



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**Razones del emprendimiento en nuevas agencias de viaje  
en la ciudad de Lima 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería**

**AUTOR:**

Rivera Sánchez, Sara Inés (ORCID: 0000-0001-9740-5714)

**ASESOR:**

Mg. Tovar Zacarías, Carlos (ORCID: 0000-0003-0115-221X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Turística

Lima – Perú

2020

## **Dedicatoria**

A todas las personas que me rodean y me enseñan a ser mejor persona cada día.

A mi alma mater “Universidad César Vallejo”, por todo el tiempo que nos albergó en sus aulas, brindándonos las mejores enseñanzas para convertirnos en los mejores profesionales.

## **Agradecimiento**

A cada una de las personas que contribuyeron en hacer realidad esta investigación, entrevistados, amigos, compañeros, familia y a mi asesor Carlos Tovar.

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	21
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización.....	22
3.3 Escenario de estudio.....	22
3.4 Participantes.....	23
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
3.6 Procedimiento.....	24
3.7 Rigor científico.....	25
3.8 Método de análisis de datos.....	26
3.9 Aspectos éticos.....	26
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	27
V. CONCLUSIONES.....	43
VI. RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS.....	48
ANEXOS.....	54
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	55
Anexo 2: Guía de entrevistas (especialistas).....	56
Anexo 3: Relación de personas entrevistadas.....	58
Anexo 4: Validación de expertos.....	59
Anexo 5: Transcripción de entrevistas.....	62
Anexo 6: Consentimiento informado.....	81

## Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz de categorización .....	22
Tabla 2 Valoración de expertos .....	25
Tabla 3 Matriz de consistencia .....	55
Tabla 4 Relación de personas entrevistadas .....	58

## Resumen

En la era de las agencias de viajes por internet, a través de la presente investigación se busca conocer las razones del emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima.

Para identificar las motivaciones en un emprendedor se seleccionó a un grupo de emprendedores de pequeñas y microempresas que habían empezado su negocio recientemente, esto con la finalidad de obtener información más actualizada de que los motivó a emprender en una agencia de viajes.

A través de una entrevista se pudo obtener información para identificar las razones del emprendimiento. La necesidad de emprendimiento, la demanda del sector, y el avance de la tecnología son las principales razones que motivan a un emprendedor en agencia de viajes a iniciar un negocio en plena era de la tecnología, donde se conoce que las páginas web están totalmente aptas para gestionar y vender un producto turístico, a pesar de ello las agencias de viajes tienen razón de existencia, puesto que la actividad turística aún necesita de la intervención humana, en la asesoría y el soporte que solo le puede brindar un asesor de viajes a los pasajeros que todavía no confían plenamente en internet, pero si en la experiencia de sus asesores de viajes personalizados.

Palabras clave: Emprendimiento, turismo y motivación.

## **Abstract**

In the age of online travel agencies, through this research we seek to know the reasons for the entrepreneurship of new travel agencies in the city of Lima.

To identify motivations in an entrepreneur, a group of small and micro-entrepreneurs who had started their business recently were selected, to obtain more up-to-date information that motivated them to undertake in a travel agency.

Through an interview, information could be obtained to identify the reasons for the entrepreneurship. The need for entrepreneurship, the demand of the sector, and the advancement of technology are the main reasons that motivate an entrepreneur in travel agency to start a business in the midst of technology, where it is known that the websites are fully capable of managing and selling a tourist product, yet travel agencies have reason for existence , since tourist activity still needs human intervention, in the advice and support that can only be provided by a travel advisor to passengers who do not yet fully trust the internet, but in the experience of their personalized travel advisors.

**Keywords:** Entrepreneurship, tourism and motivation.

## I. INTRODUCCIÓN



Perú es un país conocido por su cultura de emprendimiento en todos los sectores económicos que conforman el PBI (Producto Bruto Interno), y es por lo que se convierte en un tema de mucha importancia para realizar investigaciones que nos permitan entender y comprender los factores que determinan el inicio de un emprendimiento.

Actualmente una de las principales actividades que permiten una economía estable en el Perú, es el turismo, el cual trabaja en conjunto con diferentes tipos de empresas como agencias de viajes, transportes, restaurantes, hoteles, guías de turismo, empresas públicas y privadas. Es así como a pesar de ser el internet la principal fuente de búsqueda para reservar servicios turísticos, las agencias de viajes no tienen un indicio de que fueran a desaparecer, de acuerdo de una investigación realizada por El Observatorio Cetelem, un aproximado de 25% de las compras se realizan a través de agencias de viajes establecidas físicamente, por lo cual no es ajeno a que en el rubro de las agencias de viajes y los que la componen sigan en crecimiento, ya que la facilidad y la adaptación que brinda el mundo digital permite que las agencias de viaje puedan mantenerse de manera física y virtual.

En el Perú existen más de 17,000 registros de prestadores de servicios turísticos, entre ellos, agencias de viajes, hospedajes, restaurantes, entre otros, pero solo se considera en esta cifra los prestadores de servicios turísticos que trabajan bajo los lineamientos formales de una empresa que está dentro del rubro del turismo y afines, sin embargo, si hablamos de agencias de viajes específicamente también existen las que están dentro del rubro, pero no bajo los parámetros de una agencia formal y/o convencional.

En Lima, capital del Perú observamos un sin número de agencias de viajes, donde podemos considerar tanto las que están establecidas de manera física y virtual, ya que hoy en día el poder de la tecnología permite que las agencias de viajes puedan desarrollar sus actividades desde cualquier punto de ubicación, es así que se definen diferencias entre una de otra, ya que cada una está especializada y dedicada a diferentes sectores de la actividad turística, es así que las agencias se especializan en atención corporativa, vacacional, El Estado, mochileros, inmigrantes, Colegios, entre otros, y cada una de ellas desde una

oficina en una avenida principal o desde sus domicilios, por ello es que a estas últimas se les puede denominar agencias virtuales, ya que de acuerdo a las facilidades de la tecnología se adaptaron a las nuevas tendencias.

Por lo tanto, el emprendimiento en el rubro de agencias de viajes se debe conocer sobre los parámetros ya establecidos y cumplir con un perfil de negocio que el pasajero espera encontrar, para transmitirle seguridad y confianza en la agencia, ya que se debe considerar que involucra no solo la parte económica, sino también las expectativas e ilusiones que se generan en los pasajeros. De esta manera la competencia entre agencias de viajes y la globalización ha crecido desmedidamente, siendo así, que en la mayoría de los casos el pasajero opta por comprar por internet y auto servirse de lo que necesita, sin embargo, las agencias de viaje siguen existiendo debido a que de ellas recibirán asesoría, y experiencia que solo un agente de viajes puede tener y que puede recomendar a un pasajero para que realice un viaje o tomar un servicio turístico.

Muchas de las agencias de viajes que existen actualmente en el Perú se inician por recomendación o experiencia de una persona cercana que ya se desenvuelve en este campo, y por ello inician este tipo de negocios como un nuevo emprendimiento, es así como en muchos casos se considera a un gran porcentaje de emprendedores en turismo que no conocen o tiene una idea clara de cómo desenvolverse en el rubro y actúan por improvisación, es por ello que el Mincetur (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) trabaja actualmente en fortalecer el crecimiento y la participación de los emprendedores desde diferentes regiones, lo que busca este programa es definir el rol del emprendedor lo cual encamina el desarrollo sostenible por medio de la actividad turística y los conocimientos básicos que todo emprendedor debe tener.

La creación de nuevas agencias de viajes, ya sean físicas o virtuales siempre han obedecido a la necesidad de obtener asesoría para realizar un viaje, ya que a pesar de que la tecnología ha avanzado a pasos agigantados, el cliente espera encontrar un asesor de viajes que le ayude a tomar la mejor decisión para sus próximas vacaciones o para realizar el viaje de sus sueños. Y es que el consumidor peruano todavía no tiene confianza al 100% a una página web, pues tiene la inseguridad de que sus datos personales y/o tarjetas de crédito puedan

estar siendo clonados, o utilizados para otros fines, que finalmente lo pueda perjudicar económicamente, por ello prefieren a un agente de viajes que los acompañe con el proceso tradicional para diseñar el viaje esperado, cuidando cada detalle que se deba tener en cuenta, tomando estas características nos genera la interrogante ¿Cuáles son las razones del emprendimiento de nuevas agencias de viajes? Partiendo de esta interrogante podemos obtener múltiples respuestas, sin embargo, podrían existir más razones sobre el emprendimiento en un nuevo negocio en la industria del turismo, como lo es en este caso las agencias de viajes, sobre todo porque tiene una gran variedad de segmentos en los cuales se han especializado conforme el paso del tiempo o circunstancias.

El objetivo de esta investigación es analizar el emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima – 2020, a través de las características, la dinámica, analizando las facilidades y dificultades que puede presentarse durante el proceso de emprendimiento.

La presente investigación busca dar a conocer cuáles son las razones de emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima. Con la finalidad de determinar los factores del emprendimiento de cada individuo, debido a que en los últimos años se ha incrementado el número de agencias de viajes, tanto presenciales como virtuales, y es lo que genera una preocupación debido a que incursionar en el rubro de los servicios turísticos no es solo la decisión de empezar, para constituirse como una agencia de viajes, ya sea como persona natural o jurídica se deben seguir los lineamientos, para el cumplimiento de normas y reglas establecidas, de esta manera cada empresa se permite dar un óptimo servicio, el cual es el objetivo de cada agencia de viajes. Así como también cumplir con el proceso de formalización, uno de los puntos más importantes sobre el cual es la finalidad de esta investigación, de realizar un aporte para que el emprendedor pueda iniciar su empresa legalmente.

## **II. MARCO TEÓRICO**

Este trabajo es realizado con la finalidad de analizar y definir cuáles son las razones que motiva a una persona a emprender en el rubro del turismo, relacionado directamente con las agencias de viaje. Por ello, es fundamental definir la motivación del emprendimiento, y así determinar las razones de emprender en este tipo de negocios turísticos.

Para Valencia, Gutiérrez, Montoya, Umba, & Montoya, (2017, p.143), sobre el emprendimiento empresarial describe al emprendedor como la persona que busca crecimiento derivado de oportunidades de la mano con características de creatividad e innovación, siendo así que estas personas tienen una actuación de acuerdo con el principio de la administración moderna de los negocios.

Para Ramírez (2009, p. 94), a través de este artículo se busca responder la interrogante ¿cómo entender el emprendimiento?, el cual se enfoca desde diversas perspectivas, lo que define como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, para la superación personal, siendo cuatro: comportamental, psicológica, económica y de procesos, es así que definen que el emprendimiento se debe entender e interpretarlo desde diversas perspectivas, es por ello que de investigaciones anteriores buscan identificar la variedad de interpretaciones.

Médor, Rivas Sepúlveda, & Ramírez Mata (2018, p. 93), a través de este artículo se busca el entendimiento sobre una persona que opta por incursionar en el trabajo independiente, lo cual según la teoría establece que existen tres necesidades fundamentales como la autonomía, la competencia y permanencia. Realizando una definición más explícita sobre la autonomía, que es lo que busca el individuo de controlar su propio espacio, luego sobre competencia está relacionado con la necesidad de tener control o dominio sobre su entorno, y finalmente sobre la necesidad de pertenecer, es la propensión de interacción.

Rocha, Arévalo, & Cocunubo (2018, p. 21), de acuerdo con el presente artículo se resume en la importancia que tiene el emprendimiento para la activación de la economía emergente, lo cual busca relacionar la evolución de los mercados en un país. Hablar de las pymes, es poder determinar que de acuerdo con el tamaño de la empresa es muy importante para entender su actividad económica.

Mendoza (2017, p. 37). A través de este artículo se define las características sociodemográficas que se toman en cuenta para el emprendimiento empresarial en el Perú. De acuerdo con los resultados las características sociodemográficas de los creadores de nuevos negocios tienen efectos significativos en las probabilidades de crear un nuevo negocio.

Padilla, Quispe, & Jiménez (2016, p. 42). A través del presente artículo nos muestra los resultados de la investigación realizada para determinar cómo el sector turismo contribuye con el aumento o la disminución del PBI, de esta manera se tomaron en cuenta diferentes factores como las declaraciones de impuestos de años específicos, servicio de rentas, de acuerdo con las declaraciones. De este análisis realizado se determina que el ingreso por parte del turismo es bajo, lo cual podría incentivarse a través del gobierno, así mismo, López & de la Garza (2019, p. 357). La finalidad de esta investigación es conocer la influencia de las prácticas realizadas en la gestión empresarial, los cuales influyen positivamente sobre la innovación y el emprendimiento de cada individuo, lo cual permite garantizar su éxito.

Saavedra & Taxis (2019, p. 99–112). A través de este artículo propusieron el modelo de emprendimiento a través del cual se puedan emplear indicadores de gobernabilidad, los cuales muestran resultados positivos, es así como concluye en las naciones que se encaminen por fomentar este tipo de emprendimiento deben crear un entorno transparente para que los emprendedores puedan aprovechar todas las oportunidades.

Las investigaciones realizadas acerca del emprendimiento coinciden en que muchas veces depende de la sociedad, de cuan marcadas tenga las barreras de dificultad para emprender en un nuevo negocio o de acuerdo con el rubro en el que se desee incursionar. El termino de emprender está relacionado con múltiples definiciones, de acuerdo con el contexto se puede relacionar a una definición específica. En el campo laboral, un emprendedor es denominado un empresario, también se le define o conoce como el propietario del negocio comercial, que tiene una finalidad lucrativa.

Al mismo tiempo en el ámbito académico, el termino emprender tiene atribuido un perfil con características, que hacen que la persona actúe de una manera diferente, con objetivos y metas trazadas. Es así como se pueden atribuir diferentes capacidades, a través de las cuales un emprendedor aprovecha todos los recursos, se somete a un grado de responsabilidad de acuerdo con lo que sus propias decisiones le involucran. Un emprendedor hace uso de sus recursos de una manera óptima, agregando valor a sus actividades de las que es participe, con la habilidad de poder concentrarse en los temas que son de su interés o los que le generan los beneficios que espera, y deja de lado los que no son de su importancia o necesidad, así puede optimizar su tiempo para generar oportunidades.

“Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere es parte de un grupo que lo hace) para encararla. El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas”. (Freire, 2004, p. 27).

Cardozo (2010) En su investigación mencionó que la cultura es una variable importante donde predomina el comportamiento del emprendedor, así como concluye en la importancia de la formación profesional de un emprendedor y los conocimientos básicos en áreas específicas, lo cual le permitirá desarrollar sus habilidades de emprendimiento.

El emprendedor va de la mano con las oportunidades que se le presentan, siendo estas su arma fundamental para aprovechar y sacar ventajas que son de su interés, así como también le enseña a tomar riesgos y asumir las responsabilidades de estos, lo que le ayuda a desenvolverse como corresponde. Identificando al emprendedor como una persona que posee necesidades psicológicas básicas, las cuales, como en todo ser humano, son tres: necesidad de logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder, pero en él la primera es la más importante, la que determina sus actitudes y actuaciones. Además, estos autores mencionan algunas más que podrían estar consideradas en las anteriores: necesidad de independencia y autonomía, necesidad de dominio de su medio y necesidad de crear.

García (2015) Argumentó que a través de su investigación la cual busca analizar como una opción para los jóvenes estudiantes en el emprendimiento empresarial y de esta manera puedan enfrentar la crisis de desempleo que podría estar afrontando un país como México.

Los emprendedores son poseedores de características que los hacen distintos a las demás personas, siendo estos factores los que pueden impulsarlos a hacer cosas o tomar decisiones distintas a los demás, por ello muchas veces resulta muy difícil definir en pocas palabras el concepto de emprendedor, pues debido a las múltiples características, una persona poseedora de estos atributos, ampliamente se le definiría como un emprendedor.

Las características personales son una definición de cómo se puede diferenciar a una persona con cualidades específicas dentro de un grupo lo que permite identificarlas de acuerdo con las siguientes definiciones:

Alcaraz (2011) denomina la iniciativa personal como una de las principales características, por las cualidades y habilidades con las que cuenta una persona para tomar acción por decisión propia, de la mano de una oportunidad que se presenta y debe ser tomada por el emprendedor. La capacidad de decisión con la que debe contar un emprendedor es lo que le ayudará a resolver diferentes situaciones, en las que no siempre podrían ser las más acertadas, pero que debe tomar como responsable de las circunstancias, a su vez Freire (2014) mencionó como otra de las características es la aceptación de riesgos moderados, ya que están relacionados o se dan de acuerdo con la probabilidad de las consecuencias, ya que puede ser por desconocimiento que no se obtengan los resultados esperados, ello conlleva a una serie de riesgos que podrían no estar contemplados por el emprendedor. La orientación hacia la oportunidad es una de las características que acompaña al emprendedor, puesto que muchas veces podría tener ideas o visiones de algún suceso y convertirlo en una oportunidad para lo que podría ser un emprendimiento, asimismo Freire (2014) mencionó que la estabilidad emocional o autocontrol, es una capacidad con la que debe contar un emprendedor ya que estará expuesto a un sinnúmero de situaciones o circunstancias en las que deberá entender y manejar con criterio sus sentimientos de la realidad, para que de esta manera pueda obtener los resultados que busca,



pues no le ayudaría mucho el mezclar los sentimientos personales con la realidad, con esta capacidad correctamente desarrollada puede alcanzar las metas propuestas.

Alcaraz (2011) Otra de las características muy importantes para un emprendedor es la orientación hacia metas específicas, pues lo que tiene planteada como una idea o meta, debe obtener los resultados esperados, que es lo que finalmente un emprendedor busca, que la idea de resultados positivos. La tolerancia a la incertidumbre podría determinarse como una capacidad de control, donde muchas veces no podrá contar con la certeza de algo o de una respuesta que esperaba, quizá porque circunstancias que escapan de sus manos, y que no podrá controlar.

La honestidad, integridad y confianza son características personales, como valores propios de un emprendedor, ya que en su día a día se presentarán diferentes circunstancias donde se ponen a prueba estas características seguido de la perseverancia y constancia es lo que le permitirá a un emprendedor alcanzar el éxito que espera, ya que tendrá motivos para rendirse o dejarlo todo, pero sin estas cualidades no podrá mantenerse firme.

El emprendimiento si bien es cierto es un reto y una constante de arriesgarlo todo, no indica que la responsabilidad personal debe quedar de lado, el emprendedor debe cuidar de su integridad física y mental, conocer cuáles son nuestras acciones y cuáles serán las consecuencias. Finalmente, el emprendedor se caracterizará por ser optimista, constante, y viendo todo lo positivo de las cosas y situaciones, para poder sacar provecho de cada circunstancia que finalmente le beneficiará, es así como Alcaraz (2011) mencionó que las características físicas son cualidades exteriores, estas les permiten desarrollar diversas actividades. Entre las características físicas de un emprendedor, se puede definir que la energía es una característica que no se puede cuantificar ni valorar, de esta manera, la productividad de un emprendedor puede verse mejorada, lo que si es que puede verse en los resultados. El emprendedor que trabaja con ahínco da todo su esfuerzo por obtener los resultados que espera, les pone el máximo empeño a sus actividades, y muchas veces se consideran como sobre esfuerzos para que los resultados sean exitosos.

De acuerdo con lo que nos indica Alcaraz (2011) Las características intelectuales están relacionadas con el entendimiento que posee una persona, relacionado con sus habilidades. El emprendedor suele contar con una característica como la versatilidad o flexibilidad, creatividad, imaginación. Innovación para crear cosas nuevas de esta forma puede incluso resolver problemas con mucho criterio. Siempre buscarán la verdad e información de las cosas que les generan dudas o que no les permiten tomar decisiones correctas, así como también la planificación y seguimiento enfocado a los resultados, capacidad de reflexión y analizar, tiene capacidad para solucionar problemas y dar salidas, y siempre de la mano con la planificación del tiempo. También menciona Alcaraz (2011) que las competencias generales se refieren a los conocimientos, habilidades y pensamientos que posee una persona. Podríamos mencionar el liderazgo como la orientación al cliente. La capacidad para conseguir objetivos planteados, facilidad para comunicarse, administración de recursos, ser eficiente y brindar calidad para cuidar a los clientes y contactos.

En diferentes investigaciones se mencionan las personalidades que tiene un emprendedor, y Schollhammer (1980, citado por Alcaraz, 2011) nos describe cinco tipos de personalidades para los emprendedores:

El emprendedor administrativo: es quien realiza investigaciones para aportar con estrategias, busca generar nuevas ideas para alcanzar las metas planteadas en beneficio de la empresa, tomando en cuenta que de las decisiones que este tome pueden tener los resultados esperados, así como puede ser lo contrario, asume ese riesgo necesario. Al mismo tiempo para el emprendedor oportunista las oportunidades son su principal preocupación, ya que debe mantenerse siempre alerta de las ventajas que puede obtener si sabe aprovecharlas inmediatamente, busca sacarle beneficios a todo lo que se presenta para cumplir sus propios intereses.

El emprendedor adquisitivo siempre busca la innovación, de esta manera puede crecer y todo el tiempo busca mejorar todo lo que hace, ya que busca estar acorde a las tendencias y cambios que el emprendimiento no debe descuidar para no quedarse atrapado en el tiempo y la competencia pueda aprovecharlo.

El emprendedor incubador busca crecer y aprovecha las oportunidades, siendo su principal objetivo ya que siempre prefiere la autonomía, puede crear ideas individuales que un tiempo se convierten en nuevos negocios, muchas veces aprovechando las ideas de negocios que ya existen. Finalmente, el emprendedor imitador, a partir de negocios que ya existen, busca innovar y adicionar nuevas herramientas que permiten mejorarlos y así crear nuevos conceptos de los negocios para su crecimiento. De acuerdo con los diferentes conceptos del emprendedor, (Freire, 2004) nos indica que existen 11 elementos comunes que describen a los emprendedores:

El emprendedor por emancipación: Un alto porcentaje de emprendedores tienen como principal motivación, la emancipación, que es lo que les permite encontrar la libertad después de trabajos marcados por horarios y ordenes que muchas veces no les permite desarrollarse y crecer a manera personal, y profesional. Relacionado con el Emprendedor por Ambición de Dinero: quien solo para algunos emprendedores consideran como motivación principal el dinero, pues muchos de ellos saben que el dinero es el resultado propio del negocio, y del emprendimiento, ya que es algo inevitable y consecuente.

También es necesario considerar al Emprendedor por Pasión: La entrega total, radical y de lleno al negocio, entregando todos los recursos, económicos, y esfuerzos personales, para un emprendedor siempre es su principal motivación, ya que consideran que todo lo que puedan entregar aportará al crecimiento y los resultados positivos que pueda dar.

Emprendedor por Resultados: Los emprendedores por resultados, son tan persistentes que entregan todas sus capacidades intelectuales, ya que sus objetivos deben realizarse de acuerdo con sus metas planteadas, pues siempre buscan alcanzar resultados concretos.

Emprendedor por Espiritualidad: Los emprendedores llevan a la par el trabajo en sí mismo, para que pueda aportar de manera positiva, sabiendo que un cuerpo y una mente sana tiene un mejor enfoque en todo lo que debe realizar.

Emprendedor Novicio: Este tipo de emprendedores tienen una gran humildad, siempre pueden sorprenderte de cómo reciben todos los

conocimientos y aprovecharlos, de esta manera suelen escuchar a las personas que les aportan información, conocimientos y experiencia, sobre todo con mucho respeto.

Los emprendedores disfrutan el camino, de cada paso que dan, es una experiencia, de lo que significa afrontar cada obstáculo que se presenta, y que significa el crecimiento. Los grandes emprendedores sienten gratitud por las personas que les rodean, saben reconocer que su éxito también se debe a la contribución de las personas que les rodean, de esta manera comparten con todos los resultados.

Los emprendedores por determinación, este tipo de emprendedores, toman decisiones cuidadosamente y se dan el tiempo necesario para hacerlo, lo que les permite mostrar un seguridad y firmeza en sus actos. Junto a los emprendedores por optimismo, este tipo de emprendedores cuentan con una visión clara de todo lo que pueden conseguir y como lo van a lograr, esto define el futuro y éxito de la empresa.

Finalmente, los emprendedores por responsabilidad incondicional, los grandes emprendedores buscan ganar protagonismo, asumiendo la responsabilidad que ello implica, es una habilidad muy importante, pues les permite resolver todo tipo de obstáculos, alcanzando así un sentido de compromiso. Y de acuerdo con esta lista, en muchos ámbitos coincidiremos que el emprendedor debe afrontar múltiples desafíos para poder ser exitoso, los perfiles que cada persona puede definir de acuerdo con sus habilidades y capacidades son los determinantes para que pueda alcanzar las metas planteadas.

Sobre el emprendedor en turismo, se destaca que los emprendedores aportan al crecimiento y desarrollo económico de una ciudad, región o país. Puntualmente, los emprendimientos en turismo requieren de personas con competencias y habilidades ante las nuevas tendencias turísticas, las coyunturas económicas cambiantes y habitualmente negativas y en escenarios de frontera

El turismo como actividad propiamente es muy cambiante debido a que las tendencias van naciendo constantemente, y su evolución es mucho más rápida,

ya que un medio que influye directamente es la tecnología, que viene de la mano con las redes sociales y permiten que estas sean difundidas rápidamente, un emprendedor en turismo debe estar preparado para afrontar la rapidez con la que se mueven las tendencias del turismo, es por ello que son capacidades y habilidades especiales las que definirán a un emprendedor en turismo exitoso.

Weiss, Zuzik, Weiss, Labant, & Gergel'ová (2018). El inicio de un negocio debe considerar las situaciones negativas a las que deberá enfrentarse, existen antecedentes de que ocurrieron, la finalidad de esta investigación fue que puedan ser identificados y considerados como una amenaza para una empresa dedicada al turismo, situaciones a considerar como terrorismo, terremotos, catástrofes aéreas, de esta manera poder controlar los factores que influyen de manera negativa.

Bâc, (2015) Los cambios constantes que existen en la industria del turismo, considerados muchos de ellos como no controlables ya que suelen ser de un origen de gran magnitud como los desastres naturales, terrorismos, manifestaciones, pandemias, entre otros. Si bien es cierto estos desastres ocurren a nivel general, el turismo es uno de los sectores más impactados ya que afecta económicamente la paralización de la actividad y deja de generar ganancias para todos los involucrados. Así mismo en esta investigación analizaron otros desafíos como el comportamiento de los consumidores, fuerza laboral, y organización de la comunidad.

Para Tuclea, Vasile, Schiopu & Marin el comportamiento estratégico de las agencias de viaje en Rumania durante una crisis económica, buscando comprender las medidas que tomaron para un impacto tan fuerte como es la economía, crisis y los cambios que deben hacer. Así mismo el objetivo es identificar como sobrellevan el impacto de la crisis, y el comportamiento de sus competidores frente a estas situaciones.

Para Tuclea, Vasile, Schiopu & Marin a través de esta investigación “una imagen de los procesos de gestión estratégica de las agencias de viajes y los cambios en su dirección y comportamiento estratégico como resultado de la crisis

financiera y económica, abordando una necesidad teórica y práctica bien definida". (2014, p. 1224)

Sobre las políticas económicas del turismo para Figuerola:

"La gestión de las políticas económicas de turismo, son aquellas que utilizan fondos presupuestarios para lograr sus objetivos, tiene dos principios determinantes como considerar imprescindible adoptar criterios de eficiencia en el momento de gestionar dichas políticas y valorar las políticas económicas como ineludibles para el logro del desarrollo turístico" (2014, p. 10).

Sobre el emprendimiento en el turismo de acuerdo con Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, & Morales, mencionan que: "Conocer en profundidad al emprendedor peruano y comprender tanto su problemática como sus necesidades resulta esencial para la formulación de políticas públicas y programas gubernamentales que fomenten el potencial emprendedor del país" (2017, p. 15).

En las características demográficas del emprendedor, Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, & Morales consideran las características generales o comunes, como, por ejemplo: edad, género, educación, así como también la situación laboral y lo que viene relacionado con los ingresos, lo que conlleva a que de acuerdo con su ubicación se pueden dar algunos determinantes para iniciar un emprendimiento" (2017, p. 10).

Lin-Lin, Ching-Cheng, Chun-Nan, & Kun-Lin (2019). A través de este artículo se investigó los factores que afectan el modelo de negocio de las pequeñas y micro agencias de viajes en la era de internet los cuales les permitieron revelar "la capacidad de aprendizaje organizacional, la demanda de los consumidores, y el desarrollo tecnológico", los cuales tienen efectos positivos en la innovación.

La definición de un establecimiento de agencia de viajes es determinada como el intermediario de servicios turísticos, el cual mediante la asesoría e información contribuye con la planificación de viajes, por diferentes motivos, ya sea vacaciones, corporativos, salud, investigación, trabajo, estudios, entre otros. Agencia de Viajes y Turismo: es una Persona natural o jurídica que se dedica directamente al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo

utilizar medios propios o contratados para la prestación de estos. Para CALTUR “La función principal de una agencia de viajes es alcanzar la satisfacción del cliente, ya sea por el servicio que brinda directamente o sea el resultado de la intermediación entre aerolíneas y/o proveedores de servicios turísticos”. (2013, p.10)

Hace muchos años el turista hacía uso de servicios estandarizados, al pasar el tiempo, la evolución de la actividad turística trae consigo la oferta turística tanto nacional como internacional, es por ello por lo que ahora tenemos gran variedad de actividades turísticas, desde la investigación, conocer lugares exóticos, misticismo, o el único interés de contacto con la naturaleza como forma de escape de la realidad el día a día, para definir el tipo de servicio que brindará, una agencia de viajes debe definir su público objetivo, sin con ello dejar de mencionar, que una agencia debe estar capacitada para vender cualquier producto turístico que el cliente solicite, sin embargo, especializarse le ayudará a conseguir la entera satisfacción del cliente.

Los tipos de agencias de viajes son denominados de acuerdo con la actividad a la que se dedicará el establecimiento, según el reglamento de Agencias de Viaje de Mincetur (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo), tenemos tres tipos de agencias de viajes, las cuales se denominan con los siguientes nombres:

Agencia de Viajes y Turismo Minorista: Se denomina minorista debido a que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa los productos que le ofrecen las agencias de viajes denominadas como mayoristas y operadores, también indica que las Agencia de Viajes denominadas como Minorista no pueden ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo ya que de ello se encargan las denominadas mayoristas. (CALTUR, 2013)

Las agencias de viajes minoristas realizan una actividad con el pasajero directamente, atienden sus requerimientos, absuelven sus dudas y cumplen la función asesora, para que el cliente pueda decidir su destino de viaje. Así como también cumple con la función de proveedores a empresas privadas o al propio

estado, siendo así, que se definen diferentes tipos de público a los que atiende, como vacacional, grupal, corporativo, etc.

Agencia de Viajes y Turismo Mayorista: Encargada de la elaboración y organización de todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a las agencias de viajes minoristas, de esta manera no puede ofrecer sus servicios directamente al pasajero ya que no es su función. (CALTUR, 2013)

Los productos que elabora son comercializados, por las denominadas minoristas, este tipo de categorización no les permite vender directamente al pasajero, sino que su función es conseguir negociaciones importantes con líneas aéreas, cadenas hoteleras, tour operadores, para de esta manera preparar circuitos y comercializarlos con las agencias minoristas, y es así como pueden desarrollar su actividad.

Agencia de Viajes y Turismo Tour – Operador: Este tipo de agencia de viajes se encarga de proyectar, elaborar, diseñar, organizar y operar sus productos y servicios, son ofrecidos y comercializados a través de las Agencias denominadas minoristas y mayoristas de esta manera son ofrecidos directamente al pasajero. (CALTUR, 2013). Este tipo de categorización les permite realizar actividad directa con el pasajero, también es posible que ellos mismos puedan comercializar los circuitos que han creado de acuerdo con (CALTUR, 2013) menciona que la dinámica de una agencia de viajes debe ser orientada al enfoque en el negocio y su mercado objetivo, cuenta con tecnología de la información, seleccionando cuidadosamente a sus proveedores y buscan o se preocupan por contar con tarifas especiales para los clientes, los que les permite no sobrevaluar los costos por los servicios.

El turismo ha cobrado principal importancia y protagonismo en la economía del país en los últimos años, sin duda de ello, ocupa uno de los primeros lugares en el rubro de servicios. Esta situación constituye un reto que obliga al sector a contar con más recursos humanos que brinden servicios de calidad, para la entera satisfacción de los turistas que nos visitan. Plan Nacional De Calidad Turística (CALTUR, 2013, p.6).



En el turismo y la economía, para Figuerola propone que, en España, en donde la significación económica y social del turismo alcanza valores e influencias decisivas, dicho debate es casi permanente, y a veces obsesivo; apareciendo criterios y consideraciones muy diversas, que nacen desde planteamientos y actitudes diferentes, relacionadas con el empresariado, la dirección política o desde plataformas de opinión influyentes, tales como los medios especializados de la comunicación. (2014, p. 10)

En el Perú desde los años 90's el turismo era considerado como una actividad en la cual debían ser invertidos no solo los esfuerzos humanos, sino también económicos, y así lo menciona autores como Jiménez señalando que dentro de las decisiones gubernamentales "Su programa incluye, entre otras medidas, el incremento de la inversión del gobierno para la construcción de infraestructura, incentivos tributarios para la construcción de viviendas populares y promoción del turismo [...]" (2010, p.307).

Huang, Kuang-Yu, & Yu-Chen (2020), a través de esta investigación "exploraron la importancia del comportamiento de la ciudadanía hacia la orientación al mercado en las agencias de viajes desde la perspectiva de la cultura organizacional", de esta manera se centraron en investigar la relación entre la orientación al mercado, competencias, coordinación, conflictos, ambigüedades y comportamientos organizacionales.

Kuo-Chien (2015), la reputación o imagen que las empresas tienen y son el producto de trabajo por muchos años, donde han construido una imagen que quieren proyectar hacia sus clientes, proveedores, inclusive para la competencia, es un factor, que influye mucho en cuanto a recomendaciones se trata, pues de esa credibilidad es la que nuevos clientes consideraran al momento de confiar en una agencia de viajes.

Weigert (2019). Mostró los modelos de negocios de otras agencias de viajes, inclusive de otros países donde las realidades pueden ser similares, o nos muestran un modelo de negocio distinto, tomar los modelos de negocio, con objetivos innovadores, los cuales deben adaptarse a las condiciones del mercado y a las formas del comportamiento del consumidor y donde las barreras del

comercio electrónico son fuertes pero el turismo es visto como una actividad no esencial.

Volek (2011) A través de esta investigación se describen los fundamentos teóricos del marketing con relación a lo que una agencia de viajes puede realizar como estrategia para vender. El autor describe las funciones y ventajas del marketing en línea, así como la optimización de los motores de búsqueda y mejorar el posicionamiento de la agencia cuando es buscada en internet por un cliente potencial, finalmente menciona las redes sociales que son claves para una agencia de viajes.

Sotiriadis, M. (2018). Esta investigación nos menciona como las contribuciones académicas han explorado el tema del emprendimiento en general, de la mano con el contexto turístico, así mismo menciona la importancia del emprendimiento y su importante contribución a generar nuevas oportunidades de trabajo, el desarrollo de la actividad turística, así mismo hace mención del poco material que existe sobre el emprendimiento propiamente, y en relacionado al turismo.

Mackenthun, Nicolas, & Wodiank. (2017). Menciona los cambios que ha generado la actividad turística, cambio económico, epistémico y cultural. A través de esta investigación muestra nuevas evaluaciones sobre la actividad de los viajes, así como los encuentros culturales y la práctica científica, así mismo esta investigación propone adoptar un nuevo enfoque hacia los viajes interculturales, desde una perspectiva crítica.

### **III. METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

El proceso de la investigación cualitativa, por lo común, no ha sido un objeto de atención prioritaria entre los investigadores que cultivan esta parcela del saber. Este hecho puede interpretarse como una expresión de la diversidad metodológica que se da en el entorno de la investigación cualitativa, donde cada enfoque o corriente mantiene sus propias formas de proceder en la actividad investigadora (Monje, 2011, p. 31).

Monje indicó que el diseño cualitativo es flexible de manera que, por la misma información cualitativa, es decir, el trabajo de la investigación no es exacta o precisa, visto que la forma como se estructura el trabajo se enfoca más al proceso que a la recolección de resultados (2011)

Hernández, Fernández, & Baptista señala que “el enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos)” (2010, p. 7).

Puede haber estudios que compartan diversas similitudes, pero no réplicas, como en la investigación cuantitativa. Recordemos que sus procedimientos no son estandarizados. Simplemente, el hecho de que el investigador sea el instrumento de recolección de los datos y que el contexto o ambiente evolucione con el transcurrir del tiempo, hacen a cada estudio único. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

El diseño, al igual que la muestra, la recolección de los datos y el análisis, va surgiendo desde el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, va sufriendo modificaciones, aun cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés. Dentro del marco del diseño se realizan las actividades mencionadas hasta ahora: inmersión inicial y profunda en el ambiente, estancia en el campo, recolección de los datos, análisis de los datos y generación de teoría. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p. 26).

Es decir, a través del diseño se alcanzan los resultados esperados durante el proceso de estudio, de acuerdo con el plan de investigación y su estructura, lo cual permite que el investigador obtenga los resultados necesarios para dar una solución apropiada para el tema de la investigación.

### 3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Unidad	Categoría	Sub-Categoría		
Emprendimiento en Agencia de Viajes	Características del emprendedor	Perfil		
		Actitudes	Motivación	
		Aptitudes	Formación y Conocimientos	
			Habilidades	
		Factor de decisión	Oportunidades	
			Rentabilidad	
	Facilidades	Mercado potencial		
		Tecnología	Herramientas tecnológicas	
		Contactos	Redes de contactos directos con operadores	
			Redes sociales	
	Dificultades	Formalización	Proceso de formalización	
		Competencia	Afectaciones directas	
		Problemas externos	Problemas indirectos	
		Problemas climatológicos	Estacionalidad y temporadas	
	Problemas logísticos	Desarrollo de la actividad		

*Tabla 1 Matriz de categorización*

### 3.3 Escenario de estudio

La guía de observación y entrevistas serán desarrollados en el distrito de Miraflores, departamento de Lima. Un distrito donde se ha observado gran cantidad de agencias de viajes tanto las que cuentan con oficinas denominadas atención puerta a la calle, como las que su actividad es virtual, las cuales por registros se puede determinar su ubicación, y por ser una zona con gran afluencia de turistas.

### **3.4 Participantes**

Para esta investigación se tomará en cuenta la experiencia e información de las personas que hayan decidido emprender en un nuevo negocio de agencia de viajes en la ciudad de Lima, los cuales por diferentes razones iniciaron un negocio de manera independiente. Y estará relacionado con profesionales en turismo y personas que no conocen del rubro pero que vieron una oportunidad de hacer un negocio en el rubro.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Monje propone que:

En el diseño del plan de muestreo, existen diversos métodos para obtener una muestra. Una primera división se establece entre muestras probabilísticas y no probabilísticas. En el primer tipo la característica fundamental es que se emplean procedimientos aleatorios a la selección de la muestra, de tal manera que cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser incluido en ella. Los procedimientos para el muestreo no probabilístico son al azar simple, el azar sistemático, el muestreo por conglomerados y el estratificado. El muestreo no probabilístico enfrenta un mayor riesgo de que la muestra sea prejuiciada o no representativa pues el investigador elige las unidades como producto de circunstancias fortuitas (muestreo accidental) o de acuerdo con ciertas instrucciones (muestreo por cuotas), pero sin que sea al azar quien determine la conformación final de la muestra, por lo tanto, no hay manera de asegurar que cualquier miembro de la población pueda ser elegido. (2011, p. 26).

Para la selección de la muestra en estudios cualitativos, los investigadores cualitativos suelen evitar las muestras probabilísticas, puesto que lo que buscamos son buenos informantes, es decir, personas informadas, lúcidas, reflexivas y dispuestas a hablar ampliamente con el investigador. (Monje 2011 p. 26)

Este muestreo se lo conoce también como muestra de voluntarios, el uso de este muestreo es cuando se requiere de los posibles voluntarios que puedan representarse por ellos mismos. El muestreo por conveniencia es eficiente y

sencillo, además de ser económico, sin embargo, una desventaja es que los estudios exigen la mayor cantidad de información para extraer y colocarlo en el trabajo de investigación y este método puede que no brinde aquellos voluntarios seleccionados que cuenten con buena información, Monje (2011 p. 26).

Esta investigación es de método no probabilístico, debido a que la muestra seleccionada solo involucrará una cantidad específica de participantes, lo que permite obtener información exacta que dará los resultados de la investigación.

Las entrevistas que se van a emplear son semiestructuradas, según Ortega (2018) este tipo de entrevistas permite al investigador manejar a los encuestados, donde logren aprovechar toda la información que puedan brindar, teniendo una estructura básica. Asimismo, el investigador puede aprovechar cualquier idea para continuar de manera creativa la entrevista, lo cual permite obtener información rápida y detallada.

Se empleará la observación simple, que de acuerdo con lo que indica Monje (2011), el objetivo es comprender el comportamiento y las experiencias de las personas como ocurren en su medio natural. Por lo tanto, se intenta observar y registrar la información de las personas en sus medios con un mínimo de estructuras y sin interferencia del investigador.

### **3.6 Procedimiento**

A través de esta investigación podremos detallar los resultados específicos sobre las razones del emprendimiento en un negocio de agencia de viajes en la ciudad de Lima. Así mismo, de acuerdo con el uso del instrumento de la entrevista nos permitió darle un espacio a cada entrevistado para que nos detallara sus experiencias e ideas.

Así mismo, para veracidad de la presente investigación se documentó todas las entrevistas haciendo uso de diferentes herramientas virtuales, tanto de manera escrita como verbal. De esta manera podremos argumentar y tener la seguridad de que los resultados son veraces.

A continuación, la tabla de resultados de la valoración por parte de los expertos:

*Tabla 2 Valoración de expertos*

<b>NOMBRE</b>	<b>GRADO</b>	<b>VALIDACIÓN</b>
ZEBALLOS GALLARDO, Z. VERÓNICA	MG. DOCENCIA UNIVERSITARIA	90%
CASTILLO CANALES, BRAULIO	MG. ADM. EN TURISMO Y HOTELERÍA	95%
GONZALES JARA, CAROLINA	MG. DOCENCIA UNIVERSITARIA	90%
	<b>TOTAL</b>	92%

### **3.7 Rigor científico**

En La presente investigación realizaremos la recolección de datos a través de una “Entrevista”, para la cual utilizaremos la “Guía de entrevista”, la cual ha sido estructurada de acuerdo con las categorías y subcategorías que nos permitirán llevar un orden y alcanzar los resultados esperados.

Para Rodríguez la entrevista es una técnica que es comúnmente usada entre el investigador y su tema de investigación, se puede dar de manera individual o grupal para finalmente obtener testimonios de manera verbal, se puede dar según la forma de estructuración libre o dirigida por el entrevistador. (2005, p. 98)

Según lo antes mencionado, el instrumento para realizar las entrevistas será una Guía de Entrevista, según Doorman, lo define como, La guía de entrevista es un recordatorio sobre puntos de la investigación, lo que ayuda a la recolección de información mediante el dialogo, esto permite analizar las respuestas para contrastarlas con otras. (1991, p. 231)



### **3.8 Método de análisis de datos**

En la presente investigación cualitativa se reunió información textual, la cual fue obtenida a través de las entrevistas realizadas a cada empresario que ha emprendido en una agencia de viajes en la ciudad de Lima, dichas entrevistas han sido realizadas utilizando una guía de entrevistas y usando herramientas como videollamadas. La investigación se somete con la finalidad de lograr los objetivos planteados en el estudio. (Monje 2011).

En esta investigación se recolectó información a través de la guía de entrevista con la colaboración de dueños de agencias de viajes, donde también se utilizó la grabación de las entrevistas a través de las videollamadas, así como también se ha tomado toda la información relacionada con los datos de cada entrevistado, logrando el enfoque de la investigación razones del emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima.

### **3.9 Aspectos éticos**

Para la realización de la presente investigación se ha trabajado bajo los lineamientos de los valores éticos, con un proceso de recolección de datos ordenado, coherente, secuencial y racional, respetando los derechos y las opiniones de cada persona entrevistada, así como su identidad.

#### **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En el presente capítulo, se detallarán los resultados obtenidos luego de haber aplicado la técnica de la entrevista. De esta manera damos a conocer cuáles fueron las razones del emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima 2020. Así como también la discusión correspondiente a cada categoría propuesta para esta investigación.

#### **4.1 Características del emprendedor**

En la realización de la presente investigación se obtuvo información a través de entrevistas para conocer las actitudes y aptitudes de los emprendedores que conforman sus características, así como su motivación, formación, conocimientos, y experiencia.

##### **4.1.2 Motivación**

Según la RAE, la motivación es el conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona, de esta manera, conocer cada uno de estos factores es el objetivo de esta investigación. Los factores que le permiten a una persona iniciar un emprendimiento de agencia de viajes surgen con la necesidad de encontrar la independencia laboral, trabajar para sí mismo y poner a prueba toda la experiencia que tienen en el sector. Así como disponer de tiempo personal, pues un emprendedor tendrá que manejar sus horarios de acuerdo con el ritmo de su trabajo.

Uno de los entrevistados mencionó que un factor importante fue que buscó el crecimiento familiar, con nuevas responsabilidades tenía mayores preocupaciones y sobre todo formar un negocio que le diera estabilidad económica, pues su vida ya había cambiado. Así mismo otro entrevistado, mencionó que la motivación inició con las oportunidades que tiene el mercado turístico, así como la existencia de la oferta. Es importante considerar un punto poco mencionado, pero no por eso menos relevante donde el entrevistado E4 menciona que “uno de los motivos para emprender era la oportunidad de crear nuevas rutas para dar un servicio personalizado, y diferenciarse en el mercado, podríamos decir que la innovación motiva a crear nuevos negocios”.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las personas, seleccionadas para esta investigación, se pudo evidenciar en la primera categoría de las

características del emprendedor, que de acuerdo con sus actitudes y aptitudes los entrevistados decidieron iniciar un emprendimiento empresarial motivados por la necesidad de obtener mayor tiempo disponible para fines personales, así como el crecimiento y superación personal, convertirse en su propio jefe y poder crear sus propios ingresos, estos resultados guardan relación con el artículo científico “Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento & Gestión”, el cual se enfoca desde diversas perspectivas, lo que define como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, para la superación personal, siendo cuatro: comportamental, psicológica, económica y de procesos Ramírez (2009).

#### **4.1.3 Formación y conocimientos**

La mayoría de los entrevistados indican haberse formado con una carrera en turismo, de esta manera estaría muy relacionada con la categoría de las agencias de viajes, lo cual le permitió ingresar al rubro de agencias de viajes no solo con la experiencia que les dio una gran ventaja, sino que también con los conocimientos teóricos necesarios que pudieron poner en práctica; sin embargo, una minoría restante indica tener una carrera diferente, pero que de todas maneras estaba relacionada al rubro turístico como lo era el caso del entrevistado E1 que su formación es Ciencias de la Comunicación y el entrevistado E3 es Ciencias Contables, es así, que estas dos últimas personas aplicaron su experiencia desde otras ramas como lo son las comunicaciones y la contabilidad.

Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas, donde mencionó al emprendedor como una persona que aprovecha las oportunidades, así como ser creativo e innovador, catalogando de esta manera a las personas, como emprendedores que se adaptan a los principios de la administración moderna. De esta manera los resultados se apoyan en la investigación de Médor, Rivas Sepúlveda, & Ramírez Mata (2018). Sobre las Razones del Emprendimiento y del Trabajo Independiente de los Profesionales en Tecnologías Informáticas en Guadalajara, donde describió al emprendedor como una persona con las siguientes necesidades fundamentales como la autonomía, la competencia y permanencia. Los resultados se apoyan en la tesis doctoral de Cardozo (2010) La motivación para emprender. En su investigación mencionó que

la cultura es una variable importante donde predomina el comportamiento del emprendedor, así como concluye en la importancia de la formación profesional de un emprendedor y los conocimientos básicos en áreas específicas, lo cual le permitirá desarrollar sus habilidades de emprendimiento.

#### **4.1.4 Experiencia**

La mayor coincidencia en las entrevistas fue que la principal habilidad que les permitió emprender en una agencia de viajes fue la experiencia que adquirieron de otros centros donde habían laborado, así mismo destacaron más habilidades como la comunicación, paciencia, personalidad, creatividad, innovación. El entrevistado E7 mencionó que su principal habilidad fue crear productos que no son convencionales, trabajó específicamente en segmentar el mercado con un público que disfrutara de un turismo no convencional. Así mismo, el entrevistado E8, mencionó que su habilidad va de la mano con los conocimientos que tiene sobre el Perú, así como el respeto que tiene por la conservación de las culturas.

Los entrevistados coincidieron en que buscan innovar en productos que le den al mercado variedad, y esto lo consiguen a través de sus propios emprendimientos, donde pueden disponer de tiempo, buscar nuevas herramientas, oportunidades, de esta manera se permiten posicionarse en el mercado como una empresa con productos diferentes y es muchas veces lo que el cliente busca, innovación y creatividad, ya sea porque ha podido viajar y conoce los destinos convencionales o probablemente porque el internet le permitió ver que existen más lugares que visitar, diferentes a los lugares tradicionales, es por ello que buscan crear sus propios negocios que les den la libertad de crear nuevos productos, estos resultados guardan relación con la investigación de Valencia-Arias, Gutiérrez Flórez, Montoya Restrepo, Umba López, & Montoya Restrepo (2017).

Los resultados de esta categoría nos han permitido obtener más información sobre las características de un emprendedor, desde su motivación, necesidades personales, aspiraciones, creatividad, crecimiento personal, y sobre todo de encontrar la independencia laboral. Así mismo, se consideró a la

formación y conocimientos como uno de los factores más importantes, debido a que esto les permitió conocer a detalle cómo era la dinámica del sector turístico. Finalmente la experiencia es una habilidad que les permitió saber que decisiones tomar, en base a otros trabajos donde ya habían realizado actividades similares, al mismo tiempo, por su experiencia buscaron poner en marcha su creatividad para innovar en nuevos productos, y que ese fuera el diferencial de su negocio, no vender productos convencionales, ya que el mercado turístico en el Perú tiene muchas agencias de viajes, y eso hace que la oferta crezca cada vez más. Dichos resultados coinciden con Médor, Rivas Sepúlveda, & Ramírez Mata (2018)

## **4.2 Factor de decisión**

Una de las categorías para conocer las razones del emprendimiento es el factor de decisión, la cual abarca las siguientes subcategorías: oportunidades, rentabilidad y mercado potencial, a través de las cuales obtuvimos más información para conocer dichas razones que permiten tomar la decisión de iniciar un emprendimiento en nuevos negocios de agencias de viajes.

### **4.2.2 Oportunidades**

Para uno de los entrevistados, uno de los factores que influyó en el inicio de su emprendimiento era conocer cómo funcionaba la dinámica de las agencias de viajes, para otro de los entrevistados era haber estudiado una carrera relacionada con el rubro le daba una gran ventaja; otros factores que pudimos considerar es que tenían pasión por los viajes y sus clientes lo conocen así, de esta manera esto les dio un plus, pudieron diseñar viajes con mucha precisión.

Asimismo, se habló de la búsqueda de la independencia económica y el negocio propio para obtener mejores ingresos y disponer de tiempo que depende del propio emprendedor. El entrevistado E7 mencionó "buscaba un trabajo que no me aburriera, ...quería disfrutar de mi trabajo".

La habilidad para poder detectar las oportunidades en el momento indicado es una de las características importantes del emprendedor, de esta manera pueden sacar mayor ventaja a las circunstancias, resultados que se apoyan en la investigación de Freire (2004). Pasión por Emprender de la idea a la cruda realidad.



### **4.2.3 Rentabilidad**

Algunos de los entrevistados mencionaron que la rentabilidad depende del tipo de producto en el que se enfocó, por ejemplo, específicamente el producto de boletos nacionales no les fue rentable, sin embargo los demás entrevistados mencionaron que si es rentable, inclusive mencionan como bastante rentable, pero que va de la mano con conocer a sus proveedores, márgenes de ganancia, el control del dinero, darle un adecuado tratamiento y de esta manera la ganancia fue visible, cuando sacaron el mejor provecho a estos conocimientos les permitió ejecutar su plan de negocio con mayor éxito.

los entrevistados mencionaron que fue considerada como una oportunidad tener una carrera relacionada con el turismo, y adicionalmente contar con la experiencia que les permitía poder desenvolverse en un nuevo negocio de manera independiente, poder realizar las coordinaciones con conocimientos previos, les permitía evitar algún error que pudiera llegar a afectar al cliente durante el desarrollo de su viaje. Así como también asegurarse de la rentabilidad que tiene el negocio, sacando ventaja de los conocimientos en el rubro, les permitió tener mayores ganancias y ver la rentabilidad de la empresa en su propia agencia de viajes, de esta manera se mantienen motivados para continuar, y mantenerse firmes en el emprendimiento, estos resultados guardan relación con Rocha, Arévalo, & Cocunubo (2018). Las PYME en economías emergentes, donde se resume en la importancia que tiene el emprendimiento para la activación de la economía emergente.

### **4.2.4 Mercado Potencial**

La actividad turística ha sido definida por tener múltiples propósitos y necesidades, ya sea para ocio, negocios, entre otros, por ello uno de los entrevistados indicó que el potencial que tiene la actividad turística no estaba relacionado con su emprendimiento, sino más bien que fue por cubrir la necesidad que existía de viajar, independientemente de la finalidad del viaje.

Por lo contrario, otro de los entrevistados mencionó que el potencial que tiene la actividad turística si influyó en su emprendimiento, sobre todo la relación con el turismo receptivo.



La potencialidad que tiene el mercado turístico es un amplio campo que buscaron explotar a través de nuevos negocios, al mismo tiempo que cubrieron una necesidad de que los pasajeros puedan transportarse de una manera más rápida, indistintamente de la finalidad del viaje, resultados que se apoyan en el artículo de Mendoza (2017). Influenciad de las Características Sociodemográficas Individuales en la Creación de Negocios en Perú.

De acuerdo con los resultados obtenidos, uno de los factores más importantes que influyó para el inicio del emprendimiento fue los conocimientos con los que contaron cada emprendedor, de esta manera pudieron ponerlo en práctica en su propio negocio, innovando productos, y brindando atención a los clientes de manera especializada, por otro lado, otro de los factores que influyen en la decisión de emprender es la rentabilidad, siendo este un punto muy importante para un negocio, el análisis y la elección del tipo de servicios que comercializa una agencia de viajes, es de vital importancia, pues de ello depende la subsistencia del negocio en el tiempo, pues dará los ingresos para mantener y generar ganancias, finalmente el mercado potencial que existe para este tipo de negocios es otro de los factores importantes para tomar la decisión de emprender, ya que existe una necesidad que cubrir y atender, es por ello que todavía los pasajeros buscan la asesoría de un agente de viajes, estos resultados se apoyan en el artículo de Mendoza (2017). Influenciad de las Características Sociodemográficas Individuales en la Creación de Negocios en Perú.

### **4.3 Facilidades**

En esta categoría, tuvimos mayor descripción de las facilidades con las que contaron los emprendedores, a través de las subcategorías como tecnología, red de contactos, y redes sociales.

#### **4.3.2 Tecnología**

Sobre las facilidades que le brindaba a una agencia de viajes contar con GDS, todos coincidieron en que es muy importante para la agencia, puesto que les permite llevar ventaja y dar información precisa al instante sobre la disponibilidad de espacios, ya sea en hoteles, vuelos, trenes, autos, etc. Lo cual les permitió cerrar ventas rápidamente. A su vez, otro de los entrevistados

mencionó que la disponibilidad de la tecnología le ayudó mucho por tratarse de una agencia de viajes online, en la misma información coincide con más otros de los entrevistados.

Sin embargo, para el tipo de agencia operadora con la que cuenta el entrevistado E8 indicó que no era necesario ya que, a aun en su condición de agencia de viajes, por su tipo de actividades, no fue necesario contar con los sistemas GDS, y es que podemos darnos cuenta de que los sistemas de distribución no son usados en todas las agencias, sino que depende de su tipo de operación, dichos resultados se apoyan en (CALTUR, 2013) donde menciona que la dinámica de una agencia de viajes debe ser orientada al enfoque en el negocio y su mercado objetivo, cuenta con tecnología de la información, seleccionando cuidadosamente a sus proveedores y buscan o se preocupan por contar con tarifas especiales para los clientes, los que les permite no sobrevaluar los costos por los servicios.

#### **4.3.3 Red de contactos**

Todos los entrevistados opinaron que fue muy importante contar con una red de contactos, inclusive lo consideraron como una herramienta principal. Tanto una red de contacto a nivel proveedores que pudieron ser su soporte en las operaciones, momentos buenos y malos, que les ofrecieron su ayuda para que aprendieran el ritmo del negocio, como a nivel clientes, pues asociaron las recomendaciones por medio de sus contactos para obtener nuevos y más clientes, los cuales dieron una buena referencia del buen servicio y la experiencia que encontraron en la agencia. El entrevistado E7 también mencionó un punto importante “el apoyo de las personas que me rodeaban, los cuales me brindaron seguridad y soporte para poner en marcha mi proyecto”. Y la mayoría de los entrevistados coincide con ello, el acompañamiento con el que cuenta de parte de su red de contactos.

La ventaja de disponer de una red de contactos, la cual permite que el crecimiento del emprendimiento no sea tan lento, puesto que brinda las facilidades de que se hagan gestiones mucho más rápidas y oportunas, y poco a poco tenga ventas sin esperar mucho por el posicionamiento de la marca, así

como también debemos considerar los contactos de proveedores, que de muchas maneras les ayudaron a organizar correctamente los servicios para los clientes. Estos resultados obtenidos se apoyan en la investigación de Rocha, Arévalo, & Cocunubo (2018). Las PYME en economías emergentes.

#### **4.3.4 Redes sociales**

La mayoría de los entrevistados coincidieron en que las redes sociales no influyeron en el crecimiento de sus agencias de viajes, puesto que no hacen conversión de ventas, sino que las utilizaron para dar a conocer su marca, crear una imagen, dar credibilidad a la empresa, y resaltan que puede ser un plus en la imagen. Un punto muy importante que mencionaron fue el manejo de un correo corporativo, lo que le dio más seriedad a la empresa, una imagen empresarial, corporativa.

Sin embargo, otros de los entrevistados mencionaron lo contrario, desde su experiencia el manejo de las redes sociales les permitió ver conversión de ventas, posicionamiento y crecimiento de marca, ya que lo asociaron con un uso adecuado, pues por los avances que ha tenido la tecnología, es más práctico realizar publicidad online que, por medios impresos, sobre todo porque ahorra mucho tiempo y recursos, resultados que se apoyan en Volek, M. (2011). A través de esta investigación se describen los fundamentos teóricos del marketing con relación a lo que una agencia de viajes puede realizar como estrategia para vender. El autor describe las funciones y ventajas del marketing en línea, así como la optimización de los motores de búsqueda y mejorar el posicionamiento de la agencia cuando es buscada en internet por un cliente potencial, finalmente menciona las redes sociales que son claves para una agencia de viajes.

Para los agentes de viajes en pleno emprendimiento, contar con herramientas tecnológicas es de mucha utilidad, por ello en la categoría de las facilidades con las que contaron los emprendedores, definimos esta primera subcategoría como una de las más importantes, puesto que les permitió generar ventas con mucha rapidez.

Así mismo los entrevistados mencionaron la importancia de contar con una red de contactos, tanto clientes como proveedores, los cuales han contribuido

desde su posición, a realizar gestiones de manera correcta, optimas y oportunas, de esta manera tienen la confianza de poder brindar un servicio de calidad.

Finalmente las redes sociales es otra de las herramientas que les es de mucha utilidad, ya que por medio de esta opción pudieron realizar conversión de ventas, crear comunidades, difundir y hacer crecer la marca, sobre todo porque coincidieron en que es una forma de darle credibilidad a la empresa, tener redes sociales activas, así como una página web, y correo institucional, los resultados obtenidos se apoyan en Volek, M. (2011)

#### **4.4 Dificultades**

A traves de esta categoría obtuvimos información sobre las dificultades que se presentan al momento de iniciar y durante el proceso de un emprendimiento de una agencia de viajes, por medio de las subcategorías como el proceso de formalización, afectaciones directas, estacionalidad y temporadas, y desarrollo de la actividad.

##### **4.4.2 Proceso de formalización**

Uno de los entrevistados mencionó que entre las principales dificultades que se presentaron al inicio del emprendimiento fue comenzar el emprendimiento siendo formal, y contar con todas las herramientas necesarias para realizar las operaciones turísticas. La mayoría de los entrevistados coincidieron en que parte del proceso para ser formales y obtener el registro o distintivo de ser una agencia registrada ante MINCETUR fue un proceso muy difícil puesto que para dicha entidad no existe en el reglamento la denominación de "Agencias de Viajes Virtuales". También consideraron como otras dificultades, no contar con los GDS que te permitan agilizar su respuesta hacia el cliente, no contar con una cantidad suficiente de clientes.

La experiencia que tuvo cada entrevistado con el proceso de formalización lo consideraron y describieron como un proceso que no es difícil, solo requiere de paciencia y tiempo para realizar las gestiones. Así como también lo mencionó el entrevistado E8:

"Para ello debes tener la preparación y conocimiento ...lo demás se da fácil".

Asimismo, uno de los entrevistados, mencionó que destinó un tiempo específico para hacer los trámites, y en la misma idea coincidió el entrevistado E7. Otro entrevistado mencionó que estos trámites también pueden ser tercerizados, ya que existen empresas que se encargan de hacer este tipo de gestiones y solo te contactan cuando debes firmar los documentos, siendo esta una herramienta alterna que daría la facilidad de ayudarnos con los trámites si no disponemos de tiempo, o no podemos ocuparnos de tantos tramites.

Las dificultades o facilidades en el proceso de formalización, y lo preparado que puede está el sistema para dar soporte a una actividad tan rentable es de mucha importancia en la fase de iniciación para un emprendedor, pues de ello dependen los siguientes niveles que tenga proyectado alcanzar con su emprendimiento, estos resultados se apoyan en la investigación de Weigert (2019). Mostró los modelos de negocios de otras agencias de viajes, inclusive de otros países donde las realidades pueden ser similares, o nos muestran un modelo de negocio distinto, tomar los modelos de negocio, con objetivos innovadores, los cuales deben adaptarse a las condiciones del mercado y a las formas del comportamiento del consumidor y donde las barreras del comercio electrónico son fuertes pero el turismo es visto como una actividad no esencial.

#### **4.4.3 Afectaciones directas**

Los entrevistados mencionaron que existieron dos tipos de competencia, tales como agencias de viajes propiamente y líneas aéreas, están últimas representaron una competencia muy difícil de afrontar pues fueron las empresas que brindaron finalmente el servicio y pudieron manejar sus márgenes de gastos y utilidades que dejaron en desventaja a las agencias, quienes finalmente son intermediarias de los servicios.

Para complementar, en algunos casos las agencias de viajes minoristas fueron de gran apoyo entre ellas, puesto que se ayudaron en cuanto alguien del rubro necesitó o tenía el conocimiento sobre un tema en particular, a traves de una pequeña comunidad que crearon para este fin.

Por otro lado, el entrevistado E7 mencionó:

"Como empresario formal seguir pagando tus impuestos y todo lo relacionado, y además tenía que competir en un mercado donde los precios estaban por los suelos, el mercado peruano nacional compraba y prefirieron lo barato, es tedioso, pero debía tener bastante paciencia".

La lucha que tuvieron las empresas contra la informalidad en el país se volvió cada día más grande, pues más allá del solo hecho que ya existía la informalidad, lo más preocupante era que existe un mercado o público que aceptaba este tipo de negocios, los cuales les permitía seguir existiendo, estos resultados se apoyan en la investigación de Huang, Kuang-Yu, & Yu-Chen (2020), donde a través de esta investigación "exploraron la importancia del comportamiento de la ciudadanía hacia la orientación al mercado en las agencias de viajes desde la perspectiva de la cultura organizacional", de esta manera se centraron en investigar la relación entre la orientación al mercado, competencias, coordinación, conflictos, ambigüedades y comportamientos organizacionales.

#### **4.4.4 Problemas indirectos**

Para los entrevistados, los problemas externos que afectaron el funcionamiento de su emprendimiento fueron directamente el cambio de comisiones y regulaciones tarifarias de las líneas aéreas, así como también las cancelaciones de sus vuelos, lo cual generaba demoras y malestar en los clientes.

Todos los entrevistados coincidieron en que los temas políticos afectaron directamente sus negocios, sobre todo por la inestabilidad e incertidumbre que esto generaba, así como también las tomas de aeropuertos, huelgas, manifestaciones, que afectaron directamente a este tipo de negocios, pues depende del funcionamiento de todos los sectores para que la actividad turística se pueda dar sin mayores contratiempos y que el cliente tenga la tranquilidad de poder realizar su viaje, resultados que se apoyan en Bâc, D. P. (2015). Endogenous Challenges for the Tourism Industry. Los cambios constantes que existen en la industria del turismo, considerados muchos de ellos como no

controlables ya que suelen ser de un origen de gran magnitud como los desastres naturales, terrorismos, manifestaciones, pandemias, entre otros.

#### **4.4.5 Estacionalidad y temporadas**

La estacionalidad representaba una amenaza directamente con la cancelación de vuelos, pues era un problema que generaba mucho caos con las reprogramaciones y afectaban directamente al pasajero, aunque siendo un factor que no se podía controlar, para la agencia tampoco fue fácil controlarlo. Por otro lado, las temporadas que manejaban en cada destino pudo significar una oportunidad para los viajeros que buscaban ir a esos destinos con menos presupuesto, y de todas maneras aprovecharon una buena oferta. Los entrevistados E7 y E8 coinciden en que el pasajero conocía y tomaba los riesgos para viajar en una temporada baja, ya sea para aprovechar promociones.

Las temporadas en muchos destinos estaban muy marcadas por las vacaciones escolares y familiares, más que por la estacionalidad, eso también es un punto que muchos viajeros aprovecharon, porque pueden viajar entre menos gente, y disfrutar del viaje, estos resultados se apoyan en Weiss, Zuzik, Weiss, Labant, & Gergel'ová (2018). El inicio de un negocio debe considerar las situaciones negativas a las que deberá enfrentarse, existen antecedentes de que ocurrieron, la finalidad de esta investigación fue que puedan ser identificados y considerados como una amenaza para una empresa dedicada al turismo, situaciones a considerar como terrorismo, terremotos, catástrofes aéreas, de esta manera poder controlar los factores que influyen de manera negativa.

#### **4.4.6 Desarrollo de la actividad**

Los entrevistados coincidieron que la gran mayoría de problemas solían presentarse en la prestación del servicio propiamente, en la coordinación de los trasladistas, cancelación de vuelos, restricciones de tarifas en las aerolíneas, y falta de mantenimiento en los hoteles o de algún servicio que se brinde, así como la falta de comunicación de los operadores. Pero el entrevistado E6 mencionó un problema logístico con su mayorista, que este se demoraba mucho en entregarle la documentación que es de utilidad para el pasajero, y también para la

verificación de la propia agencia, y así validaba que todo este conforme, desde los datos hasta los servicios contratados, y así podía evitar errores.

Así mismo, el entrevistado E8, mencionó que "en las emergencias es cuando podía darse cuenta de que proveedores están dispuestos a trabajar pese a las circunstancias", lo cual le permitió tener más confianza en su proveedor. Finalmente, los entrevistados coincidieron en que la imagen de la agencia se ve seriamente afectada después de este tipo de inconvenientes, puesto que es la imagen que representaba para el cliente, por temas que muchas veces no estaban a su alcance o posibilidad de control.

Es por ello, por lo que la selección de los proveedores es una tarea en la que debieron enfocarse con mucha dedicación para no caer en manos de quien afecte la imagen de la empresa por la prestación de los servicios, resultados que se apoyan en CALTUR (2013) "La función principal de una agencia de viajes es alcanzar la satisfacción del cliente, ya sea por el servicio que brinda directamente o sea el resultado de la intermediación entre aerolíneas y/o proveedores de servicios turísticos". (p.10). así como también se apoya en la investigación de Kuo-Chien (2015), la reputación o imagen que las empresas tienen y son el producto de trabajo por muchos años, donde han construido una imagen que quieren proyectar hacia sus clientes, proveedores, inclusive para la competencia, es un factor, que influye mucho en cuanto a recomendaciones se trata, pues de esa credibilidad es la que nuevos clientes consideraran al momento de confiar en una agencia de viajes.

En un emprendimiento también se pueden presentar dificultades, sobre todo en el proceso de formalización, que es la primera etapa con la que deberían empezar todos los negocios, si no fuera porque en ciertas ocasiones hay dificultades que el emprendedor opta por dejar de lado y muchas veces se dan por desconocimiento, ya que de acuerdo a las entrevistas realizadas este proceso no es tan difícil, podría decirse que si tiene muchas dificultades, pero propias de hacer las gestiones en diferentes entidades gubernamentales como bancarias. Por otro lado existen las afectaciones directas, con las que muchas veces el emprendedor debe aprender a lidiar, como por ejemplo, cambio en las regulaciones y comisiones aéreas, y una muy fuerte como la informalidad, sobre



todo para un emprendedor que recién empieza, debe manejar situaciones de competencias con otras agencias por precio, y muchas veces queda en desventaja porque su margen de gastos es más fuerte por lo mismo que deben pagar impuestos, frente a un agente de viajes informal, estos resultados se apoyan en la investigación de Huang, Kuang-Yu, & Yu-Chen (2020).

Otra subcategoría es los problemas indirectos, situaciones o circunstancias que el emprendedor no puede controlar, como manifestaciones, problemas políticos, entre otros, así mismo podríamos asociarlo a los problemas de estacionalidad y temporadas, las cuales están marcadas por fechas de viaje específica donde hay mucha afluencia de turistas, como las estaciones naturales del año, las mismas que afectan a la actividad propiamente, estos resultados se apoyan en Weiss, Zuzik, Weiss, Labant, & Gergeľová (2018).

Finalmente el desarrollo de la actividad, donde se involucran otras personas como los proveedores de los servicios, traslados, hoteles, etc., es una parte que deber ser bien cuidada y controlada por el emprendedor, ya que de ello depende la tranquilidad del pasajero y la imagen de la empresa, dichos resultados se apoyan en la investigación de Kuo-Chien (2015).

## **V. CONCLUSIONES**

1. Con relación a las características del emprendedor, se concluyó que se inicia con la motivación del crecimiento económico personal, así como por la necesidad de contar con independencia laboral, de esta manera los emprendedores buscan iniciar un nuevo negocio que será manejado bajo sus propias condiciones, esto les permitirá realizar lo antes mencionado, así como aplicar los conocimientos adquiridos previamente, ya sean los teóricos que fueron adquiridos a través de una carrera de estudios relacionados a la administración, turismo, aviación comercial, agencia de viajes, entre otros; así como también la experiencia adquirida previamente en otras empresas relacionadas al rubro turístico.

2. En relación al factor de decisión, se concluyó que la continuidad y existencia de las agencias de viajes en una era donde la tecnología ha avanzado a pasos agigantados, es porque el mercado peruano, aún necesita de las mismas, puesto que la asesoría, soporte y confianza aún se trasmite entre personas, y la información que brinda internet sigue siendo referencial, así mismo, la seguridad para realizar operaciones electrónicas todavía no es del todo confiable, ya que los sistemas son vulnerables a los fraudes electrónicos, a ello le sumamos el potencial turístico que existe en el mercado turístico, lo cual le brinda oportunidades a los nuevos emprendimientos.

3. En cuanto a las facilidades con las que contaron las agencias de viajes, se concluyó que, han aprovechado las oportunidades que la tecnología les brindó, tener herramientas a prima mano y que les ha permitido realizar sus gestiones, atención al cliente, coordinaciones, entre otros, de una manera más ágil y oportuna. Así mismo su red de contactos tanto de proveedores como de clientes, les ha representado un factor muy positivo en su emprendimiento ya que el desarrollo de su negocio se ha podido dar de una manera más rápida.

4. Con respecto a las dificultades, podemos concluir que el proceso de formalización para las agencias de viaje no ha tenido mayor dificultad como en general se piensa, y algunas veces por ese motivo las agencias de viaje no dan el siguiente paso de la formalización, es por ello por lo que podríamos determinar que si se informan de cuales son todos los tramites que deben realizar, no tendrán mayor dificultad así como también la competencia entre agencia de viajes

no representaría una dificultad tan fuerte, pues depende del tipo de atención que se le brinde al pasajero, ya que de él depende seguir comprándole a la misma agencia, finalmente por los factores externos como climas o problemas logísticos, manejan las diferentes situaciones de acuerdo a su experiencia.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda que dentro de la gestión que realiza el Ministerio de comercio Exterior y Turismo, revisar la viabilidad de incorporar a las agencias de viaje online dentro del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, para que de esta manera el proceso de registro y formalización de una agencia de viajes pueda concretarse, de esta manera se incentiva la formalización, se puede contar con un registro exacto de cuantos negocios de agencias de viaje existen en el Perú.

2. Se sugiere que en coordinación con los Gobiernos Regionales se organicen capacitaciones continuas sobre procesos de formalización para que los nuevos emprendedores conozcan los procedimientos y tengan mayor confianza para realizar la formalización.

3. Se sugiere a los emprendedores tener capacitación continua, sobre nuevas tendencias, herramientas tecnológicas, procesos de atención al cliente, redes sociales, nuevos destinos para innovar en productos y servicios, de esta manera diversificar la oferta, y no generar sobre explotación de un solo recurso por muchas visitas.

4. Se recomienda a los emprendedores en agencias de viaje mantener actualizadas las condiciones de prestaciones de servicio tanto hacia el cliente como de los operadores que efectuaran el servicio para que el cliente no tenga contratiempos durante su viaje, de esta manera considerar las afectaciones por problemas externos como climas o manifestaciones, huelgas, entre otros.

## REFERENCIAS

- Alcaraz Rodriguez, R. (2011). *Emprendedor de Exito (Vol. IV)*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Bâc, D. P. (2015). Endogenous Challenges for the Tourism Industry. *Quaestus*, (6), 231-239. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1713658292?accountid=37408>
- CALTUR, P. N. (2013). *Manual De Buenas Prácticas Agencias De Viajes Y Turismo*. Lima: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-04656.
- Cardozo, A. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. (Tesis doctoral)*. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Argentina.
- Dieckow, L. M. (2017). *Los Emprendedores En Turismo. Las nuevas generaciones y los desafíos y oportunidades ante coyunturas económicas cambiantes*. XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y (pág. 22). Posadas: Universidad Nacional de Misiones (UNaM) Posadas.
- Domingo Begazo, J., & Torres Agurto, R. (2014). *Las Agencias De Viaje: De Las Comisiones Por Venta De Pasajes A Los Cobros Por Servicios "Fees". Gestión En El Tercer Milenio*, 10(20), 71 - 78. Recuperado a partir de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9067>
- Doorman, F. (1991). *La metodología del diagnóstico en el enfoque "investigación adaptativa"*. Recuperada de: [https://books.google.com.pe/books?id=LG4qAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=LG4qAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Figuerola, M. (Mayo de 2004). "La organización técnica y administrativa de lapolítica económica del turismo. Especial referencia al caso español". Valencia, España.
- Freire, A. (2004). *Pasión por Emprender de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A.



- Garcia, V. (2015). *Emprendimiento empresarial juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. (Tesis de Maestría). Universidad Politécnica Del Valle De México. Tultitlan, México
- Gesa Mackenthun, Andrea Nicolas, & Etephanie Wodiank. (2017). *Travel, Agency, and the Circulation of Knowledge*. Waxmann Verlag GmbH. Retrieved from <http://eds.b.ebscohost.com/eds/ebookviewer/ebook/bmxIYmtfXzE0ODUyMjJfX0FO0?sid=bacd01c2-7384-42dc-990d-2b5bb1511c5e@sessionmgr101&vid=9&format=EB&rid=1>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V. <https://books.google.com.pe/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA98&dq=metodologia+dela+investigacion+cientifica+entrevista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiiuubGFpIhXAhXIYiYKHSg5DXsQ6AEIJTAA#v=onepage&q=metodologia%20dela%20investigacion%20cientifica%20entrevista&f=false>
- Huang, L., Kuang-Yu, C., & Yu-Chen, Y. (2020). How can travel agencies create sustainable competitive advantages? perspective on employee role stress and initiative behavior. *Sustainability*, 12(11), 4557. doi: <http://dx.doi.org/10.3390/su12114557> Retrieved from: <https://search.proquest.com/docview/2410069844/58385018B3BC4A09PQ/13?accountid=201395>
- Jiménez, F. (2010). *La economía peruana del último medio siglo: Ensayos de Interpretación*. Lima: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.o: 2010-04103.
- Kuo-Chien, C. (2015). How travel agency reputation creates recommendation behavior. *Industrial Management & Data Systems*, 115(2), 332-352. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/IMDS-09-2014-0265> Retrieved from: <https://search.proquest.com/docview/2093332108/58385018B3BC4A09PQ/24?accountid=201395>
- Lin-Lin, X., Ching-Cheng, S., Chun-Nan, L., & Kun-Lin, H. (2019). Factors affecting the business model innovation employed by small and micro travel

agencias in the internet era. *Sustainability*, 11(19), 5322. Doi: <http://dx.doi.org/10.3390/su11195322> Retrieved from: <https://search.proquest.com/docview/2398146156/fulltextPDF/BFC72F813B604DE4PQ/1?accountid=201395>

López-Lemus, J., & de la Garza Carranza, M. T. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova Scientia*, 11(22), 357–383. <https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795>

Médor, D., Rivas Sepúlveda, E., & Ramírez Mata, M. (2018). Sobre las Razones del Emprendimiento y del Trabajo Independiente de los Profesionales en Tecnologías Informáticas en Guadalajara, Jalisco. *Trayectorias*, 20(46), 93–118. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sih&AN=130291535&lang=es&site=ehost-live>

Mendoza, J. L. (2017). Influencia De Las Características Sociodemográficas Individuales en La Creación De Negocios en Perú. *Semestre Económico*, 20(43), 37–59. <https://doi.org/10.22395/seec.v20n43a2>

Monje, C. A. (2011). *Metodología para la Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Colombia: Universidad Surcolombiana.

Ortega, C. (2018). ¿Qué es una entrevista estructurada, semiestructurada y no estructurada?. Consultado el 11 de Noviembre de 2019, de <https://www.questionpro.com/blog/es/entrevista-estructurada-y-no-estructurada/amp/>

Padilla-Martínez, M. P., Quispe-Otacoma, A. L., & Jiménez-Silva, W. R. (2016). Gestión empresarial y emprendimiento con administración pública, para un desarrollo sostenible del turismo. *Retos Turísticos*, 15(3), 42–52. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=121472399&lang=es&site=ehost-live>

RAE. (s. f.). Recuperado 13 de mayo de 2020, de

- Ramírez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94–119. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=44971155&lang=es&site=ehost-live>
- Rocha-Bello, K. J., Arévalo-Chaparro, N. V., & Cocunubo-Huérffano, L. C. (2018). Las PYME en economías emergentes: El emprendimiento empresarial en Chile como factor determinante en el desarrollo económico de la última década. *Revista Punto de Vista*, 9(14), 1–21. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=134588363&lang=es&site=ehost-live>
- Rodríguez, H. (2005). Metodología de la investigación. la creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesionalista de éxito. Recuperado de: 114
- Saavedra-Leyva, R., & Taxis Flores, M. (2019). El factor institucional en el emprendimiento por oportunidad de América Latina y el Caribe. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 29(73), 99–112. Recuperado de: <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n73.78025>
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. Lima: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2017-12057.
- Sotiriadis, M. (2018). *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality: Skills for Successful Ventures*. Emerald Publishing Limited. Retrieved from: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1695364&lang=es&site=ehost-live>
- Tuclea, C. E., Vasile, D. C., Schiopu, A. F., & Marin, M. (2014). FACETS OF ECONOMIC AND FINANCIAL CRISIS IMPACT ON STRATEGIC PLANNING OF TRAVEL AGENCIES. *Amfiteatru Economic*, 16(8), 1222-1237. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1628558804?accountid=37408>

- Valencia-Arias, A., Gutiérrez Flórez, L., Montoya Restrepo, L. A., Umba López, A. M., & Montoya Restrepo, I. (2017). Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, (52), 143–159. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=127337669&lang=es&site=ehost-live>
- Volek, M. (2011). Online marketing strategies for travel agencies. *Studia Commercialia Bratislavensia*, 4(16), 590. doi:<http://dx.doi.org/10.2478/v10151-011-00130> Retrieved from: <https://search.proquest.com/docview/1324408594/58385018B3BC4A09PQ/65?accountid=201395>
- Weigert, M. (2019). Jumia travel in africa: Expanding the boundaries of the online travel agency business model. *Tourism Review of AIEST - International Association of Scientific Experts in Tourism*, 74(6), 1167-1178. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/TR-04-2017-0073> Retrieved from: <https://search.proquest.com/docview/2315980183/58385018B3BC4A09PQ/9?accountid=201395>
- Weiss, R., Zuzik, J., Weiss, E., Labant, S., & Gergeľová, M. (2018). Analyzing the risk of entrepreneurship in tourist traffic. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 199-206. doi: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.19](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.19) Retrieved from <https://search.proquest.com/coronavirus/docview/2221303969/423BF56938D044ECPQ/1?accountid=37408>

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Tabla 3 *Matriz de consistencia*

Problema	Objetivo	Unidad temática	Metodología
<p><b>General</b> ¿Cómo se inicia el emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima - 2020?</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las características del emprendedor en una agencia de viajes en la ciudad de Lima - 2020?</li> <li>• ¿Cuál es la dinámica del sector de agencias de viajes en la ciudad de Lima-2020?</li> <li>• ¿Cuáles son las facilidades para el emprendimiento en agencias de viajes en la ciudad de Lima - 2020?</li> <li>• ¿Cuáles son los problemas que dificultan el emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima - 2020?</li> </ul>	<p><b>General</b> Analizar el emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima - 2020</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las características del emprendedor de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima - 2020</li> <li>• Describir la dinámica del sector de las agencias de viajes en la ciudad de Lima – 2020</li> <li>• Analizar las facilidades del emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima – 2020</li> <li>• Conocer los problemas que dificultan el emprendimiento de nuevas agencias de viajes en la ciudad de Lima - 2020</li> </ul>	<p>Emprendimiento en agencia de viajes</p> <p><b>Componentes temáticos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Características del emprendedor</li> <li>- Factor de decisión</li> <li>- Facilidades</li> <li>- Dificultades</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> Cualitativo</p> <p><b>Tipo:</b> Interpretativo</p> <p><b>Diseño:</b> Fenomenológico</p> <p><b>Población:</b> Emprendedores de agencias de Viajes</p> <p><b>Técnica:</b> Entrevista</p> <p><b>Instrumentos</b> Guía de entrevista Guía de observación</p>

## Anexo 2: Guía de entrevistas (especialistas)

### RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA 2020

Nombres y apellidos: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

Tiempo de experiencia: \_\_\_\_\_

Hora y lugar de la entrevista: \_\_\_\_\_

#### Características del emprendedor

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?
2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?
3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

#### Factor de decisión

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?
5. ¿Consideró que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?
6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

#### Facilidades

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?
8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?
9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?
10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

#### Dificultades

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?
12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil?
13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?
14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?
15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios? ¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?



### Anexo 3: Relación de personas entrevistadas

*Tabla 4 Relación de personas entrevistadas*

<b>N°</b>	<b>Nombre</b>	<b>Empresa</b>	<b>Cargo</b>
E1	Katrin Patricia Zorrilla Vilogron	Kats Travel	Gerente General
E2	Stefany Gamarra Villanueva	Hi Travel	Gerente General
E3	Milagros Luisa Espinoza Aponte	Aventour Perú	Administradora
E4	Herman Aníbal Zelada Masgo	Travel To Live	Gerente General
E5	Claudia Daniela Taype Postigo	Travel Safe Perú	Gerente General
E6	Mirella Patricia Yataco Garrido	Puriq Travel	Gerente General
E7	Jefferson Clever Carrión Estrella	Aventura en el Perú	Gerente General
E8	Shirley Milagros Morales Gálvez	Turismo Alternativo Perú	Gerente General

## Anexo 4: Validación de expertos



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 28 de noviembre de 2019

Apellido y nombres del experto: Javier Gallardo, E. Verónica

DNI: 91728975 Teléfono: 932371609

Título/grados: Mag. Docencia Univ.

Cargo e institución en que labora: UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										<input checked="" type="checkbox"/>		
2										<input checked="" type="checkbox"/>		
3										<input checked="" type="checkbox"/>		
4										<input checked="" type="checkbox"/>		
5										<input checked="" type="checkbox"/>		
6										<input checked="" type="checkbox"/>		
7										<input checked="" type="checkbox"/>		
8										<input checked="" type="checkbox"/>		

Promedio de valoración: 90

FIRMA DEL EXPERTO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 27 Noviembre de 2019

Apellido y nombres del experto: Castillo Canales Braulio

DNI: 47011880 Teléfono: 984214226

Título/grados: Mgtr. Adm. Turismo y Hotelería

Cargo e institución en que labora: Coordinador Académico - Fidel Celso

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1											✓	
2										✓		
3											✓	
4										✓		
5											✓	
6										✓		
7											✓	
8											✓	

Promedio de valoración: 95

  
 FIRMA DEL EXPERTO  
BRAULIO CASTILLO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**  
**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 28 NOVIEMBRE de 2019

Apellido y nombres del experto: GONZALES JAZA CAROLINA

DNI: 40409496 Teléfono: 948 1666 36

Título/grados: MAGISTER DOCENTE UNIVERSITARIO

Cargo e institución en que labora: DOCENTE TIEMPO COMPLETO

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										✓		
2										✓		
3										✓		
4										✓		
5										✓		
6										✓		
7										✓		
8										✓		

Promedio de valoración: 90%

  
 FIRMA DEL EXPERTO

## Anexo 5: Transcripción de entrevistas

### Entrevista 1

Nombres y apellidos: Katrin Patricia Zorrilla Vilogron

Género: Femenino

Empresa: Kats Travel E.I.R.L

Ocupación: Gerente General Profesión: Ciencias de la Comunicación

Tiempo de experiencia: 17 años

Hora y lugar de la entrevista: Salamanca, 05 de mayo del 2020

Duración de entrevista: 25 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

#### I. Características del emprendedor

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

Bueno, yo empecé desde muy joven, en el año 2007, a mi familia se le ocurre crear un hotel en el norte del país, en Punta Sal, yo estaba trabajando en el área administrativa de una empresa, entonces mi papá me convoca, sin saber de turismo, para que yo entre a trabajar con ellos, ya que tenía nociones de publicidad, aún estaba en la universidad, estaba estudiando mi carrera, entonces decido dejarlo todo para empezar a trabajar en esos hoteles, trabajé desde el año 2007 hasta el 2012, es ahí cuando decide cerrar sus puertas ya que abrió el hotel Decameron Punta Sal y genero mucha competencia para nosotros, en ese momento me quede sin trabajo, estaba muy acostumbrada a trabajar para mí misma, a no tener jefe, porque yo no le rendía cuentas a nadie, yo manejaba ese hotel sola, y me quedé como con la deuda de ¿Qué hago?, yo no puedo volver a trabajar para alguien, yo no estoy acostumbrada y bueno, había conocido a muchas personas del rubro de turismo durante estos años en el hotel, y se me ocurrió la idea de porque no abrir una agencia de viajes, entonces esa fue la decisión que tome, al quedarme sin empleo.

Esa fue la gran motivación que tuve.

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

No, yo estudié comunicaciones y me especialicé en publicidad.

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Haber, en realidad mi carrera me enseñó mucho, la habilidad de poder comunicarme con las personas, de generar lazos, para este negocio, yo he aprendido durante estos años de que tú puedes generar buenas ventas, si tu generas lazos con tus clientes, los fidelizas, entonces trabajo mucho en la fidelización de mis clientes, aparte de manejar los sistemas.

#### II. Factor de decisión

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

En realidad, que ya estaba dentro del mercado, ya conocía gente de turismo, ya tenía un nombre como la que manejaba el hotel del norte, entonces, ya había aprendido como desenvolverme en este mundo, porque había personas que me apoyaban y me explicaban como empezar a funcionar, porque yo empecé sin saber absolutamente nada de cómo manejar una agencia de viajes, estaba adaptada más que nada al sector hotelero, sabía cómo funcionaba y eso me dio una gran ventaja.

Y lo demás empezó a venir solo.

5. ¿Considero que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?

Si y no, dependiendo a lo que te dediques.

Si es nacional a mí no me parece rentable, porque las comisiones son muy bajas, y las aerolíneas no dan comisiones, entonces no podemos cobrar gastos administrativos porque lo encuentran en la web al mismo precio o menor.

Si te dedicas al vacacional, las comisiones son muy buenas, y si te dedicas al corporativo, aparte el corporativo viaja muy seguido, todo el tiempo está viajando, y si puede pagarte un gasto administrativo.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

No, para mí la gente siempre va a viajar, desde hace muchos tiempos, las redes sociales influyen a que otras personas viajen, pero a mí no me influyo, la gente desde tiempos remotos ha viajado y como yo ya tenía experiencia con lo del hotel, sé que la agencia ha viajado mucho, y siempre va a viajar, es una necesidad, las personas tienen una necesidad de viajar, ya sea por placer o por trabajo, siempre viajan.

### **III. Facilidades**

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Bueno, no es tan fácil emprender algo nuevo y ser formal a la primera, tienes que empezar con las herramientas que tienes a la mano, mis herramientas en esos tiempos fue mi laptop, mis últimos 100soles que me quedaban de ahorro del hotel, me fui a la SUNAT abrí un RUC de persona natural con negocio, y a imprimir mis facturas, lo hice con lo que tenía a la mano.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Si, bastante porque ahora todo está por internet, a mí me gusta mucho y soy muy tecnológica, he ido aprendiendo sobre sistemas yo sola, y me gusta hacer mis ventas online, en realidad mi agencia es netamente online, no tengo oficina presencial.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Tuvo mucha importancia, diría yo que es lo principal, cuando uno empieza desde abajo los primeros en darte la mano son tus amigos, y empiezan las recomendaciones, como llegué al mundo corporativo por las recomendaciones de mis amigos.

10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

Depende de cómo maneje las redes sociales, en mi caso yo no manejo redes sociales, a pesar que soy publicista, a pesar que soy comunicadora, no le he metido mucho punche a las redes sociales porque mi red de contactos ha trabajado sola, no he tenido el tiempo suficiente para poder manejar las redes sociales a un nivel muy alto, lo que más me ha funcionado a mí es mi red de contactos que las redes sociales, he trabajado redes, sí, pero de una promoción que yo suelto, de mil personas o cien que ven mi publicación, cien personas me pueden escribir, y me va a comprar uno o ninguno, en cambio mi red de contactos, si yo utilizo esta red me pueden comprar cinco, seis o siete, yo no vendo por redes sociales, utilizo las redes para mantener presencia en el mercado, para que sepan que existo, sobre todo para mis clientes del extranjero, para que sepan que existo, es muy importante trabajar con un correo corporativo, por muchos años trabajé con un Gmail, pero llegó un punto en el que yo entendí de que a pesar que tenía corporativos grandes y que confiaban en mí porque eran recomendados, y sabían que no les iba a fallar porque son muchos trabajando juntos, entendí que lo mejor es tener un correo electrónico corporativo, eso me da más peso, y seriedad, la página web también es importante, yo la cree después de muchos años, he ido complementando la agencia poco a poco, inclusive la web que tengo hoy, ya es un portal de ventas, es una web autoadministrable.

### **IV. Dificultades**

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

La formalización, me hubiese gustado empezar siendo 100% formal, poder trabajar, eso también me ocasionó problemas, y también no tener las plataformas completas, los GDS que necesitamos para reservar vuelos no los sabía utilizar, y no tenía el dinero para comprarlos, entonces cuando yo me comunicaba con una agencia grande, y yo tan chiquita que recién empezaba les preguntaba si me podían ayudar, me preguntaba si tenía GDS les decía que no, entonces no te podemos atender y me colgaban el teléfono, entonces fue de las primeras trabas que tenía que tuve cuando recién empecé, que no era tan importante para las mayoristas, me costó mucho que me tomarán en cuenta.

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil?

No, pero demoran un poco, la notaría, la SUNAT, los bancos, ir a firmar de nuevo, que lo suban a la SUNARP, formalizar la agencia para impuestos en sí con SUNAT, y tener un sistema bancario ya con nombre de empresa, no fue muy difícil, lo que hasta ahora es complicado por ser agencia

virtuales y no tener oficina física se nos complica mucho poder registrarnos en MICENTUR, nos pone muchísimas trabas hay muchas agencias como yo que no podemos inscribirnos en MINCETUR y eso también nos ocasiona problemas porque no hay un tipo de agencias virtuales en el reglamento y es increíble como en estos tiempos ellos sigan siendo tan obsoletos, tan arcaicos, las agencias físicas ya están obsoletas pues es más práctico que se le atienda de manera virtual, yo no necesito salir de mi casa, viajar una hora y media en hora punta para llegar a mi oficina y esperar a que un cliente entre, los clientes ya no entran a las agencias de viajes, los que tienen local es solo por imagen, pues uno puede vender desde la comodidad de su casa, de su oficina, office House como le digo yo, y si nos dieran las facilidades hace mucho tiempo sería certificada por MINCETUR.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

No, en realidad las que son como yo minoristas no, es más nos damos la mano cuando alguno de nosotros necesita ayuda, entre nosotros nos apoyamos, si tenemos una pequeña comunidad que entre nosotros nos apoyamos, yo particularmente no los veo como una competencia, quien no compete en este mundo, aparte tú no tienes la culpa que busque a Kats Travel o a Hi Travel, no tienes la culpa porque tú no sabes, compites con tus propios amigos, ok perfecto, pero cada uno tiene su propia cuenta, entonces si te ganaron la cuenta porque fueron más hábiles o tuvieron un precio más cómodo, o pudieron encontrar una herramienta que los ayudó a fidelizar más rápido, bien por ellos, tienen a sus propios clientes.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

Externos a mi agencia, las aerolíneas, las comisiones, poco a poco nos han ido quitando las comisiones, han ido cambiando las regulaciones de los asientos, cobran por los asientos, ahora hay con maleta, sin maleta, te cobran al niño, el pasajero está acostumbrado a comprar su pasaje y poder llevar su maleta, y que un día para otro le digas que el precio no incluye maleta y es más los precios no han variado porque solo le han quitado cosas y siguen cobrando lo mismo y para cobrar más, te van cambiando las regulaciones tarifarias, eso para mí me ha afectado demasiado, tratar de averiguar si tiene o no maleta, y porque esta tan caro, entonces han sido la reducción de comisiones, el cambio de reglas tarifarias.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

En realidad, no, la gente viaja todo el año, es más a veces buscan viajar cuando es más barato, a veces te dicen cuando es más barato viajar a Europa, entre junio y octubre, pero es invierno, full invierno, no importa prefieren morir de frío, pero es más barato.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

Varios, tengo varios, en cuestión operacional, los traslados pueden llegar a ser un dolor de cabeza, el cliente me llama y me dicen no me recogieron, o no me van a recoger y en cuestión de los traslados es bien importante, y a veces la pocas ganas de ayudar por parte del mayorista.

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

He perdido clientes, por una mala logística del operador, y por una mala elección de la mayorista, y las pocas ganas de ayudarte cuando tienes un problema.

## **Entrevista 2**

Nombres y apellidos: Stefani Gamarra Villanueva

Género: Femenino

Empresa: Hi Travel E.I.R.L.

Ocupación: Gerente General Profesión: Aviación Comercial

Tiempo de experiencia: 12 años

Hora y lugar de la entrevista: San Luis, 07 de mayo del 2020

Duración de entrevista: 25 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

### **I. Características del emprendedor**

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

De hecho, tuvo que ver que quería ser independiente, y ya teniendo la experiencia y habiendo trabajado casi 10 años en una agencia de viajes, creo que había llegado el momento de tener un negocio propio.

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

Sí, estudié Aviación Comercial en Columbia, entre desde muy joven a trabajar en una agencia de viajes, así que muchas de las cosas que aprendí en temas administrativos fue en la agencia que trabajé.

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Definitivamente tuvo mucho que ver la experiencia, haber pasado por todas las áreas de la agencia de viajes, ver temas administrativos, de Counter, ver el tema de las cuentas, eso me dio la confianza, tuvo que ver mucho la experiencia.

### **II. Factor de decisión**

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

Bueno definitivamente el haber estudiado esa carrera, el factor tiempo, porque podía manejar mis tiempos, antes trabajar en una oficina es muy agotador, la independencia.

5. ¿Considero que era rentable el negocio de agencia de viajes?

Sí claro, yo puse toda la mira en el sector corporativo, siempre tenía aun que sea un público pequeño pero que se movía de manera diaria.

¿Por qué? No, El tema corporativo se maneja, usualmente le das crédito, y cuando le das crédito, le subes un poco el precio, que es el gasto administrativo.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

En este caso yo estoy abocada más al área corporativa.

### **III. Facilidades**

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Las facilidades fueron la experiencia, que ya la había mencionado, tener contactos en el área corporativa, eso me ayudó mucho a tener conexiones, los clientes que tenía eran recomendaciones.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Sí, definitivamente, casi el 90% de mi empresa es todo virtual.

Yo trabajo con el GDS SABRE por ahora, próximamente me gustaría tener otros sistemas, pero por ahora solo trabajo con SABRE.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Mucha, porque los clientes que yo tengo son contactos, recomendaciones, amigos, amigo del amigo, y eso me ayuda mucho.

10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

No mucho, lo he usado para algunas promociones, porque también veo pasajeros vacacionales, pero no es mi fuerte, mi fuerte es todo el tema corporativo, y a ellos no los captas tanto por redes sociales, no mucho, pero me ha servido para publicitar mi marca.

### **IV. Dificultades**



11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Por ejemplo, el que no haya una formalización de las agencias virtuales, por ejemplo MINCETUR te pide que tengas un local para que puedas estar en la dentro de la lista de agencias autorizadas, para que puedas estar inscrita, y definitivamente siento que le quita un poco de peso a la formalidad que ya tengo, porque soy una agencia formal, solamente que no puedo estar en MINCETUR porque me piden un lugar físico, sería el único requisito que me falta.

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil?

No fue complicada, tenía la expectativa que iba a ser un poco más difícil, más tedioso, no porque también tenía bastantes personas que me ayudaron con el tema legal, minuta, SUNAT, esas cosas que yo de algún modo ya estaba familiarizada, entonces no fue tedioso para mí.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

La competencia entre agencias de viajes no mucha, porque creo que hay público para todos, la competencia con la que sí me he visto afecta es con las aerolíneas de viajes, las aerolíneas a veces se pasan los canales y van directo a los pasajeros, y con una aerolínea es muy difícil de competir, porque ellos casi siempre tienen el último precio.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

El tema político, los problemas que ha habido hace poco en Sudamérica, las protestas en Chile, las tomas de aeropuerto, y en sí temas internos que ha tenido cada país, que creo que todos los países de Sudamérica han tenido una baja o una para dentro del crecimiento, el pasajero se reusa a exponerse a ese tipo de conflictos, puede afectar sus vuelos.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

Eh, tanto amenaza, no diría que son amenazas, porque cuando hay temporadas bajas tienes la ventaja que hay ofertas, así como también hay público que viaja en temporada alta por tema de tiempo, también hay público que por tema de económica viaja en temporada baja, se arriesgan a viajar en esas temporadas pues hay menos afluencia de turistas.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

Sí, con proveedores siempre, como el servicio no es directo, siempre tienes el riesgo que pueda suceder algo, de repente no algo grave, pero siempre hay un tipo de molestia para el pasajero, por ejemplo las aerolíneas a veces no cumplen con el tema de horarios, cancelación de vuelos, demoras de vuelos, los hoteles a veces hay falta de mantenimiento, en el tema de los traslados, la comunicación entre el trasladista y el pasajero a veces no es la óptima, a veces en los vuelos de retorno no sabes a qué hora te va a recoger.

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

Definitivamente, cuando el pasajero no está 100% satisfecho, no tiene buena referencia de la agencia, y lastimosamente es por problemas de terceros que a veces es muy complicado controlar.

### Entrevista 3

Nombres y apellidos: Milagros Espinoza Aponte

Género: Femenino

Empresa: Aventour Perú

Ocupación: Administradora Profesión: Marketing

Tiempo de experiencia: 5 años

Hora y lugar de la entrevista: Callao, 18 de mayo del 2020

Duración de entrevista: 20 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

#### I. Características del emprendedor

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

Mi motivación empezó porque había estudiado turismo, y trabajo en migraciones del aeropuerto Jorge Chávez.

Entonces quería ejercer mi carrera con un negocio propio.

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

Si, estudié Turismo y Hotelería en la universidad Garcilaso de la Vega

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Tener la experiencia de trabajar en el aeropuerto, y los conocimientos de mi carrera.

#### II. Factor de decisión

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

Deseaba tener un negocio propio que me permitiera tener más ingresos, y sobre todo ejercer mi carrera.

5. ¿Consideró que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?

Si, considero que es rentable, si vendo paquetes turísticos, servicios.

En el caso de que solo venda tickets y me quedo con la comisión de la aerolínea, no sería rentable, puesto que ya hace mucho tiempo no dan comisiones que compensen el trabajo que realizamos como intermediarios.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

Si, las personas piensan mucho en viajar, y lo que falta muchas veces es la asesoría especializada para que puedan realizar su viaje soñado.

#### III. Facilidades

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Tener de primera mano la información de los pasajeros que llegan al Perú.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Si, es muy importante porque puedes conocer la disponibilidad del inventario de espacios en tiempo real.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Es muy importante porque son los que te dan el soporte cuando necesitas coordinar o gestionar algo rápidamente.

10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

De alguna manera si, puedes te ayudan a crear una imagen de tu agencia en las redes y le da credibilidad a la empresa.

#### IV. Dificultades

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

No encontraba personas para que me puedan apoyar con la atención a los pasajeros, pues yo aun me encontraba laborando.

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil?

No fue muy difícil porque ya me había informado de cómo era el procedimiento y cuáles eran los requisitos que debía tener a mano para poder iniciar los trámites.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

Afecta de alguna manera con los precios, a veces lanzan promociones con precios que son demasiado bajos y no compensan lo que realmente cuesta el servicio.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

Definitivamente, las huelgas o cierre de carreteras, pues desorganizan todo lo que se tenía coordinado para el viaje.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

Aunque no pareciera, no han representado una amenaza puesto que los clientes a veces esperan las temporadas bajas para viajar, pues se encuentran mejores precios, si teniendo en claro el riesgo que está corriendo con las estaciones.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

La demora en los traslados, o la falta de comunicación de los hoteles con la agencia, ellos se toman atribuciones o decisiones que se le debe consultar a un pasajero, como por ejemplo el cambio de cantidad de camas, o habitaciones, entre otros.

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

Definitivamente afecta a la agencia puesto que eres la imagen y la persona más cercana a quien reclamar, y muchas veces ya no quieren volver a comprar.

## **Entrevista 4**

Nombres y apellidos: Herman Zelada Masgo

Género: Masculino

Empresa: Travel To Live

Ocupación: Gerente General Profesión: Contador

Tiempo de experiencia: 17 años

Hora y lugar de la entrevista: Santa Anita, 16 de mayo del 2020

Duración de entrevista: 20 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

### **I. Características del emprendedor**

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

Actualmente trabajo en una agencia de viajes donde me encargo de la parte contable, y mi familia y amigos siempre me pedían tickets o paquetes, entonces fue mi novia quien tuvo la idea de que podíamos empezar con nuestra agencia de viajes de manera virtual.

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

No, estudié ciencias contables.

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Contar con experiencia en el sector turismo ha sido de vital importancia para poder asesorar a los pasajeros, cuando me piden los servicios que brinda una agencia de viajes, además que tengo mucha paciencia para la atención y que la actividad turística necesita porque siempre existen cambios.

### **II. Factor de decisión**

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

El factor económico fue el principal, ya que descubrimos que podíamos ganar un extra a nuestros sueldos, vendiendo pasajes.

También, saber que teníamos algunos clientes que ya nos conocían y nos piden siempre sus tickets.

5. ¿Considero que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?

Inicialmente si, puesto que las líneas aéreas y operadores brindaban buenas comisiones y nos permitían poder venderles a los pasajeros sin recargos adicionales.

Posteriormente las comisiones fueron disminuyendo y desde hace algunos años se cobra el service fee, que es un gasto administrativo por los servicios que se brindan a los pasajeros, por lo cual los pasajeros hacen comparación de precio y deciden comprar por la web directamente.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes?

Si, debido a que la actividad turística se ha vuelto muy común, además que los pasajeros optan por el servicio de transporte aéreo para minimizar el tiempo de viaje.

### **III. Facilidades**

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Principalmente la disponibilidad de la tecnología, ya que mi agencia es online, y esto me permite poder atender desde cualquier ubicación en el menor tiempo posible.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Así es, conocer el funcionamiento de estos sistemas es indispensable para que la atención pueda fluir, además que actualmente ya existen versiones web que facilitan su uso.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Es de mucha utilidad, ya sean contactos de clientes o contactos de proveedores, te abren muchas puertas de opciones para que el negocio pueda funcionar.

10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

No, solo nos ayuda para hacer conocida la marca y que pueda darle credibilidad de que la empresa existe, quizá más adelante podríamos explotar más las funcionalidades que nos permitan hacer una conversión de ventas.

#### **IV. Dificultades**

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Empezamos con pocos clientes, porque no nos dedicábamos al 100% a la agencia porque estábamos en nuestros trabajos.

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil?

Aún no hemos iniciado el proceso para convertirnos en una persona jurídica, pero si hicimos algunas averiguaciones de los tramites que debemos realizar, y en mi opinión, debo destinar un tiempo para dedicarme a hacer todas las gestiones, de notaría, SUNAT, registros públicos, bancos, etc.

Por el momento nos mantenemos como persona natural con negocio.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

Todo el tiempo aparecen agencias y muchas veces no nos permite competir en el precio porque bajan al mínimo el margen de los gastos administrativos.

Además, tenemos otra competencia que son las líneas aéreas, las cuales lanzan sus promociones y los pasajeros no quieren pagar los gastos administrativos, a pesar de que este cobro se realiza por la asesoría, asistencia y seguimiento de su viaje.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

Las cancelaciones de las líneas aéreas y el mal servicio de los operadores, lo cual el pasajero siempre nos atribuye la culpa a la agencia.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

La estacionalidad afecta directamente en la cancelación de vuelos, los cuales muchas veces genera un caos con las reprogramaciones.

En el caso de las temporadas, puede ser indistintos ya que en temporadas altas los costos suben, pero viajan los que disponen de tiempo solo en esas fechas, y en las temporadas bajas muchos pasajeros aprovechan para viajar más barato sabiendo que puede existir mal tiempo.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

Las cancelaciones de vuelos, restricciones de tarifas, falta de limpieza al momento de brindar el servicio, el retraso para la prestación de los servicios, entre otros.

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

El pasajero finalmente reclama a la agencia de viajes, sin considerar que solo somos un intermediario y que muchas cosas no dependen de nosotros por más que tengamos la intención de poder ayudarlo.

## Entrevista 5

Nombres y apellidos: Claudia Daniela Taype Postigo

Género: Femenino

Empresa: Travel Safe Perú

Ocupación: Gerente General Profesión: Administradora en Turismo en Hotelería

Tiempo de experiencia: 8 años

Hora y lugar de la entrevista: San Juan de Miraflores, 07 de junio del 2020

Duración de entrevista: 30 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

### I. Características del emprendedor

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

Poder disponer de tiempo personal, en crear nuevas rutas, ofrecer un plus al pasajero (Servicio personalizado)

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

Sí, estudie Administración en Turismo y Hotelería, dentro de la carrera hubo un ciclo completo de Agencias de Viajes.

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Considero, a manera personal, que ha sido mi personalidad, soy extrovertida, cortés, responsable, organizada, siempre atenta, trato amable y servicial con el pasajero.

### II. Factor de decisión

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

Los factores que me impulsaron, fue la pasión por los viajes, y no necesariamente que haya viajado siempre, solo trataba de transportarme hacia un lugar a través de viajes que vendía (cuando trabajaba para otras agencias) o por medio de fotos y blogs de viajes. También la visión y perseverancia que he puesto en aprender y que sigo aprendiendo en este rubro tan lindo de los viajes.

5. ¿Considero que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?

Sí, porque de acuerdo con lo aprendido y experimentado, hay unas temporadas buenas en ventas, así como hay bajas pero manejables.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

Sí, yo me enfoqué más en Turismo Receptivo, ya que, según lo investigado, y en estadísticas hay un alto porcentaje de llegadas internacionales. Unos de los factores que influyó para mi decisión, fue la gran riqueza y diversidad que tiene nuestro país, Costa, Sierra y Selva que muchos otros países no tienen todo esto junto. (Los patrimonios que poseemos)

### III. Facilidades

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Unas de las facilidades, fueron las redes sociales /para hacer conocer mi agencia) y el en factor interno, las agencias mayoristas que no se limitan en vender los mejores productos a una agencia de viajes minoristas.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Sí, porque te permite ver en el mismo instante alternativas de vuelos, hoteles, autos y trenes que están disponibles a nivel mundial.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Creo que el "Boca a Boca" también ayuda, si te recomiendan, es porque están a gusto con tu trabajo y saben la calidad de servicios que ofreces.

10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

Creo que es un plus, cada vez incrementa otras redes, y estar en vanguardia puede decir que tu empresa, en este caso, agencia de viajes, siempre esta innovado y a la par con la tecnología.

### IV. Dificultades

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Los trámites para crear el nombre y registrarlo. También la ubicación estratégica para atención al público.

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil? Aprendí mucho, había pensado en otros nombres, pero me daba la sorpresa que ya existía, así que tenía que pensar más rápido y tratar de ser creativo. No difícil, pero sí de paciencia, para que todos los papeles de la creación de la empresa estén ok.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

Muchas veces las ofertas, tarifas que tienen unas agencias ya reconocidas a nivel nacional y difícil de llegar a esa competitividad.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

Competencia desleal de agencias locales

Ubicación estratégica.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

En mi opinión, creo que no mucho, porque hay temporadas donde turismo receptivo es alto, mientras que en otros continentes es lo contrario y así viceversa, entonces según las temporadas podemos promocionar cada destino.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

Hay proveedores que, si tienen todo en regla, es decir, si te piden factura o boleta, mientras que otras no.

También, en algunos casos hay errores humanos, como, por ejemplo, equivocarse la hora o día, o llegar tarde al traslado del pax, entre otros. Si este fuera el caso, pues el pax compró a mi agencia, tengo la responsabilidad absoluta para enmendar y mejorar este déficit.

Si no hay un buen servicio, los pasajeros no regresaran y mucho menos te recomiendan. De esa manera afectaría la calidad y servicio que brinda mi agencia de viajes.

## **Entrevista 6**

Nombres y apellidos: Mirella Yataco Garrido

Género: Femenino

Empresa: Puriq Travel S.A.C

Ocupación: Femenino Profesión: Administradora

Tiempo de experiencia: 13 años

Hora y lugar de la entrevista: Ate, 13 de junio del 2020

Duración de entrevista: 25 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

### **I. Características del emprendedor**

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

Bueno la principal motivación fue el hecho de querer tener algo propio después de tantos años de estar en el rubro decidí abrirme y ser mi propia jefa.

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

Estoy estudiando administración hotelera, básicamente manejo sistemas y es un tema de servicios que de alguna forma se vinculan.

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Como te decía, de hecho, tener casi 13 años de experiencia en el rubro, normalmente asesoraba las agencias de viajes y entonces veía todo lo que se debía hacer, como se debía hacer, y lo que no se debe hacer también, entonces fue mi mayor motivación y fue la mejor decisión que pude tomar.

### **II. Factor de decisión**

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

El factor experiencia, que ya tenía muchos años en la empresa y que ya no veía más crecimiento, las cosas empezaron a cambiar de un momento a otro entonces en la empresa y es por eso por lo que decidí emprender en esta agencia.

5. ¿Considero que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?

Si es rentable, si lo sabes llevar bien y lo sabes manejar bien, porque recibes comisiones no solamente del boleto aéreo, sino también del paquete, por ahí vendes una experiencia diferente, el seguro de viaje y si lo puedes capitalizar todo y sabes mover tu dinero hace los pagos oportunos y no ruleteas el dinero puedes ver ganancia.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

El mercado potencial, lo que se conoce como el turismo normal tuvo mucho que ver, pero básicamente lo que quise hacer es algo diferente desarrollar paquetes más personalizados, hacer algo como una experiencia distinta tipo holístico algo más vivencia.

### **III. Facilidades**

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Las facilidades estaban relacionadas a los años de experiencia en el rubro, tenía muchos amigos de toda la vida que me preguntaba por boletos o por paquetes, y entre ellos se pasaban la voz de que yo les podía ayudar.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Sí, porque tener un sistema la mano te permite ver las tarifas en tiempo real, de repente puedes tomar una tarifa barata en el momento o cuando fue el último espacio y pues aprovechar la oferta y no tener que esperar que alguien más me atienda, me da autonomía básicamente para mí la agencia de viajes es tener mayor autonomía y no depender de nadie porque los clientes necesitan rapidez.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Mucha, porque básicamente yo no he movido redes sociales todo de todas las ventas realizadas o las compras que me han hecho es básicamente amigos y una combinación de boca a boca, la red de proveedores también es importante porque tenía mucha cercanía a lo largo de los años con casi todas las líneas aéreas y a veces a tenía acceso a los ejecutivos a los que podía acudir cuando tenía algún problema y también lo contaste los mayoristas.



10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?  
Como te decía yo casi no hecho uso de las redes sociales, tenía pensado crear una página web, pero por diferentes motivos al final no se dio, pero sin embargo por el boca a boca de los amigos la empresa fue creciendo y de esta manera se mantiene sola.

#### **IV. Dificultades**

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Yo creo que la principal dificultad que se presentó para mí es que ya era una realidad que le estaba dando un servicio directo a las personas entonces tenía que cuadrar todos los espacios y coordinar con todos los operadores estar atenta las 24 horas el día de que todo el servicio funcione correctamente y de que tuvieran sus conexiones correctas porque los pasajeros suelen olvidar los horarios cuando están en la aeropuerto se van a la sala vip a comer 5 minutos antes de que salga su vuelo el estrés de que todo salga bien.

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil?  
En realidad, no, acudí por recomendación de mi socio a una empresa en la que hicieron todo, desde la minuta, todos los trámites, solo me llamaron para ir a firmar y luego tuve que ir a SUNAT, lo que me tomó en tiempo un par de semanas, mayor problema no tuve en realidad todo el proceso fue tercerizado.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

Si he tenido un caso muy particular, estaba vendiendo unos paquetes hacia Mendoza eran como 14 personas, solamente pude vender 6, porque la competencia estaba brindando otro precio que no sé cómo lo había conseguido, probablemente estaba haciendo una mala práctica, pero yo no podía llegar a ese precio, la tarifa del boleto era casi \$100 entonces ahí no podía buscar algo como igualarlo, así buscará y buscará todo el tiempo, otro tipo de problemas que ha tenido con la competencia es que bajan mucho el tema de los fees básicamente es un tema de competencia que no respetan los gastos administrativos que como empresa se deben ganar para que la empresa subsista, y todo el mercado empieza a bajar.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

En factores externos básicamente es por temas económicos por los que algunos pasajeros han dejado de viajar, otros temas son las huelgas seguidas que tenemos por las líneas aéreas, cierre de carreteras aeropuertos eso causa un malestar y descontrola todo y no tienes cómo manejarlo y ahora ves que el proveedor te falló y no tienes como coordinarlo.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

Ni tanto, porque la cartera de clientes que manejo normalmente están dispuestos a viajar en cualquier momento por ejemplo me dicen que les recomiende a dónde pueden viajar un lugar barato, no es que quiera un lugar específico sino que buscan promociones para aprovechar su tiempo, les voy buscando un sitio que de repente es invierno o verano y les indicó la estación y ellos ven que podrían que podrían hacer y lo aceptan, por ejemplo cuando es verano acá y es invierno en Europa sale un poco más económico y eso también a veces es bueno porque hay menos pasajeros y los turistas pueden viajar mejor.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

No he tenido muchos problemas logísticos, básicamente los problemas que he tenido es la demora en entregarme la documentación por parte del mayorista, los vouchers, para que los pasajeros puedan entrar a los hoteles y otro ejemplo es que en una oportunidad pedí una habitación doble y me dieron una habitación con una cama matrimonial y los pasajeros eran amigos entonces tener que mover todo el tema logístico y hacer comunicaciones a pesar de que ya se había avisado previamente y no lo tuvieron en cuenta y mayores problemas no se han presentado porque trato de estar al milímetro controlando cada detalle para no tener problemas al momento del viaje y así hago seguimiento a que los pasajeros lleguen a Lima tranquilos y felices y ahí puedo estar tranquila.

## Entrevista 7

Nombres y apellidos: Jefferson Clever Carrión Estrella

Género: Masculino

Empresa: Aventura en el Perú

Ocupación: Gerente General Profesión: Administrador en Turismo y Hotelería

Tiempo de experiencia: 7 años

Hora y lugar de la entrevista: Independencia, 02 de junio del 2020

Duración de entrevista: 35 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

### I. Características del emprendedor

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

En realidad, yo ya había estado en una agencia de viajes haciendo mis prácticas mientras estudiaba, de un momento a otro mi pareja queda embarazada y eso fue como que el motivo principal, ya tener en camino a mi hijo, lo que me motivó o me ayudó a sentar cabeza o estabilizarme un poco, pensar en el futuro, en realidad yo tenía otros trabajos muy importantes porque ya había estudiado otra carrera.

Pero no me gustaba en realidad trabajar para una sola persona o sea perdón para alguien, ya quería algo mío y pues lo de mi hijo fue como que la motivación exacta que determinó que yo pueda emprender esta empresa.

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

Claro, yo he estudiado la carrera de Administración en Turismo de la Universidad Cesar Vallejo, soy licenciado en dicha universidad.

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Bueno creo que más que nada la innovación y la creatividad que he podido tener en cuanto a los productos, tratando de tomar productos que no son tan convencionales que digamos en el mercado y me he dirigido a un a una segmentación de mercado en específico, a los que disfrutan más que nada de un tipo de turismo no convencional.

### II. Factor de decisión

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

Bueno como te decía al principio, que era básicamente por un tema de tener primero mi propia empresa, pero que sea un trabajo que no me aburriera, alguna cosa que me dé gusto de poder estar trabajando, que me dé ganas, alegrías, realmente no sin tanto esfuerzo quería disfrutar de mi trabajo, que me agrada hacerlo, no que me siento obligado y hacerlo por necesidad, depende también mucho de la carrera por ejemplo yo esté antes de estudiar turismo no sabía que estudiar realmente, después de haber estudiado administración bancaria y estaba indeciso, incluso fui a la universidad tomé todos los folletos, revisé toda la malla de todas las carreras para ver cuál realmente me importaba o me interesaba y bueno la carrera de administración turística que me ofreció la universidad era como que dos en uno no y turismo como que encajaban en lo que yo quería.

5. ¿Consideró que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?

Antes de emprender esta pequeña empresa, ya había visto el mercado, por lo que estaba practicando en una agencia de viajes y vi que era bastante rentable, claro que ahora en mi agencia he mejorado algunas varias cosas, y en esta agencia aprendí mucho porque conocí bastante el tema del proveedores de los destinos, información, historia de las rutas y así veía que se movía bastante dinero, realmente en un solo fin de semana se podía ganar muy bien, y que no era necesario moverme otras provincias para poder generar tanto ingreso, si era importante abarcar otras ciudades, y con el tiempo de los 24 departamentos ya son 17 que hemos podido operar.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

Más que cierto, y aparte de ese potencial es también conocer nuevos lugares, de crear una empresa uno para mí para mi familia, para mi hijo, dejar una empresa bien posicionada para su futuro, ese era mi sueño. No era solamente hacer una agencia de paso, para el momento.

### **III. Facilidades**

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

No apoyo económico tal vez, pero sí apoyo de buenos amigos que me ayudaron a empezar, uno de ellos, el mismo gerente de la agencia en la que yo trabajaba, nos convertimos en grandes amigos, hasta ahora somos muy buenos amigos, debería decir que hemos llegado a ser como que mejores amigos, él me ayudó con todo el tema de poder darme la información necesaria para poder emprender sin miedo me dio la seguridad, para no cometer tantos errores como de repente los cometió al no saber mucho y tuve como que la información de primera mano de lo que tenía que hacer.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Yo no tengo los programas comprados, pero me ayude con una agencia mayorista para poder tener venta de boletos aéreos y eso fue como que un plus o un agregado a lo que yo venía haciendo que era básicamente la operación de los tours, pero ya con venta de pasajes aéreos ya como que pude lanzarme como lo veníamos hablando a las provincias al extranjero porque incluso yo mismo vendía por los boletos aéreos a mis clientes que tomaban los tours.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Creo que a eso se debe que yo me lancé a realizar el emprendimiento con seguridad, porque ya yo contaba en realidad con todos los contactos para poder hacer mi operación de transporte, guías, restaurantes y ya me conocían, había hecho bastante amistad con varios proveedores, fui les dije que iba a empezar mi agencia de viajes y ese fue el apoyo que me brindaron para que yo pueda desarrollarme en mi agencia.

10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

Bastante, en realidad todas mis ventas han sido por redes sociales, todas mis ventas en el 85% y 90% han sido redes sociales, he visto un buen nivel de conversión en relación a lo que tú publicitas y que se convierte en ventas Así es en realidad por ejemplo el tema del internet y las redes sociales tienen un gran poder en diferentes temas y si lo sabes usar bien, es lo mejor, porque vas a poder tener como herramienta para poder vender. Asimismo yo tuve una gran oportunidad porque así de la nada por redes sociales se comunicó un trabajador de un conocido periódico, El Comercio, que también tiene su revista Vamos, que se dedica a viajes, artículos de viaje, y sin saber que él era uno de ellos, le hicimos un recorrido, si no me equivoco fue a Huancaya, a la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba y así de la nada un día me escribieron los del comercio y me dijeron que querían hacerme una entrevista y para hablar un poco del destino y todo eso y darle como que las fijes, como se dice ahora, y hacerle las entrevistas a tu sitio al principio pensé que era una broma incluso le dije estaba bromeando eso pasó hace 2 años, me llegó esa propuesta de marketing gratuito porque salir en ese tipo de medios es muy costoso sin pagar es algo extra y me tomaron entrevista y me dijeron esto va a salir en la revista y el periódico y vamos a poner el nombre tu empresa, tu nombre,, tu número tu contacto y todo eso bueno yo en ese tiempo era recién empezando no sabía qué se iba a venir encima en realidad, incluso bromea con la chica más bien avísame cuando va a salir porque yo no compro periódico, para poder comprarlo, y ver la entrevista incluso pasó un domingo que ni siquiera me avisó y la gente me empezó a llamar y yo no sabía que pasaba entonces yo decía que está pasando y por ahí como a un cliente le pregunté y le dije cómo me había contactado, dónde vio mi aviso o nuestro anuncio, me dijo lo he visto en el periódico en El Comercio, en este momento me emocioné mucho no sabía que hacer estaba muy emocionado y sólo en las redes sociales en la versión digital y me ayudó un montón y entonces yo pensé qué tanto poder tienen las redes sociales y durante una semana tuve muchas llamadas de clientes potenciales yo pensé y dije vamos a ver qué tanto poder tiene las redes durante toda una semana estuve con llamadas clientes potenciales y sobre todo tuve bastante venta.

Y de esa manera te ayuda la tecnología porque ahora no todo está en papel, sino que está en medios virtuales que llega mucho más rápido a los clientes, puede que el cliente no te contrató en ese momento, pero ya tiene la información de la agencia.

### **IV. Dificultades**

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Bueno una de las dificultades, fue el tema económico y no como la mayoría se lanza a emprender con un buen capital yo me acuerdo que esta agencia de viajes la estaba haciendo con un socio y me falló, entonces ya no vi rentabilidad Incluso le había dado un dinero para que haga los papeles

de la formalización de la empresa y le dije sabes que darme mi dinero y me voy, yo no puedo estar así no lo veo rentable porque como te digo mi motivación fue mi familia, mi hijo, y eso no me iba a dar mucho dinero que digamos mucha ganancia entre 3 entre 4 socios de no se ve la plata entonces agarré y dije yo lo voy a hacer sólo voy a hacerlo solo y entonces empecé así comisionar y cómo es mi el contacto de varias agencias de a varias horas de las que ya había trabajado para las que había hecho algún tipo de servicios entonces empecé a decirles que yo voy a vender voy a hacer un comisionista y voy a vender todas las agencias de esta manera me daban todos sus paquetes todo armadito y así empecé yo cero capital y así fui vendiendo empecé a ingresar a universidades, hasta que las universidades y las empresas me pidieron la formalización porque ya estaba de manera informal, ya estaba hecho una agencia no solamente era una persona natural y para poder formalizar me pidieron inscribirme en el MINCETUR, para el registro me pidieron tener una autorización de la municipalidad, ese fue otro problema que yo no tenía oficina, una oficina física entonces para sacar eso yo tenía que alquilar un local, para obtener la licencia debía cumplir ciertos requisitos para defensa civil y tenía que romper parte de mi casa, entonces de la nada se me presentó un milagrito y alquile un local, entonces fui a pedir un apoyo, un préstamo para poder hacer y poder abrir el local y lo alquilen después de que ya estaba en el local, me robaron cuando hayan pasado 4 meses me quedé sin nada y tuve que volver a empezar de cero con la ayuda de mis amigos que me permitieron estar en su oficina mientras que recuperaba todo lo que había perdido.

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil? Difícil es si no tienes los conocimientos de lo que debes de hacer, pero si primero te capacitas en eso, y de ahí los trámites no es tan difícil, si demoran, en algunos trámites demoran más días hasta semanas para que salga, pero un amigo me dijo porque no te vas al MAC en Lima, en un solo lugar esta la Sunat, Sunarp, Banco de la Nación, están todas las entidades que necesitas para tus tramites.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

Bueno la competencia es totalmente desleal, por el tema de la informalidad, competir con la informalidad acá en el Perú o en Lima es un tema bastante complejo porque tienes que tú como empresario formal seguir pagando tus impuestos y todo eso, tienes que competir en un mercado donde los precios están por los suelos, o como que donde la gente compra o la mayoría del mercado peruano nacional compra prefieren lo barato es tedioso se debe tener bastante paciencia y todo eso luego de competencia una agencia informal no contrata un guía acreditado por el MINCETUR, contrata a cualquier persona pero no brinda la seguridad que debería.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

Esas cosas eventuales el tema de climas, cierre de aeropuertos, huelgas, pero tratamos de todo dejarlo claro al momento de hacer la venta, los términos y condiciones, donde se informa todos esos datos en el programa turístico, hasta el momento no he permitido en algún momento me sorprenden, muchas veces he tenido el control aunque a veces no es controlable pero estamos atentos a lo que pueda pasar y poder solucionarlo también me ha pasado varias veces que hemos dejado hacer rutas por el tema de huelgas a veces que las guías se ponen en huelga y no se puede hacer nada.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

Y en realidad los ingresos varían, depende de la temporada por ejemplo en nuestro país tenemos temporadas bien marcadas para el mayor flujo de turista por ejemplo semana santa, fiestas patrias, que son donde hay más afluencia de personas que viajan luego de esas fechas la cosa es distinta no es tanto que digamos por ejemplo en verano me voy adecuando como ya tengo operación en casi todo el Perú voy manejando todas las temporadas.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

Esa es una muy buena pregunta, para poder operar de manera correcta un tour influye mucho el factor de tus proveedores es por ejemplo si hablamos del tema de transporte este transporte por más que te diga que es formal, de todas formas siempre tienes que revisar, me ha pasado que igual así contrate yo empresas formales de servicio de transporte turístico siempre el carro algo le falta, o no tiene el botiquín, o no tiene la revisión técnica, o no tiene problemas con los cinturones, o los asientos no están adecuados, o no tiene aire acondicionado.



## **Entrevista 8**

Nombres y apellidos: Shirley Morales Gálvez

Género: Femenino

Empresa: Turismo Alternativo Perú

Ocupación: Gerente General Profesión: Administradora

Tiempo de experiencia: 10 años

Hora y lugar de la entrevista: Independencia, 12 de junio del 2020

Duración de entrevista: 20 minutos

Título de investigación: Razones del Emprendimiento de Nuevas Agencias de Viaje en la Ciudad de Lima

### **I. Características del emprendedor**

1. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender en una agencia de viajes?

Las diferentes oportunidades en el mercado turístico.

La demanda de mercado.

2. ¿Estudió una carrera relacionada con agencia de viajes?

Si, soy Licenciada en Turismo

3. ¿Cuáles considera que son las principales habilidades que le han permitido ser un emprendedor en una agencia de viajes?

Conocer mucho de mi país, la necesidad de dar a conocer y también aportar en la conservación de las culturas.

### **II. Factor de decisión**

4. ¿Qué factores influyeron para que decida iniciar su emprendimiento en una agencia de viajes?

La necesidad de tener un negocio e ingresos propios, poder manejar mis tiempos, y desarrollar los productos más innovadores.

5. ¿Consideró que era rentable el negocio de agencia de viajes? ¿Por qué?

Si, porque ya conocía más o menos como era el manejo, los márgenes de ganancia que se deben establecer para que la agencia pueda ver resultados.

6. ¿El mercado potencial que existe para la actividad turística influyó en su decisión de emprender en una agencia de viajes? ¿Qué otros factores influyeron?

Así es, la actividad turística está muy de moda por estos tiempos, entonces decidí iniciar este proyecto.

Otro factor, fue la oportunidad de contar con las herramientas, haber terminado recientemente una carrera de turismo me permitiría poner en práctica todas las teorías.

### **III. Facilidades**

7. ¿Qué facilidades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Tener los contactos que me permitieron apoyarme cuando tenía muchas dudas, o desconocía de algún tema en específico.

8. ¿El uso de los GDS facilitó su emprendimiento?

Al principio para mi agencia no fue necesario, ya que el producto que yo vendo son tours, y por lo general no se necesita de GDS, ya que los programas los estructuramos nosotros propiamente en la agencia.

9. ¿Qué importancia tuvo su red de contactos en su emprendimiento?

Es super importante contar con una red de contactos, tanto de proveedores como de clientes, ya que desde su posición ayudan a que el negocio crezca.

10. ¿El uso de las redes sociales influyeron en el crecimiento de una agencia de viajes?

Si, es una herramienta muy importante ya que hoy en día se usa mucho para la difusión de la marca, y venta de productos, es lo que llega más rápido al cliente, no necesitamos mucho de medios impresos.

#### **IV. Dificultades**

11. ¿Qué dificultades se presentaron en el inicio de su emprendimiento?

Hacernos conocidos en el mercado, que nuestra marca sea reconocida por el público.

Adaptarnos a los cambios de la tecnología

Los procedimientos administrativos

12. ¿Cuál fue su experiencia con el proceso de formalización? ¿Considera que fue muy difícil? No fue difícil, para ello debes tener la preparación, conocimientos y experiencia sobre el tema y lo demás se da fácil.

13. ¿Qué dificultades le ha generado la competencia a su emprendimiento?

A veces existen agencias de viajes que engañan a los turistas, y es por ello por lo que muchas veces existe el temor a ser estafados por una agencia, y es difícil que confíen, pero somos nosotros quienes debemos trabajar para demostrar lo contrario.

14. ¿Cuáles son los problemas externos que usted considera han afectado el funcionamiento de su agencia de viajes?

La falta de profesionalismo de los proveedores, incumplen con servicios coordinados con anticipación, y muchas veces quieren improvisar con una solución para salir del paso, pero eso ya genera incomodidad en los clientes.

También el clima, es muy importante considerar que es un tema impredecible, y contra lo que a veces no se puede prever por más que estemos bien preparados.

15. ¿La estacionalidad y temporadas han representado una amenaza para su agencia de viajes?

Sí, dependiendo del destino que el cliente desea conocer, ya que cada lugar es distinto, pero se trata por todos los medios de manejar la situación, además quienes buscan este tipo de turismo saben que el factor clima puede estar a nuestro favor o en contra nuestro.

16. ¿Cuáles son los problemas logísticos (proveedores) que ha tenido para la prestación de sus servicios?

Muchas veces los proveedores fallan, y es para ello se debe tener siempre un plan B, siempre hay que tener una cartera de proveedores para que en el momento que uno falle, el otro esté dispuesto a dar el soporte necesario.

Y en las emergencias es cuando puedes darte cuenta de que proveedores están dispuestos a trabajar pese a las circunstancias.

¿De qué manera afectó a su agencia de viajes?

Afecta directamente a la imagen de la agencia, porque los pasajeros en ese momento atribuyen toda la responsabilidad a la agencia, muchas veces con la famosa frase "Yo te pagué a ti, y Tú me lo solucionas", aun sabiendo que es nuestro deber, por gestiones de terceros, muchas veces no tenemos el control.

## Anexo 6: Consentimiento informado

### Anexo

#### Carta de Consentimiento informado

Yo, Katrin Patricia Zorrilla Vilogron..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 25..... de junio..... del 2020



Firma del participante

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

Celular N° 947 214 042

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)



## Anexo

### Carta de Consentimiento informado

Yo, Stefani Gamarra, Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.



.....  
Firma del participante

Lima, 23 de junio del 2020

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

Celular N° 997 064 403

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)

**Anexo**

**Carta de Consentimiento informado**

Yo, Milagros Luisa Espinoza Aponte..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 24..... de junio..... del 2020



.....  
Firma del participante

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

Celular N° 991 533 536

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)

**Anexo**

**Carta de Consentimiento informado**

Yo, Claudia Daniela Taype Postigo. Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.



.....  
Firma del participante

Lima, ...24.... De Junio del 2020

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

Celular N°

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)

**Anexo**

**Carta de Consentimiento informado**

Yo, Mirella Yataco Garrido Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.



.....  
Firma del participante

Celular N° 955140967

Lima, 23 de Junio del 2020

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)

**Anexo**

**Carta de Consentimiento informado**

Yo, Shirley Milagros Morales Galvez ..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

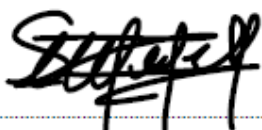
- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23 de junio del 2020



Firma del participante

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

Celular N° 957 242 825

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)

**Anexo**

**Carta de Consentimiento informado**

Yo, Jefferson Clever Carrión Estrella, Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:


- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23 de junio del 2020

  
.....  
CANDO AVENTURA EN EL PERU E.L.R.L.  
Firma del participante  
Jefferson Clever Carrión Estrella  
Gerente General

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

Celular N° 994 686 185

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)

Anexo

Carta de Consentimiento informado

Yo, Herman Anibal Zelada Masgo..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "RAZONES DEL EMPRENDIMIENTO DE NUEVAS AGENCIAS DE VIAJE EN LA CIUDAD DE LIMA - 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

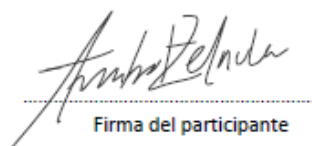
- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23 de junio del 2020

  
Firma del participante

.....  
Sara Inés Rivera Sánchez

Celular N° 987 523 546

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [sara.iriverasanchez@gmail.com](mailto:sara.iriverasanchez@gmail.com)

λ