

NOMBRE DEL TRABAJO

**Trabajo de Suficiencia Sandra Zegarra 2
0.04.2023.pdf**

RECUENTO DE PALABRAS

8177 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

60 Pages

FECHA DE ENTREGA

Jun 20, 2023 10:27 AM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

45156 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.5MB

FECHA DEL INFORME

Jun 20, 2023 10:28 AM GMT-5**● 8% de similitud general**

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

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS

**MEJORA DE LA GESTIÓN DE LAS ÁREAS DE RESERVAS Y OPERACIONES EN
LA AGENCIA DE VIAJES "CONDOR TRAVEL"**

**17 TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL para optar el Título Profesional de
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS y HOTELEROS**

**AUTOR (ES):
SANDRA GUADALUPE ZEGARRA ALIAGA**

**ASESOR:
MG. YANILDA ARASELY AGUIRRE VALDEZ**

Lima, Perú

(2022)

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Yanilda Araseley Aguirre Valdez', is located in the bottom right corner of the page.

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

1. Soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:
“Mejora De La Gestión De Las Áreas De Reservas Y Operaciones En La Agencia De Viajes Cónдор Travel”

El mismo que presento (presentamos) ante la Universidad para optar el Título Profesional de: **Licenciada En Administración De Negocios Turísticos Y Hoteleros**

13. El texto del trabajo final respeta y no vulnera los derechos de terceros, incluidos los derechos de propiedad intelectual. En tal sentido, no ha sido plagiado total ni parcialmente, se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas, el Código de Ética y el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Le Cordon Bleu. Lo que ha sido corroborado por el asesor (es) designado(s).
1. El texto del trabajo final que presento no ha sido publicado ni presentado antes en cualquier medio electrónico o físico.
4. La investigación, los resultados, datos, conclusiones y demás información presentada que atribuimos a nuestra autoría son veraces.
5. Declaro que el trabajo final cumple con todas las normas de la Universidad Le Cordon Bleu, habiendo sido revisado mediante el software antiplagio turnitin obteniendo un porcentaje de similitud de 09 %, el cual consta en el informe emitido por turnitin.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del (de los) declarantes y del asesor, en consecuencia: a través del presente documento asumimos frente a terceros, a la Universidad Le Cordon Bleu y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado.

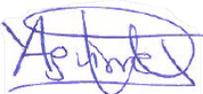
Fecha: 05 abril 2023

Firmas:

Autor(es): Sandra Guadalupe Zegarra Aliaga

NOMBRE BACHILLER


Asesor(a): MG. Yanilda Arasely Aguirre Valdez

NOMBRE DE ASESOR




UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

TITULO DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL:

“MEJORA DE LA GESTIÓN DE LAS ÁREAS DE RESERVAS Y OPERACIONES EN LA AGENCIA DE VIAJES CONDOR TRAVEL”

AUTOR:

Nombres y apellidos: SANDRA GUADALUPE ZEGARRA ALIAGA

D.N.I Nº /C.E. Nº	70569827
Financiamiento	Sandra Guadalupe Zegarra Aliaga
Ubicación geográfica	Región Lima Lima Metropolitana– Chorrillos
Duración de la investigación	Junio 2022 - Marzo 2023

ASESOR:

Nombres y apellidos	D.N.I Nº /C.E. Nº	Código ORCID
Mg. YANILDA ARASELY AGUIRRE VALDEZ	42767881	https://orcid.org/0009-0000-8250-4525

JURADO EXAMINADOR:

Nombres y apellidos	Cargo	D.N.I Nº /C.E. Nº	Código ORCID
Mg. ENRIQUE RAUL POLLACK CELIS	Presidente	10601702	https://orcid.org/0000-0002-9250-5430
Mg. PEDRO LUIS PIZARRO RAMOS	Primer Miembro	10215812	https://orcid.org/0000-0002-1952-7078
Mg. YANILDA ARASELY AGUIRRE VALDEZ	Segundo Miembro	42767881	https://orcid.org/0009-0000-8250-4525



UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

En la ciudad de Lima, Distrito de Magdalena del Mar, a las 17:00 horas del día 31 del mes de marzo del año 2023, se reunió el Jurado Examinador de sustentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional titulado **"MEJORA DE LA GESTIÓN DE LAS ÁREAS DE RESERVAS Y OPERACIONES EN LA AGENCIA DE VIAJES CONDOR TRAVEL"**, presentado por la bachiller **SANDRA GUADALUPE ZEGARRA ALIAGA** para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros; conformado por los profesores:

Presidente: Mg. Enrique Raúl Pollack Celis

Primer Miembro: Mg. Pedro Luis Pizarro Ramos

Segundo Miembro: Mg. Yanilda Arasely Aguirre Valdez

Instalado el Jurado Examinador, se procedió dar cumplimiento a las etapas:

- El Presidente del jurado invitó al sustentante a realizar su presentación por un tiempo no mayor de 30 minutos.
- Terminado la presentación del Trabajo de Suficiencia Profesional, el jurado Examinador procedió a realizar preguntas sobre aquellos aspectos pertinentes para determinar los conocimientos sobre el tema y la ejecución del Trabajo.
- Luego de escuchar las respuestas a las interrogantes formuladas, el jurado examinador deliberó en privado la calificación del Trabajo y su correspondiente defensa.
- Cada miembro del jurado examinador estableció individualmente su calificación de acuerdo al reglamento de grados y títulos.
- El Presidente del Jurado Examinador verificó la calificación de cada miembro y procedió a establecer la calificación en escala vigesimal con la siguiente mención:

SOBRESALIENTE	20 -18 (X)
MUY BUENO	17- 16 ()
BUENO	15 -13 ()
DESAPROBADO	< 13 ()

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al sustentante para recibir el veredicto de la calificación obtenida.

El Jurado Examinador deja constancia con su firma, que el veredicto final de calificación del trabajo presentado por la Bach. **SANDRA GUADALUPE ZEGARRA ALIAGA** es:

APROBADO

concluye el acto académico, siendo las 18:00 horas del mismo día.

Presidente: Mg. ENRIQUE RAUL POLLACK CELIS	
Primer Miembro: Mg. PEDRO LUIS PIZARRO RAMOS	
Segundo Miembro: Mg. YANILDA ARASELY AGUIRRE VALDEZ	

Agradecimientos:

A Dios, por ser mi guía en terminar este trabajo.

A mi asesora Yanilda por la paciencia.

A mi hijo André Luis que sin el nada sería igual.

A mis padres Luis y Mirtha por confiar en mí.

A mi Novio Zair, por su apoyo y comprensión.

INDICE

RESUMEN	VII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA - ANALISIS INTERNO.....	- 16 -
PROBLEMÁTICA	- 28 -
METODOLOGÍA DE SOLUCIÓN DEL PROBLEMA	- 32 -
APORTES	- 36 -
RECOMENDACIONES	- 37 -
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	- 38 -
ANEXOS	- 42 -

RESUMEN

En el presente trabajo se expone la gestión dentro de una Agencia de Viajes de Turismo y explica a detalle el trabajo que se realizó en la agencia de viajes Cóndor Travel entre los años 2018-2020 como ejecutiva de operaciones en el mercado europeo, relacionado a la problemática que se generó con una de las cuentas española. Se hace énfasis, a las consecuencias que puede generar la falta de comunicación entre las áreas más importantes de una operadora como son las áreas de reservas y operaciones.

El objetivo durante la gestión en la empresa fue mejorar la comunicación entre las áreas de reservas y operaciones que permita a la empresa Cóndor Travel una mayor efectividad y eficiencia en los procesos operativos para los clientes (cuentas internacionales) que confían en la empresa para brindar los mejores servicios en el Perú y Sudamérica.

Durante el trabajo se plantea la solución a la problemática identificada, con una propuesta de organización entre ambas áreas, a través de flujogramas, con la finalidad de mejorar la comunicación y así brindar un mejor servicio a los clientes para de esta manera contribuir a su satisfacción y cumplimiento de expectativas.

Finalmente, se explican las conclusiones y recomendaciones a los cuales se arribó, producto del trabajo y análisis realizado.

Palabras clave:

Agencia de viajes, turismo, comunicación, reservas, operaciones

ABSTRACT

In this paperwork, exposes the management within a Tourism Travel Agency and explains in detail work that was done in the travel agency Condor Travel between the years 2018-2020 as an Operations Executive in the European Market, related to the problem that was generated with one of the Spanish accounts. Emphasis is placed on the consequences that can generate the lack of communication between the areas more important of an operator such as the areas of reservations and operations.

The objective during the management in the company was to improve the communication between the areas of reservations and operations that allows the company Condor Travel a greater effectiveness and efficiency in the operational processes for the clients (international accounts) that trust the company to provide the best services in Peru and South America.

During the work, the solution to the identified problem is proposed, with a proposal for organization between both areas through flowcharts, in order to improve communication and thus provide a better service to customers in order to contribute to their satisfaction and fulfillment of expectations.

Finally, the conclusions and recommendations reached are explained, product of the work and analysis carried out.

Keywords:

Travel agency, tourism, communication, reservations, operation

INTRODUCCIÓN

El turismo de Perú representó el 3,9% del PIB del país en 2019 antes de la pandemia de Covid-19, creando directa e indirectamente cerca de 1,5 millones de empleos. En este sentido, este sector es el tercer mayor generador de divisas para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, e igualmente muchos expertos internacionales coinciden en incluir a nuestro país como un destino turístico “innovador”; en este sentido, las agencias de viajes actúan como operadores turísticos teniendo un papel importante en la industria, gestionando un flujo constante de pasajeros a nivel nacional e internacional.

Este trabajo está basado en la mejora de Gestión entre las áreas de reservas y operaciones de la Agencia de Viajes Cóndor Travel durante el periodo de los años 2018-2020 en el puesto de ejecutivo de Operaciones.

Cóndor Travel, es una agencia de viajes mayorista fundada en 1977, se dedica a las actividades relacionadas con promoción de paquetes turísticos, tanto en Perú como en Sudamérica (Brasil, Chile, Bolivia, Ecuador y Argentina), sus promotores buscan colocar al Perú y Sudamérica en una vitrina turística importante frente a los mercados internacionales.

Durante la gestión realizada en el periodo mencionado, se observó la carencia de comunicación entre dos áreas importantes de la agencia de viajes, como son las áreas de reservas y operaciones, debido a que el volumen de la demanda había crecido en un

50% a comparación de años anteriores y se estaban creando alianzas con nuevas cuentas internacionales.

En consecuencia, sus respectivos procesos habían sufrido una serie de cambios, trayendo consigo la falta de integración que no satisface las necesidades actuales de la organización, falta de información, problemas de comunicación, etc., factores que dificultan la adecuada gestión de la Agencia de Viajes como un todo para la atención de sus clientes.

Para un mejor entendimiento, analizaremos algunas definiciones conceptuales, el cual va a permitir un mejor entendimiento de la gestión que se realiza en una Agencia de Viajes.

En primera instancia partiremos analizando la definición del Turismo, para esto es importante tomar como referencia a ⁷ la Organización Mundial del Turismo (OMT) que define el turismo como un fenómeno social, cultural y económico que implica el movimiento de personas a un país o lugar fuera de su entorno habitual con fines personales, profesionales o motivos comerciales.

Otra definición interesante para conceptualizar el turismo, lo menciona Acerenza (2012) que lo define como un “fenómeno social que surgió como resultado del nivel de desarrollo alcanzado por la humanidad a lo largo del tiempo. Proviene de la

industrialización progresiva, la aglomeración del urbanismo y la psicología de la vida cotidiana.” (p. 84).

Éstos desplazamientos son hechos por diferentes tipos de personas, las cuales para el caso de análisis como es la agencia de viajes son pasajeros (pax), sin embargo existe una diferencia entre los pasajeros que pernoctan y los que no lo hacen, ante esto es importante diferenciar los tipos de turistas que se dividen en visitantes y excursionistas, partimos analizando a los visitantes que son personas que han viajado durante menos de un año a un entorno distinto a lo que habitualmente está acostumbrado y con un fin principal distinto al laboral (ocio, negocios u otros motivos personales). A diferencia de los excursionistas que son visitantes de día,¹⁸ es decir, un excursionista es alguien persona que visita un destino, pero no pasa la noche en el lugar.

Si bien todos estos conceptos de los diferentes autores indican que el ir de un lugar a otro sería la actividad inherente al turismo, hoy en día en medio de esta situación mundial conocida como COVID-19, la cual afectó gravemente a la industria turística, creemos que con el nuevo protocolo se abrirán nuevos caminos para brindar un turismo seguro. Los esfuerzos agresivos de los gobiernos y las empresas privadas contribuirán en gran medida a ayudar a la industria a salir de la recesión que está sufriendo.

Cabe recalcar que durante los años 2018 hasta inicios del 2020 hubo un incremento en turistas receptivos dentro de nuestro país al igual que el interno. Dicho lo anterior el turismo receptivo se considera una serie de actividades que las personas

realizan cuando visitan un país que no es su país de origen, caso contrario al turismo interno, el cual es originado por los mismos residentes que viajan dentro del propio territorio.

Entre sus ⁶ principales características, los turistas extranjeros, en la mayoría son hombres latinoamericanos millennials que forman parte de una pareja, entre sus motivos las vacaciones se mantienen como el principal motivo de visita a Perú, seguidas por los negocios. Los viajeros de negocios son los que más gastan por día, y los viajeros que visitan a familiares y amigos representan el grupo con las estancias más largas. Cabe destacar que el promedio de gasto de los viajeros de vacaciones ha aumentado respecto al año 2018. Los turistas de países tan lejanos como Oceanía y África son los que más dinero gastan cuando visitan nuestro país y, después de Europa son los que tienen una estadía media larga. Turismo In- Perfil del Turista Extranjero (2019)

Figura 01

Indicadores de Turismo



Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones (2019)

6 Turistas internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior.

Turistas peruanos residentes en el Perú.

Durante los años 2017 al 2019 hubo un crecimiento entre las llegadas y salidas para el turismo receptivo e interno. Sin embargo, debido a la pandemia el turismo receptivo en el Perú, según datos proporcionados por la Superintendencia Nacional de Migraciones, el número de turistas extranjeros al Perú en el 2020 alcanzó las 896.523 llegadas, una disminución del 79,5 % con respecto al año anterior que generó una pérdida de \$ 3,807 millones en ingresos de divisas por viajes entrantes (\$ 977 millones (2020) frente a \$ 4,784 millones (2019)).

Figura 02.

Ingreso de Divisas por Turismo



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.

Para la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – El Perfil del Turista Extranjero - (PROMPERU, 2019) evoluciono durante estos 4 años con las llegadas de turistas extranjeros en el país cual generó 4784 millones de dólares en divisas para el 2019. Un incremento notorio a los años anteriores (2017-2018) y un fuerte descenso en el año 2020, por el inicio de la pandemia por el COVID 2019.

Por otro lado, también es importante hablar, no solo de la demanda sino también de la oferta. Para explicar el turismo en su conjunto no se puede limitar a analizar únicamente las necesidades, hay que ver el otro lado y conceptualizar la oferta turística. La cual se define como “un conjunto de productos y servicios turísticos ofrecidos a los turistas en un determinado destino para su disfrute y consumo”.

En un destino turístico, la oferta disponible para la demanda no es sólo la suma de los productos turísticos que contiene, es un todo integrado que incluye servicios turísticos y no turísticos, la imagen global del destino, etc. (Boullon, 2006).

No obstante, dentro del Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025, define a la **oferta turística** como un conjunto de productos y servicios turísticos ofrecidos a los turistas en un determinado destino para el ocio y el consumo. Otro autor, define a la oferta turística como “la disposición, propuesta o suministro en el mercado, todos los productos, servicios y bienes con condiciones específicamente acordadas de lugar, precio, cantidad, forma y fecha son atractivos, pueden ser utilizados por los clientes.” (Guerrero y Ramos (2014) (p. 171)).

Para que nuestro país este considerado dentro de la oferta turística, este deberá contar con recursos turísticos, que son las manifestaciones de la naturaleza, la riqueza de la arqueología, las manifestaciones históricas de lo material e inmaterial de la tradición y el gran valor que forman los productos turísticos. ² Los recursos turísticos se encuentran registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos. MINCETUR (2011).

De igual modo, para (Guerrero y Ramos, 2014) son atractivos naturales, históricos y culturales de cada lugar que crean interés para visitar. La planta turística está formada por todas las empresas involucradas en el turismo, tales como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y transporte, quienes facilitan el desarrollo de las actividades. Los elementos institucionales son las instituciones nacionales y privadas encargadas de impulsar la promoción y políticas para un mejor desarrollo turístico del país.

En otras palabras, entendemos que la oferta turística está compuesta por el patrimonio natural y cultural de una nación, traducida en recursos turísticos, que son un bien material y/o inmateriales, que por sí mismos o en combinación con otros se comercializan y son puestos para el disfrute de los turistas.

Después de ser considerado un recurso turístico, un atractivo turístico se convierte en atractivo turístico cuando una actividad humana combina instalaciones, equipos y servicios para agregar valor. Se considera que la distinción entre un recurso turístico y una atracción turística no depende del punto de vista del turista individual, sino del punto de vista del sujeto: un bien es un recurso turístico, mientras no haya pasado por una

transición, pero al tratar conscientemente de promover el contacto directo con los visitantes, se convertirá en un atractivo turístico.

Para comprender lo que un turista desea nos enfocaremos en lo que vamos a ofrecer a cada visitante, esto se define como un producto turístico que para la OMT¹⁰ es “una combinación de elementos tangibles e intangibles, como los recursos naturales, culturales y humanos, así como las atracciones turísticas, las instalaciones, los servicios y las actividades que rodean a los elementos específicos de interés que se encuentran en el centro del plan de marketing del destino y crear una experiencia de viaje integral con elementos emocionales para clientes potenciales. Los productos turísticos que se venden a través de los canales de distribución también tienen precio y tienen un ciclo de vida.”⁸

Por otro lado, el MINCETUR (2018), establece que “El producto turístico lo conforman elementos intangibles y tangibles incluidos los recursos y/o atractivos turísticos, la infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico pretende atender tanto las expectativas que se pueden generar antes de la visita como las motivaciones que son el origen de viaje para finalmente generar una experiencia turística”. (p.19). Asimismo, las fases del desarrollo de un producto turístico, ilustrado a continuación:

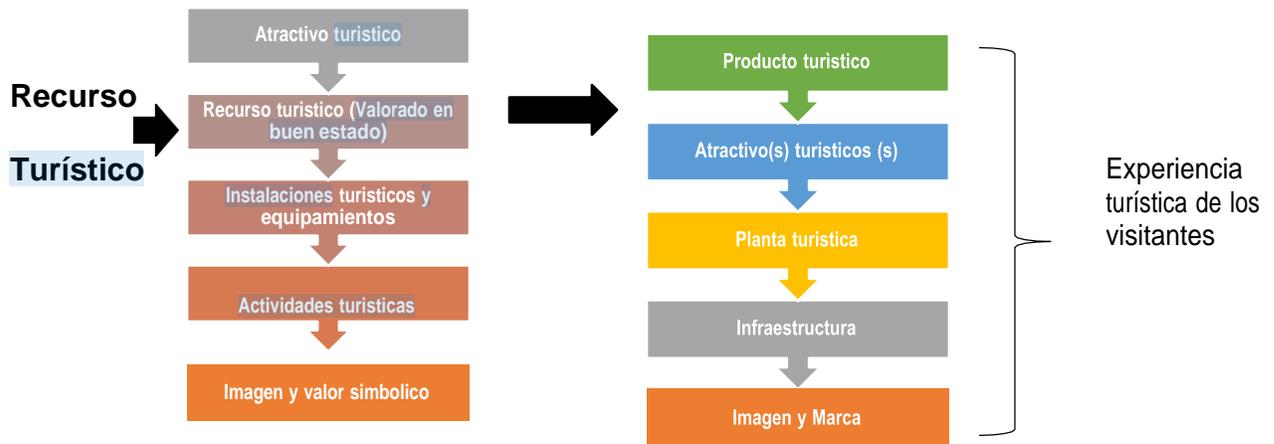
Figura 03.

11 **Desarrollo de un producto turístico**

FASE I De recurso Atractivo

FASE II De atractivo

Producto



Fuente: MINCETUR – DNDT

Este diagrama muestra cada componente del producto turístico y el papel que desempeñan. Todos se unen para posibilitar el resultado final: un producto turístico. Cada uno es esencial y juntos logran el objetivo común de asegurar a los visitantes una experiencia turística única e inolvidable.

14 Dado este claro ejemplo, podemos identificar al producto turístico como un conjunto de componentes tangibles e intangibles, que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades de ocio, imágenes y valor simbólico, que satisfacen motivaciones y expectativas y se consideran una experiencia turística.

Es por tal motivo que cada turista está en busca de un destino turístico en particular para poder determinar pasar sus vacaciones, que de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007) Lo define así: “Un destino turístico es un espacio físico en el que el visitante pernocta al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos de viaje que se pueden realizar en un día. Tiene limitaciones físicas y administrativas que determinan su gestión, su imagen e ideas determinan su capacidad para competir en el mercado. Los destinos locales reúnen a grupos dispares, que a menudo incluyen comunidades anfitrionas, y pueden conectarse y conectarse entre sí para crear destinos más grandes”.

Dentro de estos destinos, se pueden realizar diferentes actividades turísticas, según la Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos (MINCETUR (2011)), las actividades turísticas son formas de comportamiento de los turistas para realizar turismo. Esta es la razón por la que viaja y por la que debe proporcionar servicios de viaje. También se cuenta con un listado de estas actividades.

Tabla N. 4

Actividades Turísticas

ACTIVIDADES TURISTICAS		
Caminata/ Trekking	Pesca Deportiva	2 Visitar comunidades nativas/rurales
Campamento / Camping	Remo	Paseos en yate, bote lancha o canoa
Montañismo /Climbing	Puenting	Paseos en caballito de totora
Escalada en roca	Snowboard	Navegación en cruceros
Escalada en hielo	Vela-Windsurf	Paseos en pedalones
Sky sobre hielo	Surf/Tabla hawaiana	Paseos en caballos
Sky acuático	Canoping	Participación de fiestas religiosas
Espeleismo/ descenso a cavernas	Paracaidismo	Fotografía profesional
Sandboard	Ala delta/Parapente	Estudios e investigación
Motocross	Sobrevuelo en arenovae	Participación de eventos
Pesca de altura	Degustación de platos típicos	Observación de la naturaleza
Pesca Submarina	Rituales místicos/ Chamanismo	Observación de flora/fauna
Buceo/Scubadiving	Muestra de danzas y bailes típicos	12 Observación de aves
Canotaje/ Rafting	Visitar sitios arqueológicos	Observación del paisaje
Ciclismo de montaña /Bikking	Compra de artesanías	Observación de estrellas
Kayac	Visitar iglesias/conventos	Otro

Motonáutica

Visitar museos

Natación

Visitar inmuebles

históricos

Fuente: Mincetur-DNCT

En resumen, las actividades turísticas incluyen todas las actividades recreativas y de desplazamiento realizadas por los turistas desde su lugar de residencia habitual y utilizando servicios turísticos adaptados a sus necesidades durante su estancia en el destino. Estas actividades pueden ser recreativas, deportivas, culturales, empresariales, vivenciales y cualquier tipo de turismo que trae este sector.

Como se ha podido analizar, la oferta turística de nuestro país es muy variada, haciéndose necesario los intermediarios para que se pueda comercializar, es allí donde el papel de las agencias de viajes, juega un papel importante, sobre todo para el turismo receptivo, tal es así que el MINCETUR, aprobó mediante el Decreto Supremo N°005-2020, la actualización del reglamento de Agencia de Viajes y Turismo, en el cual definen a las agencias de viajes y turismo como:

Persona natural o jurídica que realiza actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría, venta y operación de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2020, p.9)

Por otro lado, Torre (2020) en su libro “Agencias de viaje y transportación” define una agencia de viajes como una empresa que forma parte de una red de viajes con el objetivo de ser un intermediario activo entre el proveedor de servicios de viaje esenciales y el consumidor. Así mismo, Cabarcos Novás, Noelia (2011) establece que los agentes de viajes son “las encargadas de asesorar e informar a los turistas, elaborando y comercializando diversos productos turísticos; actuando como fuente de información sobre corrientes turísticas; formando parte de la integración vertical de la industria y mantener relaciones con otras empresas del mismo ámbito (tour operadores, otras agencias de viajes, etc.). (pág. 46)

De acuerdo con el artículo 6°, capítulo III del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo (2020), el MINCETUR, definió la clasificación como la forma en que una agencia de viajes y turismo ejerce sus funciones, dispuesto en el art. 6 del presente reglamento. De manera similar, dividió a las agencias de viajes en tres grupos.

La agencia de viajes y turismo desarrolla sus funciones considerando la siguiente clasificación:

- a) Minorista
- b) Mayorista
- c) Operador de Turismo

Los agentes de viajes y turismo pueden realizar actividades correspondientes a una o más de las clasificaciones anteriores. (Art 6, cap. III)

Empezamos por las **agencias minoristas**, según se indica en el Reglamento de Agencias de Viajes es “aquella que se vende directamente al turista paquetes turísticos organizados, los mismos que son adquiridos de Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y de Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. También puede vender servicios de viajes no organizados directamente a los turistas. Por último, pueden producir sus propios productos, pero solo los venden al consumidor final sin pasar por otros intermediarios.

Por otro lado, tenemos a las **Agencias de Viaje Mayoristas**, que planifica, prepara y organiza diversos servicios turísticos, paquetes de viaje y tours para ser ofrecidos a operadores turísticos y agencias de viajes minoristas, pero no puede ofrecer o vender sus productos directamente a los turistas" (MINCETUR, 2018).

Finalmente tenemos a las **Agencias de Viaje Operadoras** quienes son una organización responsable de reunir varios servicios ofrecidos por diversos proveedores y venderlos a precio todo incluido, es decir una tarifa plana o un paquete, además proporcionar a los clientes todos los servicios de viaje que necesitan para disfrutar de sus vacaciones.

En definitiva, los turoperadores ocupan una posición estratégica en el desarrollo y funcionamiento de la industria turística, todo ello arraigado en la comercialización de sus productos turísticos.

Hoy en día, en nuestro país, las agencias de viajes tienen un rol muy importante, ya que la mayoría de turistas desean tener organizado su viaje sin tener alguna preocupación alguna o si es que hay algún inconveniente sea un tercero que lo pueda solucionar.

Los principales destinos demandados por los turistas extranjeros y que una agencia de viajes, como es el caso de Condor Travel, vende son los siguientes:

- Cusco
- Ica
- Arequipa
- Puno
- Serva (Puerto Maldonado)
- Tumbes
- Piura
- Lima

Básicamente las agencias se enfocan más en la zona sur y la capital del país. Esto debido a que el perfil de turista extranjero es completamente distinto al nacional, ya que el extranjero busca variedad, salir de la rutina y se encuentra más interesado en lo cultural. Por lo general, llevan más tiempo en organizar un viaje con un agente de viajes que hacerlo por su propia cuenta; Además, tienen mayores ingresos, mayor nivel educativo y provienen principalmente de mercados distantes. Además, cuenta con mayor

tiempo de estadía un promedio de 10 días a más. Turismo In- Perfil del Turista Extranjero (2019).

A más de la mitad de los vacacionistas no les gusta viajar en ningún mes en particular; Sin embargo, las vacaciones de verano y de mitad de año, son las que tienen mayor acogida. Por último, estos viajeros no son tan recurrente en utilizar una agencia de viajes si no se ha incrementado la compra de boletos, reservaciones de hotel, etc. por internet. Turismo In- Perfil del Turista Extranjero (2019).

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA - ANALISIS INTERNO

Preámbulo COVID 19

A mediados de marzo del año 2020 el gobierno del Perú proclamó el estado de emergencia, obligando a todos los peruanos a entrar a una cuarentena, paralizando la economía en la mayoría de sectores debido a la aparición del virus Sars-Cov2 o coronavirus a nivel nacional. Suspendiendo el comercio en general para pequeñas y grandes empresas privadas.

La Pandemia desaceleró significativamente el desarrollo sostenible que tenían muchas industrias, en especial el turístico, pero al mismo tiempo, creo oportunidades para que las empresas adquirieran las habilidades necesarias para enfrentar este desafío, construyendo y mejorando las relaciones con clientes potenciales y existentes a través de nuevas tecnologías y comunicando su propuesta de valor al mundo.

El sector turismo fue el más afectado debido a que no se podían realizar plenamente actividades de ocio y/o turísticas, por lo cual las agencias de viajes, guías turísticos y los organizadores de eventos no podían comenzar a operar hasta recibir las regulaciones y protocolos por parte del gobierno peruano. Algunos rubros pudieron comenzar las operaciones al inicio de la fase dos de la reactivación económica, sin embargo, al momento de reiniciar laboralmente al sistema, los establecimientos de hospedaje y restaurantes tuvieron muy pocas ganancias debido a que las ventas ya no eran como antes de la pandemia, debido a que, al corto plazo no pudieron iniciar operación.

El gobierno proporciono un fondo de apoyo económico para las empresas que dependen del turismo, que cubrirá a todos los operadores turísticos, hoteles, restaurantes, transporte terrestre y transporte de turistas debido a sus circunstancias difíciles y vulnerables. (D.U. N°076-2020, 2020).

Cóndor Travel

Cóndor Travel es una Agencia de viajes peruana mayorista parte del grupo EXPERTIA, holding turístico, conformados por Nuevo Mundo Viajes, DestinosMundiales, Wings y Condor Travel. Su objetivo principal es darle la mejor experiencia al viajero en el mercado Hispano. Cuenta con infinidad de proveedores, de los cuales se podrá conseguir, vuelos, hoteles y/o restaurantes, transporte, etc. lo cual forma un

paquete turístico. Al tener esta gran ventaja, hace que el precio sea competitivo y beneficie al consumidor final.

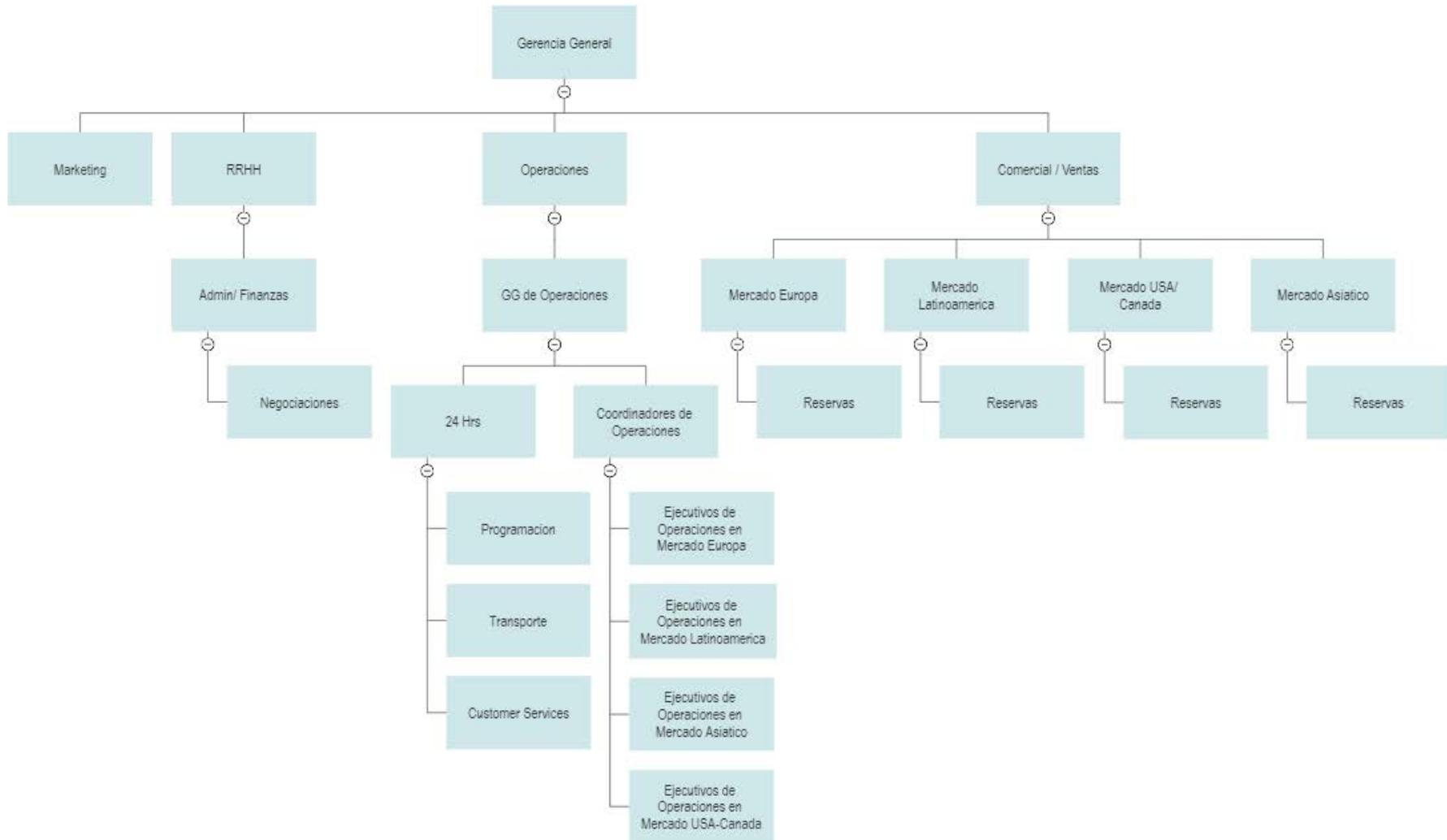
Dicha Agencia de viajes es prestadora de servicios con una gran variedad de productos que abarca satisfacer las necesidades de todo tipo de viajeros como de negocios, por incentivos, de eventos y convenciones. Al igual que a viajeros que son de placer o turismo que están en búsqueda de tener una experiencia excepcional en cada destino del Perú. Tiene una amplia experiencia desde 1977, en varios países como Perú, Chile, Bolivia, Brasil, Ecuador, Argentina y Colombia.

Para poder ingresar a cada viaje de los pasajeros se utiliza el sistema “Sistema de gestión denominado RB”, es donde encontramos toda la información que el área de ventas y/o reservas, en la cual se ingresa información antes del inicio de viaje de los pasajeros. En dicho sistema se puede encontrar todos los servicios adquiridos por el cliente como traslados, hoteles, city tours o alguna especificación si así desee el cliente. Este sistema es la guía para todas las áreas involucradas hasta la post venta, así mismo cada información que se ingrese queda grabado fecha, hora y la persona que ingreso la data.

El equipo está conformado desde el área de ventas donde la magia nace en cada viaje, luego el área de reservas se encarga de reservar, confirmar y programar todo lo acordado sobre el viaje y por último el área de operaciones quienes hacen que todo el viaje se cumpla de acuerdo a las especificaciones del pasajero.

Figura 04.

Organigrama de la Agencia de Viajes Cónдор Travel



Fuente: Elaboración propia

Área comercial /Ventas

Esta área, es la encargada de buscar posibles clientes, ofreciendo novedosos paquetes turísticos, viajes a medida o tradicionales, dependiendo del perfil de cada cliente. Así mismo se encarga de retener a clientes existentes, negociando con proveedores para tener el mejor precio y así ofrecer a cuentas nuevas promociones e innovadoras ideas. La búsqueda de clientes se genera a través de ferias en turismo nacionales como internacionales, donde el equipo comercial se encarga de vender el producto “Nuestro Perú” como el mejor destino para visitar.

Área de reservas

Esta área está encargada de la reservar de hoteles, servicios de transporte y alimentación para los diferentes files. Se encargan de obtener la información de los pasajeros con las cuentas de cada mercado, ya entregado por el área comercial.

También tener el contacto con proveedores, nacionales e internacionales, dependiendo de cada viaje. Si hay algún pasajero VIP, se negociaran tarifas especiales y servicios complementary.

Área de Operaciones (Ejecutivo de Operaciones, 24 HRS, Programación, Customer Services)

El área de Operaciones tiene como finalidad hacer cumplir el itinerario adquirido por el viajero, el área está integrada por los Ejecutivos de Operaciones, área de 24 Horas, Programación y Customer Services.

Ejecutivo de Operaciones:

El ejecutivo de operaciones tiene como funciones principales las siguientes:

- Revisar el file verificando servicios y alojamiento y que estos se encuentren acorde a lo solicitado por la agencia y confirmado por el área reservas.
- Controlar el personal idóneo acorde al perfil del cliente europeo, cuenta, cliente o pasajero.
- Realizar cambios y presentar alternativas de solución a incidentes que se presentan al momento de la operación, cuadros de file.
- Preparar toda la documentación para pasajero y/o grupos; coordinando con Tour Leaders y proveedores para efectuar una buena operación.
- Alimentar el sistema denominado reporte de 24 horas y dar seguimiento de incidencias que se encontraban en el reporte establecido por la agencia en el sistema de gestión denominado RB.
- Informar a las agencias sobre cualquier cambio, incidencia o información que

se presente durante el desarrollo del itinerario de sus pasajeros.

- Coordinar con los representantes ubicados en Cusco, Puno y Arequipa y área comercial regional (Chile, Bolivia, Argentina y Ecuador, Brasil).
- Atender consultas vía mail o vía telefónica de los pasajeros y/o cuentas que requieran con información precisa e inmediata.
- Visitar pasajeros VIP de la empresa, cuidado por los detalles y tratamiento adecuado para un pasajero considerado Infinity, bajo la denominación de Concierge Infinity.

Área de 24HRS:

- El asistente de operaciones de 24 horas tiene como funciones principales las siguientes
- Realizar el monitoreo de los servicios tanto de trasladistas y unidades de transporte de acuerdo con el Mapa Transfer, contacto y negociación con proveedores respecto a no shows o tarifas adicionales que surjan dentro de la operación, resolución de problemas o contingencias que se presenten durante el proceso de operación, seguimiento de incidencias del reporte de 24 horas establecido por la agencia, manejo del sistema de gestión denominado RB de la empresa.
- Informar a las agencias sobre cualquier cambio, incidencia o información que

se presente durante el desarrollo del itinerario de sus pasajeros.

- Apoyar a los ejecutivos de Operaciones en la resolución inmediata o coordinación con los representantes ubicados en Cusco, Puno y Arequipa.
- Atender consultas vía mail o vía telefónica de los pasajeros y/o cuentas que requieran con información precisa e inmediata.

Área de Programación:

Esta área se encarga principalmente de programar al tour leader, guías, trasladistas y transportistas de cada file. Los cuales deberán ser programados correctamente para que puedan realizar su trabajo sin mayores inconvenientes. También, están encargados de dar capacitación a todo el personal de campo para una gestión óptima en cada servicio. Con la mano de los ejecutivos se brinda la mayor información posible de cada viajero para que no haya alguna discrepancia con su itinerario.

Área de Customer Service:

Esta área es la más importante de operaciones, sin bien es cierto no tiene contacto directo con viajeros o cliente, sin embargo, a través de ellos se puede detectar necesidades que tiene la empresa y como poder responder ante ellas.

Se utilizan encuestas al término del viaje, esto se hace llegar a través de los trasladistas y ellos mismo lo entregan al área de Customer Services, para que se pueda

tabular en el Sistema de gestión denominado RB y puedan brindar la data trimestralmente.

Cuenta Cliente español

Agencia de viajes española mayorista, fue fundada en el 2013, por Jesús Rodríguez Fernández un antiguo trabajador de la competencia que innovó a través de la tecnología, donde cada cliente podría hacer la compra de un viaje a cualquier destino del mundo.

Diseñadores de viajes a medida y series¹ basados en experiencias de los especialistas de turismo en cada destino del mundo que ofrecen. Su objetivo es llevar al viajero en tener vivencias en cada lugar teniendo en cuenta el medio ambiente, la admiración de cada cultura y el respeto de las comunidades.

Garantizan la calidad del servicio seleccionando hoteles, restaurantes y especialistas en turismo que cumplan los altos estándares de calidad. Se encargan que los precios sean accesibles al viajero debido a que todas las ventas son en línea lo que no requiere tener reservas físicas, negocian con el proveedor final y optimizan la interacción para minimizar costos y aumentar el desempeño.

¹ Paquetes turísticos establecidos, cuales son vendidos para fechas específicas.

Cliente español no solo se enfoca en el mercado español, también cuenta con pasajeros de Estados Unidos, Canadá, España, Reino Unido, México, Alemania y Francia.

Área de Reservas de Cóndor Travel

Mercado Europa – Cuenta Cliente español

Mientras Cóndor Travel iba creciendo a través de los años, en el 2018 el Cliente español se encontraba en búsqueda de un proveedor principal en Perú, es así como mediante varias conversaciones se logró un acuerdo y se unieron mediante una alianza estratégica para que ambas empresas lleguen a tener el mismo beneficio.

El área de reservas en el mercado Europa está conformado por dos especialistas en turismo encargados de reservar los programas vendidos por el área de ventas del cliente español en España, para el destino de Perú se encuentra con 11 programas, de los cuales los más vendidos son los siguientes:

Figura 05.

Programas más vendidos por el cliente español



Fuente: Elaboración propia

El área de reservas de Cóndor Travel, tiene la función principal de organizar los hoteles, tours y tener presente toda la información como horario de vuelos, cantidad de pasajeros, restricción alimenticia, etc. Así el área de programación, operaciones y 24 horas pueda trabajar en el viaje de cada pasajero de esta manera el viaje no tenga la mínima incidencia.

Área de Operaciones de Cóndor Travel

Mercado Europa – Cuenta Cliente español

El área de operaciones de Cóndor Travel está organizado por tres especialistas en turismo encargados de hacer cumplir cada programa que el viajero ha pagado, así como los adicionales que hayan adquirido durante la venta y reserva del viaje.

Entre sus funciones principales comienzan antes del inicio del viaje, el área de operaciones tiene que reconfirmar los vuelos de cada pasajero tanto el horario de llegada como de salida, confirmación de habitaciones hoteles, confirmación de la compra de boletos de bus, avión, tickets de tren, y entradas a lugares turísticos. Esta información se reconfirma una semana antes de la fecha de ingreso de cada pasajero, por si hay alguna observación pueda ser corregido con el área de reservas o ventas directamente.

Durante el viaje del pasajero, el área de operaciones se encuentra a disposición del pasajero con el apoyo del área de 24 horas ante alguna incidencia fuera del horario de trabajo. En esta cuenta se implementó un “welcome letter”, una carta de presentación para cada mercado del cliente español, así cada ejecutivo ayudaba a su pasajero ante cualquier consulta o duda sobre su itinerario o si es que tuviese una emergencia. En caso, el viajero se encuentre inconforme con su itinerario, se comunicará a nuestro cliente (Cliente español) para que pueda verificar la venta y hacer cambios necesarios.

Al finalizar el viaje, nos encargamos de enviar un reporte al cliente con el detalle de cada viaje, para que se reconfirme que la experiencia en nuestro país ha sido de su agrado. Esto se mide mediante encuestas de satisfacción que se entregan por parte del trasladista a su llegada y se recoge por el mismo a la hora del retorno al aeropuerto.

Figura 06.

Organigrama del Área de Operaciones de la Agencia de Viajes Cóndor Travel

Antes de Pandemia



Fuente: Elaboración propia

PROBLEMÁTICA:

El presente estudio está enfocado en la falta de comunicación entre las áreas de reservas y operaciones en la agencia de viajes Cóndor Travel, detenidamente en el Mercado Europeo en la cuenta del cliente español. Cuenta que tiene la alianza con la empresa desde el 2018, al inicio de las operaciones la cuenta solo contaba con mercado, el cual era Reino Unido y España. A través del tiempo, comenzó a situarse en otros mercados como el francés, alemán, estadounidense, canadiense y ahora ultimo mexicano.

La oficina principal del área comercial y/o logística de la agencia Cliente español se encuentra en España, en algunas oportunidades por la diferencia de horario no teníamos respuestas rápidas para la toma de alguna decisión importante por parte del área de ventas de Cliente español. Es por eso que exigíamos que se recabe la mayor información posible antes del pase de file al área de operaciones.

Durante el proceso del pase de file al área de operaciones, el ejecutivo de operaciones era el encargado de poner todas observaciones y/o faltante de información dentro del sistema de gestión denominado RB lo cual quedaba grabado en cada file, para que las ejecutivas de reservas puedan ver a detalle, ante mayores errores o faltantes cada ejecutiva era evaluada, ya que ellas eran el primer filtro para que la operación del file sea impecable y tenga las menores incidencias.

Al segundo trimestre del año 2019, la cuenta Cliente español comenzó a crecer en los mercados mencionados y contaban con un volumen del más del 50% de los meses anteriores, lo cual hizo que el equipo de operaciones sea dividido para que la operación sea exitosa, sin embargo ante tanta magnitud de viajeros, el área de reservas de Cónдор Travel no se daba abasto ya que habían files que podrían ser vendidos con poco días de anticipación y que sean operados a los dos o tres días siguientes, los cuales se necesitaba la información de manera instantánea, pero en ocasiones eso no pasaba lo cual llevaba a una desorganización para el área de reservas.

Una de las incidencias recurrentes era que la cuenta no enviaba la información necesaria para el inicio correcto del viaje del cliente, en ocasiones enviaban un horario de vuelo incorrecto lo cual hacía que la primera impresión del viajero no fuera la mejor, ya que estaban acostumbrados a solo enviar el horario del vuelo o el número del vuelo, lo cual complicaba al área de operaciones y/o 24 horas para poder hacer el monitoreo del vuelo.

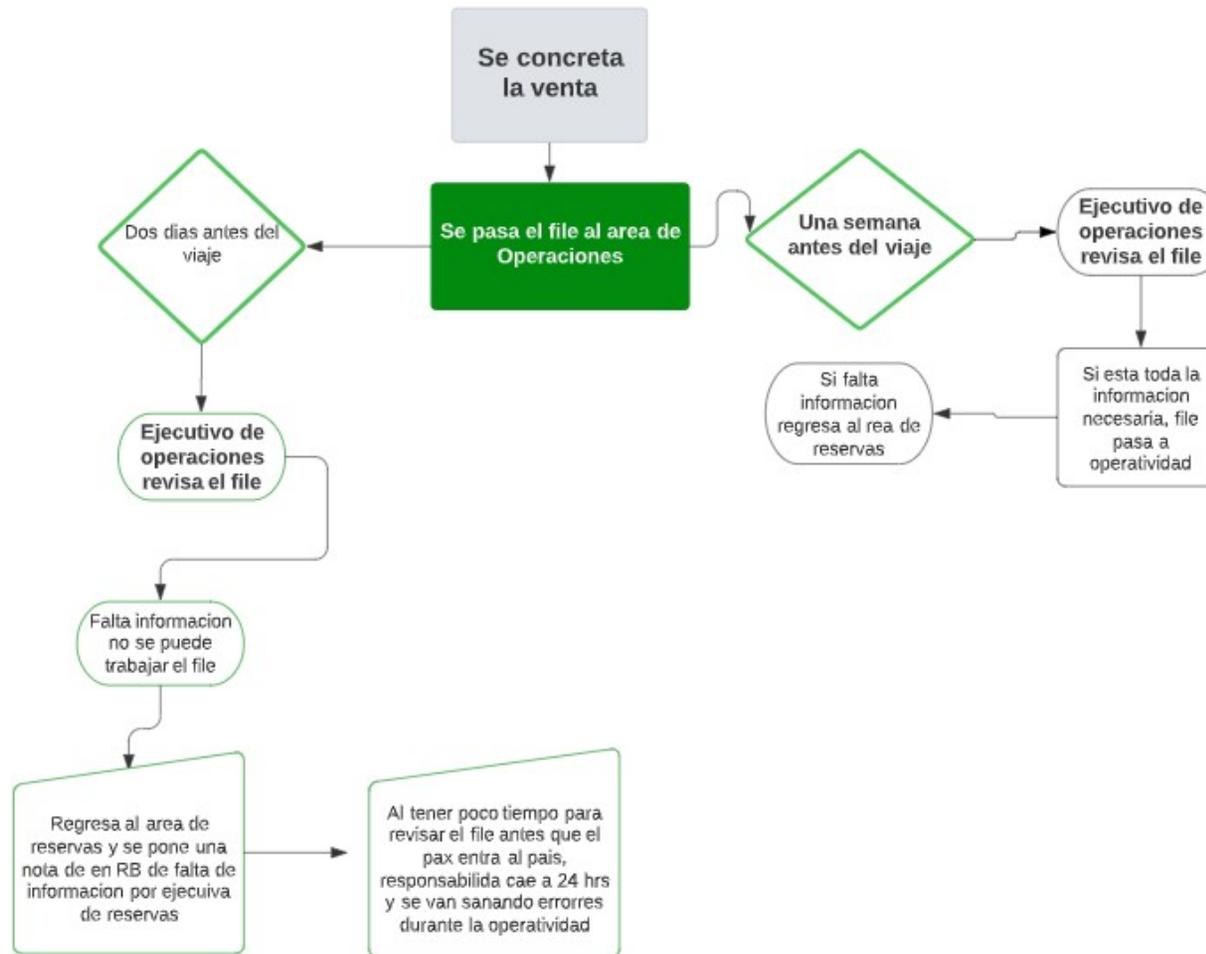
También habían ocasiones en las cuales, el área de ventas de Cliente español olvidaba indicarle al área de reservas de Cónдор Travel, algún requerimiento especial, por ejemplo si es que los pasajeros viajaban por alguna fecha en especial como luna de miel o aniversario, este tipo de información era canalizada a través de los trasladistas o guías, de los cuales obteníamos dicha información, sin embargo el viajero ya se encontraba disconforme con el servicio, puesto que ellos informan antes de iniciar su viaje, pero el área de ventas no enviaba la información oportunamente.

A consecuencia de esto, el viajero al pagar por este servicio y no haberlo tomado en el horario correcto, solicitaba el reintegro de su dinero o algún detalle por el mal servicio, lo cual generaba que Cónдор Travel tenga que asumir la responsabilidad por la falta de organización y control de la información en el área de reservas.

La mayor cantidad de incidencias, como las mencionadas anteriormente, se hallaban cuando el file se estaba en operación que ya era cuando el cliente había iniciado el viaje, asimismo la brecha del horario y falta de interés del área de ventas de Cliente español dificultaba un dialogo fluido.

Figura 07.

Flujograma de la problemática antes de la operación del file.



Fuente: Elaboración propia

METODOLOGÍA DE SOLUCIÓN DEL PROBLEMA

Durante el segundo trimestre del año 2019, debido al crecimiento que tuvo la cuenta Cliente español, se coordinó con el coordinador de operaciones del mercado Europa, para poder tener una reunión con las ejecutivas de reservas de la cuenta y la directora comercial, ya que no había una organización con la cuenta Cliente español.

Uno de los principales problemas era la falta de comunicación entre las áreas de reservas y la cuenta Cliente español, ya que su principal interés se centraba únicamente en vender a volumen sin importar lo que pase durante la operación del file.

En varias ocasiones se mencionó la disconformidad sobre el tema, ya que las incidencias eran repetidas. A través de reuniones, se realizaron mejoras de comunicación entre las áreas de reservas y operaciones, ya que ambas áreas no tenían las mismas funciones, lo principal era que cada área conozca cómo era el proceso de cada file, así mismo retroalimentarse de las necesidades entre ellas y así generar una mejora en la comunicación.

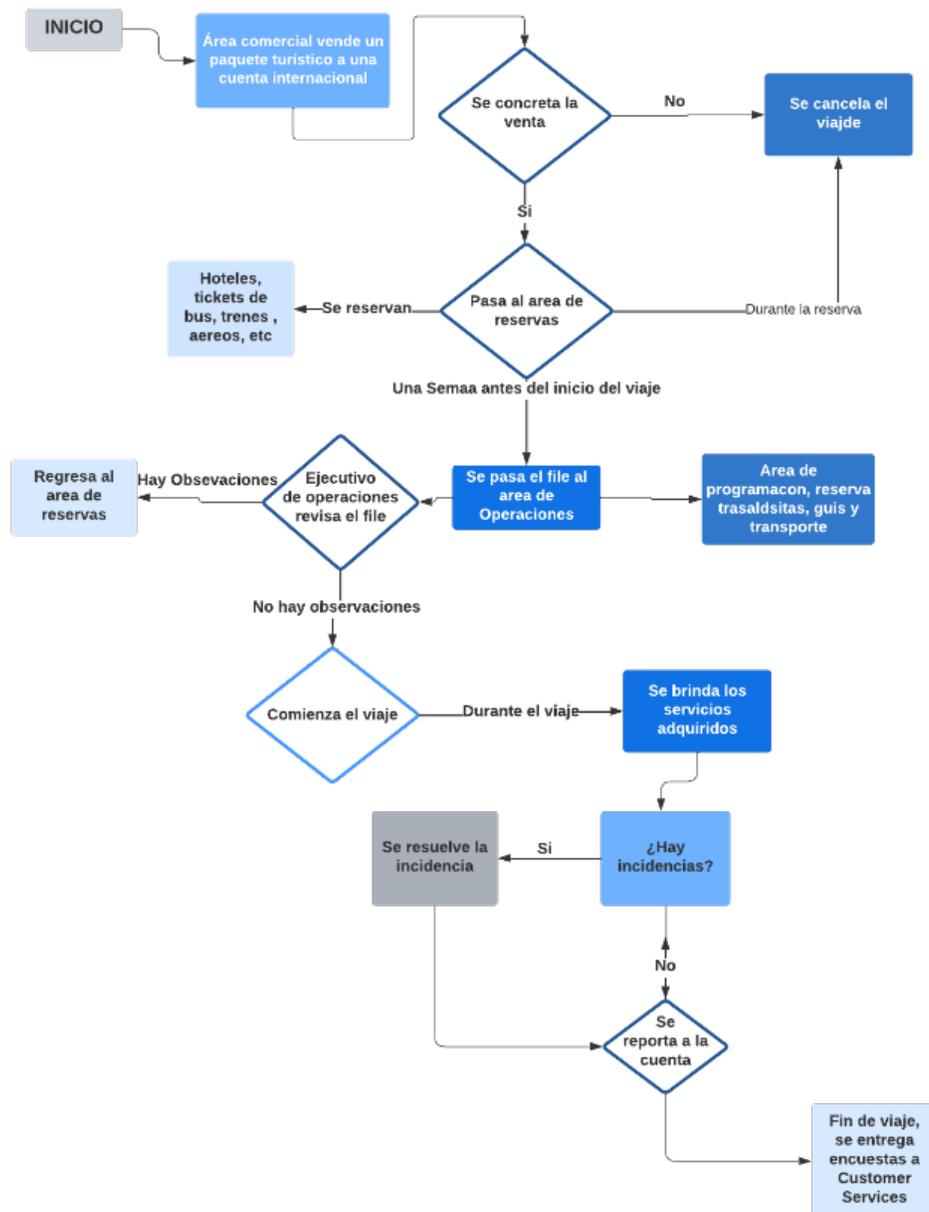
Esto hizo que la interacción personal sea fluida y ante cualquier incomodidad de cada área se podía conversar o comunicar de una manera horizontal, este fue el inicio para que cada área pueda entenderse, así entre ellas se hacían propuestas para poder llegar a la cuenta y puedan entender nuestra forma de trabajar a sus clientes. El área de reservas de Cónдор Travel identificó la problemática e hizo que el área de ventas de Cliente español tome mayor interés por sus clientes para que de esta manera se

organicen y puedan brindar la información a tiempo y de manera correcta.

Después de varias reuniones, entre ambas áreas se decidió realizar un flujograma de cómo debería ser la gestión de un file, desde la venta hasta el término del viaje, esto para que ambas áreas estén enteradas cual sería la función de cada uno y así cada viaje sea considerado como único y haya las menores incidencias posibles.

Figura 08.

Flujo de Gestión de un file en la Agencia de Viajes Cóndor Travel



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se implementó la utilización de un “Welcome Letter” para cada cliente de Cliente español, eso se entregaba al inicio de cada viaje, sea en Lima o en Cuzco donde la mayoría de viajes empezaban, esta hoja se encontraba dentro de la “cartuchera”, un sobre de cartón reciclado con el logo de Cóndor Travel donde se el pasajero encontraba: su itinerario, tickets de bus, de tren, entradas, etc. Este “Welcome Letter” era una bienvenida al viajero, donde indicaba el nombre ejecutivo que se encontrada a cargo de su viaje, incluso el pasajero podía comunicarse a través de WhatsApp o e-mail, este fue el primer paso para que el viajero tenga la confianza si tuviese alguna duda o incomodidad.

Otra de las soluciones fue la creación de un correo empresarial solo para la cuenta Cliente español, en este correo se podría encontrar mails de clientes, reporte de incidencias del área de 24 horas, reportes del ejecutivo a la cuenta Cliente español, etc. En este correo solo tenían los accesos los tres ejecutivos del mercado Europa, así cuando haya una incidencia y la persona encargada del file no se encuentre, cualquiera podría resolverlo sin mayor inconveniente.

Con el pasar de los meses, al ver que había menos incidencias en la parte operativa de cada file, tanto el área comercial de Cóndor Travel como la cuenta Cliente español se encontraban satisfechos con el desempeño del departamento de Operaciones, lo que es poco común en la mayoría de agencias, puesto que existe un nivel de competitividad entre ambas áreas como es la de ventas y operaciones, sin

embargo al mejorar el dialogo interpersonal entre los ejecutivos hizo que cada file no sea solo un viaje más si no que sea una experiencia única en cada lugar del país.

APORTES

- Mejorar la recopilación de información de cada pax, desde el área de ventas hasta llegar al área de operaciones siendo esta lo más detallada posible, es decir se solicite toda la información necesaria del pax antes que inicie su tour para que no haya inconvenientes.
- Continuar con el Welcome Letter en la cuenta Cliente español para que cada viajero tenga la seguridad que su viaje está siendo cuidado por un especialista en turismo.
- Ante un incremento de files (reservas de tours), se deberá solicitar la contratación de un especialista en turismo para el área de operaciones en el mercado Europa, para que pueda apoyar en la cuenta Cliente español.

RECOMENDACIONES

- Estar en constante capacitación, principalmente en las áreas de reservas y operaciones, es decir que puedan entender a detalle cuáles son las responsabilidades del área.
- Se recomienda utilizar el flujograma de operaciones para que ante cualquiera incidente el área de reservas esté al tanto el proceso que el área operativa realiza.
- Realizar capacitación constante entre las áreas de reservas y operaciones sobre los posibles incidentes que puedan ocurrir durante la operatividad del viaje, dando así una lluvia de ideas a posibles soluciones.
- Realizar reuniones con el área de Customer Services, para saber los comentarios de los pasajeros de la cuenta “Cliente español” y analizar en qué se debe mejorar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aceranza, M. (2012). *“Conceptualización, origen y evolución del turismo”* México: Trillas

Boullon, R. (2006). *“Planificación del espacio turístico”*. México: Trillas

Cabarcos Novás, N. (2011). *Administración de Servicios Turísticos: Promoción y Venta*. Bogotá: Ediciones de la U.

Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú y ejecutada por Swisscontact (2014) *“Manual para la planificación de productos turísticos © Destinos del Perú”* file:///C:/Users/user/Downloads/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014_Swisscontact.pdf

Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú y ejecutada por Swisscontact Programa de Cooperación al Desarrollo Económico- Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO. (2014). *“Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos”* [file:///C:/Users/user/Downloads/conceptos_basicos_ente%20gestor_Swisscontact%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/conceptos_basicos_ente%20gestor_Swisscontact%20(1).pdf)

Guerrero, P. & Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. México: Grupo editorial patria.

Ley N° 27790 de 2020 [Ministerio de Comercio Exterior y Turismo]. Por la cual modifica el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo.

Ley N° 29408 (2018) – Ley General de Turismo, Anexo N° 2 Glosario, punto 2. Atractivo turístico. [Ministerio de Comercio Exterior y Turismo].

Ley N° 29408 (2018) – Ley General de Turismo, Anexo N° 2 Glosario, punto 7. Recurso turístico [Ministerio de Comercio Exterior y Turismo].

Mamani Villasante, W (2016). *Definición Demanda turística*.
<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Manual para la Elaboración y Actualización del Inventario de Recursos Turísticos*.
<https://www.mincetur.gob.pe/wp.content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual para la Elaboracion y actualizacion del inventario de recursos turisticos.pdf>

Ministerio De Comercio Exterior y Turismo (2016) *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*.
https://www.mincetur.gob.pe/wp.content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (2011) *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectosinversionpublica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

Moragues, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. España: Agencia Española de Cooperación Internacional

Organización Mundial de Turismo (s.f): Glosario Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

Organización Mundial de Turismo (s.f). Definición Producto turística: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20la,de%20inter%C3%A9s%2C%20que%20representa%20la>

Rivas García, J. (Febrero de 2011). *Organización, Gestión y Creación de Empresas Turísticas*. Artículo 1.1 de la OMT. España: Septem Ediciones

Rivas, Humberto (2016). *Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. Manual de Destinos. <file:///C:/Users/user/Downloads/Manual-de-DestinosElementos-para-la-gesti%C3%B3n-de-destinos-turisticos-CHILE.pdf>

Sancho, Amparo (s.f) *Definición de Introducción al Turismo.*

<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>

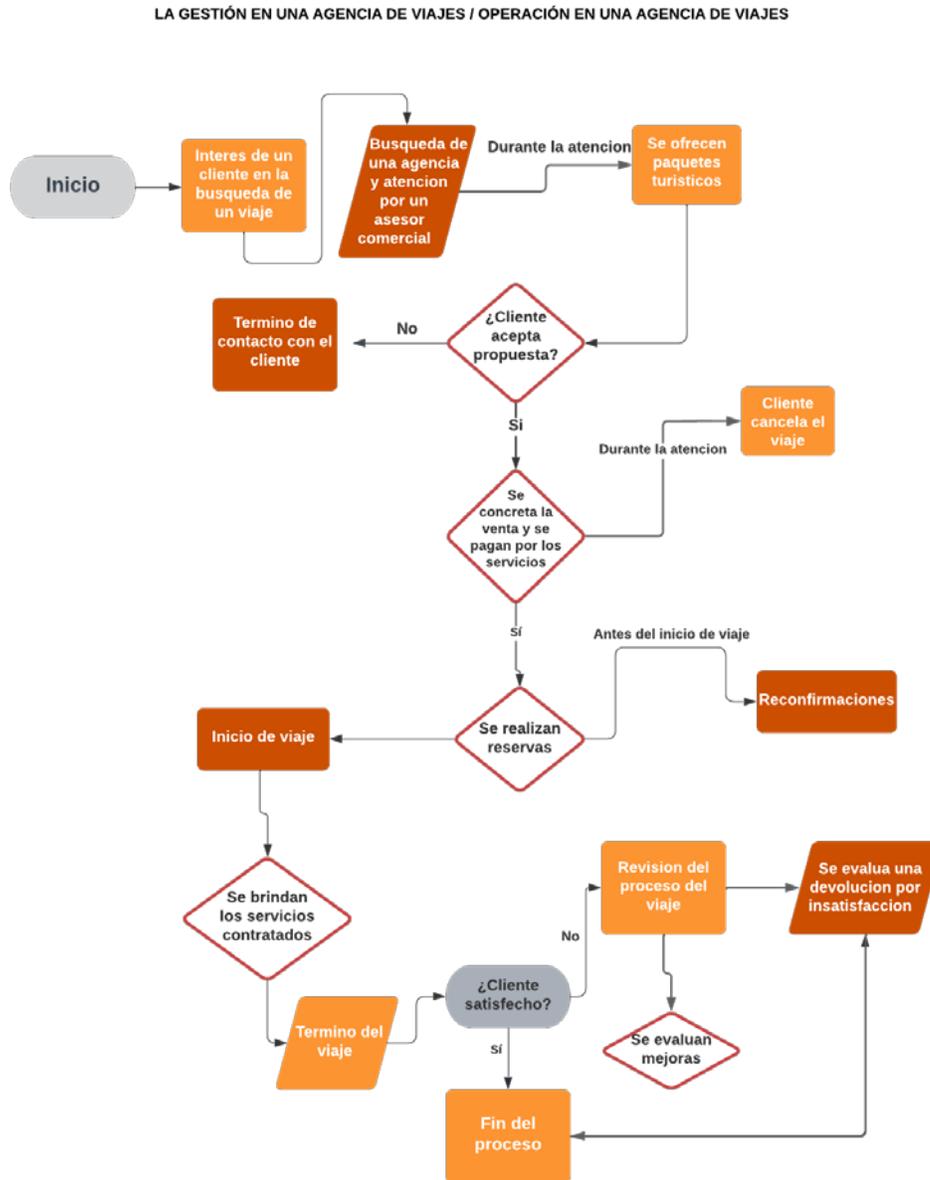
Torre, H. (2020). CEUPE. <https://www.ceupe.com/blog/lasagenciasde-viajes.html>

Turismo In (2019). *Perfil del Turista Extranjero.*

https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202019&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/43/Publicaci%C3%B3n_PTE_2019.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=

ANEXOS

Anexo 1º Flujograma de la Gestión en una Agencia de Viaje

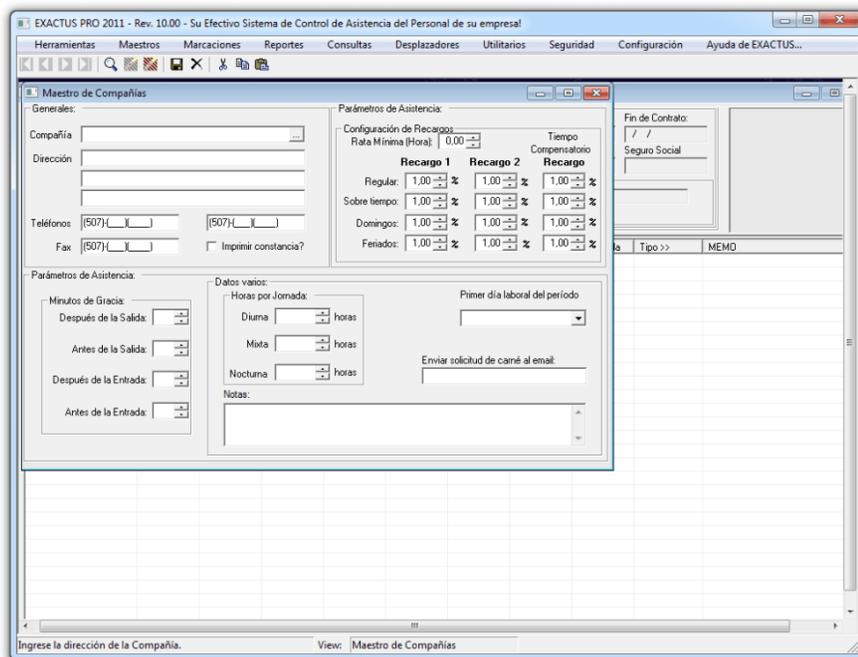


Fuente: Elaboración propia

Anexo 2º

Sistema de Agencia de Viajes Cóndor Travel

SISTEMA DE GESTIÓN DENOMINADO "RB" SOFTWARE CONDOR TRAVEL

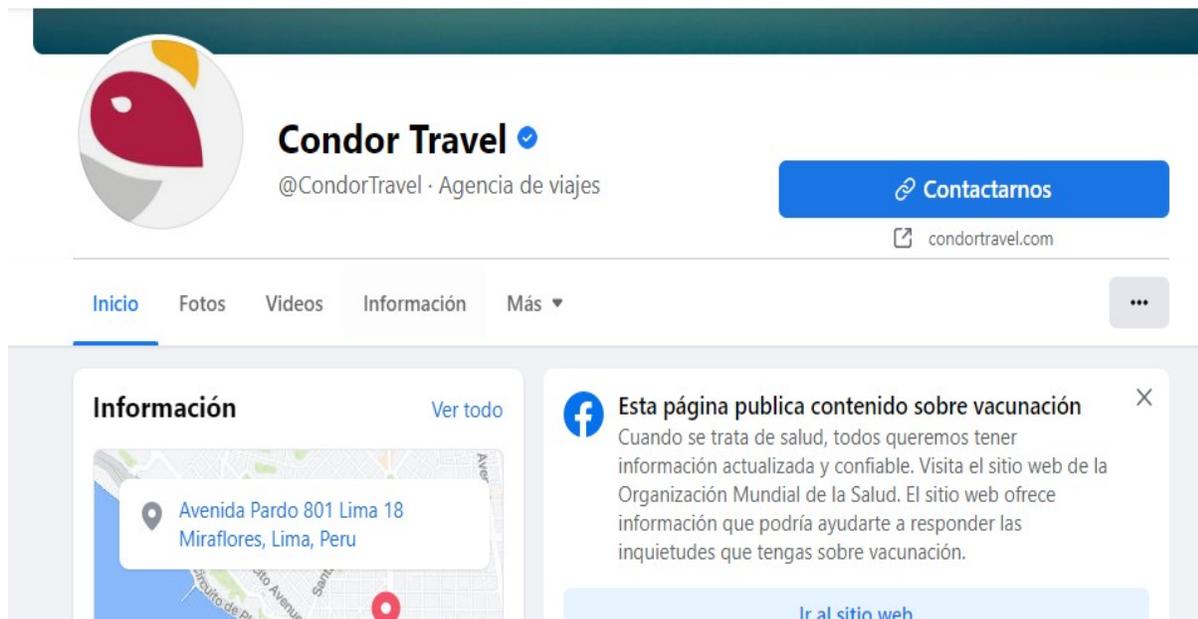


Anexo 3º

PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK CONDOR TRAVEL

Recuperado: 11 septiembre 2022

URL: <https://es-la.facebook.com/CondorTravel/>



The screenshot shows the Facebook profile of Condor Travel. At the top, there is a dark teal header bar. Below it, the profile picture is a circular logo with a red and yellow condor head. The name "Condor Travel" is displayed with a blue verification checkmark, followed by the handle "@CondorTravel" and the description "Agencia de viajes". To the right, there is a blue "Contactarnos" button with a link icon and the website "condortravel.com" below it. A navigation menu includes "Inicio", "Fotos", "Videos", "Información", and "Más". The "Información" section is active, showing a map with a location pin at "Avenida Pardo 801 Lima 18, Miraflores, Lima, Peru". A notification banner from Facebook is overlaid on the right, stating "Esta página publica contenido sobre vacunación" and providing information about the WHO website. A blue button "Ir al sitio web" is at the bottom of the notification.

Condor Travel ✓
@CondorTravel · Agencia de viajes

[Contactarnos](#)
condortravel.com

Inicio Fotos Videos Información Más ▾

Información [Ver todo](#)

Avenida Pardo 801 Lima 18
Miraflores, Lima, Peru

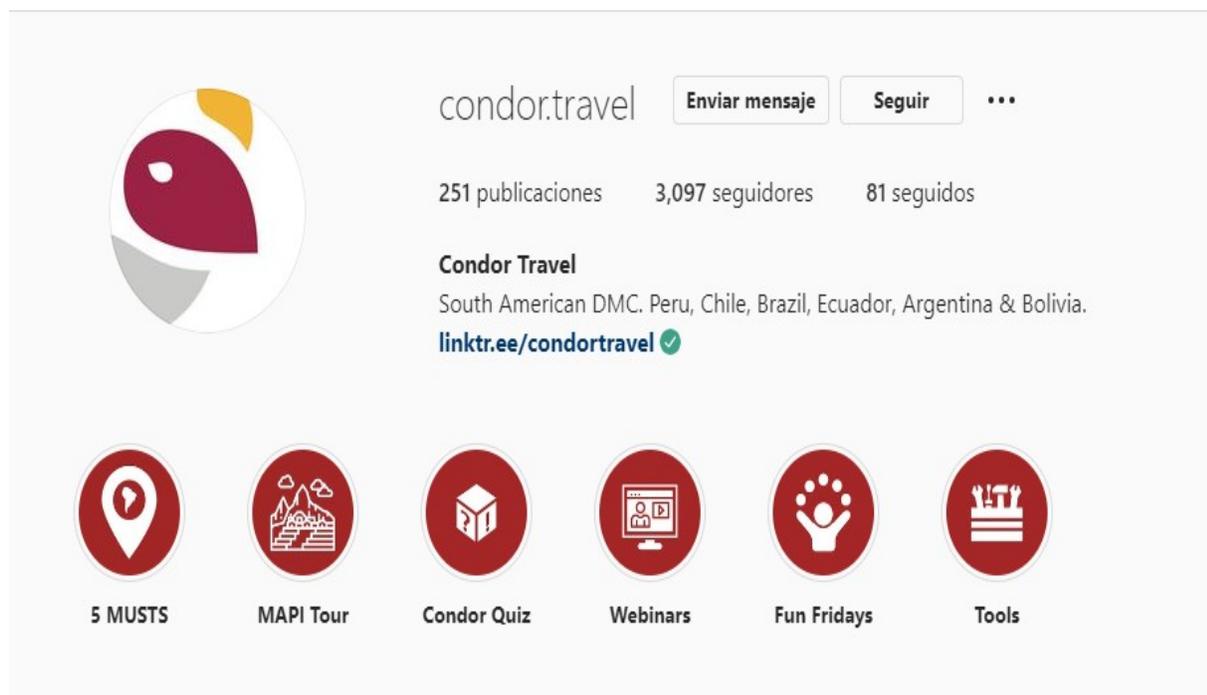
Esta página publica contenido sobre vacunación ✕
Cuando se trata de salud, todos queremos tener información actualizada y confiable. Visita el sitio web de la Organización Mundial de la Salud. El sitio web ofrece información que podría ayudarte a responder las inquietudes que tengas sobre vacunación.
[Ir al sitio web](#)

Anexo 4º

PÁGINA OFICIAL DE INSTAGRAM CONDOR TRAVEL

Recuperado: 11 Septiembre 2022

URL: <https://www.instagram.com/condor.travel/>



The screenshot shows the Instagram profile for Condor Travel. The profile picture is a stylized condor head in maroon and yellow. The name is 'condor.travel' with buttons for 'Enviar mensaje' and 'Seguir'. The profile statistics are 251 publicaciones, 3,097 seguidores, and 81 seguidos. The bio identifies them as a South American DMC for Peru, Chile, Brazil, Ecuador, Argentina, and Bolivia, with a link to 'linktr.ee/condortravel'. Below the bio are six red circular icons representing different content series: '5 MUSTS' (location pin), 'MAPI Tour' (mountain landscape), 'Condor Quiz' (cube), 'Webinars' (computer screen), 'Fun Fridays' (hand holding dots), and 'Tools' (wrench and screwdriver).

condor.travel Enviar mensaje Seguir ...

251 publicaciones 3,097 seguidores 81 seguidos

Condor Travel
South American DMC. Peru, Chile, Brazil, Ecuador, Argentina & Bolivia.
linktr.ee/condortravel ✓

5 MUSTS **MAPI Tour** **Condor Quiz** **Webinars** **Fun Fridays** **Tools**

Anexo 5º

PÁGINA WEB CONDOR TRAVEL

Recuperado: 11 Septiembre 2022

URL:

Gratis Exclusivo para Agentes de Viaje USA / CAN: +1 0800 605 1806 Llámanos: Toll Free USA/CAN: +1-855-926-2975 ESP

condortravel DESTINOS ESTILOS DE VIAJE MICE RESPONSABILIDAD SOCIAL BLOG CONTACTO AGENT TOOLS

DESCUBRE NUESTRAS EXPERIENCIAS EN SUDAMÉRICA

Buscar CONTACTO

COVID-19 en Sudamérica

Activar JavaScript para la configuración perfecta de Windows

<https://condortravel.com/es/>

Anexo 6º

PÁGINA WEB CLIENTE ESPAÑOL

Recuperado: 11 Septiembre 2022

URL: <https://www.cliente.español.com/es>



—>> ¿Por qué Exoticca? <<—

Nuestra misión es hacer realidad el viaje de tus sueños

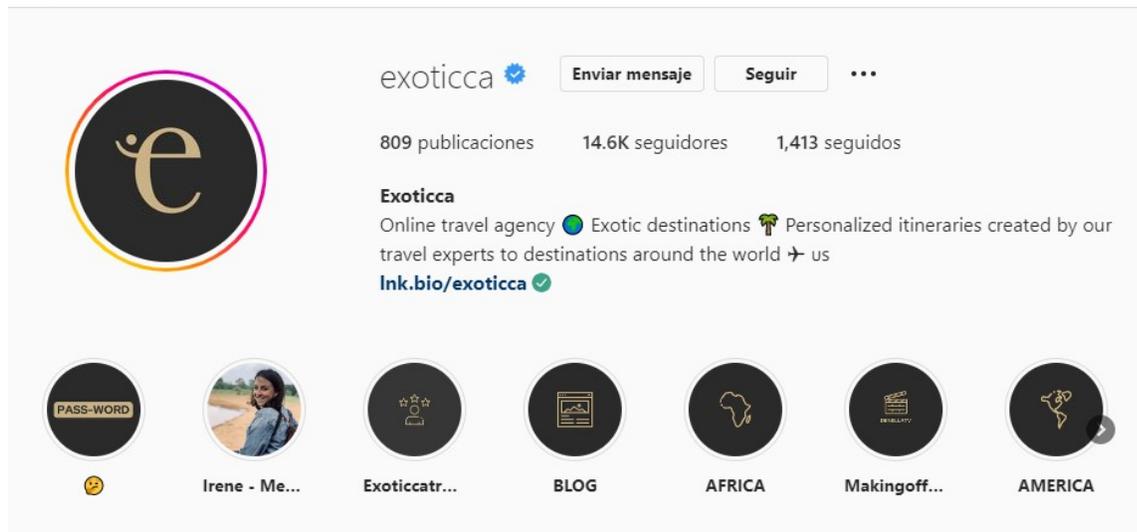
Activar Windows
No se pudo configurar para activar Windows.

Anexo 7º

PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK CLIENTE ESPAÑOL

Recuperado: 11 Septiembre 2022

URL: <https://www.facebook.com/Cliente españolES/>



The screenshot shows the Facebook profile page for 'exoticca'. The profile picture is a circular logo with a stylized 'e' in gold on a black background, surrounded by a colorful ring. The name 'exoticca' is displayed with a blue verified badge. Below the name are buttons for 'Enviar mensaje' and 'Seguir', along with a three-dot menu. The profile statistics show 809 publicaciones, 14.6K seguidores, and 1,413 seguidos. The bio describes 'Exoticca' as an online travel agency offering exotic destinations and personalized itineraries, with a link to 'Ink.bio/exoticca'. At the bottom, there is a row of seven circular icons representing different categories: 'PASS-WORD', 'Irene - Me...', 'Exoticcatr...', 'BLOG', 'AFRICA', 'Makingoff...', and 'AMERICA'.

exoticca 

Enviar mensaje Seguir ...

809 publicaciones 14.6K seguidores 1,413 seguidos

Exoticca
Online travel agency  Exotic destinations  Personalized itineraries created by our travel experts to destinations around the world  us
[Ink.bio/exoticca](https://www.ink.bio/exoticca) 

PASS-WORD Irene - Me... Exoticcatr... BLOG AFRICA Makingoff... AMERICA

Anexo 8º

PÁGINA OFICIAL DE INSTAGRAM CLIENTE ESPAÑOL

Recuperado: 11 Septiembre 2022

URL: https://www.instagram.com/cliente_espagnol_es/?hl=es

The image shows the Instagram profile page for Exoticca. At the top, there is a profile picture of a black circle with a gold 'e' logo, the name 'Exoticca' with a blue verification checkmark, and the handle '@ExoticcaES - Agencia de viajes'. To the right, there is a blue button that says 'Comprar en el sitio web' with a shopping bag icon, and a link to 'exoticca.com'. Below the profile information, there are navigation tabs: 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Videos', and 'Más'. A 'Seguir' button is also visible. The main content area shows a post from Exoticca, dated 'Ayer a las 13:30', with the text: 'JORDANIA + EGIPTO, uno de nuestros itinerarios combinados más exóticos. ¡Viaja a través de la historia y adéntrate en un mundo lleno de pasión, tesoros y grandes pirámides! 🌟'.

Anexo 9º

Documento entregado al cliente español

WELCOME LETTER CLIENTE ESPAÑOL

exoticcã

Welcome to Peru!

Dear xxx

We will like to Welcome XX (NAME OF THE PROGRAM), this is (Name of the specialist),
I'm here to help you with all your doubts and questions.

Here my phone number and email

Phone: +51 969 742 462

E-mail: exoticca@condortravel.com

If you need further assistance you are welcome to write us an email, text me via Whatsapp or calling is.

Emergency number:

+51 610 15455

Sandra Zegaral

exoticcã

● 8% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.unsch.edu.pe	Internet	1%
2	myslide.es	Internet	<1%
3	repositorio.uap.edu.pe	Internet	<1%
4	documentop.com	Internet	<1%
5	turismoemprende.pe	Internet	<1%
6	cdn.gob.pe	Internet	<1%
7	metodista.br	Internet	<1%
8	dspace.utb.edu.ec	Internet	<1%
9	perureporta.pe	Internet	<1%

10	dspace.uib.es Internet	<1%
11	mef.gob.pe Internet	<1%
12	repositorio.unsa.edu.pe Internet	<1%
13	repositorio.unife.edu.pe Internet	<1%
14	repositorio.untumbes.edu.pe Internet	<1%
15	slideshare.net Internet	<1%
16	dspace.ucuenca.edu.ec Internet	<1%
17	core.ac.uk Internet	<1%
18	wiki2.org Internet	<1%
19	larepublica.pe Internet	<1%
20	repositorio.unjfsc.edu.pe Internet	<1%

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

FUENTES EXCLUIDAS

hdl.handle.net	5%
Internet	
repositorio.ulcb.edu.pe	4%
Internet	
1library.co	3%
Internet	
ulcb.edu.pe	3%
Internet	
repositorio.unp.edu.pe	2%
Internet	
udep.edu.pe	1%
Internet	
udep.edu.pe	1%
Internet	
repositorio.upla.edu.pe	1%
Internet	
coursehero.com	<1%
Internet	

repositorio.ulcb.edu.pe:8080

Internet

<1%