

Las agencias de viajes

Tema 1.

Las agencias de viajes son empresas de servicios que se dedican a facilitar la realización de viajes y se dedican a asesorar, mediar y producir.

Parte intermediaria: la importancia de las AA.VV. recae sobre esta parte.

Función asesora: es la principal razón de ser de las agencias. Mucha gente utiliza hoy en día Internet, pero aun y así se sigue buscando el consejo profesional y personalizado para poder escoger entre la gran gama de alternativas. Por lo tanto el agente de viajes tiene que convertirse en un experto asesor de viajes. Por lo que es la función de asesorar, las agencias no cobran. (Sí lo harán en un futuro inmediato)

– Cualidades de las AA.VV.: La principal cualidad es tener una fácil comunicación con el cliente. El asesor debe tener una amplia preparación técnica y cultural. También hace falta una imparcialidad en los consejos. La facultad de mediación se realiza al poner en contacto a los prestatarios de los servicios con los clientes, multiplicando así los puntos de venta de los prestatarios. Con esta función la A.V. cobra una cantidad (comisión). En muchos casos es la función necesaria para acercar el producto al viajero. En algunos casos es necesario una licencia o permiso del prestatario para contratar en su nombre.

Función productora: la preparación técnica de las AA.VV les permite adquirir varios productos combinando-los para obtener un resultado diferente y mas amplio.

- Paquetes turísticos: son los viajes organizados que incluyen diversos servicios como alojamientos, transporte, visitas, manutención... Se ofrece a un precio global establecido. Están condicionados a la oferta y son estandarizados. En el 1995 se hizo una ley sobre los paquetes turísticos o viajes combinados. Con esta ley muchas empresas hacen de intermediarias. Siempre que el viaje tenga una combinación de servicios se firmará este contrato de viaje combinado.
- Viajes combinados: son la combinación de un mínimo de dos servicios, vendida o ofrecida a un precio global, siempre que la prestación de estos servicios sobrepase las 24 horas o incluyan una noche de estancia. Los elementos que se pueden combinar son el transporte, el alojamiento o cualquier otro servicio turístico que constituya una parte significativa del viaje. Pueden ser:

.– Oferta o estándar: en una AA.VV es una combinación de servicios a un precio global

.– Demanda a medida o forfait: se ofrece un precio único y global. Lo pide el cliente.

Tipología de las AA.VV.

Según la ley de 1988 en España se pueden clasificar como:

- 1.– Minoristas o detallistas: se dedican a comercializar el producto de las agencias mayoristas. Venden al cliente directamente o pueden organizar paquetes turísticos, vendiéndolos ellos mismos. Cada vez hay menos. Tienen función de intermediarios, o sea que venden a cambio de comisión.
- 2.– Mayoristas: se dedican a la elaboración de productos turísticos a un precio establecido. Ofrecen a través de catálogos o venden a través de una agencia minorista. No puede vender directamente al consumidor, en España, ja que en Europa si que se puede vender directamente al consumidor. TravelPlan o Iberojet lo son.

3.- Mixta: combinan la función de comprar y vender el producto al cliente. Halcón, IberPlan, Viajes Iberia, etc, son ejemplos.

4.- Tour operador: es igual que la agencia mayorista. Se diferencian porque son mayoristas mas grandes y tienen un gran poder de concentración. Trabajan en zonas turísticas mas determinadas. Generalmente son propietarios de compañías aéreas y hoteles. Los más fuertes son:

- TUI (Alemania) Ambassador + Verman Express (España)
- AIRTOURS (Inglaterra) actualmente MY TRAVEL
- THOMAS COOK (Alemania)
- NECKERMAN (Alemania) Ha perdido importancia, tienen pequeñas empresas como Iberojet i viajes Iberia.

En España:

- GLOBALIA: 100% del capital español. Fusión con Air Europa, viajes Halcón y TravelPlan.
- SPANAIR + viajes MARSANS: 40-50% propiedades de AIR TOURS

Diversificación y especificación de las AA.VV.

Las AA.VV. tienen que diversificarse en cuanto al producto que ofrecen. Aunque estén especializadas en un producto es conveniente que ofrezcan otros destinos diferentes, si no, pueden convertirse en empresas de alto riesgo.

Normalmente las AA.VV. se diversifican por lo que hace al producto pero están especializadas en un sector determinado, La diversificación aparece porque:

- Existen muchas AA.VV (7000 en España)
- Existe otra competencia que intenta captar al cliente por medio de descuentos i esto hace mucho daño al sector, debido a los pequeños márgenes d'atracción de éste.
- La situación política y cultural de muchos países.
- El cambio actual y continuo que experimenta el sector: liberación de las compañías aéreas en Europa.
- La venta de viajes por Internet.
- La existencia de grandes grupos con mucho poder de concentración (Marsans y Halcón)

Hoy en día si una A.V. quiere subsistir, está obligada a especificarse diversificando el producto.

Hay agencias emisoras y receptoras:

– **Emisoras:** hasta hace poco las agencias de deportes y aventuras solo se dedicaban al ski, pero hoy en día han diversificado su producto y también ofrecen deportes de aventura. En Cataluña hay empresas con bastante poder como por ejemplo: Trari Ski, Estibe, Marmota First, etc que anteriormente se dedicaban únicamente al ski.

Las empresas multinacionales (Marsans y Halcón) trabajan con todo tipo de clientes, tanto con grupos o convenciones. Toman un producto actual, de moda y suelen tener calidad y buen precio.

Las agencias virtuales con portal en Internet (Viajar.com) funcionan como una agencia normal pero facilita al cliente la venta por Internet, se lleva documentación a casa, también reciben comisión, pero más baja. Debido a la desconfianza del cliente a la hora del pago y debido al mal asesoramiento y las bajas comisiones que reciben, muchas desaparecen.

La agencia particular debido a la necesaria especificación en el sector i diversificación del producto se están agrupando para obtener más rentabilidad. Son ejemplo ONER y AVASA.

– **Receptivas:** reciben al cliente, le dan los servicios contratados previamente por la agencia. Pueden ser nacionales e internacionales. Cada vez más los grandes grupos crean sus propios departamentos receptores en el destino como por ejemplo TravelPlan, Neckermann.

El Transporte aéreo

Tema 2.

COMPAÑÍAS AÉREAS

Son las empresas que explotan el transporte aéreo civil de viajeros o mercancías. Según el tipo de servicio que prestan o bien la forma de contratación del vuelo, se pueden clasificar como:

- Compañías Regulares: efectúan sus vuelos de acuerdo a un calendario, horario y recorrido fijo, publicados en manuales y sistemas informáticos. Hay tres tipos de vuelo: los internacionales, que realizan vuelos entre diferentes países; los nacionales o domésticos y los regionales, que realizan vuelos de corto recorrido con aviones pequeños.
- Compañías Chárter: operan con carácter excepcional, es decir, no están sujetas a un calendario, horario o recorrido fijo. *Slots* : es la hora fijada por el aeropuerto para poder despegar o aterrizar. Esto lo contrata un ordenador que hay en Bruselas y controla todo el espacio aéreo europeo. Se suelen adjudicar a las compañías aéreas. Suele haber monopolio por banda de las empresas mas fuertes. Los slots se dan habitualmente con 1 año de antelación.

Situación actual del transporte aéreo.

El transporte aéreo es el segmento de mercado mas complejo en el sector turístico. Debido a la globalización, el mercado obliga a mas productos, mas buenos y mas económicos. Las compañías aéreas no pueden tener todos los vuelos, destinos y horarios y esto hace que ocurra a finales de los 90 que empezaran a crearse alianzas aéreas. Hay 4 importantes:

1) ONEWORLD (tiene representación en todos los continentes)

- BA (British Airways)
- AA (American Airlines)
- IB (Iberia)
- LA (Lan Chile)
- QF (Quantas Airways, Australia)
- LP (Lan Perú)
- AY (Finnair, Finlandia)
- CX (Cathay Pacific)

2) STAR ALLIANCE

- UA (unites Airlines)
- LH (luz Cansa, Alemania)
- MX (mexicana Airlines)
- TG (Thai Airlines, Tailandia)

- SQ (Singapur Airlines)
- SAS (Scandinavia)
- NH (All Nippon, Japón)
- NZ (Air New Zealand)
- RG (Varig, Brasil)

- EI (air Lingus, Irlanda)

3) SKYTEAM 4) QUALIFLYER)

- AM (AeroMéxico)
- DL (Delta Airlines, America)
- KE (Korean Air)
- OK (Czech Airlines, Checa)

El nivel de integración de los socios varía en gran medida de una a otra alianza. Actualmente, las compañías aéreas que firman los acuerdos colaboran en los siguientes aspectos:

- Operación de rutas con código compartido
- Turifican programas de viajeros frecuentes
- Coordinan programaciones y horarios
- Utilización de las salas VIP
- Realización de publicidad conjunta
- Unificación de servicios de *Handling* (todos los servicios que se dan a una compañía aérea en los aeropuertos, como pueden ser el transporte de maletas, de pasajeros, las escaleras, el catering, la mecánica del avión, etc.)

Actualmente no se ha llegado a la unificación de tarifas en las alianzas creadas.

TARIFAS AÉREAS:

Sólo existen tarifas publicadas en los vuelos de línea regular, en los charter no hay tarifas publicadas. Dentro de los vuelos regulares hay: (cada compañía puede tener sus tarifas propias)

- Líneas aéreas de bandera del país (habituales): Iberia, Air France... La principal es American Airlines.
- Nuevas líneas aéreas de bajo coste: Easyjet, Ryanair, Virgin Express, Esowings (LH), My Travellite (Aire Tours), Hapag (Lloyd Express) (TUI), Southwest (esta es la mayor compañía de bajo coste en el mundo, tiene tarifas a un 25% menos que las demás americanas), Volare Airlines.

Clasificación de Tarifas.

- Tarifas PUBLICADAS: están registradas en IATA que pueden ser aplicadas por cualquier compañía miembro. El importe consta en el billete.

1.- Tarifas normales o nobles: son las más caras. No tienen restricciones y su validez es de 1 año desde la fecha de emisión. Son las de 1ª clase (F), se pueden cambiar, rembolsar, etc. Clase Club (C) o Business (B) o Turista (Y)

2.- Promocionales o especiales: ofrecen una reducción sobre la tarifa normal en clase turista. Exigen una serie de condiciones, por ej. La validez (3, 6 meses) el tiempo mínimo y máximo de estancia (exigen pasar el

sábado en destino y mínimo 1,2,4 noches) el máximo de estancia puede ser de 7, 14 días, 1,3,6 meses). Tienen gastos por cambios y anulaciones. La reserva es anticipada, de 7, 14 o 21 días.

- Tarifas CONFIDENCIALES o CREATIVAS (NEGO'S): son aquellas que no están publicadas y son confidenciales entre la compañía aérea y la Agencia.

1.- IT (Inclusive Tour) son las que utilizan las empresas mayoristas en sus paquetes de línea regular. Son mas baratas k las Tarifas Publicadas. Siempre son de ida y vuelta. En el billete no aparece precio, pero consta siempre un código asignado por la compañía aérea. Se combinan con un servicio de tierra.

2.- BT (Bulk) Son similares a las IT pero con la salvedad que el TTOO tiene que bloquear las plazas del avión. Son un poco mas baratas que las IT. Tienen tiempo de release (tiempo para devolver al proveedor las plazas sin penalización).

3.- GRUPO: se gestionan directamente con la compañía aérea. No se pueden realizar las reservas a través de los sistemas informáticos. Se exige un mínimo de 10-15 pasajeros pero puede variar según la ruta y compañía. La compañía exige que deben realizar el viaje juntos, en los mismo vuelos. Se da también un tiempo de release para confirmar plazas y nombres definitivos de pasajeros. No son tarifas constantes, sufren variación según los vuelos.

- Tarifas PASS: Son cupones de vuelo que se han de comprar fuera del país al que se viajará. Según la compañía, varían las condiciones, pero generalmente este tipo de tarifas exigen un mínimo de cupones, un tiempo máximo de validez y que el trans internacional se efectúe con la misma compañía o compañía asociada. (Brasi Pass, Visit USA) La compañía con estas tarifas te exige que marques la ruta y que cierres el primer vuelo, reservarlo.
- Tarifas PROPIAS: son tarifas que van proliferando cada vez mas. Son similares a las confidenciales pero no exigen que se vendan con otros servicios. Son tarifas netas a las que se aplica el margen de beneficio que se quiere obtener.

Los billetes de avión.

Es un contrato de transporte entre el pasajero y el transportista. TKT (ticket). La característica principal de un billete de avión es que es personal e intransferible.

Tipos de billete de avión.

- Billetes mecanizados: nacionales o internacionales con numeración distinta. Ahora no existe el cupón contable. Sólo existe una copia rosa que es la copa agencia. Cupones de vuelo (máx. 4 por billete) si no se utilizan se deben anular -cupones Void-. Después existe una copia pasajero o copia blanca. Todos los billetes llevan unas tapas donde están las condiciones generales de los billetes aéreos como el Pacto de Varsovia y el Convenio de Chicago. Hay que hacer liquidación semanal. en compañías aéreas a través del BSP.
- Billetes ATB: son cartulinas correlativas equivalentes a cupones de vuelo. Cuando se emite un billete ATB, se emitirá también una cartulina como cupón agencia y otra como cupón pasajero El mismo billete sirve para nacional y internacional. En estos billetes cuando no es necesario no se imprimen los billetes Void y la liquidación se realiza automáticamente por el sistema informático.
- Billete ET (electronic ticket) es el que está en auge actualmente. Hay pocas compañías que lo utilizan, y no en todas las rutas y en todos sus vuelos se puede utilizar este billete. Funcionará a través del Amadeus y nos indica si ese vuelo admite un ET. El cliente se tiene que identificar. Se necesita el SIN, PP o licencia de conducir. Al hacer la reserva se debe indicar el documento con el que el cliente se va a identificar en el aeropuerto. Hay que enviar al cliente