

***¿Que 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 prestatarios 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*

- Una agencia de viajes es un ente económico que en últimas fechas a cobrado una importancia debido al aumento de turismo en nuestro país, la cual es un intermediario entre los prestadores de servicios y el cliente denominado Turista, a nivel nacional o internacional. Su labor principal es por un lado representar activamente a hoteles, líneas aéreas, navieras, ferrocarrileras y arrendadoras de automóviles, etc., al concentrar un elevado porcentaje de ventas a solicitud del turista; pero también es necesario señalar que las Agencias de Viajes provocan un alto volumen de ventas que de otra forma no se originarían ya que juegan un papel muy importante de promoción profesional de recursos turísticos de interés mundial.

- También se puede decir que son tiendas minoristas, en donde su labor esta estrechamente vinculadas con las empresas transportistas como líneas aéreas, transporte, 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.

# Algo de historia

- Antes del siglo XIX, la gente solía viajar muy poco y cuando lo hacía, era por motivos ajenos al placer. Con la introducción del ferrocarril y del barco a vapor, el motivo de viajar cambió.
- Durante esa época la gente ya no solo viajaba por negocios y compromisos de otra índole, sin embargo era un privilegio que solo gozaba la alta sociedad; ya que para el resto de la gente esta idea no entraba en sus planes, por que la economía familiar al igual que las malas condiciones laborales, se los impedía.
- Posteriormente y con el surgimiento de movimientos obreros, con los que se logró la reducción de la jornada laboral, vacaciones anuales pagadas, sanidad y educación, que trajo como consecuencia más ingreso, tiempo libre, más nivel cultural y por tanto más inquietud por conocer más allá del entorno; aunado a ello el surgimiento de mejores y más rápidos medios de comunicación y el desarrollo de la navegación aérea; más y más gente se daba la oportunidad de disfrutar unos días de descanso y conocer otros lugares, creándose con todo esto un gran fenómeno económico y social llamado "turismo de masas".

- 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 al turismo masivo ya que 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 tenía 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 Pan 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 la Thomas Cook & Sons en Nueva York.

- La gente estaba pues preparada para salir, lo que hacia falta ahora era que le dijeran adonde, como y en cuanto le costaría el viajar a aquel lugar que tanto deseaba, en entonces cuando las agencias de viajes adquieren mucho mayor importancia .
- Al final de la Segunda guerra Mundial, mucha gente estaba ansiosa por viajar y mucha más además de ser maestro, oficinista o ama de casa se inició en este negocio como agente de viajes.

# 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 se torna en mera función distribuidora.



# -Servicios de representación de proveedores, destinos u otras agencias de viajes:

en tal caso la agencia de viajes adquiere el producto y luego lo vende, por lo tanto está asumiendo el riesgo de la operación.

Con la introducción de las nuevas tecnologías de información, la función mediadora de las agencias de viajes es más susceptible, debido a que muchas veces ya no se necesita de su participación para hacer el trato directo entre el proveedor del servicio turístico y el cliente. Aun así el hacer la operación a través de la empresa, tiene la ventaja de que la agencia tiene un poder de compra a mayor escala, esto le da la posibilidad de negociar y abaratar los productos, con lo que en definitiva el cliente sale beneficiado.

En relación a este punto, es muy importante entonces que la agencia elija bien a los proveedores, que concedan licencias y le exijan fianzas para que actúe en su nombre.

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 (viajes estándar programados a la oferta).
- 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 coimpetencia.
- 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.



# Actividad con nota

- Crear una agencia de viajes ficticia (nombre, logotipo y lugar de ubicación)
- Identificar su “producto mas vendido” (destino y actividad)
- Desarrollar acciones para implementar un plan de marketing.
- Presentar por grupo
- Se evaluará creatividad, realismo, trabajo en equipo y presentación. (lenguaje verbal y corporal)