

ANEXO "A"

MODELO DE LA ENTREVISTA

Valencia, 16 de julio de 2009.



Estimado Señor:

En el marco de los Estudios Doctorales en Ciencias Administrativas de la Universidad del Sur – Tuxtla Gutiérrez Estado de Chiapas - México, se está realizando una investigación titulada: **La Gestión del Conocimiento como Ventaja Competitiva para las Agencia de Viajes y Turismo en la Nueva Cadena de Distribución Turística. Caso Estudio: Venezuela**, por lo que se hace necesario para su desarrollo contar con la opinión de expertos del sector Turismo.

Le aseguramos que la información que Usted suministre tendrá un carácter científico y será utilizada exclusivamente para los fines antes expuestos. Su opinión es de gran importancia para este estudio, por lo que se le agradece la mayor objetividad.

En la espera de que podré contar con su colaboración, que agradezco de antemano, aprovecho esta oportunidad para saludarle muy atentamente.

Msc. Zuleyma Loggiodice Lattuf

ENTREVISTA

1. ¿Cuáles son las oportunidades que deben aprovechar las Agencias de Viajes en Venezuela?

2. ¿Considera que el sector de Agencias de Viajes presenta Resistencia al Cambio?

3. ¿Existe Cultura de Servicio dentro de las Agencias de Viajes?

4. ¿Cree Usted que el personal que labora en el sector de Agencias de Viajes se encuentra capacitado para el manejo de las Herramientas Tecnológicas?

5. ¿Considera que la nueva Alianza en Grupos de Gestión podría ser beneficioso para las Agencias de Viajes?

6. ¿Cuáles son las amenazas a las que se deben enfrentar las Agencias de Viajes en Venezuela?

7. ¿Considera que las Agencias de Viajes manejan un sentido sólido de Orientación al Servicio?

8. ¿Qué opina Usted sobre la aparición de nuevos canales de distribución?

9. ¿Usted considera que el cobro de los FEE por parte de las Agencias de Viajes son suficientes para mantenerse? ¿Qué propondría Usted como alternativa de ingreso?

10. ¿Qué acciones pudieran implementar los Agentes de Viajes para Agregarle Valor a su Gestión de Servicios?

11. ¿En qué área considera Usted que se debe preparar el Capital Humano del sector?

12. ¿Considera importante la incorporación de la Gestión del Conocimiento para las Agencias de Viajes?

ANEXO "B"

MODELO DEL CUESTIONARIO



MODELO DEL CUESTIONARIO

Estimado Señor:

En el marco de los Estudios Doctorales en Ciencias Administrativas de la Universidad del Sur – Tuxtla Gutiérrez Estado de Chiapas - México, se está realizando una investigación titulada: **La Gestión del Conocimiento como Ventaja Competitiva para las Agencia de Viajes y Turismo en la Nueva Cadena de Distribución Turística. Caso Estudio: Venezuela**, por lo que se hace necesario para su desarrollo contar con su opinión.

Le aseguramos que la información que Usted suministre tendrá un carácter científico y será utilizada exclusivamente para los fines antes expuestos. Su opinión es de gran importancia para este estudio, por lo que se le agradece la mayor objetividad. El cuestionario consta de 3 partes. En la parte I, se consultan datos generales de la empresa. En la II y III parte del cuestionario, se presentan una serie de proposiciones con cinco (5) alternativas de respuesta, debe marcar la opción que Usted considere más adecuada.

Ejemplo:

ITEMS	RESPUESTA				
El éxito de su agencia se debe en gran parte a la fidelización de los clientes	Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutral	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
	✓				

Gracias por su Colaboración...

I PARTE. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1. Tipo de agencia de viajes:
 - a) Viajes y Turismo (VT) _____
 - b) Mayoristas de Turismo (MT) _____
 - c) Mixta _____

2. Capital Social de la Empresa:
 - a) 2000 Unidades Tributarias _____
 - b) Más de 2000 UT _____
 - c) Menos 2000 UT _____

3. Antigüedad en el sector:
 - a) Menos de 5 años _____
 - b) Entre 5 y 10 años _____
 - c) Entre 10 y 15 años _____
 - d) Más de 15 años _____

4. Principal segmento de mercado que atiende:
 - a) Vacaciones _____
 - b) Viajes de Negocios _____
 - c) Otro (especifique) _____

5. Producto más vendido en su agencia:
 - a) Boletos _____
 - b) Paquetes _____
 - c) Hospedaje _____
 - d) Cruceros _____
 - e) Alquiler de autos _____
 - f) Otros (especifique) _____

6. La Agencia dispone del sistema de reservación:
 - a) Sabre _____
 - b) Galileo _____
 - c) Amadeus _____
 - d) Ninguno _____
 - e) Combinación (especifique) _____

7. Su agencia de viajes pertenece a:
 - a) BSP doméstico _____
 - b) IATA _____
 - c) Es agencia satélite _____

8. A cuál de los siguientes grupos de gestión pertenece:

- a) Over ____ b) Centuria ____ c) Grupo Global ____ d) Ninguno

II PARTE. GESTIÓN EMPRESARIAL

Ítem	Afirmaciones	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Neutral	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
<i>Usted como Gerente considera que:</i>						
9.	El conocer los gustos y preferencias del cliente y la especialización en servicios y destinos, le ha permitido mantenerse en la distribución turística					
10.	La oferta personalizada adaptada a las necesidades de sus clientes, el asesoramiento continuo y la atención post-venta, han sido claves en la gestión de su negocio					
11.	El ofrecer precios competitivos ha sido la razón por la cual compran los clientes en la agencia					
12.	La disponibilidad y dominio de herramientas tecnológicas ha facilitado su gestión de atención al cliente					
13.	La formación continua del personal que labora en la agencia, es determinante para la prestación de un buen servicio					
14.	La profesionalización del personal que labora en la agencia, es garantía de un servicio de calidad					
15.	Las alianzas estratégicas le han permitido mejorar la gestión del negocio					

III PARTE. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Ítem	Afirmaciones	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Neutral	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
<i>Usted como Gerente considera que:</i>						
16.	La incorporación de Internet y el Comercio Electrónico, forman parte de sus estrategias de gestión					
17.	Ha mejorado significativamente la eficiencia del negocio, a través de las reuniones de trabajo con el personal que labora en la agencia para compartir ideas y conocimientos					
18.	La clave del éxito de su negocio es producto en gran parte del trabajo en equipo, la visión compartida y la creatividad					
19.	En general, la cultura de su organización valora el intercambio de información con los proveedores y clientes					
20.	Para que la organización aprenda es necesario el desarrollo de la creatividad por parte de sus empleados					
21.	La Gestión del Conocimiento es reconocer explícitamente que el aprendizaje es un proceso que debe ser gestionado por los líderes de la organización					

22.	Para la Agencia es importante la transmisión del conocimiento de un empleado a otro					
23.	Es relevante brindarle al personal la oportunidad de capacitarse constantemente para el enriquecimiento de sus conocimientos					
24.	La organización debe propiciar cursos o especializaciones para su personal en el área de trabajo en la cual se desempeña					
25.	El proceso de socialización en las Agencias de Viajes y Turismo le añade conocimientos novedosos a su personal					
26.	Existe consistencia entre la visión de su Agencia y su desempeño actual					
27.	Es importante motivar a sus empleados hacia el alcance de metas y objetivos organizacionales					
28.	La capacidad de la organización para aprender se debe traducir en la posibilidad de evolucionar permanentemente (flexibilidad)					
29.	Se debe practicar la comunicación a través de diversos mecanismos, tales como: reuniones, informes,					

	programas de formación, creación de equipos multidisciplinares					
30.	Siempre está en la búsqueda de nuevos modelos de Gestión para incorporarlos al negocio					

ANEXO "C"

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EXPERTOS

ANEXO "D"

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

COEFICIENTE ALFA CRONBACH

	ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL PUNTAJE
SUJETOS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	6	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9
	7	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9
	8	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	6
	9	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	6
	10	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	5
	11	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	5
	12	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	13	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	14	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	15	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	16	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	17	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	18	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	19	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	20	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	SUMA	9	27	11	11	5	7	7	1	1	7	113
	PROMEDIO	0,3	0,9	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,4	0,6	0,2	3,77
	DESVIACION	0,5	0,3	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	3,69
	VARIANZA	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	13,63
	SUMATORIA DE LAS VARIANZAS DE LOS ITEMS											2,0

RESUMEN DE RESULTADOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	MUY DE ACUERDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	DE ACUERDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	NEUTRAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	EN DESACUERDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	MUY EN DESACUERDO	9	27	11	11	5	7	7	11	18	7
TOTALES		9	27	11	11	5	7	7	11	18	7

$$\alpha = \frac{N}{N-1} * \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{Total}^2} \right] = 0,88$$

TOTAL ITEMS = 20

Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad	
Rangos	Coeficiente Alfa
Muy Alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,41 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40
Muy Baja	0,01 a 0,20