



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**IMPORTANCIA DE LA LABOR DE UNA AGENTE DE RESERVAS
EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA AEROLÍNEA
PERUVIAN AIRLINES**

PRESENTADA POR

DANY LAURA ZENTENO SARAYASI

ASESORA

MILENKA CÁCERES HURTADO

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

LIMA – PERÚ

2022



CC BY-NC-ND

Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

**IMPORTANCIA DE LA LABOR DE UNA AGENTE DE RESERVAS EN
EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA AEROLÍNEA PERUVIAN
AIRLINES**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**

PRESENTADA POR:

DANY LAURA ZENTENO SARAYASI

ASESORA:

MG. MILENKA CÁCERES HURTADO

LIMA, PERÚ

2022

DEDICATORIA

A don Víctor Hugo Melgar Morales, dueño de la agencia *Victor Travel Service*, por confiar en mí dándome la oportunidad de conocer, aprender y animarme a seguir la carrera profesional de Turismo y a todos los que acompañaron mi etapa de formación profesional, a mis padres, hermanos, sobrinos y amigos.

AGRADECIMIENTO

A mi alma mater, la Universidad de San Martín de Porres, por brindarme el conocimiento, experiencias y herramientas necesarias para poder desempeñarme en el campo profesional con vocación de servicio e integridad.

A Dios por su amor constante y proveer lo necesario para culminar mis estudios, a mis padres Crisóstomo Zenteno Yajo y Maura Sarayasi Sarayasi, por ser mi inspiración, a mis hermanos, Hernán y Nilo por su amor, cuidado y ejemplo, a Mayli mi hermana, quien desde que nació alegro todos los días de mi vida.

A mis profesores y compañeros de aula, en especial a Isabel Flores.

A mi asesora, Mg. Milenka Cáceres Hurtado por su paciencia y orientación constante.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vi
REPORTE TURNITIN.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	viii
CAPÍTULO I.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
1.1 Turismo	9
2.1.1 Formas de turismo.....	11
1.2 Servicio al cliente.....	15
1.3 Importancia de un agente de reservas	17
1.4 Historia y evolución de la aviación comercial.	19
1.5 Evolución de la aviación comercial en el Perú	21
1.6 Transporte aéreo comercial y su relación con el Turismo.	23
CAPÍTULO II.....	25
DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL.....	25
2.1 Historia de Peruvian Airlines	25
2.2 Características de la aerolínea	28
2.1.2 Condiciones de Venta:.....	28
2.1.3 Servicios especiales de la aerolínea:.....	29
2.3 Elementos de una reserva.....	31
2.1.4 Elementos obligatorios:.....	31
2.1.5 Elementos opcionales:.....	32
2.4 Beneficios de <i>Peruvian Airlines</i> para el personal.	32
2.5 Participación de <i>Peruvian Airlines</i> en el mercado.	32
2.6 Experiencia profesional en la aerolínea.....	35
2.1.6 Descripción de funciones como agente de reservas.....	37
2.1.7 Funciones como agente de controles.	39

2.7 Herramientas de una agente de reservas.	41
CAPÍTULO III.....	43
DISCUSIÓN.....	43
CONCLUSIONES.....	46
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	48
ANEXOS	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipos de turismo según el objetivo del turista.....	15
Figura 2: Evolución de pasajeros de <i>Peruvian Airlines</i>	33
Figura 3: Evolución del tráfico anual de pasajeros en todo el país según línea aéreas (2010 – 2018)	34

REPORTE TURNITIN

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TSP_Dany Laura Zenteno Sarayasi_28 de nov.docx

AUTOR

Laura Zenteno Zenteno Laura

RECuento DE PALABRAS

10103 Words

RECuento DE CARACTERES

55189 Characters

RECuento DE PÁGINAS

59 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.5MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 28, 2022 12:27 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 28, 2022 12:28 PM GMT-5

● 10% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo dar a conocer la importancia de un agente de reservas en el *call center* (centro de atención telefónica) considerando que este es uno de los medios de comunicación más usados por los pasajeros para contactarse con una aerolínea, así mismo resaltar la preparación profesional que se requiere para desempeñar funciones en esta área de servicio al cliente.

En ese sentido la información presentada en este trabajo desde el punto de vista profesional y en base a la experiencia personal como agente de reserva en la aerolínea *Peruvian Airlines* durante 3 años, se considera importante la preparación académica, disposición, vocación de servicio y capacidad para dar soluciones a los distintos casos que se presentan en el proceso de servicio al cliente que brinda una aerolínea y la idoneidad para establecer una buena comunicación que genere confianza entre el pasajero y la empresa.

De la misma manera, es fundamental dejar evidencia de una problemática que actualmente ocurre en los centros de atención telefónica de las aerolíneas, y es que el servicio de atención al cliente lo brindan a través de terceros, quienes no siempre reclutan a personal profesional adecuado, sus requerimientos son básicos como: ser mayor de edad, tener experiencia en atención vía telefónica y hablar un segundo idioma, lo que lleva a una mala atención al pasajero.

Así mismo, el presente trabajo también da a conocer como la aviación comercial ha ido creciendo en el mundo, su desarrollo en el Perú y relación e importancia para el turismo, a la vez se presenta de manera breve las aerolíneas peruanas que han surgido en el tiempo en especial a *Peruvian Airlines*.

Para este trabajo se ha considerado los siguientes capítulos:

En el Capítulo I: Marco Teórico donde se definen algunos conceptos de turismo y sus formas, servicio al cliente, importancia de un agente de reservas, historia de la aviación comercial en el mundo y en Perú y la relación del transporte aéreo con el turismo.

En el capítulo II: Descripción de la experiencia profesional donde se realiza una breve reseña de la aerolínea *Peruvian Airlines* se detalla sus características como los servicios especiales que ofrecía, los elementos opcionales y obligatorios de una reserva, los beneficios que ofrecía la empresa a su personal y finalmente mi experiencia como agente de reservas, funciones y herramientas laborales.

En el capítulo III: Discusión, se hace un contraste entre la información teórica obtenida en la investigación y la experiencia profesional, evidenciando casos relacionados a la aviación comercial que permiten corroborar la importancia del área de servicio al cliente.

La elaboración de este trabajo es importante porque dejará un precedente de la experiencia laboral de un profesional de turismo como agente de reservas en una aerolínea y como la preparación profesional académica le permite desempeñarse en esta y otras áreas.

Se considera que la información presentada en este trabajo, junto con la valiosa información académica, experimental y la base bibliográfica permitirá conocer, reconocer y valorar la importancia de los profesionales que laboran en esta área de servicio al cliente como agentes de reservas.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Turismo

El turismo es una actividad que se desarrolla desde los inicios del hombre al desplazarse de un lugar a otro por distintas motivaciones, las mismas que han ido cambiando conforme esta actividad ha ido evolucionando en el tiempo, tanto como su definición, convirtiéndose en la actividad de mayor expansión en el mundo, lo que ha llevado a estudiarla desde diferentes dimensiones dándole lugar a distintas definiciones que obedecen a la época en la que se desarrolla.

Analizando cómo ha evolucionado la definición del turismo se puede partir desde una de las primeras adoptadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT) (1995) “El turismo incluye las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferiores a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (p. 12).

Considerando que el turismo es una actividad que está en constante evolución conforme los medios de transporte faciliten la accesibilidad a diferentes destinos, así mismo las motivaciones de viaje también se diversifican, por ejemplo, en temas migratorios, ocio, educativos, comerciales, culturales, sociales, políticos, religiosos, entre otros. Por lo cual una definición de turismo depende del tiempo y los distintos campos desde donde se estudie la actividad.

Según Acerenza (2006), El turismo es un fenómeno complejo, que tiene implicaciones en lo económico, geográfico, social, cultural y político. Para este autor

no hay una definición exacta y general de turismo, todos los estudios teóricos realizados desde diferentes dimensiones solo han permitido conocer aspectos importantes de la actividad turística que ayudan a definir y diferenciar de las otras actividades, pero su definición y clasificación dependerá de la ciencia que lo estudie.

Según las recomendaciones de la OMT (2016) “El turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo”. (p.6)

Con respecto a lo mencionado se puede decir que, desde la libertad del hombre, especialmente en momentos de ocio, vacaciones o tiempo libre en los que decide relacionarse con su entorno a través de distintas actividades, está vinculando sectores en lo económico, social, educativo, cultural entre otros, que si se gestionan y regulan adecuadamente tiene efectos positivos, es así que se puede afirmar que el turismo es un sector que puede contribuir con el crecimiento de una nación si se da manera sostenible.

Por otra parte, según Palafox (2005) el turismo presta primordialmente servicios que no se elaboran en una fábrica, los cuales son intangibles, ya que no se pueden tocar hasta el momento de consumirlos, y lo más importante es que son heterogéneos, es decir diferentes e inseparables, tomando en cuenta esto el servicio puede variar de acuerdo con cada individuo y las expectativas que tenga el cliente de la calidad y la atención con las que se brinde.

Asimismo, según Guerrero (2015)

El turismo es una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos (naturales y creados), aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje (infraestructura y estructura); donde son gestionados sus insumos (bienes, sistemas, estrategias, capitales); en términos de emprendimiento, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y suficiente; con los cuales se desarrollan productos o servicios que llevan implícitos un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con el fin de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geográfica donde son ofertados; dando respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades de viaje realizado en un periodo mayor a un día y menor a un año. (p.49)

Considerando las definiciones antes mencionadas se puede decir que el turismo es una actividad de desplazamiento de personas a un lugar distinto a su residencia, que relaciona distintos sectores de la economía y crece constantemente convirtiéndose en algo más especializado, diversificándose de acuerdo a la demanda, creando conciencia ecológica y migrando a la tecnología, buscando ser una actividad sostenible en la práctica más que en lo teórico, esto gracias al trabajo integral de profesionales que buscan promover el crecimiento de la actividad y darla a conocer para seguir teniendo una oferta turística para los visitantes.

2.1.1 Formas de turismo.

Considerando que el turismo es una actividad que va evolucionando en la práctica como en lo teórico se puede ver que han surgido nuevas y diversas

formas de practicarse según la necesidad de los visitantes, por consiguiente, es importante mencionar las diferentes formas de turismo que existen.

Para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) (s.f), existen tres tipos de turismo que se practican como a continuación se mencionará:

- a) Turismo Interno: El de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo. Es decir, los viajes que se realizan con la intención de visitar y conocer los distintos atractivos turísticos dentro del Perú, se consideran turismo interno.
- b) Turismo Receptor: El que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado. Es decir, todos los visitantes extranjeros no residentes a quienes se recibe en un país para desarrollar actividades turísticas están dentro de esta clasificación como turismo receptivo.
- c) Turismo Emisor: El de los residentes del país dado que viajan a otro país, dentro de esta clasificación se considera a todas las personas que viajan fuera del país donde residen para hacer turismo.

De esta forma se puede decir que existen 3 formas básicas de turismo que pueden combinarse de diversas maneras produciendo entonces las siguientes categorías de turismo.

- a) Turismo interior: Incluye el turismo interno y el turismo receptor, es decir la visita que se haga a los diferentes atractivos del país tanto por turistas nacionales o extranjeros es considerado turismo interno.

- b) Turismo nacional: Incluye el turismo interno y el turismo emisor, es decir los ciudadanos que viajen ya sea dentro del su mismo país o al extranjero se considera turismo nacional.
- c) Turismo Internacional: Se compone del turismo receptor y turismo emisor, es decir los visitantes extranjeros que lleguen a un país diferente al suyo y los visitantes salgan de su país hacia otros son considerados turismo internacional.

Según Guerrero y Ramos (2015) “La clasificación del turismo puede hacerse en función de lo que se desee; según el motivo, la permanencia, el tipo de viaje, etc.” (p.55).

Asimismo, mencionan que es fundamental clasificar el turismo para identificar el comportamiento del visitante con relación a los gastos y consumo de las actividades turísticas, la clasificación que ellos hacen es en función a las motivaciones de los visitantes, como a continuación se mencionará:

- a) Según su forma de viaje: turismo individual y turismo de grupo.
- b) Según el motivo de su viaje: turismo convencional o vacacional, turismo especializado y turismo de afinidad o interés común.
- c) Según tipo de viaje: turismo independiente y turismo organizado o en paquete.
- d) Según la permanencia en el país de destino: turismo itinerante o turismo residencial o de estadía.

Es importante entender que el turismo no solo se basa en apreciar lo material sino también a lo inmaterial, considerando patrimonio cultural, aquella información, vivencia, costumbres, tradiciones y relatos de los que no se tiene

referencia escrita, sino que están en la memoria de las personas y solo son transmitidas de generación en generación. Como indica Sarmiento (2022), “Estos recursos son una riqueza frágil, puesto que, sin los cuidados apropiados, con el curso de unos años, e incluso meses, estos pueden desaparecer sin dejar rastro” (p.7).

Tomando en cuenta esto es que nace una nueva forma denominada turismo paranormal. Según Sarmiento (2022), “es un tipo de turismo cuya finalidad es visitar lugares que están asociados a mitos y leyendas, principalmente a los relatos escatológicos (relacionados a fantasmas)” (p.16). Este tipo de turismo busca salvaguardar el patrimonio cultural intangible dando a conocer parte de la historia, contada de una forma no convencional, pero si innovadora.

Según Acerenza (2006), el concepto de turismo alcanza a distintas modalidades y formas de turismo que han ido surgiendo de acuerdo con distintos factores dando lugar al: turismo de masas, alternativo, de naturaleza, rural, ecoturismo y sostenible.

Para autores como Ledhesma (2018) existen tipos de turismo según el objetivo del turista, es así que considera que el turismo es un fenómeno social de sujetos para sujetos por tanto se desprenden cuatro grandes categorías: Turismo corporal, intelectual, material y ambiental, cada uno de estos se pueden realizar simultáneamente ya que conllevan a la diversión, descanso y sobre todo a vivir nuevas experiencias.

Figura 1

Tipos de turismo según el objetivo del turista

Tipos de turismo según el objetivo del turista:			
1	Corporal	De salud	Médico
			De bienestar
		De gestación	De parto
			Abortivo
		Sexual	
		Activo	De aventura
			Deportivo
2	Intelectual	Religioso	
		Educativo	Artístico/patrimonial
			Congresos y ferias
			Idiomático
			Científico
		Gastronómico	
Virtual			
3	Material	De transferencia	De compras
			De venta
			De canje
		De negocios	
		Empresarial	
	De lujo		
4	Ambiental	De naturaleza	Responsable
			Recreativo
			Negativo
		Social	Etnográfico
			Solidario
			Rural
			De Celebraciones
		De la muerte	Del dolor
			Del Terror
			Suicida
		Del universo	Astronómico
Espacial			

Nota: Tomado de “Tipos de turismo”, por M. Ledhesma, 2018, p.6.

De acuerdo con la clasificación presentada se puede observar que dentro de las cuatro grandes categorías y las que se desprenden de estas son tipos de turismo que hoy en día se practican y tienen una gran demanda por ser novedosos y adaptables a cada tipo de turista satisfaciendo así su necesidad o motivación especial para realizarla.

1.2 Servicio al cliente

Considerando que el ser humano en cada etapa y aspecto de su vida práctica el servicio a la hora de relacionarse en el ámbito familiar, laboral y social, teniendo en cuenta esto el servicio son acciones ante ciertas situaciones o circunstancia del día a

día, es posible que no sea consciente de esto, pero el servicio forma parte de la vida de todos.

Se considera la definición de algunos autores para comprender la importancia del servicio en forma general en cualquier rubro.

Para Franco (2012) “El servicio al cliente es un proceso de aprendizaje integral que va más allá de la memorización de conceptos de diversa índole y debe ser interiorizado hasta el punto de hacer del servicio un estilo de vida” (p.15).

En este sentido el servicio para Franco (2012), “Es la actitud motivacional e interés de dar de sí lo mejor para generar en el cliente un sentimiento positivo de atención y respeto” (p.18). Es por ello importante reconocer que quienes prestan el servicio a los clientes, son también clientes internos de la empresa, personas capacitadas con la actitud, aptitud y vocación de servicio que más allá de memorizar procesos hacen del servicio un estilo de vida.

Según Blanco (2013) “El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa al cliente con el fin de que obtenga los productos precisos para satisfacer sus necesidades en el momento y lugar adecuados”(p.196); se puede decir que dentro de ese conjunto de actividades interrelacionadas esta ofrecer un producto o servicio, haciendo que este sea atractivo y accesible para el cliente prestando un buen servicio a la hora de ofrecerlo, desde tener la disposición, el conocimiento y la fluidez al presentar el producto o servicio.

Por otra parte, para Diago (2007) el servicio al cliente, “se logra armonizando las necesidades y expectativas del cliente, con una organización dispuesta a satisfacerlas, soportada en una estructura tanto humana como operativa, cuyo

objetivo final es el cliente. Todos, sin excepción, deben tener una orientación hacia el mercado” (p.9).

Teniendo en cuenta que la empresa está formada por un equipo de personas que laboran en las diferentes áreas, las mismas que dentro del proceso de servicio su trabajo se ve reflejado ante el cliente, por tal motivo todo el personal debe estar orientado y capacitado para brindar un buen servicio que satisfaga las necesidades del cliente.

Considerando que hoy en día se conoce más sobre la importancia de esta área es que muchas empresas han orientado sus estrategias de venta a la satisfacción de los clientes, realizando constantes evaluaciones del servicio que brindan, recogiendo sugerencias de los clientes y del personal para corregirlos y mejorarlos, teniendo siempre en cuenta que los clientes son quienes tienen el poder de decisión y comprendiendo que es mucho más fácil mantener un cliente que conseguir uno nuevo.

1.3 Importancia de un agente de reservas

Un agente de reservas es el personal profesional, capacitado y con vocación de servicio para atender a los clientes en las diversas modalidades que la empresa preste el servicio, es decir, vía telefónica, *online* (en línea) o de forma presencial, siguiendo los lineamientos de la empresa para asesorar a los pasajeros.

Para Goodman (2014) “Los empleados que creen en la marca o que, de alguna manera, la personifican pueden ayudar a la empresa a cumplir con la promesa de la marca” (p. 244).

De acuerdo con Franco (2007)

Es evidente que el personal de contacto con el cliente debe seleccionarse y capacitarse cuidadosamente. La consecuencia clara de la importancia del contacto personal para muchos servicios es que los programas de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo tienen que ajustarse a los bienes y servicios que se están prestando. El personal de servicios debe comprender claramente el trabajo. Se deben definir las cualidades que se requieren para la gente que realiza los trabajos de contacto con los clientes. (p.54)

Considerando que un agente de reservas es quien representa a la empresa ante el pasajero, existen ciertas características mínimas mencionadas por Franco (2007), que debe tener el personal que labora en esta área, las cuales se mencionan a continuación:

- a) Debe tener inteligencia emocional.
- b) Debe tener capacidad de aceptación del cambio.
- c) Debe poder autodirigirse.
- d) Debe poder autocontrolarse.
- e) Debe trabajar bajo presión con resultados efectivos.
- f) Debe mantener buenas relaciones interpersonales.
- g) Debe mantener una actitud de servicio positiva.

De acuerdo con lo mencionado sobre la importancia de un agente de reservas, cada empresa debe seleccionar cuidadosamente al personal que la representara ante el cliente, considerando no solo su preparación académica sino también sus habilidades blandas y características especiales que representen a la empresa.

1.4 Historia y evolución de la aviación comercial.

De acuerdo con Wallinger (2013) la historia de la aviación se remonta al sueño del hombre de volar siendo así que en el siglo XV Leonardo Da Vinci inició este sueño formándose en conocimiento y experimentando con herramientas mecánicas que permitirían elevarse en el aire, pero sus ideas quedaron solo en bocetos.

El verdadero origen de la aviación surgió en 1903, año en que los hermanos Orville y Wilbur Wright realizaron 4 vuelos de apenas una docena de metros en una playa de Carolina del Norte.

En 1909, Louis Bleriot sobrevuela con éxito el canal de la Mancha demostrando al mundo que un avión puede tener otros usos aparte de las acrobacias.

En 1913, Roland Garros despegó desde San Rafael en su monoplano y llegó hasta Bizerta, Túnez en 7 horas y 53 minutos, es la primera vez que se cruza el Mediterráneo.

En 1914, con el estallido de la primera Guerra Mundial se interrumpieron bruscamente los inicios de la aviación, hecho que revolucionará la industria aeronáutica y alumbrará nuevos héroes.

En el 1918, termina la primera Guerra Mundial e inicia la evolución comercial aeronáutica.

En 1919, se formalizó el primer vuelo internacional entre París y Londres y se llevó a cabo la primera Convención relativa a la reglamentación aérea internacional.

En 1920, comenzaron a surgir las primeras compañías aéreo-comerciales en el caso de Europa Sabena (1920), Estados Unidos Pan Am, en América Latina y el Caribe Avianca (1919) y en Sudamérica, Aeropostal.

En 1927, el estadounidense Charles Lindbergh logró cruzar el Océano Atlántico en su avión monoplano, este fue un vuelo sin escalas desde entonces logró conectar Estados Unidos con distintos países de América Latina y en 1931, con Japón, a través de Alaska.

La aviación comercial tuvo importantes pioneros que descubrieron nuevas rutas como los británicos John Alcock y Arthur Whitten Brown quienes realizaron el primer vuelo a través del Atlántico Norte desde Irlanda hasta Canadá así mismo los australianos Kingsford Smith y Charles *Ulm* quienes en 1928 realizaron el primer vuelo en el Océano Pacífico.

La historia aérea cuenta también con dos mujeres la inglesa Amy Johnson, quien voló sola en 1930 uniendo Inglaterra con Australia y la estadounidense Amelia Earhart quien en 1932 voló sola el Océano Atlántico.

Hasta 1930, para volar solo se tenía en cuenta la velocidad y seguridad de los pasajeros, poco se consideraba la calidad del servicio puesto que inicialmente los aviones fueron diseñados para fines militares y ya se había hecho costumbre que los viajes eran poco confortables y agotadores. A partir de ese año las compañías aéreas empezaron a invertir para ofrecer un mejor viaje más placentero con confort y servicio a bordo, implementando así azafatas con su uniforme distintivo de personal de vuelos. Después de la segunda Guerra Mundial en 1945 hubo un incremento de las líneas aéreas y así mismo mejoras fueron incrementando, las mismas que empezaron a prestarle mayor atención a servicios de entretenimiento a bordo de acuerdo con cada pasajero desde videos turísticos, revistas y con los años y el avance de la tecnología, se incrementaron pantallas individuales, conexiones a

internet permitiéndoles seleccionar su propia programación en la actualidad. (Wallinger, 2013).

1.5 Evolución de la aviación comercial en el Perú

De acuerdo con el artículo de Radio Programas del Perú (2016), existieron 12 aerolíneas peruanas que buscaron desarrollarse en el ámbito comercial, algunas con gran éxito y recordadas hasta hoy como es el caso de Aero Perú, pero lamentablemente suspendieron sus operaciones por diferentes motivos.

Faucett (1928 - 1997) Primera aerolínea en el Perú realizó rutas varias rutas domésticas y en ruta internacional era a la ciudad de Miami.

Fue una aerolínea que brindaba buen servicio, sin embargo, tuvo accidente en el año de 1996 en donde fallecieron 123 ocupantes, era un vuelo que realizaba escala en la ciudad de Arequipa.

Panagra (1929 - 1969) Fue una aerolínea de capitales estadounidenses y peruanos. Se fusionó con Braniff en los años sesenta.

Peruvian International Airways (1947-1949) Aerolínea peruana con rutas internacionales, cesó sus operaciones en 1949.

Aerolíneas Peruanas (1956 - 1971) Llevó los colores del Perú al mundo con destinos a algunas ciudades europeas. Es considerada una de las mejores de la historia de la aviación peruana.

LANSA (1963 - 1972) La aerolínea tuvo 3 accidentes en sus 9 años de operaciones, luego del accidente del 24 de diciembre de 1971 opero unos días hasta que suspendió sus vuelos el 4 de enero de 1972.

TANS Perú (1963 - 2006) En sus 43 años de operaciones voló a 11 destinos y tuvo seis accidentes.

Aeroperú (1973 - 1999) Fue la línea bandera del Perú con vuelos nacionales e internacionales, casi a toda Sudamérica. Por dificultades económicas cesó sus operaciones en 1999.

Andrea Air (1991) Fue una aerolínea que operaba entre Lima, Arequipa y Cusco con aviones alquilados, tuvo una corta duración.

Americana de Aviación (1991 - 1997) La aerolínea operaba diversas rutas nacionales con aviones *Boing 727-077* pero cuando las leyes peruanas prohibieron aviones con de 20 años de antigüedad en rutas comerciales, la aerolínea disminuyó sus operaciones y con la crisis económica de 1997 dejó de operar.

Aero Continente (1992 - 2005) Fue fundada por Fernando Zevallos, llegó a destinos como Berlín, Los Ángeles, Madrid, Frankfurt, Miami. Por inconvenientes personales de su fundador cesó sus operaciones.

Magenta Air (2002 - 2005) Aerolínea con 100% de capitales peruanos operó rutas de Lima a Cajamarca, Iquitos, Lima, Pucallpa y Tarapoto.

Wayraperú (2006) Tuvo poco tiempo de vida. Contaba con cuatro aviones Fokker F-100.

Asimismo, es importante mencionar otras aerolíneas que formaron parte de la aviación comercial peruana como, Aero Cónдор (1973 – 2008), LC Perú (1993 – 2018), *Peruvian Airlines* (2009 – 2019) que tuvieron una participación importante en el mercado pero que con el tiempo y cada una por diferentes motivos suspendieron sus

operaciones con excepción de *Star Perú*, aerolínea actualmente se encuentra en el mercado.

1.6 Transporte aéreo comercial y su relación con el Turismo.

El desarrollo de los medios de transporte ha impulsado el turismo y viceversa, ya que el turismo es una actividad de desplazamiento y requiere de medios y vías que acerquen a los pasajeros a nuevos destinos. Es así como se considera que el transporte aéreo comercial ha sido importante para el crecimiento del turismo, viéndose beneficiadas ambas industrias.

El transporte aéreo comercial ha sido un pilar muy importante para el crecimiento de turismo, ambos han ido surgiendo y generando crecimiento económico a los países que han promovido la actividad turística, especialmente aquellos que están alejados a los principales países emisores de turismo.

Teniendo en cuenta el ejemplo el departamento de Loreto y su capital la ciudad de Iquitos en Perú, un lugar con diversos atractivos turísticos donde el único medio de acceso rápido es vía aérea, gracias a este medio de transporte se puede desarrollar el turismo en dicha ciudad, haciendo que esta crezca económicamente y mejore su accesibilidad.

Según Cordero (s.f.) “las compañías aéreas tienen que cambiar de estrategia y ya no ofrecen el mero transporte, sino que organizan campañas de promoción de lugares turísticos a los que trasladan a los clientes” (p.104). Con la diversificación del turismo se puede ver que las aerolíneas ya no solo ofrecen vuelos sino todos los

servicios necesarios para un viaje como hoteles, restaurantes, servicios turísticos, movilidad, entre otros.

Como se puede ver, con el desarrollo del transporte aéreo comercial no solo se beneficia el turismo, sino que es una cadena de beneficios para un país como lo menciona Vasco (2019):

El transporte aéreo trae consigo una cadena de beneficios tanto para el País como para los usuarios y quienes participan de esta cadena de la siguiente manera: Genera empleo a los pilotos, estos a su vez deben ser controlados por un servicio médico, por personal técnico que realizan diariamente el control a personal de cabina, pilotos entre otros, para que sean autorizados para el servicio, consecuentemente genera empleo para médicos y personas entendidas en la materia, ellos a su vez deben actualizarse en sus conocimientos para brindar mayor seguridad a las personas que confían al ser servidas por estas personas. Generan ingresos a las aerolíneas, y consecuentemente esas aerolíneas son las que traen a los turistas, generando empleo de una u otra manera en la parte hotelera y turística misma, pues aquí entra el personal que labora en los hoteles, transportes terrestres y por supuesto lo más importante los guías turísticos y los lugares que brindan turismo en nuestro País. (p. 151).

Se puede concluir en que era inconcebible el crecimiento del turismo sin el desarrollo del transporte aéreo comercial con respecto a mejoras en las aeronaves lo que significa reducción en horas de viaje, tarifas más económicas, servicios especiales y adicionales haciendo que exista una relación entre el transporte aéreo y el turismo porque este impulsa el desarrollo de destinos turísticos.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL

2.1 Historia de Peruvian Airlines

Peruvian Airlines SAC, empresa del rubro de transporte aéreo comercial y turismo, aerolínea que ofrecía vuelos domésticos en el Perú, con sede en la ciudad de Lima, se fundó en el 2007, al mando del empresario César Cataño, recibiendo el Certificado de Operador Aeronáutico de parte de la Dirección General de Aeronáutica Civil. En octubre del mismo año inicio sus operaciones siendo su primer vuelo a la ciudad de Arequipa y posteriormente a Iquitos, Tacna, Cusco, Pucallpa, Piura,

Tarapoto y como único vuelo internacional a la ciudad de La Paz, Bolivia. En el 2011, fue vendida al grupo irlandés Aergo Capital LTD (Gestión 2019).

El 2017, la aerolínea seguía en crecimiento y apertura la ruta Lima - Jauja con dos salidas diarias, la misma que tuvo gran acogida por los pasajeros, así mismo inicia sus vuelos de punto a punto que consistía en unir rutas de Arequipa a Piura, Arequipa a Tarapoto y entre otros destinos, estas rutas tenían una escala en la ciudad de Lima sin generar el costo de la Tarifa Unificada de Uso de Aeropuerto (TUUA), lo que significaba tarifas económicas y horarios perfectos para que los vuelos conectaran entre ciudad muy concurridas.

En el 2018, *Peruvian Airlines* firmó con una aerolínea que realizaba vuelos domésticos, una Alianza Comercial llamada Alianza Perú, que consistía en básicamente en tener un acuerdo de vuelos *codeshare* o vuelos compartidos, desde entonces *Peruvian Airlines* podía comercializar los vuelos de esta compañía aérea, vuelos domésticos, especialmente los vuelos a Chiclayo y Cajamarca.

Asimismo, *Peruvian Airlines* con su eslogan “Tan peruana como tú” y sus tarifas económicas logró posicionarse como la segunda aerolínea en la preferencia de los pasajeros en vuelos nacionales (Tnews 2019). Esto gracias a la flexibilidad de sus políticas, teniendo tarifas económicas, permitiendo cambios sin costo, no cobrando penalidades, manteniendo su franquicia de equipaje en todas sus tarifas, teniendo una variedad de frecuencia de vuelos, fidelizando a sus pasajeros con su programa de pasajero frecuente, teniendo las mismas tarifas para pasajeros nacionales y extranjeros y entre otros beneficios que hacían de *Peruvian Airlines* una aerolínea accesible para todos los pasajeros.

Es así como, *Peruvian Airlines* a pesar de los inconvenientes que tuvo en Jauja y La Paz, mantenía el interés de seguir invirtiendo en nuevas rutas internacionales, llegando a realizar vuelos de prueba fuera del país, lo que indica que la aerolínea atravesaba por un buen momento en términos de crecimiento y sostenibilidad económica.

Se considera que una aerolínea es rentable cuando sus vuelos tienen por lo menos con el 90% de ocupabilidad, porcentaje que *Peruvian Airlines* mantenía en sus todos sus vuelos operados, lo que reflejaba la preferencia de los pasajeros. Se puede apreciar en el anexo K: Códigos *International Air Transport Association (IATA)* de ciudades operadas por *Peruvian Airlines*.

Peruvian Airlines, hasta el 2019 contaba con aproximadamente 100 empleados entre administrativos y operacionales, todos contratados directamente por la aerolínea y 50 empleados trabajando por medio de empresas de terciarización de servicios, siendo en total 150; este número es un estimado ya que la empresa paro sus operaciones y no se cuenta con esa información.

En el 2019, lamentablemente la aerolínea suspendió sus operaciones debido a que el Tribunal Fiscal de Aduanas procediera al embargo de las cuentas bancarias de la aerolínea e informaron que esta medida corresponde a la acotación de una diferencia en el Impuesto General a las Ventas (IGV) de dos de sus aeronaves nacionalizadas al no estar vigente a la ley de internamiento temporal.

Luego de este lamentable hecho la aerolínea no volvió a operar y al momento se encuentra en un proceso concursal con Indecopi.

2.2 Características de la aerolínea

2.1.2 Condiciones de Venta:

Entre las condiciones que hacían de *Peruvian Airlines* una aerolínea flexible y económica eran las siguientes.

- a) Franquicia de equipaje: Todas las tarifas permitían llevar un artículo personal, equipaje de mano (10 kilos) y equipaje de bodega (23 kilos).
- b) Cambios sin cobro de penalidad: Normalmente todas las aerolíneas ante cualquier cambio que solicite el pasajero en su reserva cobran un monto fijo más posible diferencia de tarifa, en el caso de *Peruvian Airlines* no cobraba penalidad por cambios voluntarios.
- c) Cambios sin costo: Existía la posibilidad de generar cambios sin ningún costo para el pasajero en caso había la misma clase tarifaria y si se estaba dentro de la validez de la tarifa se procedía a cambios sin costo.
- d) Selección de asientos gratis: Todos los pasajeros podrán seleccionar el asiento de su preferencia sin costo alguno dentro de las 48 horas previas al viaje.
- e) *No show*: En caso el pasajero no se haya presentado para a su vuelo tenía la opción de reprogramarlo pagando únicamente diferencia de tarifa sin penalidad.
- f) Tarifas económicas: *Peruvian Airlines* se caracterizaba por tener las tarifas más económicas con todo incluido, tarifas que podían llegar hasta los 49 dólares en un boleto de ida y vuelta en ciertos destinos como Jauja, Arequipa y Cusco, estas tarifas dentro de su tarifario regular y en temporadas de *Cyber* u ocasiones especiales todos sus destinos tenía

tarifas rebajadas. Así mismo, se podían encontrar tarifas mucho más económicas a través de la *web* y aplicativo de *Peruvian Airlines*, tarifas especiales para los pasajeros que gestionan sus propias reservas por estos medios digitales.

- g) Corrección de nombre y documento de identificación sin costo: La aerolínea al tener una página *web* y aplicativo para la compra de pasajes tenía que facilitar esta opción de corrección de nombre y/o Documento Nacional de Identidad (DNI) sin costo porque entendía que los pasajeros podían cometer errores de tipeo, en estos casos al verificar un error las agentes podíamos generar la corrección previa verificación de datos ante el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), correcciones sin costo alguno a diferencia de otras aerolíneas que cobran un cargo fijo y de reemisión de boleto por corrección de datos.

2.1.3 Servicios especiales de la aerolínea:

Dentro de los servicios especiales que la aerolínea ofrecía están los siguientes:

- a. Menores no acompañados: Es un servicio que permitía viajar a los menores de edad sin acompañamiento desde los 5 años hasta los 12 años dentro de vuelos nacionales pagando de manera obligatoria el servicio por cada tramo, así mismo, se permitía viajar a menores de edad de 12 a 17 años sin acompañamiento con un permiso notarial de los padres, siendo el costo del servicio opcional.

b. Transporte de mascotas:

- Mascotas en bodega: La aerolínea prestaba el servicio de transporte de mascotas en bodega con un costo de acuerdo con el peso de la mascota, para ello las mascotas debían cumplir con los requerimientos obligatorios exigidos por la aerolínea como, carnet de vacunas al día, *kennel* de tamaño apropiado para la comodidad de la mascota y ser una raza que no se encuentre dentro de la lista de mascotas que no pueden viajar vía aérea porque presentan problemas respiratorios durante el viaje y no había un máximo de mascotas permitidas, el servicio debía solicitarse con anticipación.
- Mascotas en cabina: Se permitía viajar mascotas en cabina únicamente por soporte emocional al pasajero o por ser perros lazarillos, en estos casos el servicio era gratuito y solo se permitía una mascota por vuelo y debía ser solicitado el servicio con anticipación.

c. Servicio de silla de ruedas: Era un servicio especial para pasajeros con algún problema médico o discapacidad, no tenía costo y se podía dar el servicio desde el ingreso al aeropuerto hasta la silla del avión dependiendo de los solicitado por el pasajero, solo debía ser solicitado con anticipación.

2.3 Elementos de una reserva

2.1.4 Elementos obligatorios:

Para generar una reserva era necesario ingresar estos elementos de manera obligatoria como lo exigía el procedimiento de la aerolínea, sin embargo, para que el sistema genere un código de reserva, solo se requería nombre y apellido del pasajero, datos de contacto, itinerario y tarifa grabada.

- a. Nombre del pasajero: En una reserva era necesario ingresar el primer nombre y apellido paterno de acuerdo con el DNI.
- b. Documento de Identidad: Se debía ingresar un número de identificación del pasajero como DNI, pasaporte o carné de extranjería.
- c. Datos de contacto: Se debía ingresar datos de contacto como teléfono, celular y/o un correo electrónico.
- d. *Time Limit*: Este elemento era importante para establecer el tiempo que debía estar activa la reserva.
- e. Itinerario de viaje: Era el itinerario solicitado y confirmado por el pasajero.
- f. Grabar tarifa: Era importante grabar la tarifa total para que el pasajero pudiera pagar.
- g. *Remark*: Este elemento no era necesario para que el sistema genere en código de reserva, pero si era obligatorio para la aerolínea debido a que a través de este se ingresaba texto libre y permitía agregar información que se le brindaba al pasajero como, por ejemplo: “Se leyó itinerario al pasajero” “Se informa condiciones de la tarifa” “Se indica formas de pago”, entre otros.

2.1.5 Elementos opcionales:

- a. Número de pasajero frecuente: En caso el pasajero contaba con un número de socio se debía ingresar a la reserva.
- b. Servicios adicionales: se registraba en el sistema si el pasajero solicitaba algún servicio adicional como el de silla de ruedas, menor no acompañado o si era un pasajero discapacitado.
- c. Información adicional del pasajero: Era importante ingresar información adicional relevante sobre el pasajero como, por ejemplo; “Pasajero tiene un vuelo de conexión internacional” o “Pasajero viaja con hijo menor de edad en código A2BD2N” información que era relevante para que la aerolínea protegiera al pasajero ante cualquier inconveniente.

2.4 Beneficios de *Peruvian Airlines* para el personal.

Peruvian Airlines, fue una empresa que brindaba no solo un excelente clima laboral, sino que también beneficiaba a todos los trabajadores con diferentes beneficios como boletos aéreos ilimitados para todo el personal y cuatro boletos al año para cada familiar directo. Asimismo, ofrecía la oportunidad de hacer una línea de carrera en cada área. En el anexo B: Beneficio de personal de *Peruvian Airlines*, boletos ilimitados se puede apreciar una foto de un viaje gracias a este beneficio.

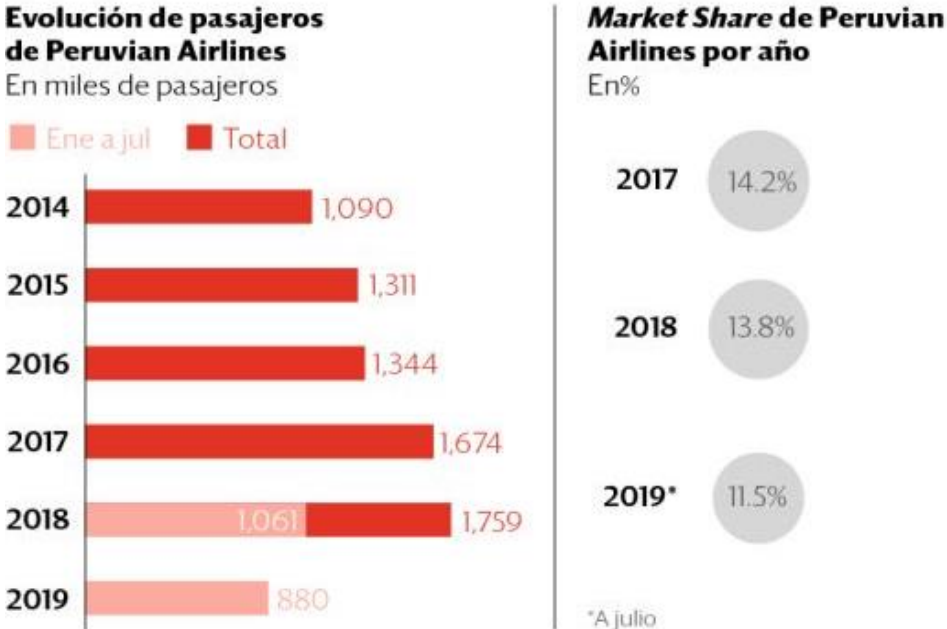
2.5 Participación de *Peruvian Airlines* en el mercado.

Peruvian Airlines desde sus inicios tuvo un crecimiento sostenido a pesar de formar parte de un mercado ya casi monopolizado, tal como se puede ver en la figura

2: La evolución de la cantidad de pasajeros transportados en cada año se iba incrementando.

Figura 5

Evolución de pasajeros de Peruvian Airlines



Nota: Tomado del artículo de Semana Económica, por W. Noceda, 2019.

Como detalla la presente figura 2: Evolución de pasajeros de *Peruvian Airlines* la preferencia de pasajeros por la *Peruvian Airlines* fue creciendo cada año,

consolidándose como la segunda aerolínea de vuelos domésticos más importante del país hasta el 2018, al año siguiente se observa una ligera caída, esto podría deberse a que hubo una reducción de frecuencia de vuelos domésticos y la suspensión del vuelo internacional a La Paz, así mismo en esos meses la aerolínea anunciaba su migración de sistema de Resiber a Altéa, un proceso que tomo tiempo al personal adaptarse al nuevo sistema haciendo que los tiempos de atención en todas las áreas sea mayor provocando colas de pasajeros en las oficinas y en el *call center*.

Figura 9

Evolución del tráfico anual de pasajeros en todo el país según línea aéreas (2010 – 2018)

	LATAM	PERUVIAN	AVIANCA	LC PERÚ	VIVA AIR	STAR PERÚ	ATSA
2010	3'838.112	610.347	147.390	97.773		659.094	42.938
2011	3'931.485	803.561	438.374	33.392		838.548	63.026
2012	4'488.512	760.015	906.733	128.095		785.763	86.470
2013	5'256.240	880.052	1'165.673	255.706		627.172	40.970
2014	5'655.413	1'089.725	1'160.503	280.711		624.680	55.331
2015	6'213.918	1'310.658	1'265.472	474.236		598.928	49.207
2016	6'627.050	1'344.370	1'284.324	906.144		486.526	54.406
2017	6'746.867	1'673.558	1'301.109	1'136.986	305.948	375.381	72.490
2018	7'393.426	1'759.122	1'246.988	1'004.952	797.837	320.992	89.862

Nota: Tomado de análisis del tráfico anual de pasajeros, elaborado por El Comercio, 2019.

La presente figura 3: Evolución del tráfico anual de pasajeros en todo el país según línea aéreas (2010 – 2018), muestra claramente la importante participación de *Peruvian Airlines* en el mercado y su constante crecimiento ubicándose así en el

segundo lugar de preferencia por los pasajeros, puesto que se vio afectado entre mayo y junio del 2019 con la llegada de la aerolínea *low cost*. Según informa Tnews (2019) para junio del 2019, la aerolínea recuperó su puesto según las cifras de la Dirección General de Aeronáutica Civil. (DGAC) año donde indicó que *Peruvian Airlines*, transportó 125,044 pasajeros a los 122,432 de la aerolínea *low cost*, siendo así su participación en el mercado doméstico del 11,07%.

2.6 Experiencia profesional en la aerolínea.

Mi experiencia profesional fue durante tres años y medio, en el área comercial de *Peruvian Airlines* como agente de reservas bilingüe para el *call center* de la aerolínea en horarios rotativos de 24 horas.

Para desempeñarme en este cargo, tuve una capacitación en el manejo de Resiber, un *Global Distribution System* o Sistema de Distribución Global (GDS) el cual era usado por la aerolínea para comercializar sus boletos, en el anexo C: Pantalla de Sistema Resiber de *Peruvian Airlines* podemos apreciar cómo era el sistema.

Las funciones que desempeñe como agente de reservas fueron diversas y se requería tener un conocimiento previo de términos de aviación comercial como el alfabeto aeronáutico, abreviaturas de términos básicos relacionados a la aviación, regulaciones generales sobre los vuelos comerciales y las políticas que se aplican en el país.

En mi primer año desempeñé funciones como agente de reservas estando en la capacidad de atender todos los requerimientos de los pasajeros y agencias

de viajes nacionales e internacionales, como por ejemplo, reservas, generar cambios, realizar el check in, hacer solicitudes especiales dentro de la reserva, entre otros, descritas líneas abajo.

En mi segundo año en la empresa después tener cierta experiencia como agente de reserva, logré formar parte del grupo selecto de agentes de controles, quienes apoyábamos los fines de semana o cuando fuera necesario en esta área, las funciones eran de mayor responsabilidad, por turno tenía a cargo a las agentes de reservas y accesos a otras funciones del sistema que me permitían apoyar a las oficinas y personal de aeropuerto, dentro de estas funciones estaba el emitir boletos, anular check in, generar reportes de los vuelos entre otros, detallados líneas abajo.

En el tercer año logré ser seleccionada para formar parte de una nueva área de emisiones y reemisiones que la aerolínea planeaba apertura, esto con miras a expandir sus rutas de viaje con vuelos al extranjero y cambios en sus términos y condiciones de viaje. Es así como participé de un proceso de capacitación de un nuevo sistema aéreo, las nuevas regulaciones tarifarias y políticas de la aerolínea, pero lamentablemente no se pudo concretar estos avances de crecimiento debido a los inconvenientes que tuvo la aerolínea que la llevó a parar sus operaciones.

Fue así como mi permanencia de más de tres años en *Peruvian Airlines* como agente de reservas me permitió aprender, crecer profesionalmente y conocer más el país, gracias al beneficio que la aerolínea otorgaba de viajes gratuitos en todas sus rutas a todo el personal directo, sin duda fue una experiencia muy enriquecedora en todo aspecto de mi vida.

2.1.6 Descripción de funciones como agente de reservas.

Las principales funciones a mi cargo como agente de reservas bilingüe en el *call center* fueron:

- a) Realizar cotizaciones: Era una de las funciones principales como agente de reserva y se realizaba en el sistema Resiber y luego en el nuevo sistema Amadeus Altea, el cotizar requería estar informada de las regulaciones de cada clase tarifaria, vigencia de la tarifa, combinaciones tarifarias, frecuencia de vuelos, horarios, destinos, tiempo de duración de cada vuelo, e información general de cada destino operado por la aerolínea, así mismo se brindaba información sobre los canales de compra y formas de pago.
- b) Generar reservas: Este procedimiento requería mucha concentración para ubicar lo requerido por el pasajero, brindando toda la información con respecto a las regulaciones de los vuelos elegidos, tomar los datos correctos de destino, fechas, nombre, número de identificación e informarle todos los datos que han sido tomados en la reserva y precio, al estar todo conforme se procedía a brindarle su código de reserva y tiempo límite de pago.
- c) Generar cambios: Los cambios podían ser voluntarios, es decir solicitado por el pasajero o generados por la aerolínea como una reprogramación o cancelación de vuelo, lo que requería brindarle una protección al pasajero.
- d) Ingresar solicitudes especiales: Consistía en ingresar servicios especiales a la reserva como silla de ruedas, servicio de menor no

acompañado, transporte de mascotas, notificar algún requerimiento del pasajero al personal del aeropuerto para que lo tengan en cuenta como, por ejemplo, el pasajero tiene vuelo de conexión internacional.

- e) Informar a los pasajeros sobre las regulaciones de los boletos: Esto era muy importante ya que el pasajero de acuerdo con la información que se le brindaba tomará decisiones con respecto a su compra o la reserva que ya tenía. Usualmente los pasajeros necesitan saber si la tarifa que adquieren les permite cambios, franquicia de equipaje, devoluciones, cambios de nombres, servicios especiales permitidos, etc.
- f) Informar reprogramaciones a los pasajeros: En caso había alguna modificación o cancelación de vuelos por parte de la aerolínea nos comunicábamos vía telefónica con los pasajeros para informarle los cambios y ofrecerles alternativas de vuelos, cambios de fecha y hasta devoluciones.
- g) Impulsar el uso de la *web*: Debido al desconocimiento y desconfianza de algunos pasajeros de comprar a través de *web* se comunicaban para solicitar apoyo y como agentes los orientábamos y ofrecíamos toda la información necesaria para que realicen una compra segura.
- h) Realizar *check in*: Era el procedimiento a través del cual el pasajero seleccionaba el asiento de su preferencia y generaba su tarjeta de embarque confirmando así su vuelo, este requerimiento se daba con frecuencia debido a los cambios que han adoptado otras aerolíneas

low cost que cobraban por selección de asientos, modificación a la que *Peruvian Airlines* no acató, quedando sus políticas de franquicia de equipaje y selección de asientos de manera gratuita. Beneficio por el cual la aerolínea se diferenciaba de la competencia.

- i) Fidelizar al pasajero: Este era un procedimiento que constaba de inscribir al pasajero en el programa *Peruvian Pass* para que se vea beneficiado con una cierta cantidad de millas por viaje realizado, las mismas que luego podían canjear por pasajes pagando solo los impuestos aeroportuarios. Entre otras actividades, se atendían a las agencias de viajes nacionales e internacionales en sus distintos requerimientos.

2.1.7 Funciones como agente de controles.

Las principales funciones a mi cargo en el área de controles fueron:

- a) Asistir a las agentes de reservas: Desde esa posición se apoyaba a las agentes de reservas con toda la información que necesitaban para desarrollar sus funciones, generar ciertos procedimientos en las reservas debido a que sus usuarios no les permitían, mantenerlas al tanto ante cualquier eventualidad para que pudiera informar a los pasajeros.
- b) Habilitar espacios en una reserva: Este procedimiento era solicitado tanto por las agentes para realizar cambios en las reservas, por personal de aeropuerto en caso tenían algún

inconveniente con la reserva y también por las *counters* en oficinas para realizar reemisiones.

- c) Cancelar o habilitar vuelos: Este procedimiento se daba únicamente los fines de semana cuando el área encargada no estaba laborando y consistía en aperturar o cerrar un vuelo dependiendo de lo que se necesitaba, por ejemplo, si un vuelo se cancelaba los otros vuelos que aún estaban abiertos a la venta se procedían a cerrar para proteger a los pasajeros que habían sido afectados en esos espacios disponibles.
- d) Emitir boletos: Las reservas que eran generadas a través de la *web* y por algún motivo no se llegaban a emitir automáticamente, se procedía a emitir de forma manual previa verificación de pago. En el anexo H: Boleto desde sistema Resiber y anexo I: Boleto desde sistema Altéa, se puede apreciar un boleto emitido por *Peruvian Airlines*.
- e) Anular *check in*: La anulación de *check in* era un procedimiento que únicamente se realizaba desde controles ya que una vez anulado el check in el pasajero ya no lo podía volver a generar por la web y en este caso debía solicitarlo en el aeropuerto, es así que para evitar errores en este procedimiento solo lo podía generar el personal de controles.
- f) Realizar el registro de pre - tráfico: Este procedimiento consistía en hacer un resumen de todos los vuelos que se iban a operar al día siguiente y tener un conteo de pasajeros por destino y vuelo,

esta información era enviada a todas las áreas de la aerolínea y gerentes.

En el anexo A: Flujo de atención del Área Comercial, se puede apreciar un diagrama con el proceso de atención al cliente, desde que se tenía el primer contacto con el pasajero, en este se puede visualizar que casi el 90% de los requerimientos se podían gestionar vía telefónica, debido a ello se resalta la importancia de preparación profesional de un agente de reservas.

El área de reservas tenía como jefa a Claudia Patricia Chávez García y como Supervisora a Pamela Rabanal Vargas, ambas profesionales de la carrera de Turismo y Hotelería.

2.7 Herramientas de una agente de reservas.

En mi experiencia como agente de reservas, hice uso de algunas herramientas para desempeñar mis funciones las cuales menciono a continuación:

- a) Resiber: Este sistema era utilizado por *Peruvian Airlines* como su globalizador para la comercialización de los vuelos, era un sistema similar a Sabre nativo donde toda la codificación era en inglés.
- b) Altéa: Era un sistema de la empresa reconocida Amadeus, tenía una pantalla gráfica, este nuevo sistema permitió que las tarifas de *Peruvian Airlines* sean visibles en todo el mundo.
- c) *Airlines Management Integrated System* (AMIS): Era un sistema interno de la aerolínea para generar códigos de pago de las reservas, para inscribir a un pasajero en el programa *Peruvian Pass* y para visualizar información de

salida y llegada de vuelos, una herramienta muy útil que nos permitía tener información de los vuelos de forma rápida y sencilla ya que estaba constantemente actualizado por aeropuerto.

- d) Elaxtic: Esta herramienta era para recepcionar y grabar las llamadas, teniendo información de contacto, duración de llamada, nombre de la agente entre otra información que permitía tener un control de todas las llamadas de forma global y personal por agente.
- e) Zoiper: Era un software para recepcionar, reconocer y marcar números para hacer llamadas. Sus distintas configuraciones permiten grabar una agenda.

Estos sistemas mencionados se podrán visualizar como figura en los anexos; anexo C: Pantalla de Sistema Resiber de *Peruvian Airlines*, anexo D: Pantalla del sistema Altéa, anexo E: Pantalla de AMIS, anexo F: Pantalla de Elastix y anexo G: Pantalla de Zoiper para poder conocer más las herramientas de una agente de reservas de *Peruvian Airlines*.

CAPÍTULO III

DISCUSIÓN

En el presente capítulo, se plasmará de manera clara la relación que se ha establecido entre la investigación y la experiencia profesional por lo que a continuación se expondrá siguientes autores que se consideraron relevantes en el presente estudio.

Franco (2012), indica que la atención al cliente debe ser un estilo de vida, donde no solo se memorice procesos, sino que se interiorice en el personal el placer de servir, considerando esto todos los profesionales de turismo desde antes de su preparación académica profesional tienen vocación de servicio, la misma que es reforzada durante los años académicos y puesta en práctica en su centro de labores con integridad y buscando siempre la satisfacción del cliente; debido a ello la importancia de que se priorice profesionales para esta área que es vital en una empresa.

Franco (2012) menciona que el servicio al cliente es una actitud motivacional de dar lo mejor de sí; como agente de reservas de *Peruvian Airlines*, se tiene un incentivo especial por ventas, lo que generaba en algunas agentes el priorizar ventas y descuidar el servicio al cliente en otros requerimientos, actitud que no debiera

sucedier ya que la buena atención al cliente debe primar para ello se requiere tener vacación de servicio como un estilo de vida y también recalcar que la preparación académica es importante para desempeñarse en un centro laboral con integridad y profesionalismo buscando siempre representar a la empresa de la mejor manera ante los pasajeros y teniendo clientes satisfechos con el servicio.

Blanco (2013) dice que el servicio al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas para que el producto o servicio satisfaga las necesidades de los clientes, en mi experiencia como agente de reservas de *Peruvian Airlines*, la aerolínea cuidaba al personal haciéndonos sentir que la empresa era nuestro segundo hogar, más allá de las capacitaciones constantes, el buen trato, incentivos y entre otros, nos motivaban a dar siempre lo mejor de nosotros, sin embargo, es ahí donde también se reflejaba aquel personal que no tenía preparación académica ni vocación de servicio, lo que generaba descontento en algunos pasajeros.

Para Diago (2007), el buen servicio al cliente se logra armonizando las necesidades del cliente y una estructura tanto humana como operativa de la empresa, todos orientados en el objetivo final que es el cliente, en este sentido *Peruvian Airlines* tenía todas las áreas operativas y administrativas constantemente comunicadas para siempre tener información de primera mano para los pasajeros y tratar de solucionar algunos casos a la brevedad posible, sin embargo habían ciertos procesos por evaluar como por ejemplo, no había un área de calidad que permita reconocer en que procesos se podía mejorar para brindar un mejor servicio.

Dentro de las limitaciones para desarrollar el presente trabajo de investigación fue el obtener datos exactos de *Peruvian Airlines*, ya que cesó sus operaciones en el

2019, por ello se consideró a medios de comunicación confiables para complementar la información requerida.

Considero que mi experiencia como agente de reservas me permitió conocer y aprender más sobre la aviación comercial y servicio al cliente, esto sumado a mi preparación académica profesional me da oportunidad de laborar en otras áreas de una aerolínea nacional o internacional, ejercer como personal administrativo en el área de servicio al cliente y calidad o crear mi propia empresa como agencia de viajes.

Como profesional de turismo y hotelería, en base a mi preparación académica profesional reconozco que *Peruvian Airlines* tenía muchas fortalezas que la llevaron a ser la segunda aerolínea en la preferencia de los pasajeros para vuelos domésticos en Perú, pero también tenía ciertos procesos y servicios por mejorar, en el último año la aerolínea se preparaba para hacer ciertos cambios que mejorarían la atención, pero lamentablemente no se concretaron por el cierre de la aerolínea.

CONCLUSIONES

Considero que la formación académica integral que recibí en la Universidad de San Martín de Porres en la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería fue fundamental para mi desarrollo profesional, en este caso especialmente como agente de reservas donde pude aplicar todo mi conocimiento adquirido en las aulas, relacionar este con práctico y entender la importancia de cada curso de la carrera.

En mi experiencia como agente de reservas, pude entender la importancia del trabajo de una agente de reservas y la preparación que requiere para desempeñar las funciones. Dentro de estos conocimientos están el manejo de sistemas aéreos, dominio de inglés, términos aeronáuticos, comunicación fluida, destinos turísticos, sus características y accesibilidad; servicio al cliente, entre otros conocimientos que adquirí en cursos como Sabre, Agencias de viajes, Inglés, Gestión de destinos turísticos y en mis prácticas pre-profesionales.

Asimismo, una agente de reserva debe tener ciertas virtudes y habilidades blandas que ayudarán a realizar mejor sus funciones entre las que destacan empatía, vocación de servicio, paciencia, manejo y resolución de problemas y disponibilidad de trabajar en un horario rotativo de 24 horas. Dentro de mi formación desde el primer día de clases cada profesor se encargó de dejar claro cuál era el perfil de un

profesional de turismo, que requiere gran vocación de servicio, puntualidad e integridad.

Durante los más de tres años que laboré para la aerolínea *Peruvian Airlines*, pude tener una gran experiencia que me ayudó a crecer profesionalmente permitiéndome aprender más sobre la aviación comercial y poner en práctica mis habilidades en relación con atención al cliente, comunicación en inglés, trabajo en equipo y manejo de problemas, sin duda una experiencia enriquecedora.

Puedo concluir que mi experiencia como agente de reservas fue muy importante en todo aspecto de mi vida porque me permitió conocer de cerca el rubro de avión comercial, relacionarme con más profesionales al ser parte de todo un equipo de trabajo, capacitarme constantemente y estar preparada para nuevos retos laborales en el turismo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Acerenza, M. (2006) *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*. Trillas.
<https://www.entornoturistico.com/wpcontent/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Aguilar, J. (2016). *Promoción y ventas de servicios turísticos*. Editorial CEP, S.L.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/50984?page=195>.
- Blanco, C. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Macmillan Iberia.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/42955?page=196>.
- Cordero, L. (s.f) *Turismo y transporte aéreo*. IV Coloquio Internacional Organizado por el Instituto del Transporte Aéreo. (ITA).
https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/42018.pdf
- Diago, F. (2007). *Fundamentos del servicio al cliente de la aviación comercial*. Editorial Politécnico Grancolombiano.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/70764?page=9>.
- Diago, F. (2012). *Pincelazos del servicio al cliente: Un estilo de vida*. Editorial Politécnico Grancolombiano.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/70986?page=15>.
- Gestión, (2019, 5 octubre) Peruvian Airlines: ¿Cuándo se fundó y cómo opera en el mercado?. *Gestión*.
<https://gestion.pe/economia/empresas/peruvian-airlines-cuando-se-fundo-y-como-opera-en-el-mercado-noticia/?ref=gesr>
- Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Pluma Digital Ediciones.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/77357?page=244>.
- Guerrero, P. & Ramos, J. (2015). *Introducción al turismo*. Grupo Editorial Patria.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/39409?page=49>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (s.f.). *Terminología para las estadísticas de turismo*.

<https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/documentos/TERMINOLOGIA PARA LAS ESTADISTICAS DE TURISMO.pdf>

Ledesma M. (2018). *Tipos de Turismo Nueva clasificación.*

<https://es.scribd.com/document/425187765/Tipos-de-Turismo-nueva-clasificacion-pdf>

Organización Mundial del Turismo. (1995). Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas del turismo. Manual Técnico. N. 1

Organización Mundial del Turismo. (2016) Compilaciones y recomendaciones de la OMT. 1975 – 2015.

Palafox A. (2005). *Turismo: teoría y praxis.*, México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/75676?page=30>.

Radio Programas del Perú RPP, (2016, 11 de octubre) 12 aerolíneas peruanas que terminaron desapareciendo. *RPP Noticias.*

<https://rpp.pe/peru/historia/fotos-12-aerolineas-peruanas-que-terminaron-desapareciendo-noticia-969543>

Sarmiento, A. (2022). *Turismo y Patrimonio Cultural.*

<https://www.entornoturistico.com/turismo-y-patrimonio-cultural-de-andres-sarmiento-pdf/>

T news, (2019, 14 de agosto) Peruvian volvió al segundo lugar del mercado doméstico en junio. *Tnews*

<https://tnews.com.pe/peruvian-volvio-al-segundo-lugar-del-mercado-domestico-en-junio/>

Vasco, E. (2019) El Transporte Aéreo y su Influencia en el Turismo Amazónico Ecuatoriano. *Revista de Ciencias de Seguridad y Defensa*, IV (3), 151.

<https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/revista-seguridad-defensa/article/view/RCSDV4N3ART08/pdf>

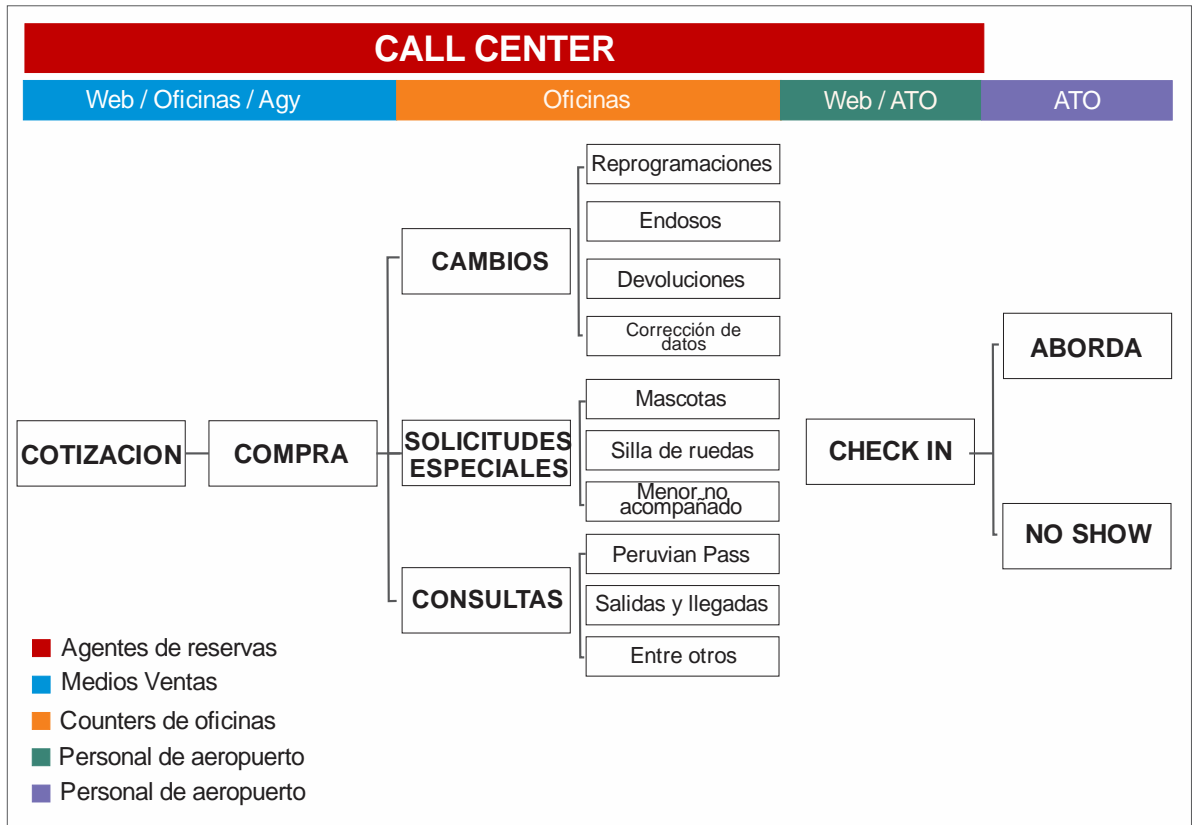
Wallingre, N. (2016). *Transporte aéreo y su relación con el turismo.* Fundación Proturismo.

<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/77501?page=20>.

ANEXOS

Anexo A

Flujo de atención del Área Comercial



Anexo B

Beneficio de personal de Peruvian Airlines, boletos ilimitados.



Anexo C

Pantalla de Sistema Resiber de Peruvian Airlines

```
Search Editar Utilidades Opciones Ayuda
>DTR: TN6022884696515
ISSUED BY: PERUVIAN AIR LINE          ORG/DST: LIM/LIM    FCMI: 0    DOI: 12NOV18
«E/R: NIT20518042280 PAYABLEONLYINUSD//NONENDORSABLE»
AIRLINE DATA: N8BZ2 1S/N8BZ2 P9TOUR CODE:
PASSENGER: LAZO/MARTIN
FOID: NI72807892                      IATA: 91507345
EXCH:                                  CONJ TKT:
D FM: LIM P9 0110 B 23NOV 0620 OK BRT6M2          /16MAY 25K CLOSED
D TO: JAU P9 0111 V 24NOV 0735 OK VRT6M1          17NOV/16MAY 25K CLOSED
  TO: LIM
FC: LIM P9 JAU Q10.00 9.00P9 LIM Q10.00 21.00USD50.00END
FARE:          USD 50.00/FOP: CASH, /
TAX:           USD 9.00PE/OI:
TAX:           USD 14.87HW/
TOTAL:         USD 73.87/TKTN: 602-2884696515 1
```

L:16 R:2 Aplic 22:39:36

Anexo D

Pantalla de Sistema Altea.

The screenshot displays the Altea Reservation Desktop interface. At the top, there is a navigation bar with options like 'Create New', 'PNR', 'PNR', 'Search', and 'Member'. Below this, the 'Passenger Details Section' is visible, showing contact information for 'DIAZ / Ivan' and 'DIAZ / Mara'. The 'Itinerary Details' section contains a table with columns for Segment, Class, Date, Day, Dep. Location, Arr. Location, Dep. Time, Arr. Time, Status, Aircraft, Duration, Ticket Status, and Info. The 'Non-Air Bookings' section shows 'Special Services Requests (SSRs) and Auxiliary Services (SVCs)' for passengers DIAZ / Ivan and DIAZ / Mara, listing services like 'FORM OF IDENTIFICATION'.

Segment	Class	Date	Day	Dep. Location	Arr. Location	Dep. Time	Arr. Time	Status	Aircraft	Duration	Ticket Status	Info	Seat	Debit
01	V	22NOV	THU	LIM	ACP	1250	1420	HK 2	733	01:30	Not Sketched		Seat	Debit
02	B	26DEC	WED	ACP	LIM	0810	1105	HK 2	735	02:55	Not Sketched		Seat	Debit

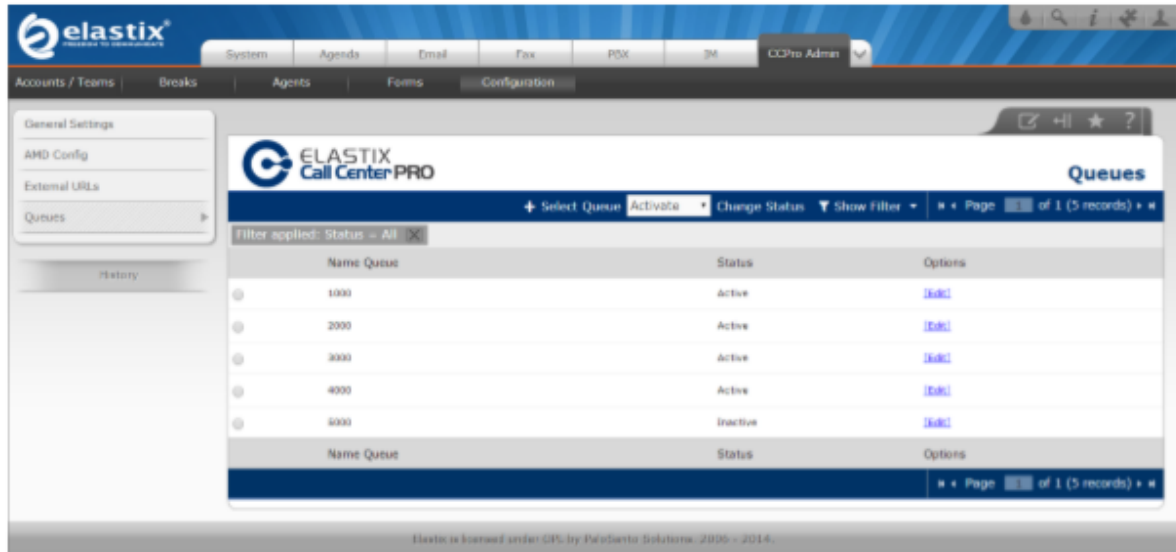
Anexo E

Pantalla de AMIS

The screenshot shows the AMIS Director v1.5.6 login screen. The title is 'AMIS Director v1.5.6'. The main heading is 'AMIS Airline Management Integrated System'. Below this is the 'PERUVIAN' logo with the tagline 'Puntualidad y servicio'. There are five icons representing different modules: PRA Fax, PRA Not, SPF Admin, Call Center, and Mantto. At the bottom, the user information is displayed as 'Usuario: GALVAREZ - GLADYS ALVAREZ'.

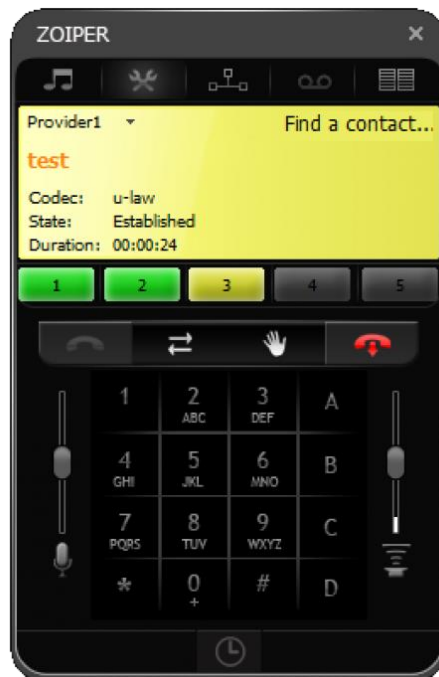
Anexo F

Pantalla de Elastix



Anexo G

Pantalla de Zoiper



Anexo H

Boleto de emitido desde sistema Resiber



Peruvian Air Line S.A.C.
RUC 20518042280
Calle Enrique Palacios N° 351, Miraflores, Lima, Perú
EMITIDO/ISSUED 27 AUG 2018
IATA 91993624 PERUVIAN **WEB** LIM562 USD LIMA P

BOLETO ELECTRÓNICO - ELECTRONIC TICKET

RECIBO DEL PASAJERO - PASSENGER RECEIPT

NOMBRE/NAME CHAVEZ/CHUQUIRUNA
IDENTIFICACIÓN/IDENTIFICATION 45467014 DNI / NATIONAL ID
NRO. BOLETO/TICKET NUMBER 602-2102768603
LOCALIZADOR/RECORD LOCATOR MPED1

ITINERARIO ITINERARY	VUELO FLIGHT	CL CL	SALIDA DEPARTURE	LLEGADA ARRIVAL	BASE TARIFA FARE BASIS	EQP BAG	ESTADO STATUS
Desde / From LIMA (LIM)	A / To PUCALLPA (PCL)	P90130	B	14 SEP 19:30	14 SEP 20:40	BRT6M3	25K OK

No Válido Antes de / Invalid Before: No Válido Después de / Invalid After:

Desde / From PUCALLPA (PCL)	A / To LIMA (LIM)	P90125	V	04 OCT 16:10	04 OCT 17:20	VRT6M1	25K OK
--------------------------------	----------------------	--------	---	-----------------	-----------------	--------	--------

No Válido Antes de / Invalid Before: No Válido Después de / Invalid After:

AL MOMENTO DEL CHECK-IN DEBERÁ PRESENTAR UN DOCUMENTO OFICIAL DE IDENTIDAD CON FOTOGRAFÍA: DNI, CÉDULA DE IDENTIDAD, PASAPORTE.
AT CHECK-IN, PLEASE SHOW A PICTURE IDENTIFICATION AND THE DOCUMENT YOU GAVE FOR REFERENCE AT RESERVATION TIME.

ENDOSOS-RESTRICCIONES/ENDORSEMENT-RESTRICTIONS A**OREKASCRL*****RUC*20495977979*NON END NON
REF*PAYABLEONLYINUSD

CÓDIGO DE VIAJE/TOUR CODE

FORMA DE PAGO/Form of Payment AX,XXXX9310/USD87.81/

CÁLCULO DE TARIFA/FARE CALCULATION 14SEP18LIM P9PCL Q11.00 11.00P9LIM Q17.00
21.00USD60.00END

TARIFA AÉREA/BASIC FARE USD 60.00

TARIFA EQUIVALENTE/EQUIVALENT FARE

TASAS/TAXES USD 27.81 (USD 17.01 HW; 10.80 PE)

SUBTOTAL USD 87.81

GASTOS DE GESTIÓN/SERVICE CHARGE USD 0.00

TOTAL USD 87.81

Anexo I

Boleto emitido desde el Sistema Altéa.

PERUVIAN

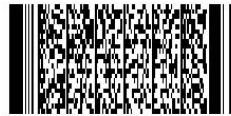
Peruvian Air Line S.A.C
RUC 20518042280

Passenger: Rojas Guillen Jose Luis (ADT)

Booking code: LHKSNT

Ticket number: 602 2400455442

FOID: NI07234289



Issuing office:
RESERVACIONES, JOSE GALVEZ 550,
MIRAFLORES, LIMA, LIMA - PERU
Telephone: 5117166000
Date: 10Aug2019

ELECTRONIC TICKET

At check-in, you must show a photo ID and the FOID used as a reference at the time of booking.

From	To	Flight	Departure	Arrival	Last check-in
LIMA JORGE CHAVEZ INTL	CUSCO A VELASCO ASTETE INTL	P9212	04:50 21Aug2019	06:20 21Aug2019	
Class: V	Operated by: PERUVIAN AIR LINE Marketed by: PERUVIAN AIR LINE			NVA (3): 21Feb2020 Duration: 01:30	
Baggage (4): 1PC Fare basis: VOW6M2	Booking status (1): OK				
CUSCO A VELASCO ASTETE INTL	LIMA JORGE CHAVEZ INTL	P9213	06:29 23Aug2019	07:54 23Aug2019	
Class: B	Operated by: PERUVIAN AIR LINE Marketed by: PERUVIAN AIR LINE			NVB (2): 23Aug2019 NVA (3): 21Feb2020 Duration: 01:25	
Baggage (4): 1PC Fare basis: BRT6M2	Booking status (1): OK				

(1) OK = Confirmed (2) NVB = Not valid before (3) NVA = Not valid after (4) Each passenger can check in a specific amount of baggage at no extra cost as indicated above in the column baggage. Each piece of baggage may not exceed 32 kilos

PAYMENT DETAILS

Fare Calculation: LIM P9 CUZ Q17.00 15.00P9 LIM Q19.00
27.00USD78.00END
Form of payment: EXT
Endorsements: RUC*20603382537

FARE DETAILS

Fare: USD 78.00
Taxes/Fees/Charges: USD 15.78HW
USD 14.04PE
Total Amount: USD 107.82
RUC: RUC20518042280

The carriage of certain hazardous materials, like aerosols, fireworks, and flammable liquids, aboard the aircraft is forbidden. If you do not understand these restrictions, further information may be obtained from your airline.

Anexo J

Abreviaturas de términos en Ingles

SIGLAS	INGLES	ESPAÑOL
ADT	<i>Adult</i>	Adulto
AGY	<i>Agency</i>	Agencia de viajes
ATO	<i>Airport</i>	Aeropuerto
CHD	<i>Child</i>	Niño
CHG	<i>Change</i>	Cambio
DIF	<i>Difference</i>	Diferencia
ETA	<i>Estimated time of Arrival</i>	Hora estimada de llegada
ETD	<i>Estimated time of Departure</i>	Hora Estimada de salida
FARE	<i>Fare</i>	Tarifa
FLG	<i>Flight</i>	Vuelo
FOID	<i>Fore of Identification</i>	Documento de identidad
FOP	<i>Form of Payment</i>	Forma de pago
GDS	<i>Global Distribution System</i>	Sistema de Distribución Global
HK	<i>Confirm</i>	Confirmado
HRS	<i>Hours</i>	Horas
HW	<i>Taxes</i>	Impuestos
INF	<i>Infant</i>	Infante
MTHS	<i>Months</i>	Meses
NON END	<i>No</i>	No endosable
NON REF	<i>No Refund</i>	No reembolsable
OK	<i>Confirm</i>	Confirmado
OW	<i>One Way</i>	Solo ida
PAX	<i>Passenger</i>	Pasajero
PE	<i>Peru</i>	Perú
PC	<i>Piece Concept</i>	Pieza de equipaje
PNR	<i>Passenger Name Record</i>	Código de reserva
RSVA	<i>Reservation</i>	Reserva
P9	<i>Peruvian Airlines</i>	Peruvian Airlines
RT	<i>Round Trip</i>	Vuelo de ida y vuelta
SA	<i>Subject to Space</i>	Sujeto a espacio
TKT	<i>Ticket</i>	Boleto
TUA	<i>Tarifa Unica Aeroportuaria</i>	Tarifa Única Aeroportuaria
UMNR	<i>Unaccompanied minor</i>	Menor no acompañado
VOID		Anulado
WCHR	<i>Wheelchair</i>	Silla de ruedas
WL	<i>Waiting List</i>	Lista de espera

Anexo K

Códigos IATA de ciudades operadas por Peruvian Airlines.

CODIGO IATA	CIUDADES
AQP	Arequipa
CUZ	Cusco
CIX	Chiclayo
CJA	Cajamarca
IQT	Iquitos
JAU	Jauja
PCL	Pucallpa
PIU	Piura
TCQ	Tacna
TPP	Tarapoto
LBP	La Paz

Anexo L

Alfabeto aeronáutico

ALFABETO AERONAUTICO

A	<i>Alfa</i>
B	<i>Bravo</i>
C	<i>Charlie</i>
D	<i>Delta</i>
E	<i>Eco</i>
F	<i>Foxtrot</i>
G	<i>Golf</i>
H	<i>Hotel</i>
I	<i>India</i>
J	<i>Juliet</i>
K	<i>Kilo</i>
L	<i>Lima</i>
M	<i>Mike</i>
N	<i>November</i>
O	<i>Oscar</i>
P	<i>Papa</i>
Q	<i>Quebec</i>
R	<i>Romeo</i>
S	<i>Sierra</i>
T	<i>Tango</i>
U	<i>Uniform</i>
V	<i>Victor</i>
W	<i>Whisky</i>
X	<i>X-ray</i>
Y	<i>Yankee</i>
Z	<i>Zulu</i>
