Módulo : GESTIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJE

A.E. 1: Describir el funcionamiento de una agencia de viajes minorista según los procedimientos y normativa legal vigente de acuerdo a sus aspectos operativos.

Forpe

Fundación de la Formación Profesional para el Empleo

Para complementar tu aprendizaje te invitamos a revisar el siguiente video

¿QUÉ ES UNA AGENCIA DE VIAJES - SU CLASIFICACIÓN Y PRINCIPALES FUNCIONES?

https://www.youtube.com/watch?v=ey69mF_kZto

¿Qué son las Agencias de Viajes?

• Son empresas de servicios que a través de la organización de su personal debidamente capacitado, acerca el producto turístico al consumidor.

• La información que tales empresas le ofrecen a sus clientes, la obtienen gracias a los prestadores o proveedores de servicios turísticos como son los hoteles, Tour operadores, etc. y con los cuales las Agencias de Viajes tienen capacidad legal para hacer contratos, por eso la información se localiza muy cerca del consumidor.

• Las Agencias de Viajes al igual que cualquier otro ente económico deben de llevar una adecuada administración, con el fin de llevar un adecuado control de utilidades y aumentando las mismas cumpliendo con las normas legales existentes en nuestro país.

Una agencia de viajes es un ente económico que en últimas fechas a cobrado gran importancia debido al aumento del turismo en nuestro país, la cual es un intermediario entre los prestadores de servicios y el cliente denominado Turista, a nivel nacional o internacional.

¿Qué son las Agencias de Viajes?

Su labor principal es por un lado representar a hoteles, líneas aéreas, navieras, ferrocarrileras y arrendadoras de automóviles, etc., al concentrar un elevado porcentaje de ventas a solicitud del turista.

- También se puede decir que son tiendas minoristas, en donde su labor esta vinculada con empresas transportistas como líneas aéreas, transporte, alojamiento, etc; de las cuales reciben una determinada comisión por la venta de boletos (generalmente entre un 8 y un 10 %), así como también de los hoteles, quienes les reconocen con un pago del 5 al 15 %; trabajan igualmente en estrecha cooperación con los operadores de tours (considerada como tienda mayorista).
- Algunas prefieren la venta de tours por que el porcentaje de beneficio es más elevado, puede llegar a alcanzar un margen de treinta por ciento.
- Las agencias de viajes ofrecen diferentes tipos de servicio en beneficio del cliente, que va desde la reservación del transporte, el alojamiento en hoteles, hasta la programación de tours y el arriendo de autos. Debido a ello suelen tener mucho material informativo sobre destinos y paquetes turísticos.

• Al hablar de una Agencia de viajes es necesario referirnos a los pioneros en esta actividad como Thomas Cook y Henry Wells, el primero se considera el padre de las agencias de viajes debido a que en 1841 inesperadamente descubrió el turismo masivo, debido a una convención de alcohólicos rentó un tren para transportar a 500 personas de ida y vuelta a una ciudad a 22 millas de su origen sin pretender obtener algún beneficio descubrió el enorme potencial que tenia esta actividad. Para 1845 inicia su actividad de tiempo completo organizando excursiones, convirtiéndose en el primer agente de viajes profesional y creando Thomas Cook & Sons.

• En los años treinta con la introducción de las líneas aéreas regulares, el negocio de las agencias de viajes empezó a cambiar. Por ejemplo Plan American World Airways eran tan pequeña que no había lugar para una oficina de venta de sus tickets, por lo que fue necesario pedir prestado un espacio de 84 centímetros en el mostrador de Thomas Cook & Sons en Nueva York.

Para complementar tu aprendizaje te invitamos a revisar el siguiente video

Historia y evolución de las agencias de viajes en el mundo.

https://www.youtube.com/watch?v=zkNSuEOj5hU

Podemos describir las funciones de una Agencia de Viajes de la siguiente forma:

- Función Asesora
- Función de Intermediario
- Función Organizacional

Función Asesora: Esta función implica informar claramente al viajero sobre las características de los destinos, los servicios que obtendrá así como quien se los proveerá y los viajes existentes. Se le debe ayudar al cliente en la selección del viaje más adecuado de acuerdo a sus necesidades específicas. Para cumplir con esta primera función es necesario tener amplias fuentes de información; para lo cual es necesario contar con varios sistemas: a) Sistemas computarizados de reservas (SCR) o sistemas globales de reservas (SGR).

b) Disponer de conexiones vía internet, esto para estar en contacto con sus clientes, así como para sus relaciones con los proveedores de servicios turísticos.

c) Tener una recopilación de mapas, manuales técnicos, guías y bibliotecas especializadas de folletos.

d) Es necesario también que la agencia cree su propio banco de datos, con ello podrá ofrecer información exclusiva y personalizada y guardar información sobre los clientes, muy valiosa a la hora de llevar a cabo determinadas campañas de marketing. Es esencial la adecuada comunicación de la agencia con el viajero, así sabrá con mayor exactitud las necesidades y expectativas que el cliente ha puesto en el viaje. Por lo tanto la agencia debe contar con gente profesional y experta en destinos y viajes, que tenga una adecuada preparación cultural y técnica y además con la capacidad de poder captar las necesidades de los clientes. Otro punto muy importante que entra dentro de esta primera etapa es la ubicación de la agencia y los recursos con los que cuenta para que se pueda lograr el contacto personalizado con el mercado.

Función de intermediario:

• Se refiere a tramitar y mediar la reservación, distribución y venta de productos turísticos. Si la agencia de viajes desempeña muy bien tal función, esto le permitirá acercar el producto al cliente y multiplicar los puntos de venta.

• Esta función comúnmente es ejercida por las ***agencias minoristas***, ya que son quienes concretarán la reservación, la renta o venta de los siguientes grupos de servicios:

- Servicios de forma aislada como puedan ser:

• Boletos para un determinado medio de transporte.
• Alojamientos en establecimientos dentro del hotel.
• Alojamientos en establecimientos extrahoteleros. (camping por ejemplo)
• Entradas para determinados espectáculos culturales o deportivos.
• Renta de autos o salones para fiesta y congresos.
• Pólizas de seguros de viajes.
• Venta de guías turísticas.

-Servicios de viajes combinados: estos son ofrecidos generalmente por mayoristas o tour operadores; en este caso la función mediadora de la agencia minorista se torna en mera función distribuidora.

En conclusión, la función mediadora en una agencia de viajes se desarrolla de la siguiente manera:
1.- El proveedor del producto turístico le da a la agencia la información necesaria sobre sus servicios y los documentos o tickets que formalizan la venta.
2.- La agencia conoce y promueve los servicios de sus proveedores vendiéndolos a sus clientes al precio que estos han fijado.
3.- La agencia una vez que ha recibido el dinero por parte del cliente sobre el producto, lo guarda o deposita y liquida con el proveedor.
4.- El proveedor se compromete a abonar la comisión acordada con la agencia por tal venta.
Es imprescindible que en esta función, exista entre la agencia y el proveedor la formalización de un contrato.

Función organizacional:
• Esta se refiere a que la agencia puede diseñar, organizar, vender y operar viajes y productos turísticos combinando distintos servicios a un precio global establecido, esto es a lo que se le llaman viajes combinados o paquetes.
• Otro tipo de viajes que la agencia puede implementar son los forfaits (viajes programados de acuerdo a la demanda y adaptados a cada cliente).
• La función organizacional está gestionada por tour operadores y agencias mayoristas. Para llevarla a cabo se tienen que cumplir algunos puntos:

• Se tiene que hacer una investigación permanente de los mercados para conocer las tendencias y necesidades de los clientes, así como también las ofertas de la competencia.
• La agencia debe ser creativa para diseñar nuevos productos que le permitan diferenciarse de la competencia.
• Ofrecer calidad en el servicio, esto se refiere desde la adecuada elección de los proveedores hasta en el trato a los clientes.
• Costos adecuados y accesibles.
• Ir un paso adelante y no limitarse a organizar viajes, sino ampliar constantemente sus actividades, por lo que además puede organizar congresos, ferias, cruceros, eventos deportivos, etc.
• Para crear los paquetes, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, ya que no obtendrá el mismo porcentaje si no organiza el viaje, sólo lo vende. El precio de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.
• Esta función de armar alternativas propias de la agencia culmina con la promoción y venta del producto turístico, sin embargo para llegar a ello habrá que tomar algunas medidas oportunas como por ejemplo, las labores de marketing, que desde luego requiere de una inversión más elevada.

CREANDO UNA AGENCIA DE VIAJES

La idea de abrir una agencia de viajes posee un atractivo natural para mucha gente, quienes probablemente piensan que para empezar con este negocio solamente se necesita de un capital limitado y una mínima información sobre viajes.
Para planificar una agencia de viajes debemos tener en cuenta los siguientes parametros a desarrollar para obtener resultados optimos.

DEFINIR TAMAÑO, GIRO, SECTOR ECONÓMICO A DESEMPEÑAR, CAPITAL Y MARCO LEGAL.

- Empresa Minorista: comercializan el producto de los Agentes mayoristas vendiendo directamente al usuario turístico o proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y viajes combinados al turista, no pudiendo ofrecen ni comercializar sus productos a través de otros servicios.
- Giro: Turismo Nacional
- Ideado para promocionar las zonas turisticas extremas de Chile.
- Dirigido al publico interesado en visitar las zonas turisticas mas alejadas de chile.
- Capital Inicial minimo para gastos de promocion y sueldo de funcionarios, gastos mensuales basicos.
- Iniciacion de actividades en el SII, en el sitio web www.sii.cl
- Promocionar en la pagina del estado www.mercadopublico.cl o www. chilecompra.cl

PLANIFICACION, ORGANIZACION, DIRECCION Y CONTROL

En toda agencia de viajes, tres son los departamentos o áreas fundamentales que funcionan: marketing o comercial; operaciones o reservas y contabilidad; aunque pueden existir otros definidos por las características propias de la empresa (tamaño, localización, objetivos, etc)

En el departamento de Marketing es donde se diseñan, elaboran y se da precio a las ofertas que serán presentadas a los clientes. A este departamento pertenecen los puntos de ventas que son los lugares donde se ejecuta directamente la venta. Así mismo, en esta área es donde se contratan los servicios a terceros (hoteles, restaurantes, transportistas, etc).

En el departamento de Operaciones o Reservas se hacen las reservas necesarias en hoteles, restaurantes, alquiler de coches, visitas turísticas, entradas a espectáculos especiales, y demás actividades incluidas dentro del o los programas seleccionados por los clientes.

El área o departamento Contable es la encargada de registrar la venta y ejecución de cada operación que se realiza, así como de ejecutar todas las operaciones bancarias y de pagos a los prestatarios por los servicios prestados.

COMO INSERTARNOS????

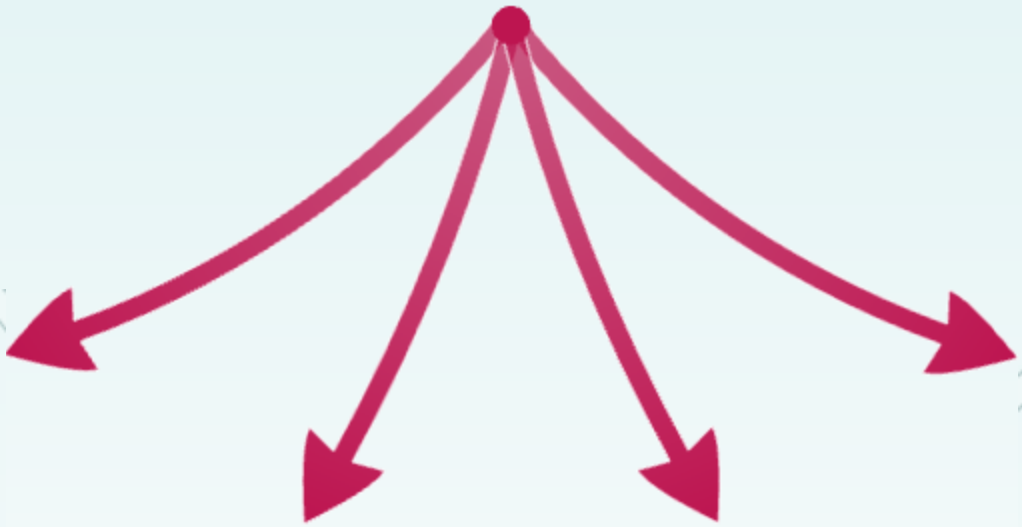
NUESTRA SOLUCIÓN ES BRINDAR EL SERVICIO Y VENDER EL MISMO DESTINO OFERTANDO SIEMPRE LA CALIDAD EN EL PRODUCTO Y EN LA CALIDAD DE EXCELENCIA EN EL SERVICIO BRINDADO POR LOS FUNCIONARIOS, EL SERVICIO DE EXCELENCIA LO BRINDARAN LAS PERSONAS QUE TRABAJEN CON NOSOTROS, LAS CUALES ENTRENAREMOS PERSONALMENTE EN "ATENCION DE CLIENTES" Y EN EL COMO BRINDAR TODOS LOS SERVICIOS TERRESTRES CON EXCELENCIA Y FLEXIBILIDAD PARA LOS VIAJEROS.

Organigrama

Detalla la estructura de la agencia organizacionalmente segun los departamentos fundamentales para poder funcionar.

GERENCIA

- DUEÑO



ADMINISTRACION

- ADMINISTRACION
- RECURSOS HUMANOS
- ABASTECIMIENTO

MARKETING

Aqui se diseñan, elaboran y se da precio a las ofertas que serán presentadas a los clientes. A este departamento pertenecen los puntos de ventas que son los lugares donde se ejecuta directamente la venta. Así mismo, en esta área es donde se contratan los servicios a terceros (hoteles, restaurantes, transportistas, etc).

OPERACIONES O RESERVAS

En el departamento de Operaciones o Reservas se hacen las reservas necesarias en hoteles, restaurantes, alquiler de coches, visitas turísticas, entradas a espectáculos especiales, y demás actividades incluidas dentro del o los programas seleccionados por los clientes.

CONTABILIDAD

El área o departamento Contable es la encargada de registrar la venta y ejecución de cada operación que se realiza, así como de ejecutar todas las operaciones bancarias y de pagos a los prestatarios por los servicios prestados.

Actividad

- Crear una agencia de viajes minorista ficticia (nombre, logotipo y lugar de ubicación)
- Identificar su “producto mas vendido” (destino y actividad)
- Desarrollar acciones para implementar un plan de marketing.
- Crea un organigrama
- Presentar en pareja o individual
- Se evaluará creatividad, realismo, trabajo en equipo y presentación. (lenguaje verbal y material utilizado)

Ejemplo:
Nombre Agencia de viajes: Rapa Nui Travel & Tour experience
Logotipo:

Ubicación: Tu'u Koihu, Hanga Roa, Isla de Pascua
Producto más vendido: Excursión de día completo por Isla de Pascua
Aprovecha esta oportunidad de conocer los grandes íconos de Rapa Nui. Este tour te llevará desde los ahu de Vaihu, Akahanga, Tongariki y Nau Nau hasta la playa Anakena, pasando también por Rano Raraku.
Acciones de Marketing: Ir a los diferentes hoteles de la Isla y de Santiago, participar de ferias de turismo, tener un stand en aeropuerto de Isla de Pascua con promotores y promotoras locales, visitar restaurantes y dejar folletería.

Organigrama:

Para complementar tu aprendizaje te invitamos a revisar el siguiente video

8 PASOS DE COMO ABRIR UNA AGENCIA DE VIAJES

https://www.youtube.com/watch?v=hYbF3O9a4Tk