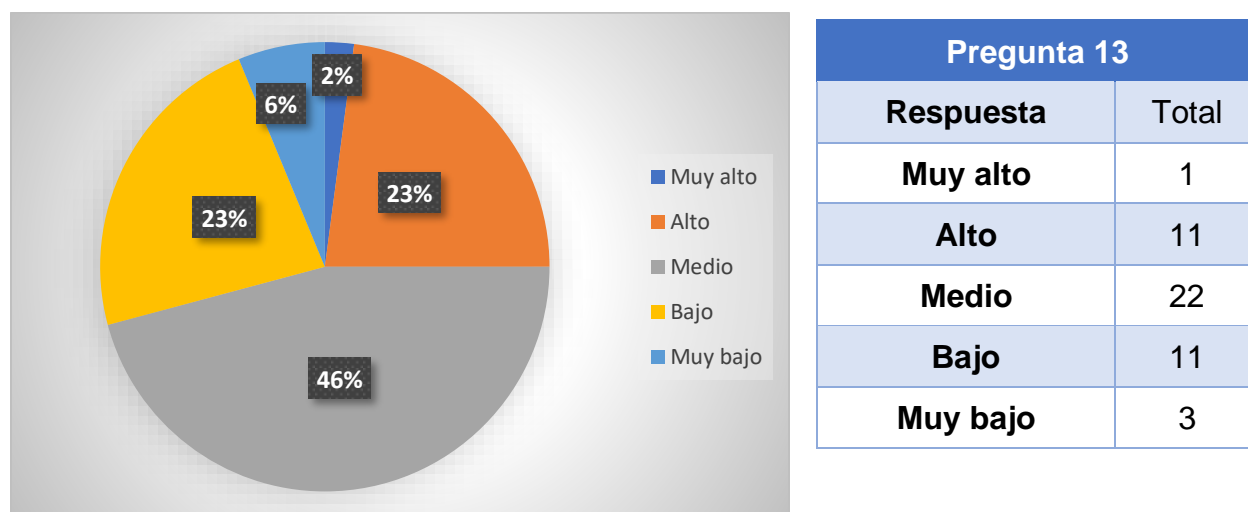


Gráfico 16.

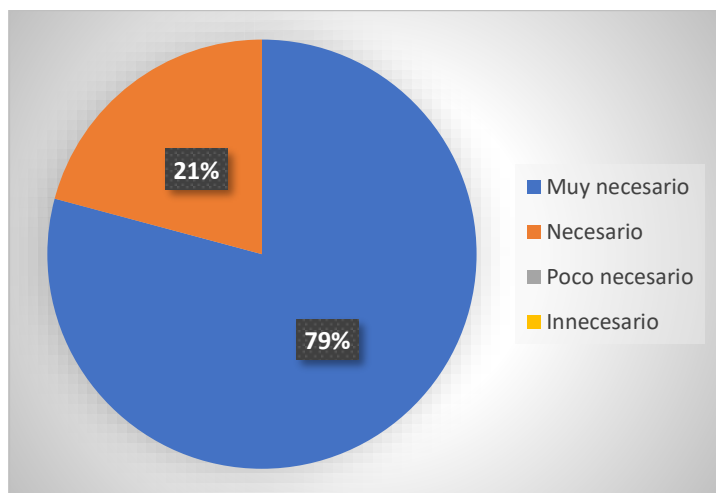
Fuente: elaboración propia.

Un 6% de los empleados encuentran que la dificultad para hacer el uso de sistemas en línea de reservas es muy baja, el 23% opinaron que es baja, comentarios que pueden ser dados gracias a que cuentan con habilidades o competencias desarrolladas durante su desarrollo profesional dentro de la organización.

Alrededor del 46% de los miembros opinan que la dificultad es media, mientras que 23% encuentran como alta a la misma siendo únicamente el 2% que encontró como muy alta el uso de los sistemas en línea de reservas, esto debido a que debe de contarse con conocimientos para cotizar o realizar reservaciones tanto de hoteles, vuelos, alimentos y bebidas, inclusive de eventos o paquetes realizados de manera específica esto con el fin de cumplir con las necesidades y gustos de los clientes

#### 14.- ¿Cómo considera la necesidad de capacitaciones para el desarrollo de las actividades laborales?

Gráfico 17. Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 3.



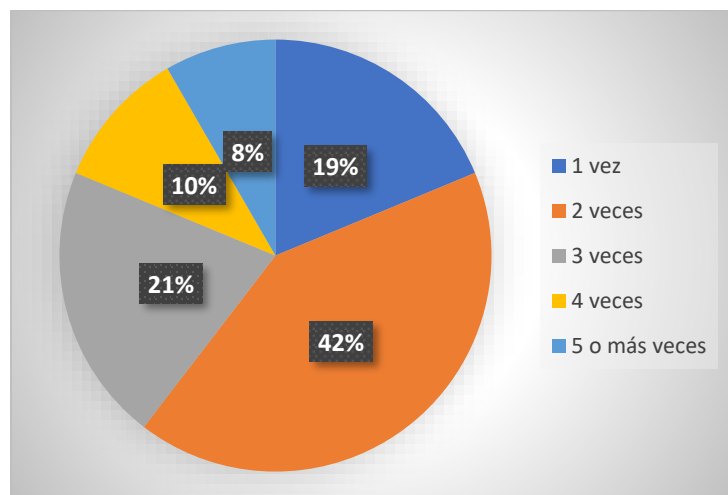
Pregunta 14	
Respuesta	Total
<b>Muy necesario</b>	38
<b>Necesario</b>	10
<b>Poco necesario</b>	0
<b>Innecesario</b>	0

Gráfico 17.  
Fuente: elaboración propia.

Con base en los resultados obtenidos, el 79% de los encuestados consideran que las capacitaciones son muy necesarias, mientras el 21% de los mismos indica que son necesarias, ya que a través de estas pueden desarrollar las actividades laborales que tienen a cargo, ya que gracias a estas realizan actividades como cotizar, reservar, agendar y realizar pagos, facilita el poder buscar y encontrar opciones que se adaptan a las necesidades y gustos de los usuarios. Además de que gracias a las capacitaciones pueden tener conocimiento de los servicios que ofrecen, mantenerse actualizados en cuanto a los diferentes destinos esto para informar de lugares y servicios que se ofrecen, además de poder ampliar el campo de opciones de los mismos.

**15.- ¿Cuántas veces ha recibido cursos de capacitación con respecto al uso del sistema de reserva de la empresa?**

**Gráfico 18.** *Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 4.*



Pregunta 15	
Respuesta	Total
1 vez	9
2 veces	20
3 veces	10
4 veces	5
5 o más veces	4

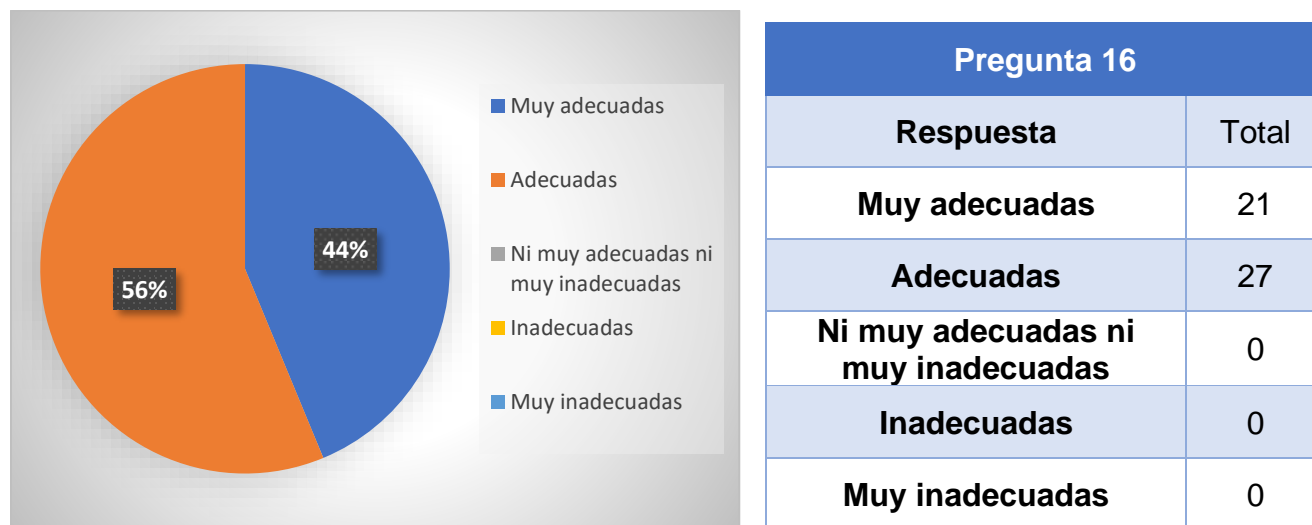
*Gráfico 18.*  
*Fuente: elaboración propia.*

En cuanto a los cursos de capacitación para el uso del sistema de reserva de la organización; el 19% de los encuestados ha recibido capacitación por parte de la organización una única ocasión el 42% de los mismos indica que cuentan con 2 capacitaciones, un 21% de los mismos reconoce que se les ha brindado 3 capacitaciones, mientras que un 10% indica que cuentan con 4 capacitaciones, finalmente el 8% reconoce contar con 5 o más capacitaciones por parte de la organización, demostrando que más de la mitad de los encuestados solo cuentan con 1 o 2 capacitaciones para el uso del sistema de reservas que se utiliza dentro de la organización, esto debido a que esta última encuentra como poco difícil además de fácil acceso y uso del sistema, dedicándose a brindar poca posibilidad de capacitación.

De acuerdo a su experiencia dentro de la organización:

### 16.- ¿Las capacitaciones son para el desarrollo personal?

**Gráfico 19** Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 5.



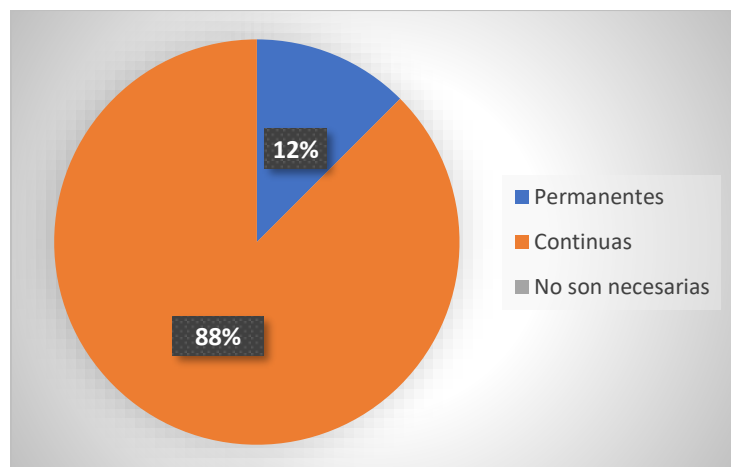
*Gráfico 19.*

*Fuente: elaboración propia.*

Respecto al proceso de capacitación, el 44% de los encuestados encuentran que las capacitaciones deben ser muy adecuadas, mientras que el 56% restante las encuentra adecuadas, ya que a través de estas pueden conocer el procedimiento en cuanto al uso, manejo y creación de reservas por medio de el o los sistemas que maneja la organización, además de que estos facilitan el poder realizar las actividades diarias y operativas de la misma; por lo que si se crean procesos actualizados podrán estar a la vanguardia respecto al manejo del sistema, lo que les reduciría tiempo al momento de atender a los usuarios, brindándoles una respuesta adecuada e inmediata.

## 17.- ¿Las capacitaciones deben de ser?

**Gráfico 20.** Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 6.



Pregunta 17	
Respuesta	Total
<b>Permanentes</b>	6
<b>Continuas</b>	42
<b>No son necesarias</b>	0

*Gráfico 20.*

*Fuente: elaboración propia.*

Las capacitaciones cuentan un papel importante para el desarrollo profesional de los empleados, además de que gracias a estas se puede estar actualizado en asuntos de suma importancia dentro de la operatividad de una agencia de viajes. Es por esto que el 12% de los encuestados opinan que las capacitaciones tienen que ser ofrecidas y brindadas de manera permanente para poder cumplir las funciones del puesto del área, mientras que el 88% restante opina que estas deben de ser brindadas de manera continua; ya que estas suelen requerir tiempo y espacios, generalmente las organizaciones suelen establecer o designar a personal específico para llevar o tomar la capacitación en una fecha específica, esto con el fin de que se tenga una parte personal que pueda estar atendiendo u ofreciendo servicios, mientras la otra parte se encuentra recibiendo la capacitación o actualización correspondiente y viceversa.

Pregunta 18	
Respuesta	Total
Uso de sistema de reserva en línea de hospedaje	15
Uso de sistema de reserva en línea de boletaje de avión	7
Uso de sistema de reserva en línea de transportación terrestre	1
Uso de sistema de reserva en línea de atractivos y destinos turísticos	25

18.- ¿Las capacitaciones se deben de enfocar en?

Gráfico 21. Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 7.

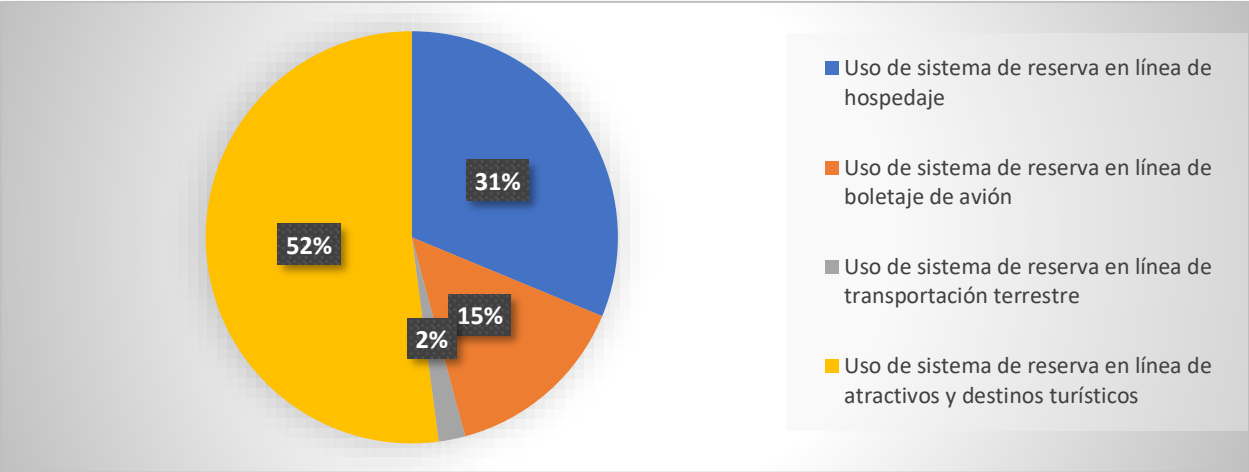


Grafico 21.  
Fuente: elaboración propia.

Para el 52% de los encuestados las capacitaciones deben de enfocarse en el uso de sistemas de reservas en línea de atractivos y destinos turísticos ya que estos podrían ofrecer mayores oportunidades para poder completar los paquetes turísticos que se ofrecen a los usuarios, además de que crearía un aumento en el tiempo del uso de los servicios ofrecidos por la organización.

Un 31% cree que las capacitaciones de reserva en línea de hospedaje son aptas, además de que generaría un campo nuevo dentro de las múltiples páginas web que

ofrecen el servicio, brindándoles herramientas para poder competir además de crear una relación con el cliente, para poder asegurar la lealtad a la empresa.

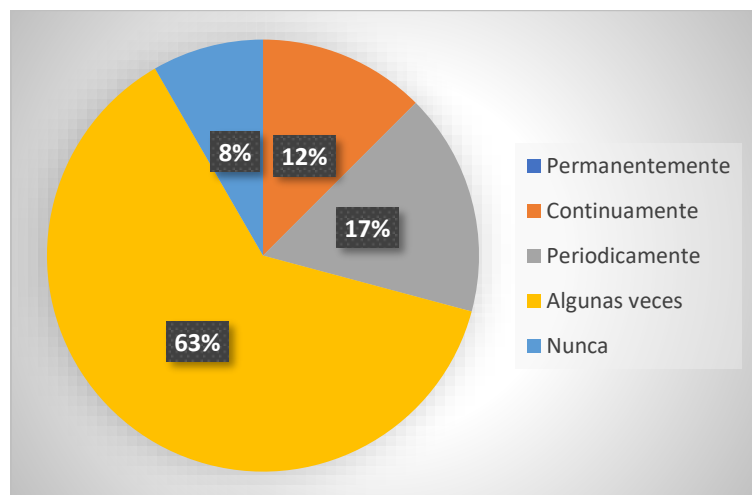
El 15% de los encuestados enfoca su interés en el uso de sistema de reserva de línea de boletaje de avión ya que así podrían completar los servicios ofrecidos, englobando hospedaje, alimentación, transportación y actividades en los paquetes ofrecidos a los clientes.

Finalmente, el 2% sugiere que las capacitaciones se deben de enfocar en el uso de sistemas de reserva en línea de transpiración terrestre, ya que, al no contar la empresa con este servicio, se pueden perder clientes potenciales, lo que generaría poca fidelidad además de reincidencia al uso o consumo de los servicios ofrecidos por la organización.



**19.- Al termino de cada capacitación, ¿Con que frecuencia se realizan reuniones para dar seguimiento a las habilidades adquiridas en las capacitaciones?**

**Gráfico 22.** Asesoramiento y capacitaciones laborales - ítem 8.



Pregunta 18	
Respuesta	Total
Permanentemente	0
Continuamente	6
Periódicamente	8
Algunas veces	30
Nunca	4

*Gráfico 22.*  
*Fuente: elaboración propia.*

Respecto al seguimiento para conocer el resultado de las capacitaciones y observar las habilidades adquiridas por los empleados, el 12% de los encuestados respondió que la organización realiza reuniones de manera continua para poder conocer el nivel de aprendizaje adquirido por parte de los empleados; un 17% considera que la organización al termino de las capacitaciones cea reuniones de manera periódicas lo que les sirve para poder compartir conocimientos, dudas o consejos entre los empleados. Un 63% considera que las reuniones solo se han hecho algunas veces por parte de la organización esto debido a las necesidades laborales, además de la carga de trabajo que cuenta cada una de las organizaciones.

Por último, un 8% indica que, a pesar de haber tomado capacitaciones, la organización no ha realizado una o algunas reuniones, esto es generado por múltiples

factores laborales, además de que en la organización no se tiene estipulado el realizar este tipo de acciones o no se cuenta establecido, razón por la cual no se proporcionan dichas reuniones.

Variable	Dimensión
Calidad de Vida Laboral	Horario laboral
<b>Preguntas de la 20 a la 24</b>	
Finalidad	Conocer la percepción del empleado respecto a su horario laboral y al horario fuera de oficina.

**20.- ¿Puede cumplir su carga de trabajo dentro del horario laboral?**

**Gráfico 23.** Horario laboral - ítem 1.

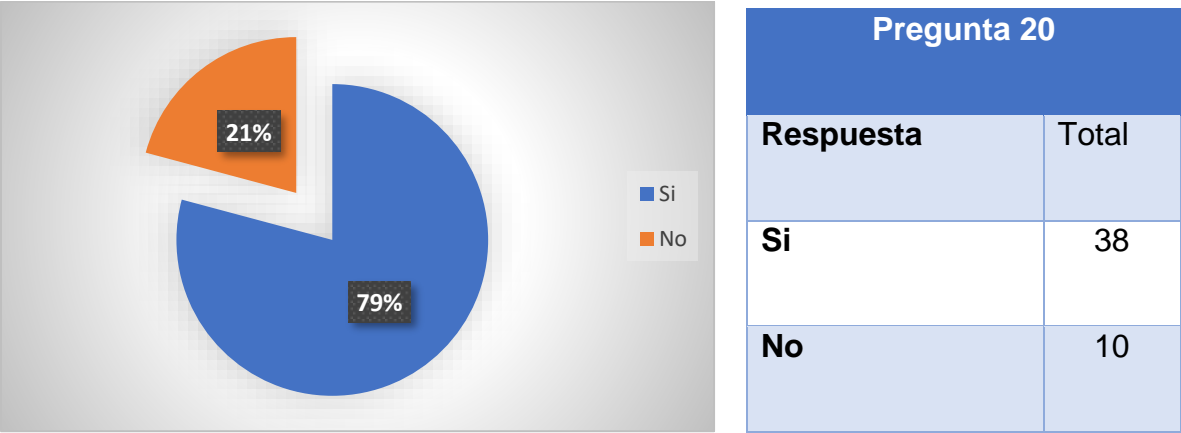
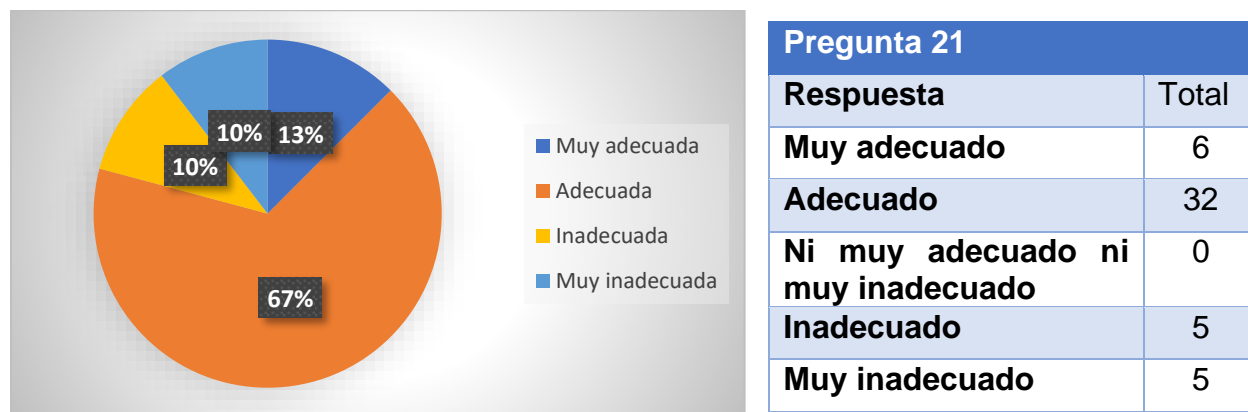


Gráfico 23.  
Fuente: elaboración propia.

De acuerdo al 79% de los encuestados el horario laboral con el que cuenta es necesario para poder realizar la carga de trabajo que tienen tanto de manera operativa como administrativas, además de que consideran que a través de una gestión eficiente del tiempo se pueden cumplir con las actividades de manera eficiente y eficaz, además de que los sistemas de reservas les disminuyen el tiempo de búsqueda y les facilita el poder realizar la reservación de uno o un conjunto de servicios. Un 21% de los encuestados, encuentra que el tiempo no es necesario para poder cumplir su carga laboral diaria, ya que encuentran que el tiempo necesario es poco o en su caso la carga laboral es demasiada para poder ser realizada en las 8 horas de trabajo diarias.

**21.- ¿Cómo el horario con el que cuenta es el adecuado para completar sus actividades?**

**Gráfico 24.** Horario laboral - ítem 2.



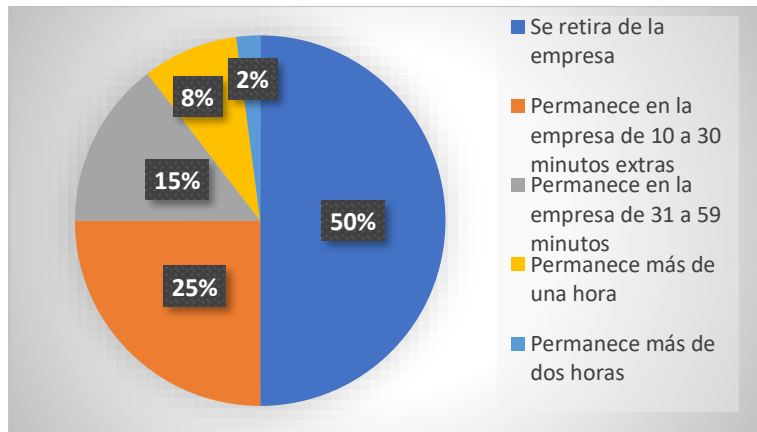
*Gráfico 24.*  
*Fuente: elaboración propia.*

Se puede apreciar, que el horario con el que cuentan los miembros que realizaron la encuesta, el 80% de los mismos indican que este está entre adecuado y muy adecuado, por lo que pueden lograr realizar las actividades que se les designan de manera diarias, estas son tanto: operativas (atención de clientes en oficinas, realización, envío y comprobación de recibido de cotizaciones a clientes, actualización de precios en medios digitales, entre otros) y administrativas (cobro de pagos parciales o totales de servicios, envíos de comprobantes de pagos al área de contabilidad, envío de reservaciones a los respectivos servicios turísticos (vuelos, hospedaje, alimentos y bebidas, y recreación).

Un 20% informa que el horario es muy inadecuado e inadecuado, ya que no pueden realizar las actividades solicitadas por la dirección, además de que hay ocasiones en las que la carga de trabajo es demasiada por lo que deben de adecuar su tiempo y priorizar las actividades con base en nivel de urgencia e importancia.

## 22.- ¿Al culminar el horario de trabajo usted generalmente?

**Gráfico 25.** Horario laboral - ítem 3.



Pregunta 22	
Respuesta	Total
Se retira de la empresa	24
Permanece en la empresa de 10 a 30 minutos extras	12
Permanece en la empresa de 31 a 59 minutos	7
Permanece más de una hora	4
Permanece más de dos horas	1

*Gráfico 25.*

*Fuente: elaboración propia.*

Al término del horario de trabajo, el 50% de los encuestados se retira de la empresa ya sea para realizar actividades personales, familiares o de ocio; el 25% de los mismos permanece alrededor de 10 a 30 minutos más realizando actividades en la organización. Un 15% de los mismos permanece de más de media hora, pero menos de una, un 8% se queda más de una hora, pero menos de dos en la misma y finalmente el 2% de los mismos suele permanecer más de dos horas en la organización, esto puede ser para terminar sus actividades, para cumplir las metas u objetivos establecidos por la organización o para poder avanzar los pendientes que se le generaron durante el transcurso del día laboral.

Por lo que se puede establecer que la mitad de encuestados permanece más horas de las establecidas por la organización laboral, esto con el afán de cumplir o realizar las solicitudes de clientes y de la dirección de la empresa, además de que a través de este tiempo pueden establecer una continuidad a las actividades que tienen una prioridad alta.

**23.- ¿Durante sus horas fuera del horario laboral usted atiende actividades relacionadas con la empresa?**

**Gráfico 26.** Horario laboral – ítem 4

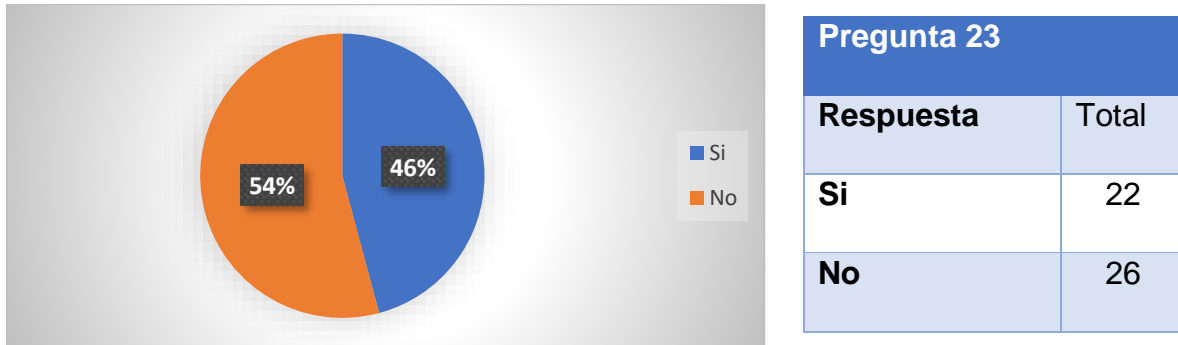


Gráfico 26.

Fuente: elaboración propia.

La continuidad laboral en la actualidad juega un papel muy importante ya que las actividades a realizar suelen ser mayores, lo que hace que los empleados utilicen tiempo personal para poder atender actividades relacionadas con la organización. Un 54% de los encuestados indicó que al terminar su horario laboral no atienden actividades relacionadas con la organización, esto debido a que valoran el tiempo familiar, ocio o recreación o porque no tienen las herramientas para poder atenderlas; un 46% indica que al terminar su horario laboral y al estar fuera de la organización atienden actividades relacionadas con la misma, esto para poder establecer una fidelidad de los clientes al reducir los tiempos de respuesta y atención a sus necesidades, además de que al realizar esto pueden incrementar la probabilidad de cumplir metas de ventas establecidas por la organización, es por esto que buscan obtener las herramientas además de los medios necesarios para poder cumplir sus actividades o en su caso se apoyan de la dirección para poder brindar la atención necesaria a los usuarios quienes se sienten valorados además de mantener lealtad a futuro en caso de necesitar servicios turísticos.

**24.- ¿Qué tiempo fuera de su horario laboral les dedica a las actividades relacionadas con la empresa?**

**Gráfico 27.** Horario laboral – ítem 5.

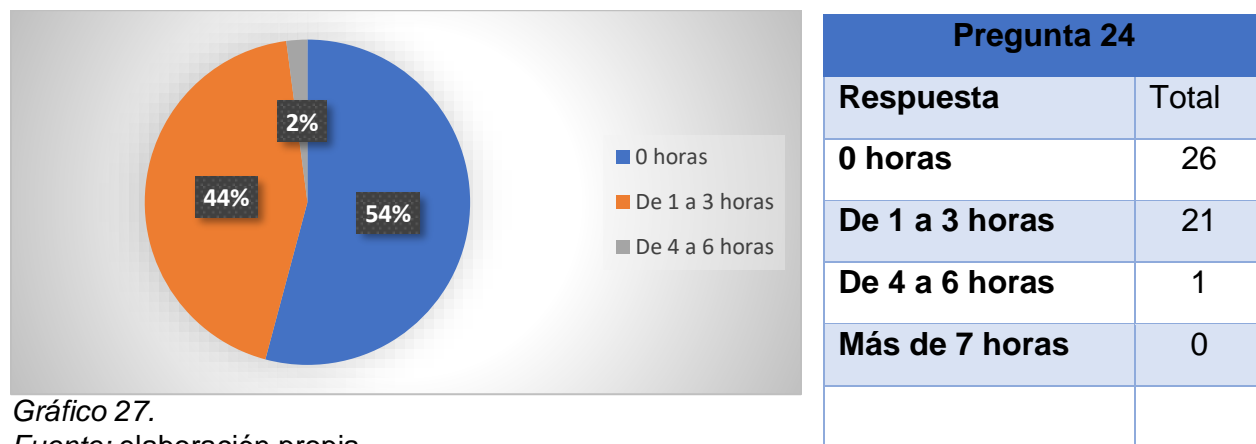


Gráfico 27.  
Fuente: elaboración propia.

En cuanto al tiempo dedicado a las actividades laborales durante el tiempo fuera de la organización, 26 miembros el 54% de los encuestados indicaron que no se dedican a realizar, atender o encargarse de estas, por lo que le dedican 0 horas a las mismas. 21 un 44% de los mismos, indica que se enfocan entre 1 y 3 horas a las actividades de la empresa durante su tiempo fuera de la organización, el cual suele estar repartido de manera diaria o en su caso en determinados días o fechas, esto dependerá de la carga de trabajo y las necesidades de cada solicitud de servicios.

Solamente uno de estos alrededor del 2%, le dedica de 4 a 6 horas, esto dependiendo de factores como la importancia por concretar la venta con el cliente de los servicios solicitados, para poder cotizar y ofrecer precios competitivos a los usuarios, por el interés o fidelidad del cliente con la organización, así como el logro de las metas establecidas en cuanto a ventas, además de mantener el servicio de calidad ofrecido de manera personal y organizacional; este tiempo no suele ser contado por la empresa por lo que

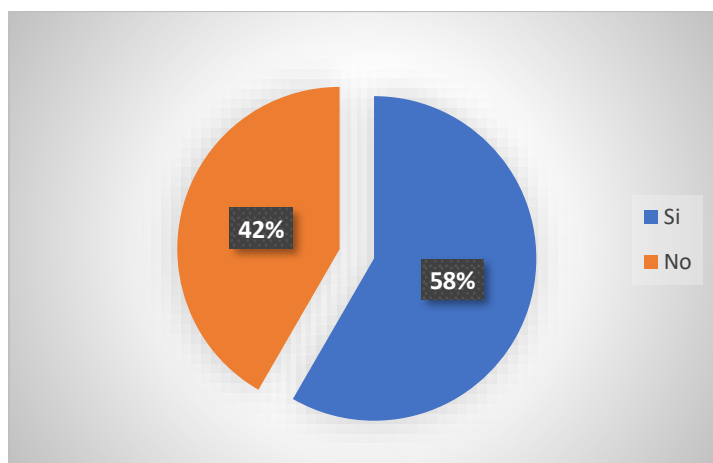
no se establece una remuneración para con el empleado, el cual de manera consciente realiza las actividades ya sea por interés propio o interés común.



Variable	Dimensión
Desarrollo Profesional	Delegación de responsabilidades
<b>Preguntas de la 25 a la 27</b>	
Finalidad	Conocer el nivel de delegación de responsabilidades en los miembros de la organización.

**25.- ¿Su superior o jefe le pide que realice actividades que le conciernen realizar a él?**

**Gráfico 28.** Delegación de responsabilidades – ítem 1.



Pregunta 25	
Respuesta	Total
Si	28
No	20

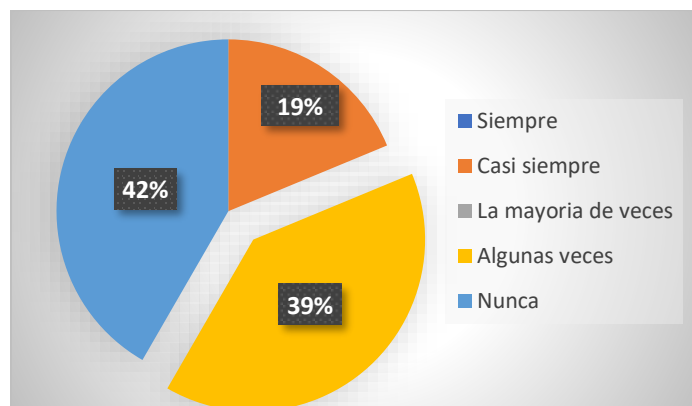
*Gráfico 28.*  
*Fuente:* elaboración propia.

Tal y como se puede observar el 58% de los superiores o jefes de los encuestados les solicitan a estos que realicen actividades que le conciernen a él o ella, mientras que el 42% restante indicó que su superior o jefe no les solicitan realizar actividades que le conciernen realizar a estos. Las actividades que realizan los superiores o jefes son de suma importancia dentro de una organización por lo que las personas que posean este o estos puestos deben de saber cuándo se puede delegar las responsabilidades a los subordinados, y cuando deben de ser realizadas por estos; de igual forma debe de tenerse en consideración que respecto a la carga laboral de los empleados, es

recomendable reducir o evitar el aumentar las actividades a los subordinados ya que estas podrán hacer que no pueda cumplir con las metas establecidas por la organización.

## 26.- ¿Con que frecuencia mi superior me solicita realizar esa o esas actividades?

**Gráfico 29.** Delegación de responsabilidades – ítem 2.



Pregunta 26	
Respuesta	Total
<b>Siempre</b>	0
<b>Casi siempre</b>	9
<b>La mayoría de veces</b>	0
<b>Algunas veces</b>	19
<b>Nunca</b>	20

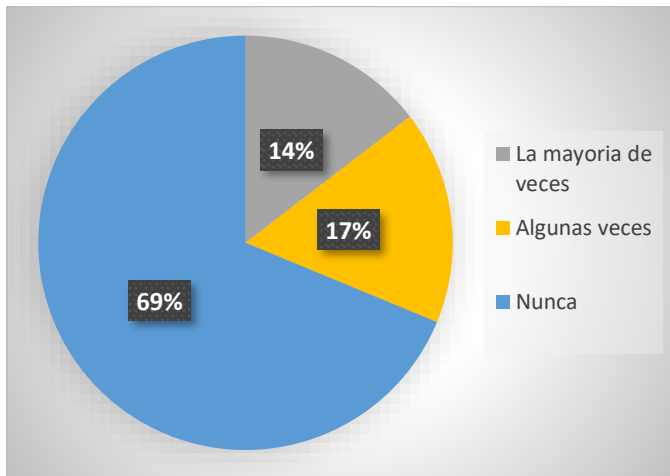
*Gráfico 29.*

*Fuente:* elaboración propia.

El 42% de los encuestados indicó que su superior nunca le ha solicitado realizar actividades que sean de la competencia o deban de ser realizadas por este; el 39% ha recibido algunas veces por parte de su superior la solicitud para realizar estas actividades, y el 19% recibe casi siempre la instrucción por parte de su superior de realizar actividades o tareas que debido a la importancia en la toma de decisiones le correspondería realizar a este. Es muy importante el poder reconocer las habilidades, destrezas y capacidades del personal, pero no es adecuado el solicitar que estos realicen acciones o tareas que por su naturaleza tengan una importancia muy alta dentro de la organización, ya que en ocasiones es necesario elegir de manera minuciosa investigando o analizando de manera meticulosa lo cual a veces le solicita demasiado tiempo a los empleados ocasionando que se retrasen tanto en la actividad solicitada por su superior como las de su puesto laboral.

**27.- ¿Con que frecuencia realiza actividades que le corresponden a otros compañeros?**

**Gráfico 30.** Delegación de responsabilidades – ítem 3.



Pregunta 27	
Respuesta	Total
<b>Siempre</b>	0
<b>Casi siempre</b>	0
<b>La mayoría de veces</b>	7
<b>Algunas veces</b>	8
<b>Nunca</b>	33

*Gráfico 30.*

*Fuente:* elaboración propia.

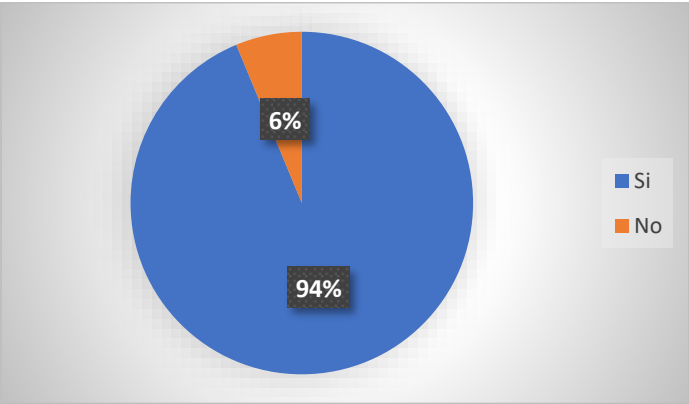
El 14% de los empleados indican que la mayoría de veces realiza actividades que corresponden a algún compañero, lo que suele generar un mayor tiempo en la realización de sus actividades laborales diarias ya que su carga de actividades se ve incrementada; o porque los usuarios suelen tener cierta afinidad con el trato o las formas de atención que estos tienen para con ellos lo que genera una confianza al momento de solicitar los servicios de la agencia. Mientras el 17% señalan que, algunas veces han realizado actividades que le corresponden a otros compañeros, ya que suelen ser realizadas en los periodos vacacionales que estos tienen o por problemas de salud o de otra índole, por lo que para mantener la lealtad de los clientes se atienden los casos que se presenten. Finalmente, el 69% de los encuestados da a conocer que nunca han realizado actividades que le corresponden a otro compañero, ya que la dirección realiza

las actividades de estos, esto con el fin de no incrementar la carga laboral de los empleados y estos logren realizar las actividades que los usuarios o clientes le soliciten.

Variable	Dimensión
<b>Desarrollo Profesional</b>	Desarrollo de colaboración laboral entre compañeros
<b>Preguntas de la 28 a la 32</b>	
<b>Finalidad</b>	Conocer el grado de colaboración en los empleados de la organización

**28.- Cuándo existe una mayor carga de trabajo, ¿Le piden que ayude a sus demás compañeros?**

**Gráfico 31.** Desarrollo de colaboración laboral entre compañeros – ítem 1.



Pregunta 28	
Respuesta	Total
<b>Si</b>	45
<b>No</b>	3

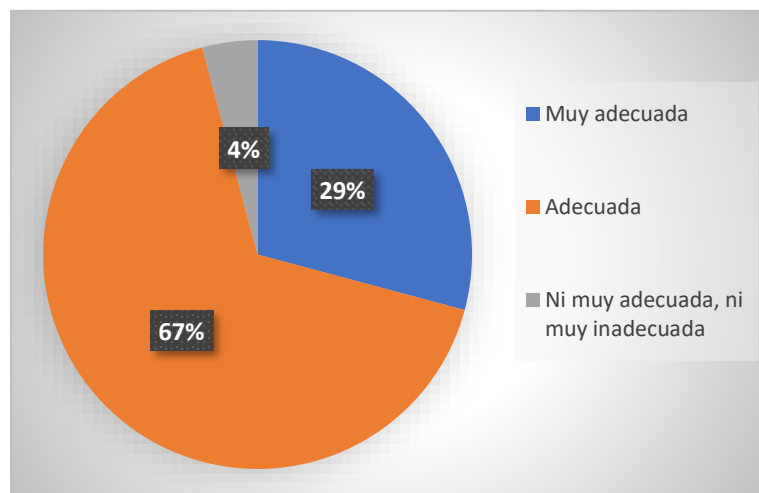
*Grafico 31.*  
*Fuente:* elaboración propia.

Tal y como se percibe 45 de los participantes que representa el 94%, afirma que cuando se presentan sobrecargas de trabajo, la dirección le solicita que brinde el apoyo sus demas compañeros, esto con el fin de poder brindar la atención, ademas de obtener el cierre del negocio con el usuario o cliente.

Mientras 3 de los mismos que representan el 6%, indican que no se les solicita apoyar a los compañeros, esto debido a que estos suelen tener una carga de trabajo mayor a los demás, debido a que el personal es poco y las actividades a realizar son variadas; además de que evitan que se generen diferentes percepciones en el cliente en las actitudes de servicio que recibe.

## 29.- ¿Considero que la relación entre compañeros dentro de la organización es?

**Gráfico 32.** Desarrollo de colaboración laboral entre compañeros – ítem 2.



Pregunta 29	
Respuesta	Total
Muy adecuada	14
Adecuada	32
Ni muy adecuada, ni muy inadecuada	2
Inadecuada	0
Muy inadecuada	0

*Gráfico 32.*

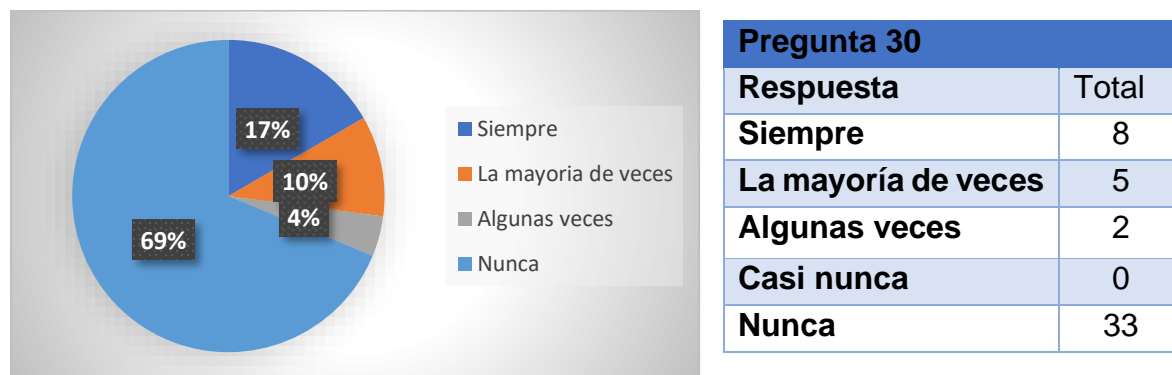
*Fuente:* elaboración propia.

En la siguiente pregunta 14 encuestados, los cuales representan un 29%, considera que la relación entre compañeros dentro de la organización es muy adecuada lo que se ve en la buena comunicación, apoyo y ambiente laboral que se desarrolla durante la jornada laboral, 32 que son el 67% de los mismos indicaron que la relación es adecuada, esto debido a que suelen existir pequeños inconvenientes o diferencias las cuales suelen generar malentendidos laborales los cuales se solucionan sin necesidad de recurrir a la dirección de la empresa, finalmente 2 que son el 4% indicaron que la relación entre compañeros no es ni muy adecuada, ni muy inadecuada, ya que estos consideran que existen pocos momentos para poder crear relaciones laborales entre compañeros lo que imposibilita el conocer mejor y crear vínculos entre estos.

**Cuando un compañero no se presenta a trabajar usted:**

**30.- ¿Apoya a realizar sus pendientes?**

**Gráfico 33.** Desarrollo de colaboración laboral entre compañeros – ítem 3.



*Gráfico 33.*

*Fuente:* elaboración propia.

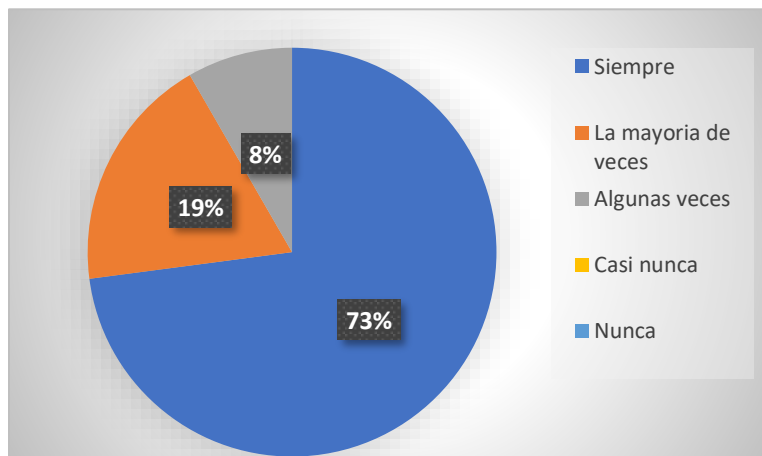
Respecto a si el empleado o la empleada apoyan a realizar las actividades pendientes de los compañeros que no se presentan a laborar, un 17% de los encuestados dijo que siempre se encargan de hacerlas independientemente de si el compañero lo solicita o no, un 10% informo que la mayoría de veces realiza los pendientes que este pudiese dejar o llegara a tener durante su ausencia, mientras el 4% indica que algunas veces apoya en las actividades laborales que este o esta pueden llegar a tener. Finalmente el 69% indico que nunca han realizado actividades que algún compañero que no se presente a trabajar tenga, esto debido a que la dirección se encarga de realizarlos o en su caso el cliente suele posponer la solicitud de los servicios hasta que el empleado regrese, cuando se requieren respuestas urgentes o que son importantes el jefe inmediato o el gerente suelen realizar los trámites, esto con el afán de cumplir con las solicitudes de los usuarios y asegurar el cumplimiento de las metas u objetivos de ventas de la organización.



**Cuando un compañero no se presenta a trabajar usted:**

**31.- ¿Atiende a los clientes agendados?**

**Gráfico 34.** Desarrollo de colaboración laboral entre compañeros – ítem 4.



Pregunta 31	
Respuesta	Total
Siempre	35
La mayoría de veces	9
Algunas veces	4
Casi nunca	0
Nunca	0

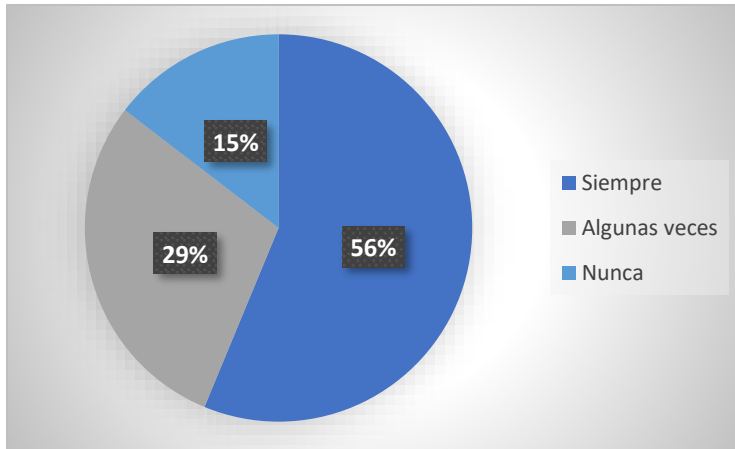
*Gráfico 34.*

*Fuente:* elaboración propia.

Para la atención directa a clientes, 4 de estos, que es el 8% de los encuestados atiende a los clientes agendados de aquel compañero que se ausente a laborar, mientras 9 de los mismos alrededor del 19% de los mismos la mayoría de veces se encarga de atender a aquellas citas con clientes que el compañero tenga para ese día. Finalmente 35 que representa el 73% de estos siempre se encargan de atender a aquellos clientes que su compañero tenga agendado, esto para poder generar la fidelidad del cliente para con la compañía además de crear una experiencia de venta independientemente de la persona que atiende a estos.

### 32.- ¿Con que frecuencia asiste a las actividades extralaborales organizadas por la empresa?

**Gráfico 35.** Desarrollo de colaboración laboral entre compañeros – ítem 5.



Pregunta 32	
Respuesta	Total
Siempre	27
La mayoría de veces	0
Algunas veces	14
Casi nunca	0
Nunca	7

*Gráfico 35.*

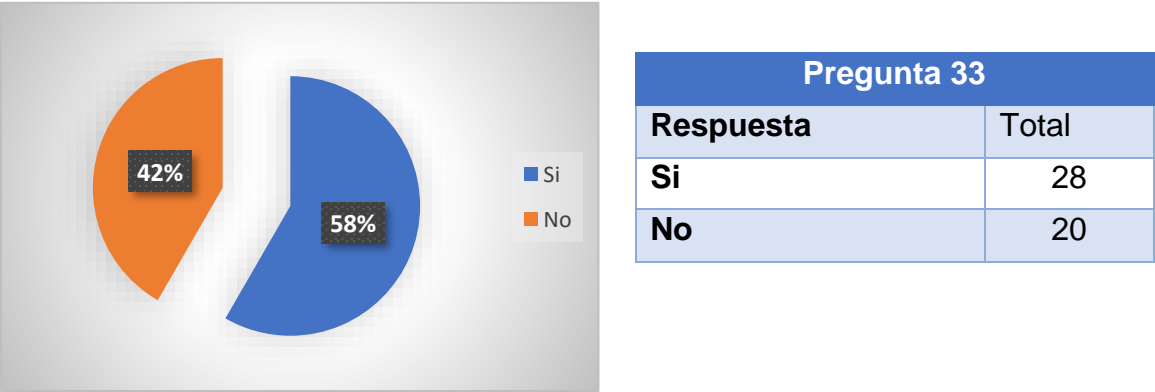
*Fuente:* elaboración propia.

Tal y como se puede observar el 15% de los trabajadores nunca han asistido a actividades extralaborales que organiza la empresa, 29% asisten algunas veces y un 56% de los mismos siempre están presentes en todas las actividades que realiza la empresa. Estas actividades suelen realizarse con el afán de poder crear relaciones colectivas fuera del ámbito laboral, además de servir como apoyo para liberar un poco la repetitividad de las actividades laborales, además de servir como tiempos de ocio o relajación tales como fiestas en determinada época del año, cumpleaños, aniversarios de la empresa o actividades para reconocer a los empleados cuando se cumplen los objetivos de ventas en un tiempo establecido por la dirección.

Variable	Dimensión
<b>Desarrollo Profesional</b>	Oportunidades de crecimiento
<b>Preguntas de la 33 a la 37</b>	
<b>Finalidad</b>	Conocer el nivel en las oportunidades de crecimiento que la organización brinda a los empleados

**33.- ¿La organización brinda algún incentivo por cumplir con las metas de venta?**

**Gráfico 36.** Oportunidades de crecimiento - ítem 1.

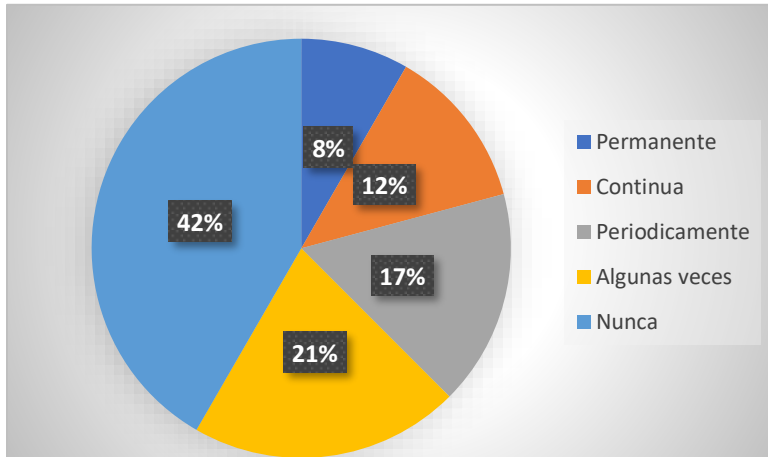


*Gráfico 36.*  
*Fuente:* elaboración propia.

El 58% de las organizaciones brindan algún tipo de incentivo a los empleados por lograr llegar o cumplir las metas de ventas establecidas, lo cual motiva y hace que presenten un mayor posicionamiento dentro del sector, ya que a través de estos los empleados se esfuerzan por vender, creando diferentes estrategias y formas de llegar al cliente logrando la fidelidad y continuidad respecto al uso del servicio; un 42% de las mismas no ofrece incentivos a sus empleados en caso de llegar a cumplir la meta de ventas establecidas por estas, ya sea porque ofrece salarios competitivos, considera que tienen una presencia fuerte dentro del sector, que dentro de sus políticas no se establece estos o porque lo ven como un condicionante para que los vendedores se esfuercen solo por un beneficio personal y no organizacional.

### 34.- ¿Los incentivos son ofrecidos por la empresa de manera?

**Gráfico 37.** Oportunidades de crecimiento - ítem 2.



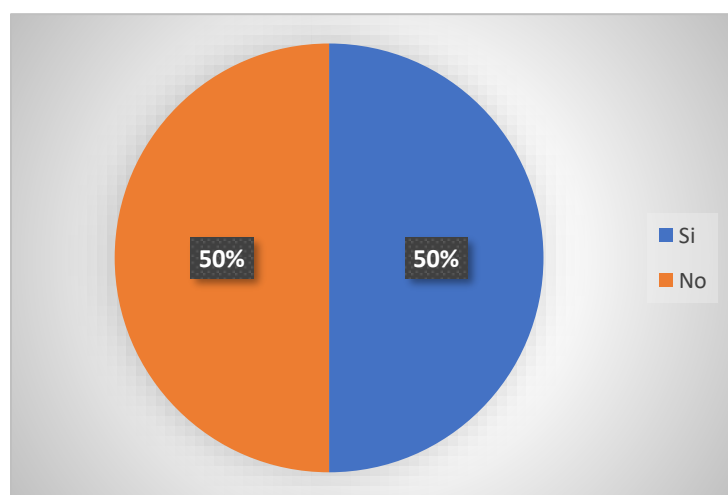
Pregunta 34	
Respuesta	Total
<b>Permanente</b>	4
<b>Continua</b>	6
<b>Periódicamente</b>	8
<b>Algunas veces</b>	10
<b>Nunca</b>	20

*Gráfico 37.*  
*Fuente: elaboración propia.*

En cuanto a los incentivos organizacionales, el 8% de los encuestados indica que la empresa ofrece estos de manera permanente para lo cual deben de cumplir con las metas, además de especificaciones impuestas por la misma; el 12% comparte que de manera continua se ofrecen incentivos para promover el cumplimiento de metas de ventas, un 17% especifica que de manera periódica pueden obtener incentivos por parte de la empresa, el 21% indica que solo algunas veces la organización ofrece incentivos para promover una mayor cantidad de ventas y en el 42% de las empresas no se ofrecen incentivos para poder alcanzar metas o incrementar las ventas, esto debido a que las mismas no lo manejan o no suelen ofrecer estas dentro de su operatividad.

### 35.- ¿Considera que cuenta con la oportunidad de crecimiento dentro de la organización?

**Gráfico 38.** Oportunidades de crecimiento - ítem 3.



Pregunta 35	
Respuesta	Total
<b>Si</b>	24
<b>No</b>	24

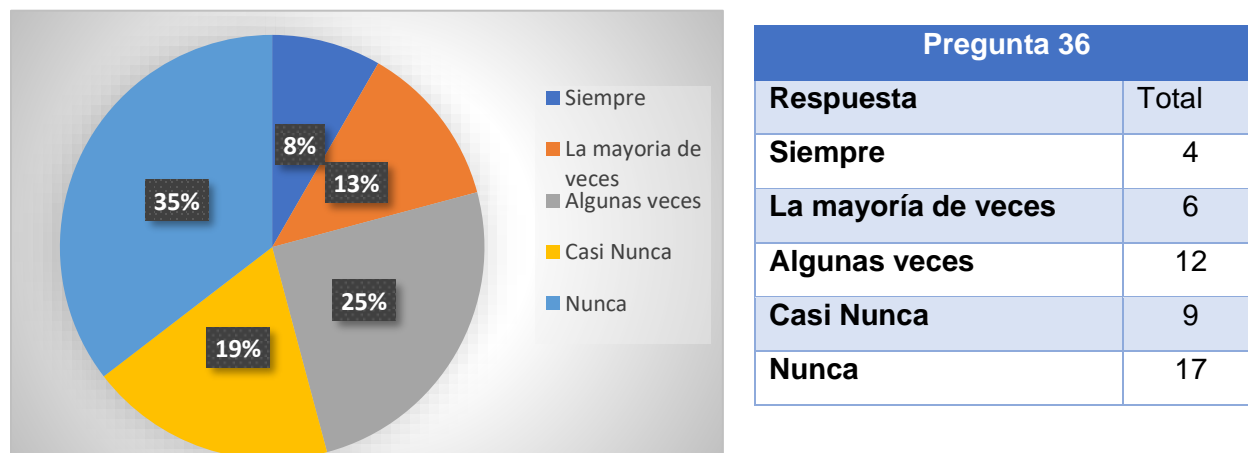
*Gráfico 38.*

*Fuente:* elaboración propia.

El 50% de los empleados considera que cuenta con las condiciones necesarias para poder crecer dentro de la organización, esto gracias a los beneficios, apoyos, roles, actividades y tareas que realizan dentro de la misma; mientras el otro 50% piensa que las condiciones que les ofrece la organización no son las idóneas para poder desarrollarse, además de que ven que dentro de las mismas se cuenta con actividades las cuales por su nivel suelen ser realizadas por personal apto en el área.

**36.- ¿Con que frecuencia se reconocen los méritos y logros de los que conforman a esta?**

**Gráfico 39.** Oportunidades de crecimiento - ítem 4.

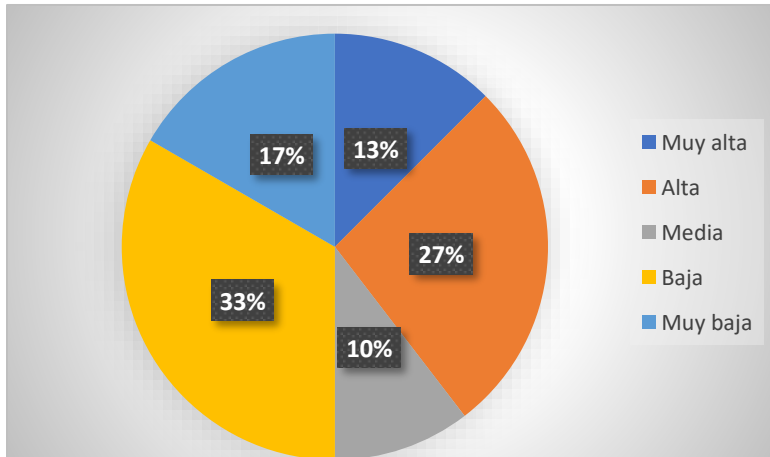


*Gráfico 39.*  
Fuente: elaboración propia.

El 8% de los empleados opinan que siempre se les reconoce los mérito y logros por parte de la organización, un 13% indica que en la mayoría de las veces que realizan logros o méritos se les reconoce por parte de la empresa, un 25% dice que en algunas veces se les reconoce esto debido a que las organizaciones suelen realizar los reconocimientos en cada determinado momento o ciclo, a un 19% de los encuestados casi nunca se les reconoce los logros o méritos que realizan para la organización y un 35% nunca ha recibido algún reconocimiento por los logros realizados o méritos laborales alcanzados, esto debido a que las organizaciones suelen establecer parámetros o metas las cuales dependiendo de las temporadas son alcanzadas o aproximadas pero no se establecen reconocimientos o alguna forma de reconocer al empleado, ya que estas entran dentro de sus funciones laborales tanto operativas como administrativas.

**37- ¿Cuál es el nivel de oportunidad con el que cuenta la empresa para crecer dentro de la misma?**

**Gráfico 40.** Oportunidades de crecimiento - ítem 5.



Pregunta 37	
Respuesta	Total
Muy alta	6
Alta	13
Media	5
Baja	16
Muy baja	8

*Gráfico 40.*

*Fuente:* elaboración propia.

En cuanto a las oportunidades para crecer dentro de la organización, el 13% de los encuestados mantienen un nivel muy alto de estas, un 27% considera que tiene altas posibilidades para poder desarrollarse y crecer en los roles organizacionales, un 10% mantiene su perspectiva de manera neutra ya que no consideran que cuenten con las condiciones necesarias para crecer aunque estas podrían llegar más adelante, el 33% opina que las condiciones para crecer dentro de la organización son bajas y el 17% ubica estas oportunidades como muy bajas ya que en la organización no cuenta con condiciones para ofrecer crecimientos de manera constante.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Primero, el objetivo general de esta investigación es conocer la calidad de vida laboral y su impacto en el desarrollo profesional de los trabajadores en las agencias de viajes en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, esto con el fin de poder generar recomendaciones para las Agencias de Viajes y así ayudar a mejorar el desarrollo de las actividades de las mismas.

Segundo, teniendo en cuenta el marco teórico, el desarrollo profesional del trabajador está influenciado por la calidad de vida laboral, ya que, a través de las características físicas de la organización, así como de las relaciones laborales se crean los lazos de unión y la retención de los empleados de manera efectiva y asertiva.

Tercero, por lo que, la percepción que cada uno tiene respecto al desarrollo profesional en la organización es muy variada; para algunos el poder contar con ciertas herramientas basta para realizar sus funciones diarias además de satisfacer sus necesidades básicas. Para otros, el contar con herramientas básicas es algo necesario, pero no suficiente para satisfacer sus necesidades personales, debido a que, la percepción del ambiente laboral no es considerada como adecuada o apta. Mientras que, otros se sienten bien solo con el hecho de que la organización les brinde un ambiente laboral apto en el cual puedan contar con el apoyo de sus compañeros y la guía y enseñanza de los superiores.

Cuarto, a lo largo de la investigación se encontró que las oportunidades de crecimiento dentro de las empresas son mínimo, ya que no tienen aquellas opciones de desarrollo dentro de las mismas, puesto que, no cuentan con una alta satisfacción con el trabajo



que realizan, además de opinar que es muy limitada la posibilidad de crecimiento dentro de la organización. Algunas reconocen los resultados laborales que logra alcanzar el empleado, a pesar de ello los salarios suelen ser mínimos en comparación con las responsabilidades, tareas y actividades que se deben de realizar. Por otro lado, se mantienen pocas relaciones interpersonales durante el horario laboral con los compañeros. Se observa que, existe un ambiente apto para realizar el trabajo, sin embargo, estas condiciones pueden ser mejoradas o se pueden adoptar otras medidas para facilitar la calidad de vida laboral.

Quinto, un punto importante a resaltar, es que en la mayoría de las empresas los trabajadores tienen libertad para decidir al momento de realizar sus actividades diarias, lo que les permite desarrollar actitudes y crear alternativas de solución o de mejora en cuanto al momento de presentarse algún problema.

Sexto, de acuerdo a los medios para elevar la satisfacción de las personas en el trabajo que propone Chiavenato se encontró que:

- No se ha logrado adecuar a los puestos para que estos sean amenos para los trabajadores, dado que existe una rutina y monotonía en las actividades que se realizan de manera diaria en la organización.
- Los salarios presentan una discrepancia entre lo que el empleado desea ganar y lo que percibe como pago por su trabajo, a causa de que no se mide o establece de acuerdo a los niveles de estudio, conocimientos o experiencia, sino más bien se basan en los salarios establecidos en la

economía local presentando una adhesión muy fuerte a ofrecer el salario mínimo vigente a nivel nacional.

- Las personas suelen realizar actividades que durante la ejecución de las mismas se van adecuando a través del desarrollo de habilidades propias, generando un problema ya que esto llega a crear un apego a la repetición de las actividades, lo que a largo plazo limita el desarrollo de las habilidades y destrezas del empleado.

Séptimo, en este sentido, es importante tomar en cuenta la calidad de vida de los empleados dentro de la organización, esto se puede lograr a partir de un ambiente laboral favorable dentro del cual los trabajadores tengan la posibilidad de ejecutar sus funciones con autonomía, además de brindarles amplias posibilidades de crecimiento profesional y personal, motivarlos a trabajar en equipo para que con ello el trabajador demuestre alto interés y compromiso con el puesto que desempeña y por ende, con las metas y objetivos institucionales.

Esta investigación pretende apoyar a conocer el impacto de la calidad de vida en el desarrollo profesional de los trabajadores, razón por la cual las organizaciones deben de crear diferentes medios para crear mejores condiciones laborales, ofrecer salarios que se adecuen a las actividades específicas que realizan cada puesto, además de propiciar estímulos tanto económicos como personales hacia aquellos empleados que logren cumplir las tareas asignadas y en su caso, satisfagan las tareas organizacionales. Ya que, de esta manera los empleados encontrarán una satisfacción, aumentando la permanencia de estos en la organización, evitando la rotación de personal, además de

aprovechar las habilidades y destrezas que estos desarrollen en aquellas problemáticas que se les lleguen a presentar.

## BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, M. Á. (2009). *Agencias de viajes organización y operación*. México: Trillas.
- Acerenza, Miguel Ángel. (2010). *Agencias de Viajes: operación y plan de negocios*. México: Trillas.
- Almudena Segurado Torres y Esteban Agulló Tomás. (2014). Calidad de vida laboral: Hacia un enfoque integrador desde la psicología social. (U. d. Oviedo, Ed.) *Psicothema*, 14(4), 828-836. Obtenido de <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=806>
- Birsel CananDemirbağ, B. G. (21 de febrero de 2017). Evaluation of the Life Quality of Workers in a Cement Factory. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237(21), 1462 - 1467. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.250>
- Blanch Joseph María Ribas., Antonio Martín Atilas, Carolina Gala Durán y María José Espuny Tomás. (2012). *Teoría de las relaciones laborales. Fundamentos*. España: UOC, S.L.
- Boullón, Roberto C. (1990). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*. México: Trillas.
- Caballero Rodríguez, K. (2002). El concepto de “satisfacción en el trabajo” y su proyección en la enseñanza. *Revista de Currículo y Formación de Profesorado*, 6(1-2), 1-10. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/567/56751267012.pdf>
- Camacaro, P. (2010). *Abordaje conceptual de calidad de vida en el trabajo, abordaje conceptual de calidad de vida en el trabajo*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/cccss/07/prc.html>
- Cámara de Diputados, Secretaría de Servicios Parlamentario. (31 de julio de 2019). Ley General de Turismo. (H. C. Mexicanos, Ed.) Ciudad de México, México: Diario Oficial de la Federación. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT\\_310719.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT_310719.pdf)
- CAMPOS MARTÍNEZ HERNÁN. (febrero de 2017). Tesis: Influencia del clima institucional en el desempeño laboral de los docentes de la I.E. N° 80207 Cushuro - Sanagorán 2014. Trujillo, Perú : Universidad Privada Antenor Orrego.
- Cancela G., Rocío; Cea M., Noelia; Galindo L., Guido; Valilla G., Sara. (2010). Metodología de la Investigación Educativa: Investigación ex post facto. 8. Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Cárdenas Tabares, Fabio. (2001). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado* (3ra. ed.). Ciudad de México: Trillas.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (2006). Turismo. México: Centro de Estudios Políticos, Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Recuperado el noviembre de 2021, de [http://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Comisiones/d\\_turismo.htm#\\_ftnref1](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm#_ftnref1)
- Chiavenato, Idalberto. (2019). *Gestión del talento humano* (5a. ed.). Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.

- Chiavenato, Idalberto, . (2017). *Administración de Recursos Humanos*. Ciudad de México: Mc Graw Hill,.
- Chinchilla, S. R. (2002). *Salud y Seguridad en el Trabajo*. Costa Rica: EUNED.
- Cobo Martín, J. M. (2011). Estudio sobre la promoción de la salud y la cultura del bienestar en las empresas del Ibex 35.
- Cortés, J. M. (2012). *Seguridad e Higiene en el Trabajo. Técnicas de Prevención de riesgos laborales*. TÉBAR FLORES, S.L.
- Cruz Velazco Jessica Esther. (enero de 2020). Tesis: FACTORES ORGANIZACIONALES E INDIVIDUALES Y SUS EFECTOS EN. Villahermosa, Tabasco, México: UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración estratégica*. (9a. ed.). México: Editorial Pearson Hall.
- De la Torre Padilla, Oscar. (1980). El Turismo fenómeno social. 15 - 19. México: Fondo de Cultura Económica.
- DELA COLETA, J. (1991). *Accidentes de Trabajo E*. Colombia: Ediciones Cincel Ltda.
- Eisenberger, R. H. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*,, 500-507.
- Entorno Turístico*. (26 de diciembre de 2020). Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/como-se-clasifican-las-agencias-de-viajes/>
- Fanny Gabriela Chillogalli Chacha, R. R. (Julio de 2017). Proyecto de investigación: Definir el perfil del turista emisor que maneja las agencias de viajes internacionales IATA en la ciudad de Cuenca durante el año 2017. (F. d. Hospitalidad, Ed.) Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Felstead, A. J. (2002). Opportunities to work at home in the context of work-life balance. *Human resource management journal*.
- Fernández, L. N. (2002). El desarrollo profesional de los trabajadores. *2(1)*. España: Cuadernos de Gestión.
- Fincowsky, B. E. (2013). *Organización de empresas: Análisis, diseño y estructura*. México: Mc Graw Hill.
- FUENTEALBA, R. (2006). Desarrollo profesional docente: un marco comprensivo para la iniciación pedagógica de los profesores principiantes. *Foro educacional(10)*, 65 - 106.
- García Oro Elizabeth, Cruz Pérez Margaret y Leyva Velásquez Noryelis. (noviembre de 2009). La agencia de viajes, una empresa importante y poco conocida del sector turístico actual. *TURyDES*, 2(6). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/tyrydes/06/opv.htm>
- García, G. S. (1999). El desarrollo profesional: análisis de un concepto complejo. *Revista de Educación(318)*, 175-187.
- Gibson, J. (1996). *Las organizaciones* (8a. ed.). Madrid: Mc Graw Hill.
- Gómez-Mejía, L. B. (2016). *Dirección y gestión de Recursos Humanos* (3a. ed.). Ciudad de México: Pearson Educación.

- Hackman, J. R., Oldham, G. R. (1975). "Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2).
- HACKMAN, J. RICHARD y SUTTLE, J. L.,. (1977). *Improving Life at Work: Behavioral Science Approaches to Organizational Change*. Santa Mónica, Estados Unidos de América: 1977.
- Hayrol-Azril MS, J. U. (2010). *Can quality of work life affect work performance among government agricultural extension officers?* Malaysia: J Soc Sci.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio Pilar. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México: Mc Graw Hill .
- Ibañez Pérez Reyna M., Cabrera Villa Carmelina. (2011). *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional*. Baja California Sur, México: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). (16 de marzo de 2021). *INEGI*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Tabulados>
- Ivone Yudeith Cucaita, H. K. (2013). Impacto del bienestar laboral en el personal administrativo de La empresa Cibertec. Villavicencio, Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) .
- Jackman Danielle M., Fetsch Robert J., L.Collins Christina. (2016). Quality of life and independent living and working levels of farmers and ranchers with disabilities. *Disability and Health Journal*, 9, 226 - 233. doi:<https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2015.09.002>
- Lares, A. S. (1998). *Calidad de vida en el trabajo. Un modelo integral*. Venezuela: Venezuela: BL Servicio Editorial.
- Littlewod, H. (2000). *Compromiso organizacional: Un estudio comparativo entre seis*. Obtenido de <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/proy/n6/investigacion/hlittlewood.html>
- Logistic Software*. (2013). Recuperado el 2021 de noviembre de 05, de <https://www.logismic.mx/los-principales-tipos-de-agencias-de-viajes>
- Luecke Richard, . (2007). *Gestión del desempeño : evalúe y mejore la eficacia de sus colaboradores*. España: Ediciones Deusto.
- Madero, S. M. (2010). Factores de atracción y retención del mercado laboral, para empleados potenciales. 131 - 147. (I. T. Monterrey, Ed.) Monterrey, Nuevo León, México: Economía, Gestión y Desarrollo.
- Matute Peña Miguel, Aguilar Macías Silvia y Asanza Rubio Publio Xavier. (2006). Aspectos sociopsicológicos del turismo. Cuba: Universidad de Oriente de Santiago de Cuba.
- Melé, D. (2004). Conciliar trabajo y familia: un reto para el siglo XXI,. *Eunsa*.
- Morillo Moreno, Marysela Coromoto. (enero - junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. (U. d. Andes, Ed.) *Visión Gerencia*, 135 - 158.

- Muñoz de Escalona Francisco. (1992). Turismo y Desarrollo. *Instituto de Estudios Turísticos*(115), 23 - 44. Obtenido de [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/69869.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/69869.pdf)
- Muñoz, A. (1990). Satisfacción e insatisfacción en el trabajo. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Murray R. Spiegel, L. J. (2009). *Estadística* (4a. ed.). México, México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.yumpu.com/es/document/read/63022012/estadistica-serie-schaum-4ta-edicion-murray-r-spiegelpdf-1>
- Nadler David A. y Lawle Edward E. III. (1983). Quality of Work Life: Perspective and Directions. *Organizational Dynamics*.
- Nelson, B. (2005). *1001 formas de motivar a los empleados*. Colombia: Grupo Norma.
- Ortuño Martínez Manuel. (1980). *Introducción al estudio del turismo*. Ciudad de México: Textos Universitarios.
- Párraga Basurto Yadira, Chávez Cedeño Saúl y Solórzano Vélez Cindy. (14 de diciembre de 2020). Caracterización de las agencias de viajes y uso de las Tics en la comercialización de productos y servicios en los mercados turísticos de la provincia de Manabí. *RICIT*, 158-179.
- Payan, A. (2011). El contrato psicológico: Expectativas que moldean el apoyo organizacional percibido. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello,.
- Perini, A. (2014). Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos. Argentina: Universidad Tecnológica Nacional. Recuperado el 2021 de octubre de 26
- Pilar González, José María Peiró y María Jesús Bravo. (2001). *Tratado de psicología del trabajo*. Obtenido de <http://bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFP/trabajo/alonzo/peiro%20prieto%20-%20calidad%20de%20vida%20laboral%20vol%202%20cap%206.pdf>
- Pretelt Emiliani Jorge. (17 de enero de 2013). *Servicios Turísticos*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/serviciostur/>
- Ramos, Gastón. (2009). El Turismo de Negocios en México. *Revista Buen Viaje*. Recuperado el 10 de noviembre de 2021, de [https://www.revistabuenviaje.com/b\\_travel/articulos/gaston\\_ramos/articulo01.php](https://www.revistabuenviaje.com/b_travel/articulos/gaston_ramos/articulo01.php)
- Requena, Karen E., Muñoz, José F. (2006). El Turismo e Internet, Factores de Desarrollo en Países Subdesarrollados. Caso: Venezuela. (U. d. Andes, Ed.) *Actualidad Contable FACES*, 9(12), 118 - 131. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701212>
- Robbins, S. y. (1996). *Administración* . México: Prentice Hall Hispanoamericana, .
- Saldaña Calderón María de Lourdes. (2013). *Agencias de viajes organización y operación*. Ciudad de México: Red Tercer Milenio.

- Secretaría de Economía. (2016). Reporte Tuxtla Gutiérrez. 2-19. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México: Gobierno Municipal de Tuxtla Gutiérrez. Recuperado el 2021 de noviembre de 15, de [https://sare.tuxtla.gob.mx/admin/archivos/tuxtla/documentos/72186e1a\\_30082018\\_2308.pdf](https://sare.tuxtla.gob.mx/admin/archivos/tuxtla/documentos/72186e1a_30082018_2308.pdf)
- (SECTUR), S. d. (15 de octubre de 2021). Glosario Turístico. (SECTUR, Ed.) Recuperado el 28 de octubre de 2021, de DATATUR SECTUR: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- (SECTUR), S. d. (2021). *Reporte Estadístico de Indicadores del Sector Turístico de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez : Gobierno del Estado de Chiapas.
- (SECTUR), Secretaría del Turismo del Estado de Chiapas. (2021). *Chiapas Espiritu del Mundo Maya*. (SECTUR Chiapas) Recuperado el 21 de octubre de 2021, de <https://www.visitchiapas.com>
- Silverman, L. (2006). How Do You Keep the Right People on the Bus? Try Stories. (4), 29, 11 - 15. The Journal for Quality and Participation.
- Steve Secal, Rafael. (2001). Nuevos segmentos emergente de turismo: Los parques tematicos, cuadernillos de turismo. (7), 35-54. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- Tamayo y Tamayo, M. (2006). *Técnicas de Investigación* (2a. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Thompson, C. A. (agosto de 1993). hen work–family benefits are not enough: The influence of work–family culture on benefit utilization, organizational attachment, and work–family conflict. *Journal of Vocational Behavior*(54), 392-415.
- Tostado Francisco Javier. (2016). *Thomas Cook y el origen de las agencias de viaje*. Recuperado el 2021 de noviembre de 02, de <https://franciscojaviertostado.com/2016/07/04/thomas-cook-y-el-origen-de-las-agencias-de-viaje/>
- Valero Pacheco Ivonne Constanza, Riaño-Casallas Martha Isabel. (2017). Contribuciones de la salud y la seguridad en el trabajo a la calidad de la vida laboral: una reflexión analítica. (U. d. Salle, Ed.) *Ciencia y Tecnología para la Salud Visual y Ocular*, 15(2), 85 - 94. doi:<https://doi.org/10.19052/sv.4207>
- Victor, A. G. (2010). *Administración de Recursos Humanos, para el alto desempeño*. México: Trillas.
- Walton Richard. (1973). Quality of Working Life: What is it. *Sloan Management Review*, 15(1), 11 - 21.
- Weinert, A. (1985). “Manual de psicología de la organización”: La conducta humana en las organizaciones. 297-298. Barcelona, España: Herder.
- Xiu Mas José Victoriano. (14 de diciembre de 2013). *Antecedentes de las agencias de viajes y sus avances tecnológicos*. Recuperado el 06 de noviembre de 2021, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/antecedentes-de-las-agencias-de-viajes-y-sus-avances-tecnologicos/>