



FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES
MINORISTAS EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2024**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERIA**

AUTORES:

**RAYSA FERNANDA ALVAN PINEDO
CLAUDIA DANITH HUAMAN MOZOMBITE**

ASESORA:

LIC. NIT .CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, MGR.

ORCID: 0000-0002-5941-158X

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS
Y TERRITORIOS.**

IQUITOS – PERÚ

2024

Dedicatoria

A Dios, que ha sido mi guía en cada paso que doy en mi camino. A mi querida madre Ketty quien fue mi soporte brindándome seguridad, apoyo y amor en todo momento y que siempre creyó en mí. A mi esposo Reissing por haber sido mi descanso y apoyo en los momentos más estresantes y por ser una de mis motivaciones para poder seguir adelante ayudándome en todo momento y dándome los ánimos y consejos para seguir adelante. A mis familiares quienes siempre tuvieron el tiempo y apoyo para que yo saliera siempre adelante.

A cada uno de ustedes, quienes han formado parte fundamental de mi vida y mi formación, le dedico este trabajo con todo mi cariño y gratitud. Este logro no habría sido posible sin su apoyo y amor incondicional.

Raysa Fernanda Alvan Pinedo

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre Alida, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi Esposo Alfredo y mi Hija Amalia por estar siempre a mi lado y ser mi fuerza para superarme cada día.

A mis estimados docentes por sus enseñanzas impartidas y que ahora son mi día a día en mis labores.

Claudia Danith Huaman Mozombite

Agradecimiento

Le agradecemos a Dios por este logro, por darnos las fuerzas en este camino y reto tan grande y sobre todo por darnos la dicha y la oportunidad de alcanzar nuestros sueños siendo nuestro guía en la vida y en nuestra profesión.

A nuestro profesor Lic. Genaro Rivera por brindarnos sus conocimientos, paciencia, por su tiempo porque más que un maestro fue un amigo, gracias porque él nos enseñó a amar nuestra carrera de Turismo, te agradecemos esas charlas, esos consejos entre hora y hora y esas recomendaciones entre lección y lección que nos alimentaban de conocimientos y nos desarrollaba profesionalmente. Hoy no se encuentra físicamente pero su recuerdo lo llevaremos siempre presente, un abrazo hasta el cielo querido profesor.

A nuestras madres por apoyarnos siempre en nuestra educación y crecimiento profesional y por el cariño y amor incondicional que siempre nos han brindado.

También agradecemos a nuestra asesora de tesis Lic. NIT. Claudia Lozano Rocha, Mgr. Quien nos guio siempre en este camino, la cual siempre estuvo atenta en resolver nuestras dudas y sus enseñanzas han sido fundamentales en este proyecto

Raysa Fernanda Alvan Pinedo

Claudia Danith Huaman Mozombite

Acta de sustentación

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 534-2024-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 22 de julio del 2024 se designó jurado.

Con Resolución Decanal N° 001-2025-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 02 de enero de 2025, se autorizó la sustentación.

Siendo las 11:00 horas del día 06 de enero se constituyó de modo virtual el Jurado para escuchar la presentación y defensa de la Tesis **GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES MINORISTAS EN LA CIUDAD DE QUITOS, AÑO 2024.**

Presentado por:

ALVAN PINEDO RAYSA FERNANDA

Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

HUAMAN MOZOMBITE CLAUDIA DANITH

Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Asesora: Lic. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha, Mag.

Luego de escuchar la sustentación y defensa ante las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en forma reservada, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: Aprobada por Unanimidad

A las 12.20 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.

Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira, Mag.
Presidente del Jurado

Lic. Ketty Alarcon Ramirez, Mag.
Miembro del Jurado

Lic. Adm. Enrique Alvan Mori, Mag.
Miembro del Jurado

Acta de antiplagio



"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

La Tesis titulada:

"GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES MINORISTAS EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2024"

De las alumnas: RAYSA FERNANDA ALVAN PINEDO Y CLAUDIA DANITH HUAMAN MOZOMBITE, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software ~~Antiplagio~~, con un porcentaje de 23% de similitud.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 13 de Diciembre del 2024.

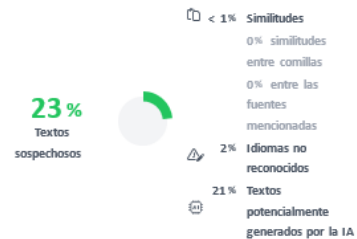
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge L. Janulluca Pionau', is written over a horizontal line.

~~Msc.~~ Arq. Jorge L. Janulluca Pionau
Presidente del Comité de Ética – UCP

UPEL/01
00000000



UCP_TYH_2024_TESIS_RAYSA_ALVAN_CL AUDÍA_HUAMAN_V1



Nombre del documento: UCP_TYH_2024_TESIS_RAYSA_ALVAN_CLAUDIA_HUAMAN_V1.pdf
ID del documento: d43da70a04e8bcea0c9fb8c0ebf0905ccdc70a35
Tamaño del documento original: 508,01 kB
Autores: []

Depositante: Chris Angela Ramirez Flores
Fecha de depósito: 12/12/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 12/12/2024

Número de palabras: 9169
Número de caracteres: 62.293

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1<	escuelamarenosttrum.com La agencia de viajes: ¿cómo se gestiona? 1% Palabras idénticas: < 1% (10 palabras) https://escuelamarenosttrum.com/agencia-viajes-gestion/#?text=La gestión de una			agencia de vi...
2	tesis.pucp.edu.pe https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13122/MIRANDA_VALENCIA	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

Índice de contenido

	Página
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Acta de sustentación	iv
Acta de antiplagio	v
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	1
1.1. Antecedentes del estudio	1
1.2. Bases teóricas	3
1.2.1. Agencia de viajes	3
1.2.2. Gestión administrativa	8
1.3. Definición de términos básicos	14
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
2.1. Descripción del problema	15
2.2. Formulación del problema	17
2.2.1. Problema general	17
2.2.2. Problemas específicos.....	17
2.3. Objetivos	18
2.3.1. Objetivo general	18
2.3.2. Objetivos específicos.....	18
2.4. Hipótesis.....	18
2.4.1. Hipótesis general.....	18

2.4.2. Hipótesis específicas	19
2.5. Variable	19
2.5.1. Identificación de las variables	19
2.5.1. Operacionalización de las variables.....	20
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	21
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Población y muestra	21
3.3. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	23
3.4. Procesamiento y análisis de datos	23
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	24
4.1. Resultados del cuestionario dirigido a los propietarios de las agencias.	24
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
5.1. Conclusiones.....	34
5.2. Recomendaciones.....	37
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS	43
Anexo 1. Cuestionario a los propietarios de las agencias de viaje	43
Anexo 2. Matriz de consistencia	48
Anexo 3. Fotos	49

Índice de tablas

	Página
Tabla N° 01	Variables, indicadores e índices del tema de estudio 20
Tabla N° 02	Lista de agencia de viajes minoristas 22
Tabla N° 03	Interés de participar en la encuesta de los propietarios..... 24
Tabla N° 04	Género de los encuestados 24
Tabla N° 05	Edad de los encuestados 25
Tabla N° 06	Servicios que ofrece la empresa 25
Tabla N° 07	Objetivos y metas definidos 26
Tabla N° 08	Plan de operaciones 27
Tabla N° 09	Presupuesto y finanzas..... 27
Tabla N° 10	Utilidad de la venta virtual 27
Tabla N° 11	Software o herramientas digitales 28
Tabla N° 12	Estructura organizativa 28
Tabla N° 13	Gestión de recursos humanos 29
Tabla N° 14	Procesos y procedimientos internos..... 29
Tabla N° 15	Comunicación interna 30
Tabla N° 16	Satisfacción personal 30
Tabla N° 17	Toma de decisiones..... 31
Tabla N° 18	Liderazgo y motivación 31
Tabla N° 19	Eficiencia operativa..... 32
Tabla N° 20	Cumplimiento normativo 32
Tabla N° 21	Calidad del servicio al cliente 33

Índice de figuras

	Página
Figura N° 01 Proceso administrativo según diversos autores	10

RESUMEN

Gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024

Raysa Fernanda Alvan Pinedo

Claudia Danith Huaman Mozombite

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024. Utilizando un enfoque descriptivo y transversal, se encuestó 15 propietarios de las agencias de viajes. Los resultados dan a conocer que las agencias de viajes revela una estructura organizativa sólida, con el 67% de las agencias contando con un plan estratégico formalizado y un alto nivel de digitalización. No obstante, el 20% carece de un plan formal, lo que refleja una gestión menos estructurada. Aunque casi todas las agencias tienen objetivos y procedimientos bien definidos, un pequeño porcentaje (7% y 13%) muestra carencias en estos aspectos. La capacitación es regular en el 47% de las agencias, mientras que un 20% no ofrece formación, lo que puede impactar negativamente en el servicio. Además, el 93% tiene roles y responsabilidades claros, favoreciendo la eficiencia. En cuanto a la satisfacción del personal, es elevada, pero un 13% de los empleados no participa en la toma de decisiones. Un 60% de las operaciones es eficiente, aunque el 40% necesita mejoras. El monitoreo de la calidad de servicio es irregular, con solo un 27% de encuestas consistentes de satisfacción.

Palabra claves: gestión administrativa, agencia de viajes, minorista.

ABSTRACT

Administrative management of retail travel agencies in the city of Iquitos, year 2024

Raysa Fernanda Alvan Pinedo
Claudia Danith Huaman Mozombite

The objective of this research was to analyze the administrative management of retail travel agencies in the city of Iquitos, year 2024. Using a descriptive and transversal approach, 15 travel agency owners were surveyed. The results reveal that travel agencies reveal a solid organizational structure, with 67% of agencies having a formalized strategic plan and a high level of digitalization. However, 20% lack a formal plan, reflecting less structured management. Although almost all agencies have well-defined objectives and procedures, a small percentage (7% and 13%) show deficiencies in these aspects. Training is regular in 47% of agencies, while 20% do not offer training, which can negatively impact service. In addition, 93% have clear roles and responsibilities, promoting efficiency. Regarding staff satisfaction, it is high, but 13% of employees do not participate in decision making. 60% of operations are efficient, although 40% need improvement. Monitoring of service quality is irregular, with only 27% of consistent satisfaction surveys.

Keywords: administrative management, travel agency, retailer

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del estudio

En el año 2022, se llevó a cabo un estudio de naturaleza descriptiva utilizando un método de enfoque inductivo. Se empleó la técnica de encuesta mediante la aplicación de un cuestionario dirigido específicamente a los 17 miembros de las organizaciones agropecuarias. El propósito central de esta investigación fue evaluar la gestión administrativa dentro de estas organizaciones, con el objetivo de optimizar los procesos internos y establecerla como una herramienta fundamental para la gestión gerencial efectiva. Se concluyó que la gestión administrativa juega un rol crucial en cualquier tipo de empresa, incluidas las agropecuarias, al estar orientada a la consecución de los objetivos organizacionales mediante la implementación de las diversas etapas del proceso administrativo: planificación, organización, dirección y control. Además, se subrayó la capacidad de una gestión administrativa eficiente en las empresas agropecuarias para mejorar los resultados económicos, impactando positivamente tanto en la economía interna de la unidad productiva como en el desarrollo a nivel local y nacional. Esto enfatiza la relevancia estratégica de una gestión administrativa bien estructurada para garantizar el éxito y la sostenibilidad de las empresas agropecuarias en Ecuador. (Chávez-Haro MM, Castelo-Salazar Ángel G, Villacis-Uvidia JF., 2020)

En el año 2022, se llevó a cabo una investigación de metodología mixta con un enfoque exploratorio-descriptivo. Se utilizó un muestreo probabilístico estratificado para dividir la población en parroquias urbanas, facilitando un análisis más detallado al aplicar las encuestas. Estas encuestas se centraron en cuatro dimensiones: planificación, organización, dirección y control, con el objetivo principal de evaluar el impacto de los

factores de gestión administrativa en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector comercial de la ciudad de Santo Domingo. Se concluyó que la mayoría de los gerentes o propietarios de las Pymes del sector comercial poseen un buen nivel de conocimientos sobre gestión administrativa. No obstante, se identificó cierto desconocimiento en el factor organización respecto a algunos procesos. Por otro lado, el factor control obtuvo la calificación más alta en la investigación. Se evidenció que la gestión administrativa influye significativamente en las actividades de las empresas, subrayando la importancia de que los gerentes o propietarios estén completamente capacitados para maximizar el rendimiento de sus negocios. (Armijo, Franklin Gerard Naranjo; Hurtado, Leonardo Humberto Carrión; Andrade, Fausto Guillermo Bosmediano, 2022)

En el año 2022, se realizó un estudio de tipo cuantitativo con un diseño correlacional no experimental para examinar cómo se comportan ciertas variables. La muestra incluyó 60 colaboradores a quienes se les aplicó una encuesta con el objetivo de investigar la relación entre la administración ejecutiva y la calidad de atención en agencias de viaje y turismo ubicadas en la región Ica. Los resultados demostraron una conexión significativa y sólida entre estas variables (Rho de Spearman = .602, $p < 0.01$), con similitudes notables en aspectos como la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad. Según el análisis, se estableció de manera concluyente una relación directa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en las agencias de viaje y turismo de la región Ica durante el año 2021. (Carrera Guerrero, Carmen Carolina, 2022).

En el año 2023, se realizó una investigación de enfoque cualitativo y diseño descriptivo, no experimental y transversal, donde se procedió a observar, examinar y registrar los casos específicos que la empresa Terratex Perú enfrentaba en su rutina diaria. El objetivo principal fue analizar la mejora en la gestión administrativa de la organización. Se determinó que la falta de claridad en los procesos y responsabilidades de

los empleados obstaculizaba la elaboración de ofertas y la comunicación con los proveedores, lo cual afectó negativamente la productividad empresarial y limitó el desarrollo organizacional óptimo, así como la planificación estratégica. La investigación subrayó que optimizar los procesos administrativos tuvo un impacto positivo en el progreso operativo de la empresa, siempre y cuando se utilizaran eficientemente los recursos y se implementaran estrategias efectivas para enfrentar los desafíos del entorno. La adopción de enfoques adecuados en la gestión estratégica y administrativa facilitaba satisfacer las necesidades de los clientes y tomar decisiones acertadas para impulsar el crecimiento y la expansión del negocio. (Herrera Martinez, Rosmary; Quispe Choque, Maria Del Carmen, 2023)

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Agencia de Viajes

El comercio representa un proceso socioeconómico que implica la adquisición y venta de bienes o servicios, ya sea para su consumo, comercialización o transformación. Este intercambio se distingue por la equivalencia de valor entre las partes que participan en él.

Las empresas comerciales pueden ser clasificadas según su estructura, tamaño y tipo de operaciones. Por ejemplo, se pueden distinguir entre minoristas, mayoristas y comercio electrónico. Además, también se pueden clasificar según el propietario, como propiedad individual o corporativa. (Comex Perú, 2020)

En el ámbito turístico, las agencias de viajes y turismo actúan como intermediarias entre proveedores de servicios y clientes, facilitando la compra y venta de paquetes turísticos. Estas entidades son fundamentales para el desarrollo del turismo, ya que conectan a los proveedores de

servicios con los clientes que buscan experiencias y servicios en diferentes destinos.(MINCETUR, 2015)

Las definiciones de agencias de viajes se centran en su función como intermediarias entre los clientes y los proveedores de servicios turísticos. A continuación, se presentan algunas definiciones y características clave:

Según la (OMT, 2008) una agencia de viajes es una empresa que se organiza como sociedad comercial, ya sea anónima o de responsabilidad limitada, y cuenta con la licencia correspondiente. Estas compañías se especializan de forma exclusiva y profesional en actuar como intermediarias u organizadoras de servicios turísticos, pudiendo utilizar recursos propios para ofrecer dichos servicios.

Según esta descripción, las agencias tienen las siguientes responsabilidades:

- a. Intermediación: operan como intermediarias entre los consumidores y los proveedores de servicios turísticos, simplificando la transacción de servicios y productos turísticos.
- b. Organización: diseñan y organizan paquetes turísticos que incluyen servicios contratados a otras empresas, como alojamiento y transporte.
- c. Asesoría: informan y asesoran a los clientes sobre destinos y servicios turísticos, ayudándolos a seleccionar el viaje más adecuado para sus necesidades específicas.
- d. Gestión interna: realizan tareas de contabilidad y administración interna, similares a las de cualquier otra empresa económica.

Las agencias de viajes se pueden clasificar dependiendo de su enfoque y de cómo establecen relaciones con los clientes y proveedores de servicios turísticos:

- a. Minoristas: Estas agencias venden directamente a los clientes los productos y servicios turísticos, diseñando paquetes personalizados para satisfacer las necesidades específicas de cada viajero.
- b. Mayoristas: Estas empresas se centran en crear paquetes turísticos para venderlos a otras agencias de viajes, sin ofrecer directamente sus productos al consumidor final.
- c. Mixtas: Estas empresas combinan las funciones de mayoristas y minoristas, ofreciendo servicios y productos turísticos a diferentes niveles y a diferentes clientes, lo que les permite adaptarse a las necesidades específicas de cada mercado.

Según la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT, 2023) optar por los servicios de agencias de viajes formalmente establecidas es la mejor manera de asegurar un viaje bien organizado y seguro. Al seleccionar una agencia, es esencial verificar que posea la licencia municipal y el registro de operaciones aprobado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Igualmente, se aconseja escoger una empresa que esté afiliada a la APAVIT, ya que esto asegura que cumple con los estándares y requisitos establecidos por la asociación.

Importancia de las agencias de viaje

Las agencias de viajes son fundamentales en el sector turístico, ya que facilitan la planificación y realización de viajes, ofrecen asesoramiento y recomendaciones, promueven el turismo, generan empleo e ingresos, ofrecen servicios adicionales, son expertas en destinos y viajes, facilitan la comunicación, son representantes de hoteles, líneas aéreas y medios de transporte, contribuyen a la difusión de la cultura y la historia, y son empresas mercantiles de servicio que acercan el producto turístico al consumidor. (APAVIT, 2023)

Entre los deberes primordiales que se debe llevar a cabo por los agentes de viajes se incluyen:

- a) Planificación y elaboración de itinerarios: los agentes de viajes crean itinerarios personalizados para viajes individuales y grupales, incluyendo la selección de destinos, transporte, alojamiento y actividades.
- b) Ofertar viajes y paquetes turísticos: los agentes de viajes ofrecen viajes y paquetes turísticos a los clientes, incluyendo servicios como vuelos, hoteles, excursiones y alquiler de coches.
- c) Reservas y gestión de documentos: los agentes de viajes realizan reservas de vuelos, hoteles, cruceros y otros servicios, y también gestionan la documentación necesaria para viajar, como visas, seguros de viaje y requisitos de salud.
- d) Asesoramiento y recomendaciones: los agentes de viajes asesoran a los clientes sobre destinos, itinerarios, opciones de transporte y alojamiento, y también proporcionan información sobre visas, seguros de viaje y requisitos de salud.

- e) Gestión de itinerarios y servicios: los agentes de viajes gestionan los servicios del viaje, incluyendo la organización de traslados, excursiones y actividades, y también se encargan de gestionar las entradas a eventos y espectáculos.
- f) Atención al cliente: los agentes de viajes brindan atención al cliente antes, durante y después del viaje, respondiendo preguntas, resolviendo problemas y proporcionando asistencia en caso de emergencias.
- g) Promoción y ventas: los agentes de viajes promocionan destinos y ofertas especiales, y venden paquetes de viaje a individuos y grupos.
- h) Gestión de eventos: los agentes de viajes también se encargan de organizar eventos como convenciones, viajes de negocios y viajes deportivos, y gestionan las reservas y servicios necesarios para estos eventos.
- i) Soporte a los turistas en destino: los agentes de viajes pueden brindar apoyo remoto a los turistas en destino, resolviendo dudas y tramitando incidencias.
- j) Administración y gestión de la agencia: los agentes de viajes también se encargan de la administración y gestión de la agencia, incluyendo la gestión de facturas, cobros y pagos, y la supervisión de los empleados.

INDECOPI

La Autoridad Nacional de Protección al Consumidor es una entidad que apoya a los consumidores para que tomen decisiones informadas en el mercado, asegurando su seguridad y bienestar. Además, se dedica a prevenir y resolver conflictos a nivel nacional, protegiendo los derechos de los consumidores y promoviendo una cultura de competencia justa y transparente en la economía peruana. Esto incluye la salvaguardia de todas las formas de propiedad intelectual, desde marcas registradas y derechos de autor hasta patentes y biotecnología. La Autoridad se compromete activamente en promover una cultura de calidad que satisfaga plenamente a los ciudadanos, las empresas y el Estado. (INDECOPI, 2022)

Código de protección y defensa del consumidor

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, establecido en la Ley 29571, tiene como objetivo asegurar que los consumidores puedan acceder a productos y servicios adecuados y ejercer sus derechos mediante mecanismos efectivos de protección. Esto se logra corrigiendo, previniendo o eliminando prácticas que perjudiquen sus intereses legítimos, y reduciendo la falta de equidad en la información. En el marco de la economía social de mercado establecida por la Constitución, se interpreta favorablemente la protección al consumidor, conforme a lo establecido en dicho código.

1.2.2. Gestión Administrativa

La gestión administrativa es un proceso integral que engloba la planificación, organización, dirección y control de los recursos y actividades de una organización para lograr sus objetivos y metas. Esta función es crucial para todo tipo de organización, ya sea pública o privada, y se enfoca en la eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos disponibles.

Involucra la toma de decisiones, asignación de responsabilidades, supervisión y evaluación del desempeño, así como la gestión de conflictos y problemas que puedan surgir en el proceso de trabajo. Además, incluye la planificación y programación de actividades, gestión de presupuestos y recursos, y comunicación efectiva con empleados y otros interesados. (Douglas Hoffman, K.; Bateson, John E.G., 2012)

Según (Fayol, Henri, 1949), la gestión administrativa es el arte de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de una organización para lograr sus objetivos y metas. Por otro lado, (Drucker, Peter, 1954) argumenta que la gestión administrativa implica la capacidad de tomar decisiones efectivas y liderar a los empleados hacia el logro de los objetivos organizacionales.

Importancia de la gestión administrativa

La gestión administrativa desempeña un papel fundamental al iniciar un negocio, ya que su efectividad puede determinar el éxito o el fracaso de la empresa. Su propósito radica en garantizar la ejecución adecuada de las operaciones, brindando apoyo administrativo a los diversos procesos funcionales empresariales para lograr resultados eficaces y obtener una ventaja competitiva considerable frente a los competidores.

Según (Terry, George Robert, 2000), la gestión administrativa es esencial debido a su capacidad para coordinar esfuerzos en entornos complejos. Requiere habilidades destacadas para manejar eficientemente los recursos disponibles, como materiales, financieros, tecnológicos y humanos, con el objetivo de alcanzar los objetivos de manera eficiente y efectiva.

Proceso Administrativo

La teoría neoclásica afirma que las responsabilidades del administrador están alineadas con los componentes de la administración descritos por (Fayol, Henri, 1949), los cuales incluyen la planificación, organización, dirección, coordinación y control, aunque con una adaptación moderna. En concordancia con la propuesta de Fayol, los teóricos neoclásicos integran el proceso administrativo como el eje central de su enfoque ecléctico y pragmático. Sin embargo, cada autor introduce variaciones en las funciones administrativas, lo cual resulta en diferencias sutiles entre ellas.

Figura N° 01

Proceso administrativo según diversos autores clásicos y neoclásicos

Fayol	Urwick	Gulick	Koontz y O' Donnell	Newman	Dale
Prever Organizar Ordenar Coordinar Control	Investigación Previsión Planeación Organización Mando. Coordinación Control.	Planeación Organización Administración de personal Dirección Coordinación Información Presupuesto	Planeación. Organización. Designación de personal. Dirección. Control.	Planeación Organización Liderazgo Control	Planeación Organización Dirección Control

Tomado de: ¹ Chiavenato, Idalberto , 2006.

¹. Chiavenato, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración año 2006.

En términos generales, hoy en día se reconoce que las funciones esenciales del administrador comprenden la planificación, la organización, la dirección y el control. La efectiva implementación de estas cuatro funciones fundamentales (planificar, organizar, dirigir y controlar) constituye lo que se conoce como el proceso administrativo.

Los administradores, sin importar su nivel jerárquico o el departamento en el que trabajen, ya sea en organizaciones pequeñas o grandes, con o sin ánimo de lucro, y operando a nivel local o global, tienen la responsabilidad de realizar estas cuatro funciones fundamentales. La efectividad en la ejecución de estas funciones determina la eficacia y la eficiencia de las organizaciones que administran.

Particularidades de la administración de empresas turísticas

La industria turística, a pesar de ser esencialmente una empresa con características distintivas, requiere que los gerentes presten especial atención a ciertos aspectos al llevar a cabo sus funciones administrativas. Aunque el proceso administrativo es aplicable universalmente a todas las empresas, su implementación en el contexto turístico exige un análisis más detallado de varios aspectos específicos, los cuales se detallan a continuación:

- a. El sector turístico se centra principalmente en la prestación de servicios, los cuales son intangibles, no almacenables y dependen directamente de quien los ofrece. Esto implica que la planificación, dirección y control en este sector requieren respuestas rápidas y efectivas.
- b. La satisfacción del cliente y los altos estándares de calidad en los servicios turísticos requieren que toda la administración adopte cada vez más principios de gestión integral de calidad.

- c. En las decisiones, es crucial contar siempre presente al comprador. Todos los trabajadores deben estar capacitados para resolver las necesidades de los clientes de manera directa, sin necesidad de escalas jerárquicas. Esto requiere establecer procedimientos claros que guíen las decisiones individuales. Además, ante situaciones no programadas, los directivos y empleados del sector turístico deben demostrar habilidades como la creatividad, la empatía y la amabilidad para resolver problemas y satisfacer al cliente.
- d. La planificación juega un papel fundamental en las empresas turísticas, ya que permite anticiparse a la estacionalidad y a los cambios en las preferencias y tendencias del mercado.
- e. La impresión que los directivos dan en las empresas turísticas es esencial, no solo como ejemplo para los empleados, sino también por la percepción que crean de la empresa ante los clientes.
- f. La comunicación efectiva es crucial en operaciones que incluyen a varias personas, como en la industria hotelera, la recepción de hoteles o las reservas en agencias de viaje.
- g. En el ámbito del turismo, es crucial que las empresas se centren en ser efectivas para garantizar que los clientes estén satisfechos, al mismo tiempo que optimizan la administración de recursos y procesos. Según (Kothler, Philip; Bowen, John T.; Makens, James C.; Garcia de Madariaga, Jesús; Flores Zamora, Javier, 2011)

La gestión administrativa en las agencias de viaje se basa en tres fundamentos clave: marketing y promoción, tecnología y herramientas de gestión e innovación y adaptación. Para atraer a los clientes, las agencias deben desarrollar estrategias de marketing efectivas, mantener una presencia en los canales donde los viajeros buscan información y utilizar

herramientas tecnológicas modernas y plataformas de reservas en línea. Además, deben estar dispuestas a innovar y adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado para mantenerse competitivas y ofrecer servicios de alta calidad, siendo las siguientes:

- a) **Marketing y Promoción:** la gestión administrativa en las agencias de viaje se basa en el marketing y la promoción, que permiten atraer y retener clientes. Esto implica la planificación y ejecución de estrategias para promover productos o servicios, así como la gestión de relaciones con los clientes y proveedores.
- b) **Tecnología y Herramientas de Gestión:** la tecnología y las herramientas de gestión son fundamentales para la eficiencia y eficacia en la gestión de una empresa. Estas incluyen sistemas de gestión de recursos, software de contabilidad y gestión de proyectos, así como herramientas de comunicación y colaboración.
- c) **La capacidad de innovar y adaptarse es esencial para el desarrollo y la expansión de cualquier negocio.** Esto requiere ajustarse a los cambios del mercado y la sociedad, así como desarrollar nuevos productos y servicios. También implica la gestión de riesgos y la toma de decisiones estratégicas para asegurar el progreso y la prosperidad de la empresa. (Kothler, Philip; Bowen, John T.; Makens, James C.; Garcia de Madariaga, Jesús; Flores Zamora, Javier, 2011)

1.3. Definición de términos básicos

- a) Planificación: es el proceso de definir y establecer los objetivos y estrategias de una empresa para alcanzar el éxito. (Fayol, Henri, 1949)
- b) Organización: es el proceso de estructurar y distribuir las responsabilidades y recursos dentro de una empresa para lograr sus objetivos y metas. (Drucker, Peter Ferdinand, 1999)
- c) Dirección: es el proceso de guiar y motivar al personal de una empresa para que trabajen de manera eficiente y efectiva hacia el logro de los objetivos organizacionales. (Douglas Hoffman, K.; Bateson, John E.G., 2012)
- d) Control: es el proceso de monitorear y evaluar el desempeño de una empresa para asegurar que se están logrando los objetivos establecidos y tomar acciones correctivas cuando sea necesario. (Fayol, Henri, 1949)

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema

La gestión administrativa de las agencias de viajes se enfrenta a numerosos retos en el ámbito global, tales como los cambios en el comportamiento del consumidor, la competencia internacional, la necesidad de cumplir con regulaciones, el impacto de crisis globales como la pandemia de COVID-19, la adopción de nuevas tecnologías y la demanda de prácticas sostenibles. La accesibilidad a la información y la expansión de plataformas digitales han empoderado a los consumidores, forzando a las agencias a adaptarse y a proporcionar servicios de valor añadido para mantenerse relevantes. Además, deben competir tanto a nivel local como con grandes plataformas en línea, lo que ha ejercido presión sobre los márgenes de beneficio y ha incrementado la necesidad de innovar.

Para enfrentar estos retos, las agencias de viajes pueden implementar diversas estrategias, como diversificar sus servicios ofreciendo experiencias únicas que no se encuentran fácilmente en línea, e invertir en tecnología para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. También es crucial la formación y capacitación del personal en habilidades digitales y atención al cliente, así como establecer alianzas estratégicas y desarrollar estrategias de marketing digital para atraer y retener clientes. La gestión administrativa de las agencias de viajes requiere una adaptación continua, innovación y un enfoque centrado en el cliente para prosperar en un entorno competitivo y en constante cambio.

Así mismo, las agencias de viajes en el Perú enfrentan desafíos significativos como la alta concentración de turismo en destinos icónicos como Machu Picchu y Cusco, que generan competencia intensa y la necesidad de diversificar sus ofertas para incluir destinos menos conocidos. Además, la infraestructura turística en algunas regiones es insuficiente, lo que afecta la experiencia del turista y la reputación de las agencias. Muchas operan informalmente, lo que les impide acceder a beneficios y protecciones legales, y enfrentan la necesidad de mejorar la capacitación del personal en competencias digitales y atención al cliente. La pandemia de COVID-19 ha reducido drásticamente el número de visitantes, afectando la viabilidad económica, y la promoción turística a nivel nacional.

La gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en Iquitos enfrenta varios desafíos que afectan su eficiencia y competitividad en el mercado turístico, a pesar de estar ubicadas estratégicamente en una región biodiversa y atractiva de Perú. Uno de los principales problemas es la falta de capacitación y profesionalización del personal administrativo, lo cual se refleja en una gestión ineficiente de recursos y servicios, afectando la calidad del servicio al cliente y la capacidad de adaptación a las demandas del mercado.

Además, estas agencias enfrentan dificultades en la adopción de tecnologías avanzadas que podrían optimizar sus procesos administrativos, como sistemas de gestión automatizados. Esto genera una dependencia excesiva en métodos manuales propensos a errores y demoras, limitando la eficiencia en la gestión de reservas, inventarios y finanzas.

Otro desafío relevante es la competencia desleal y la informalidad en el sector, con la proliferación de operadores turísticos no regulados que afectan a las agencias establecidas, reduciendo sus márgenes de ganancia y comprometiendo su sostenibilidad a largo plazo. Finalmente, la falta de estrategias efectivas de marketing y la escasa promoción de destinos locales limitan la capacidad de estas agencias para atraer más turistas, desaprovechando el potencial turístico de la región.

En Iquitos, según información obtenida directamente de GERCETUR – Loreto, existen 74 agencias de viajes minoristas que satisfacen las necesidades de la comunidad local. Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo analizar estos desafíos en profundidad y proponer soluciones que mejoren la gestión administrativa de estas agencias en Iquitos. Estas propuestas están destinadas a promover un desarrollo más competitivo y sostenible del sector turístico local en 2024.

2.2 Formulación del problema.

2.2.1. Problema general.

¿Cómo es la gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?

2.2.2. Problemas específicos.

¿Cuál es el proceso administrativo involucrado en la planificación de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?

¿Cuál es el proceso administrativo que implica la organización de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?

¿Cuál es el proceso administrativo que sigue la dirección de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?

¿Cuál es el proceso administrativo para el control de las operaciones de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?

2.3. Objetivos.

2.3.1. Objetivo general.

Analizar la gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

2.3.2. Objetivos específicos.

- a) Describir el proceso administrativo involucrado en la planificación de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.
- b) Describir el proceso administrativo que implica la organización de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.
- c) Describir el proceso administrativo que sigue la dirección de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.
- d) Describir el proceso administrativo para el control de las operaciones de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Se observa buena gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

2.4.2. Hipótesis específicas

Se observa buen proceso administrativo involucrado en la planificación de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

Se observa buen proceso administrativo que implica la organización de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024

Se observa buen proceso administrativo que sigue la dirección de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

Se observa buen proceso administrativo para el control de las operaciones de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

2.5. Variable

2.5.1. Identificación de las variables y operacionalización

Variable: gestión administrativa.

2.5.2. Operacionalización de las variables.

Tabla N ° 01
Variables, indicadores e índices del tema de estudio

Variable	Indicadores	Índices
Gestión Administrativa	1. Planificación	1.1. Plan estratégico documentado. 1.2. Objetivos y metas claramente definidos. 1.3. Plan de operaciones. 1.4. Presupuesto y finanzas. 1.5. Software o herramientas digitales para la gestión de su planificación.
	2. Organización	2.1. Estructura organizativa. 2.2. Gestión de recursos humanos. 2.3. Procesos y procedimientos internos. 2.4. Comunicación interna.
	3. Dirección	3.1. Satisfacción del personal. 3.2. Toma de decisiones. 3.3. Liderazgo y motivación.
	4. Control	4.1. Eficiencia operativa. 4.2. Cumplimiento normativo. 4.4. Calidad del servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio presente se basa en un diseño descriptivo simple, enfocado en la recopilación de información sobre una variable de interés sin explorar relaciones entre ellas.

Se trata de una investigación no experimental, ya que no implica la manipulación de variables; en cambio, se recolecta la información tal como se presenta, centrándose principalmente en la gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos durante el año 2024.

Este enfoque es transversal, significando que la investigación se llevó a cabo en un único momento en el tiempo, proporcionando un retrato específico de dicho período.

3.2. Población y muestra.

La presente investigación se centra en el estudio de la siguiente población: propietarios de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos durante el año 2024.

Para el presente estudio se realizó las siguientes características de inclusión:

La población está conformada por propietarios de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024, se utilizó el muestreo no probabilístico, basada en una proporción del total al 20%, siendo un total de 15 agencias de viajes minoristas

Población

Elemento : gestión administrativa.

Alcance : ciudad de Iquitos.

Unidad de muestreo: agencias de viajes minoristas.

Unidad de análisis : propietarios de las agencias de viajes minoristas.

Tiempo : junio 2024.

Tabla N ° 02
Lista de agencia de viajes minoristas

N°	AGENCIA DE VIAJES	DIRECCION
1	Shadia tours	Calle Abtao 762
2	Megan travel	Calle Loreto 401
3	Megan travel Tours	Calle Loreto 407
4	Mi mundotravel t&c sac	Av. Abelardo Quiños b-1
5	Ikitours	Calle Borja 604
6	Taly tours	Jr. Ricardo palma 984
7	Lirios agencias	Jr. Condamine 452
8	Xavis tours	Calle Loreto 403
9	Jungla travel tours	Calle Misti 787
10	Avior travel tours	Jr. Condamine 411
11	Angel travel tours	Jr. Condamine 436
12	Meli travel tours	Jr. Yurimaguas 795
13	Paucar tours	Jr. Prospero 648
14	Guacamayos travel	Los frutales MZ A LT9-B
15	Aventur	Calle Moore 223

3.3 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.

La técnica que se utilizó para el recojo de información es la entrevista, la misma que se aplicó en las agencias de viajes minoristas.

El cuestionario para propietarios de agencias de viajes consta de 19 preguntas. El proceso de investigación comenzó con la identificación y análisis del problema para entender sus causas y consecuencias. Luego, se utilizó diversas fuentes bibliográficas para obtener teorías relevantes que guiaron la selección de los aspectos más significativos a evaluar. Los datos se recolectaron mediante instrumentos diseñados específicamente para capturar las dimensiones e indicadores relevantes. Una vez recopilados, se organizaron para asegurar una presentación estructurada alineada con los objetivos del estudio. Finalmente, se formuló conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos obtenidos.

3.4 Procesamiento y análisis de datos.

El procesamiento y la interpretación de datos se llevarán a cabo utilizando Microsoft Excel, ya que será necesario organizar la información en tablas que simplifiquen su análisis. Además, para analizar los datos se empleará el método descriptivo.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados del cuestionario dirigido a los propietarios de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

4.1.1. Datos Generales

Al realizar visitas a las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, se consultó a los propietarios sobre su disposición para participar en la investigación. Como resultado, la totalidad de ellos (100%) manifestó su interés en colaborar completando la encuesta.

Tabla N° 03

Interés de participar en la encuesta

	Frecuencia	Porcentaje
No	0	00.0
Si	15	100.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras.

Se entrevistó a un total de 15 propietarios de agencias de viajes minoristas, de los cuales el 87% eran mujeres y el 13% hombres. Esto refleja una predominancia femenina entre los propietarios de estas agencias en la ciudad de Iquitos.

Tabla N° 04

Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	2	13.0
Femenino	13	87.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras.

El grupo de propietarios de 30 años o más representó la mayoría de la muestra, constituyendo un 53% del total. Por otro lado, el 47% restante estuvo conformado por propietarios menores de 30 años, lo que refleja una distribución ligeramente inclinada hacia los propietarios de mayor edad.

Tabla N° 05
Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 30 años	7	47.0
De 30 años o más	8	53.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

Las agencias de viajes minoristas destacan principalmente por la venta de boletos de viaje, que constituye el 26% de los servicios que ofrecen. Además, el 22% de su actividad está relacionada con la comercialización de paquetes turísticos, mientras que un 15% corresponde a la oferta de seguros de viajes. Estos tres servicios representan una parte significativa del portafolio de productos y servicios que estas agencias brindan a sus clientes.

Tabla N° 06
Servicios que ofrece la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Boleto de viaje	14	26.0
Paquetes turísticos	12	22.0
Reservaciones de hoteles	6	11.0
Alquiler de autos	1	2.0
Seguro de viajes	8	15.0
Paquetes de cruceros	4	7.0
Excursiones y actividades	4	7.0
Traslado y transporte	2	4.0
Otros especificar	3	6.0
Total	54	100.0

Fuente: encuesta realizada por los investigadores.

4.1.2. Planificación

El 67% de las agencias de viajes minoristas cuenta con un plan estratégico documentado, lo que refleja una sólida estructura de planificación y dirección a largo plazo. Por otro lado, un 20% de las agencias no dispone de un plan estratégico formalizado, lo que podría implicar una gestión más reactiva o improvisada. Finalmente, el 13% de las agencias ha desarrollado un plan estratégico de manera parcial, lo que indica que han avanzado en su planificación, pero aún no han completado todo el proceso necesario para su implementación total.

Tabla N° 07
Plan estratégico documentado

	Frecuencia	Porcentaje
Si, tiene un plan estratégico documentado	10	67.0
No, tiene un plan estratégico documentado	3	20.0
Parcialmente	2	13.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El 93% de las agencias de viajes minoristas tiene sus objetivos completamente definidos, lo que indica una clara dirección y enfoque en sus metas organizacionales. Por otro lado, el 7% cuenta con objetivos, pero estos son vagos o poco específicos, lo que podría dificultar una implementación efectiva de estrategias y una medición precisa del rendimiento.

Tabla N° 08
Objetivos y metas definidos

	Frecuencia	Porcentaje
Si, están completamente definidos	14	93.0
Sí, pero son vagos o pocos específicos	1	7.0
No están definidos	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El 87% de las agencias de viajes minoristas tiene todos sus procedimientos completamente definidos, lo que asegura una operación eficiente y estandarizada en sus actividades diarias. En contraste, el 13% solo tiene definidos algunos de sus procedimientos, lo que sugiere que podrían existir áreas operativas con falta de claridad o consistencia en su ejecución.

Tabla N° 09
Plan de operaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Sí, todos los procedimientos están definidos	13	87.0
Algunos procedimientos están definidos	2	13.0
No están definidos	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El 87% de las agencias de viajes minoristas realiza la revisión de su presupuesto y finanzas cada trimestre o con mayor frecuencia, lo que demuestra un alto nivel de control y seguimiento continuo de su situación financiera. En cambio, el 13% lleva a cabo esta revisión de manera anual, lo que podría reflejar un enfoque menos detallado en la gestión financiera a lo largo del año.

Tabla N° 10
Presupuesto y finanzas

	Frecuencia	Porcentaje
Sí, cada trimestre o más frecuentemente	13	87.0
Anualmente	2	13.0
No se revisa ni ajusta el presupuesto	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El 100% de las agencias de viajes minoristas utiliza un software especializado diseñado específicamente para la gestión de sus actividades. Esto refleja un alto nivel de digitalización y tecnificación en el sector, lo que les permite optimizar procesos como la reserva de servicios, la gestión de itinerarios y la atención al cliente, asegurando una mayor eficiencia y competitividad en el mercado.

Tabla N° 11
Software o herramientas digitales

	Frecuencia	Porcentaje
Sí, un software especializado utilizado en agencia de viajes	15	100.0
No utilizan software para gestión de reservas y ventas	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

4.1.3. Organización

El 93% de las agencias de viajes minoristas tiene su estructura organizativa completamente definida, lo que garantiza una distribución clara de roles y responsabilidades dentro de la empresa, favoreciendo una gestión eficiente y coordinada. Por otro lado, el 7% de las agencias solo ha definido algunos roles, lo que puede generar ambigüedad en la asignación de tareas y afectar la fluidez operativa.

Tabla N° 12
Estructura organizativa

	Frecuencia	Porcentaje
Sí, completamente definidos	14	93.0
Algunos roles están definidos	1	7.0
No están definidos	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

En cuanto a la gestión de recursos humanos, el 47% de las agencias de viajes minoristas implementa programas de capacitación de manera regular, lo que refleja un compromiso constante con el desarrollo y actualización de las competencias de su personal. Un 33% ofrece capacitaciones de forma ocasional, lo que sugiere un enfoque menos frecuente pero presente en su gestión del talento. Finalmente, el 20% de las agencias no ofrece programas de capacitación, lo que podría limitar el crecimiento profesional de sus empleados y afectar la calidad del servicio brindado.

Tabla N° 13
Gestión de recursos humanos

	Frecuencia	Porcentaje
Sí, regularmente	7	47.0
Ocasionalmente	5	33.0
No ofrecen programas de capacitación	3	20.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El 67% de las agencias de viajes minoristas revisa y actualiza sus procesos y procedimientos internos de manera periódica, lo que asegura una mejora continua y adaptación a las necesidades del mercado. Por otro lado, el 33% realiza estas revisiones de forma ocasional, lo que sugiere un enfoque más esporádico en la optimización de sus operaciones.

Tabla N° 14
Procesos y procedimientos internos

	Frecuencia	Porcentaje
Sí, periódicamente	10	67.0
Ocasionalmente	5	33.0
No realizan revisiones ni actualizaciones	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El 87% de las agencias de viajes minoristas utiliza herramientas formales de comunicación interna de manera regular, lo que facilita una transmisión clara y estructurada de la información dentro de la organización, promoviendo una mejor coordinación entre los equipos. En contraste, el 13% no emplea herramientas formales de comunicación interna, lo que podría generar desorganización o malentendidos en la gestión diaria.

Tabla N° 15
Comunicación interna

	Frecuencia	Porcentaje
Sí, utilizan herramientas formales regularmente	13	87.0
A veces utilizan herramientas formales	0	0.0
No utilizan herramientas formales de comunicación interna	2	13.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

4.1.4. Dirección

La satisfacción del personal en la organización es excepcionalmente alta, con un entorno de trabajo marcado por un espíritu positivo y una fuerte colaboración entre los miembros del equipo. El 100% de los empleados reportan sentirse plenamente satisfechos, resaltando la buena comunicación, el apoyo mutuo y un ambiente laboral que fomenta tanto el bienestar personal como la productividad colectiva.

Tabla N° 16
Satisfacción del personal

	Frecuencia	Porcentaje
Positivo y colaborativo	15	100.0
Neutro, sin mayor impacto	0	0.0
Negativo o tenso	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El enfoque de la organización en la toma de decisiones muestra diferentes grados de participación de los empleados. En el 47% de los casos, los empleados son consultados, lo que implica que su opinión es valorada, aunque no siempre tienen una influencia directa en el resultado final. En el 40% de las decisiones, los empleados están plenamente involucrados, participando activamente en el proceso, lo que refleja un ambiente inclusivo y colaborativo. Sin embargo, en un 13% de las ocasiones, los empleados raramente son involucrados.

Tabla N° 17
Toma de decisiones

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre se involucra a los empleados	6	40.0
A veces se les consulta	7	47.0
Raramente se les involucra	2	13.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El estilo de liderazgo en la organización se caracteriza por dos enfoques predominantes. Un 33% del liderazgo es inspirador y motivador, donde los líderes fomentan el entusiasmo, impulsan a los empleados a alcanzar su máximo potencial y promueven una visión compartida que inspira a los equipos. Por otro lado, el 67% del liderazgo es más directivo y orientado a resultados, donde los líderes se centran en la eficiencia, el cumplimiento de objetivos y la ejecución de tareas de manera estructurada.

Tabla N° 18
Liderazgo y motivación

	Frecuencia	Porcentaje
Inspirador y motivador	5	33.0
Directivo y orientado a resultados	10	67.0
Ausente o poco efectivo	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

4.1.5. Control

La eficiencia operativa en la organización es sólida, con un 60% de las operaciones considerándose muy eficientes, lo que implica que los procesos funcionan de manera óptima, con una buena asignación de recursos y tiempos, lo que contribuye a resultados consistentes y de alta calidad. Sin embargo, en un 40% de los casos, aunque existe cierto nivel de eficiencia, se identifican áreas que requieren mejoras.

Tabla N° 19
Eficiencia operativa

	Frecuencia	Porcentaje
Muy eficiente	9	60.0
Alguna eficiencia, pero con áreas de mejora	6	40.0
Poco eficiente	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El cumplimiento normativo en la organización es en general satisfactorio. En el 60% de los casos, las normativas y regulaciones se cumplen de manera estricta, asegurando que los procesos y procedimientos se alineen completamente con los requisitos legales y estándares establecidos. En el 40% restante, aunque en la mayoría de las situaciones se cumple con las normativas, existen ocasiones donde el cumplimiento puede ser parcial o menos riguroso.

Tabla N° 20
Cumplimiento normativo

	Frecuencia	Porcentaje
Si, se cumplen	11	60.0
En la mayoría de los casos cumplen	4	40.0
No cumplen con todas las normativas	0	0.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

El monitoreo de la calidad del servicio al cliente en la organización varía en frecuencia. Un 27% de las veces, se realizan encuestas de satisfacción de manera mensual o incluso más frecuente, lo que refleja un esfuerzo constante por recopilar y analizar el feedback de los clientes para mejorar el servicio. Sin embargo, en el 60% de los casos, las encuestas se realizan de forma ocasional, lo que sugiere que el seguimiento de la calidad del servicio no es tan regular, aunque todavía se tiene en cuenta en ciertos momentos. Finalmente, un 13% de las veces no se realizan encuestas de satisfacción.

Tabla N° 21
Calidad del servicio al cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Si, mensualmente o más frecuentemente	4	27.0
Ocasionalmente	9	60.0
No realizan encuestas de satisfacción	2	13.0
Total	15	100.0

Fuente: encuesta realizada por las investigadoras

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. Describir el proceso administrativo involucrado en la planificación de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

El análisis revela que la mayoría de las agencias de viajes minoristas muestran una sólida estructura organizativa, con un enfoque claro en la planificación estratégica, la definición de objetivos y procedimientos, así como en el control financiero y la digitalización. El 67% de las agencias cuenta con un plan estratégico formalizado, lo que indica un enfoque proactivo y bien planificado. Sin embargo, un 20% aún no ha desarrollado un plan formal, lo que sugiere una gestión más improvisada. Aunque casi todas las agencias tienen sus objetivos y procedimientos claramente definidos, hay un pequeño porcentaje (7% y 13%, respectivamente) que muestra carencias en estos aspectos, lo que podría afectar su eficiencia. Por otro lado, el uso universal de software especializado destaca el alto nivel de digitalización del sector, lo que facilita una gestión más eficiente y competitiva. En general, las agencias de viajes minoristas parecen estar bien posicionadas en términos de planificación, control y digitalización, aunque aún existen oportunidades de mejora en áreas clave para algunas de ellas.

2. Describir el proceso administrativo que implica la organización de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

La estructura organizativa y la gestión interna de las agencias de viajes minoristas muestran un alto nivel de formalidad en varios aspectos clave. El 93% de estas agencias ha definido claramente sus roles y responsabilidades, lo que favorece una gestión coordinada y eficiente. Sin embargo, el 7% restante podría enfrentar problemas de operatividad debido

a la falta de una estructura completamente definida. En cuanto a la capacitación, aunque el 47% de las agencias se compromete regularmente con el desarrollo de su personal, un porcentaje significativo (20%) no ofrece formación, lo que puede impactar negativamente en el crecimiento profesional y la calidad del servicio. Asimismo, la mayoría (67%) revisa sus procesos de manera continua, lo que les permite adaptarse mejor al mercado, mientras que un tercio de las agencias lo hace de forma más esporádica, lo que podría limitar su capacidad de mejora. Finalmente, el uso de herramientas formales de comunicación interna es habitual en la mayoría (87%), lo que contribuye a una mejor coordinación organizativa, aunque el 13% de las agencias corre el riesgo de enfrentarse a malentendidos y desorganización al no utilizar estas herramientas. En conjunto, la mayoría de las agencias de viajes minoristas muestran un enfoque proactivo en la gestión organizativa y del talento, aunque aún existen áreas de mejora para optimizar el rendimiento y la calidad del servicio.

3. Describir el proceso administrativo que sigue la dirección de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

La organización descrita muestra un ambiente laboral sumamente positivo y colaborativo, reflejado en la satisfacción plena de todos sus empleados. Este alto nivel de satisfacción se debe a una comunicación efectiva, apoyo mutuo y un enfoque en el bienestar personal, lo que contribuye también a la productividad colectiva. Sin embargo, aunque existe una participación notable de los empleados en la toma de decisiones, todavía hay margen para un mayor involucramiento, ya que en un 13% de los casos los empleados no son consultados. El liderazgo se divide en dos enfoques principales: uno inspirador y motivacional, que representa el 33%, y otro más directivo y orientado a resultados, que predomina con un 67%. Este equilibrio permite combinar la motivación con la eficiencia en la organización, aunque podría beneficiarse de un enfoque más inclusivo en

la toma de decisiones y una mayor proporción de liderazgo inspirador para fomentar el desarrollo continuo de los empleados.

4. Describir el proceso administrativo para el control de las operaciones de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.

La organización presenta una eficiencia operativa sólida, con un 60% de las operaciones funcionando de manera óptima gracias a una asignación adecuada de recursos y tiempos, lo que contribuye a resultados consistentes y de alta calidad. Sin embargo, un 40% de las operaciones aún necesita mejoras, lo que indica áreas de oportunidad en la optimización de procesos. En cuanto al cumplimiento normativo, la organización se desempeña adecuadamente en la mayoría de los casos, con un 60% de estricto cumplimiento de normativas, aunque en un 40% se observan algunas debilidades, lo que podría suponer un riesgo si no se aborda adecuadamente. El monitoreo de la calidad del servicio al cliente, aunque presente, no es consistente. Solo en un 27% de los casos se realizan encuestas de satisfacción con la frecuencia necesaria para captar feedback constante. La mayoría de las encuestas (60%) se hacen de manera ocasional, lo que sugiere un seguimiento irregular del servicio al cliente, mientras que en un 13% de las veces no se efectúan encuestas, lo que podría impactar negativamente en la percepción de la organización si no se mejora la consistencia en la recopilación del feedback.

5.2. Recomendaciones

1. Para mejorar la eficiencia y competitividad de las agencias de viajes minoristas en Iquitos, es esencial que las que aún no han formalizado su plan estratégico lo hagan cuanto antes, ya que la planificación es clave para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad del negocio. Implementar procesos de seguimiento y evaluación de objetivos también sería una prioridad, especialmente para el pequeño porcentaje que carece de procedimientos definidos. Estos mecanismos no solo optimizan los recursos, sino que permiten a las agencias adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. Además, fortalecer la capacitación en el uso de software especializado y herramientas digitales podría aumentar la productividad y reducir los márgenes de error. Por último, fomentar una cultura de innovación continua es clave para que las agencias puedan ofrecer servicios diferenciados y mantenerse competitivas en un entorno turístico cada vez más digital y dinámico.
2. Para mejorar la organización interna de las agencias de viajes minoristas en Iquitos, es fundamental que el 7% de las agencias que aún no tienen una estructura organizativa clara implementen una definición de roles y responsabilidades para evitar problemas operativos. Adicionalmente, es crucial que las agencias que no ofrecen capacitación regular comiencen a invertir en el desarrollo de su personal, ya que la formación continua no solo incrementa la calidad del servicio, sino que también contribuye al crecimiento profesional de los empleados y a la retención del talento. Las agencias que revisan sus procesos de manera esporádica deben adoptar un enfoque más sistemático de mejora continua, lo que les permitirá responder de manera más efectiva a las exigencias del mercado. Finalmente, aquellas agencias que no utilizan herramientas formales de comunicación interna deben implementarlas cuanto antes para

mejorar la coordinación y evitar malentendidos que puedan afectar el servicio al cliente y la eficiencia operativa. Estos ajustes asegurarán un mejor rendimiento organizacional y un servicio de mayor calidad.

3. Para fortalecer la dirección de las agencias de viajes minoristas en Iquitos, es recomendable fomentar una mayor participación de los empleados en la toma de decisiones, ya que esto no solo incrementa el compromiso, sino que también puede generar ideas innovadoras y soluciones efectivas desde diferentes perspectivas. El 13% de las agencias que aún no consultan a sus empleados deberían adoptar prácticas de liderazgo más inclusivas, como reuniones periódicas de retroalimentación o comités de participación, para involucrar más activamente al equipo en las decisiones clave. Además, sería beneficioso aumentar la proporción de liderazgo inspirador, ya que este enfoque promueve un ambiente laboral más motivacional y alineado con el desarrollo personal de los empleados, lo que puede traducirse en un mejor rendimiento a largo plazo. Al combinar estos ajustes con el enfoque actual en la eficiencia y resultados, las agencias podrán mejorar tanto su clima organizacional como su capacidad competitiva.
4. Para mejorar la eficiencia operativa de las agencias de viajes minoristas en Iquitos en 2024, es crucial abordar las áreas que aún necesitan optimización. Se recomienda implementar un sistema más riguroso de gestión de procesos para aumentar la eficiencia en el 40% de las operaciones que presentan deficiencias. La automatización de tareas rutinarias y la capacitación del personal podrían ayudar a mejorar la asignación de recursos. En cuanto al cumplimiento normativo, es esencial realizar auditorías internas más frecuentes y establecer controles para asegurar que todas las normativas sean cumplidas de manera uniforme. Respecto al servicio al cliente, sería beneficioso implementar un sistema de encuestas automatizado que

garantice la recolección constante de feedback en al menos el 100% de las interacciones, con el fin de mejorar la percepción de la calidad del servicio. Esto permitiría identificar rápidamente áreas problemáticas y corregirlas a tiempo, manteniendo un nivel más alto de satisfacción del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APAVIT, 2023. *Pagina Oficial Apavit Perú*. Disponible en : <https://www.apavitperu.org/>

Armijo, Franklin Gerard Naranjo; Hurtado, Leonardo Humberto Carrión; Andrade, Fausto Guillermo Bosmediano, 2022. Gestión administrativa en las pymes del sector comercial en la ciudad de Santo Domingo en Ecuador. *Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador*, pp. 14(3), 504-513.

Armstrong , G. & Kotler, P., 2008. *Fundamentos de marketing*. 8va edición ed. México: Pearson Educación .

Carrera Guerrero, Carmen Carolina, 2022. Gestión Administrativa y Calidad de los servicios de las Agencias de Viajes y Turismo en el marco del COVID 19, Ica, 2021. *Repositorio Institucional de la Universidad Cesar Vallejo*.

Chaffey, Dave; Ellis-Chadwick, Fiona, 2014. *Marketing digital Estrategia, implementación y práctica..* México: Pearson Educación de México.

Chávez-Haro MM, Castelo-Salazar Ángel G, Villacis-Uvidia JF., 2020. La gestión administrativa desde los procesos de las empresas agropecuarias en Ecuador. *FIPCAEC [Internet]*, pp. 5(18):16-9.

Chiavenato, Idalberto , 2006. *Introducción a la teoría general de la Administración*. Séptim a edición ed. México: McGRAW-HILL/ÍTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V..

Comex Perú, 2020. Disponible en: www.comexperu.org.pe

Douglas Hoffman, K.; Bateson, John E.G., 2012. *Marketing de Servicios*. s.l.:4ª Edición.

Drucker, Peter Ferdinand, 1999. *Escritos Fundamentales*. s.l.:Editorial Sudamericana S.A.

Drucker, Peter, 1954. *The Practice of Management*. Harper & Row.

Extremo, M., 2023. ¿Cuál es la importancia de las agencias de viajes en el sector turístico?.

Fayol, Henri, 1949. *General and Industrial Management*. Pitman Publishing.

Fleming, P., 2000. *Hablemos de marketing interactivo. Reflexiones sobre marketing digital y comercio electronico..* 2ª ed. Madrid: ESIC Editorial, 2000.

Herrera Martinez, Rosmary; Quispe Choque, Maria Del Carmen, 2023. *Gestión Administrativa en la empresa TERRATEX PERU SAC.. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas..*

INDECOPI, 2022. *Página Oficial de INDECOPI, portal Perú*. Disponible en : <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/institucional>

Kothler, Philip; Bowen, John T.; Makens, James C.; Garcia de Madariaga, Jesús; Flores Zamora, Javier, 2011. *Marketing Turístico*. Madrid, España: Pearson Educación, S.A..

Kotler , Philip ; Lane Keller, Kevin, 2012. *Dirección de Marketing*. Decimocuarta edición ed. México.: PEARSON EDUCACIÓN, México, 2012.

Kotler, Philip; Armstrong , Gary, 2013. *Fundamentos de marketing*. México.: Pearson Educación.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I., 2020. *Marketing 4.0 Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital..* 3ª ed. España: LID Editorial Empresarial.

Ley, 29571, Art. 2, s.f. Código de Protección y Defensa del Consumido. *INDECOPI*.

MINCETUR, 2015. *Ministerios de Comercio Exterior y Turismo*. Disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

OMT, 2008. Entender el turismo: Glosario Básico. *Organización mundial del turismo*.

Orozco, F., Serpell, A. & Molenaar, K., 2014. Factores e índices de competitividad para las compañías constructoras: resultados en Chile.. *Revista de la Construcción*.

Terry, George Robert, 2000. *Principios de Administración*. España: Publicado por Compañía Editorial Continental, 2000.

ANEXO 1

CUESTIONARIO

DIRIGIDO A: Propietarios de las agencias de viajes minoristas.

La presente encuesta tiene por finalidad investigar desde una perspectiva académica, agradecemos su ayuda y colaboración.

I. Datos generales:

1. ¿Tiene interés de responder las preguntas de la encuesta?

No ☐ 1 Si ☐ 2

Si su respuesta es **NO**, finaliza la encuesta

2. Género

a) Hombre ☐ 1 b) Mujer ☐ 2

3. Edad

a) Menor de 30 años ☐ 1 b) De 30 años a más ☐ 2

4. Indique los productos que Usted vende en su negocio.
(Puede responder varias alternativas)

a) Boleto de viaje	☐	1
b) Paquetes Turísticos	☐	2
c) Reservaciones de Hoteles	☐	3
d) Alquiler de autos	☐	4
e) Seguro de viajes	☐	5
f) Paquetes de cruceros	☐	6
g) Excursiones y actividades	☐	7
h) Traslado y transporte terrestre	☐	8
i) Otros especificar	☐	9

II. Planificación:

5. ¿La agencia de viajes tiene un plan estratégico documentado?

- | | | |
|--|----------------------|---|
| a) Si, tiene un plan estratégico documentado | <input type="text"/> | 1 |
| b) No, tiene un plan estratégico documentado | <input type="text"/> | 2 |
| c) Parcialmente | <input type="text"/> | 3 |

6. ¿La agencia de viajes tiene objetivos y metas claramente definidos?

- | | | |
|--|----------------------|---|
| a) Sí, están completamente definidos | <input type="text"/> | 1 |
| b) Sí, pero son vagos o poco específicos | <input type="text"/> | 2 |
| c) No están definidos | <input type="text"/> | 3 |

7. ¿El plan de operaciones de la agencia incluye procedimientos claros para la gestión de reservas, atención al cliente y otras actividades clave?

- | | | |
|---|----------------------|---|
| a) Sí, todos los procedimientos están definidos | <input type="text"/> | 1 |
| b) Algunos procedimientos están definidos | <input type="text"/> | 2 |
| c) No están definidos | <input type="text"/> | 3 |

8. ¿El presupuesto de la agencia se revisa y ajusta periódicamente para adaptarse a cambios económicos y operativos?

- | | | |
|--|----------------------|---|
| a) Sí, cada trimestre o más frecuentemente | <input type="text"/> | 1 |
| b) Anualmente | <input type="text"/> | 2 |
| c) No se revisa ni ajusta el presupuesto | <input type="text"/> | 3 |

9. ¿La agencia de viajes utiliza software específico para la gestión de reservas y ventas?

- a) Sí, un software especializado utilizado en agencia de viajes 1
- b) No utilizan software para gestión de reservas y ventas 2

III. Organización:

10. ¿La agencia de viajes tiene definidos claramente los roles y responsabilidades de cada posición dentro de la estructura organizativa?

- a) Sí, completamente definidos 1
- b) Algunos roles están definidos 2
- c) No están definidos 3

11. ¿La agencia de viajes ofrece programas de capacitación y desarrollo profesional a sus empleados?

- a) Sí, regularmente 1
- b) Ocasionalmente 2
- c) No ofrecen programas de capacitación 3

12. ¿La agencia de viajes realiza regularmente revisiones y actualizaciones de sus procesos y procedimientos internos?

- a) Sí, periódicamente 1
- b) Ocasionalmente 2
- c) No realizan revisiones ni actualizaciones 3

13. ¿La agencia de viajes utiliza herramientas formales de comunicación interna, como reuniones regulares, correos electrónicos o intranet?

- | | | |
|--|----------------------|---|
| a) Sí, utilizan herramientas formales regularmente | <input type="text"/> | 1 |
| b) A veces utilizan herramientas formales | <input type="text"/> | 2 |
| c) No utilizan herramientas formales de comunicación interna | <input type="text"/> | 3 |

IV. Dirección:

14. ¿Cómo describiría el ambiente de trabajo en la agencia de viajes?

- | | | |
|------------------------------|----------------------|---|
| a) Positivo y colaborativo | <input type="text"/> | 1 |
| b) Neutro, sin mayor impacto | <input type="text"/> | 2 |
| c) Negativo o tenso | <input type="text"/> | 3 |

15. ¿Qué tan frecuentemente se involucra a los empleados en el proceso de toma de decisiones importantes en la agencia de viajes?

- | | | |
|---|----------------------|---|
| a) Siempre se involucra a los empleados | <input type="text"/> | 1 |
| b) A veces se les consulta | <input type="text"/> | 2 |
| c) Raramente se les involucra | <input type="text"/> | 3 |

16. ¿Cómo calificaría el estilo de liderazgo predominante en la agencia de viajes?

- | | | |
|---------------------------------------|----------------------|---|
| a) Inspirador y motivador | <input type="text"/> | 1 |
| b) Directivo y orientado a resultados | <input type="text"/> | 2 |
| c) Ausente o poco efectivo | <input type="text"/> | 3 |

17. ¿Cómo evaluaría la eficiencia general de las operaciones en la agencia de viajes?

- | | | |
|--|----------------------|---|
| a) Muy eficiente | <input type="text"/> | 1 |
| b) Alguna eficiencia, pero con áreas de mejora | <input type="text"/> | 2 |
| c) Poco eficiente | <input type="text"/> | 3 |

18. ¿La agencia de viajes cumple con todas las normativas y regulaciones locales relacionadas con la operación de agencias de viajes?

- | | | |
|--|----------------------|---|
| a) Sí, siempre cumplen | <input type="text"/> | 1 |
| b) En la mayoría de los casos cumplen | <input type="text"/> | 2 |
| c) No cumplen con todas las normativas | <input type="text"/> | 3 |

19. ¿La agencia de viajes realiza encuestas de satisfacción del cliente de manera regular para evaluar la calidad del servicio?

- | | | |
|--|----------------------|---|
| a) Sí, mensualmente o más frecuentemente | <input type="text"/> | 1 |
| b) Ocasionalmente | <input type="text"/> | 2 |
| c) No realizan encuestas de satisfacción | <input type="text"/> | 3 |

ANEXO 2

Matriz de consistencia

GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES MINORISTAS EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2024					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	INDICADOR	INDICES
¿Cómo es la gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?	Describir la gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.	Se observa buena gestión administrativa de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.	Gestión Administrativa	Planificación	1. Plan estratégico documentado. 2. Objetivos y metas claramente definidos. 3. Plan de operaciones. 4. Presupuesto y finanzas. 5. Software o herramientas digitales para la gestión de su planificación.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS			
¿Cuál es el proceso administrativo involucrado en la planificación de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?	Describir el proceso administrativo involucrado en la planificación de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.	Se observa buen proceso administrativo involucrado en la planificación de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.		Organización	1. Estructura organizativa. 2. Gestión de recursos humanos. 3. Procesos y procedimientos internos. 4. Comunicación interna.
¿Cuál es el proceso administrativo que implica la organización de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?	Describir el proceso administrativo que implica la organización de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.	Se observa buen proceso administrativo que implica la organización de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024		Dirección	1. Satisfacción del personal. 2. Toma de decisiones. 3. Liderazgo y motivación.
¿Cuál es el proceso administrativo que sigue la dirección de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?	Describir el proceso administrativo que sigue la dirección de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.	Se observa buen proceso administrativo que sigue la dirección de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.		Control	1. Eficiencia operativa. 2. Cumplimiento normativo. 3. Calidad del servicio al cliente.
¿Cuál es el proceso administrativo para el control de las operaciones de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024?	Describir el proceso administrativo para el control de las operaciones de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.	Se observa buen proceso administrativo para el control de las operaciones de las agencias de viajes minoristas en la ciudad de Iquitos, año 2024.			

ANEXO 3

FOTOS

1. Propietarios de las agencias de viajes minoristas ciudad de Iquitos.

