

II PART: Serveis i Operativa de les Agències de Viatges (AA.VV)

Tema 1. Activitats i organitzacions turístiques.

Tema 2. Les fonts d'informació en les AA.VV.

Tema 3. Venda, exposició i facturació dels serveis turístics.

Tema 4. Serveis i operatives en les AA. VV.

Tema 5. Productes turístics.

Tema 6. L'agent de viatges.

Tema 7. Atenció al client i tècniques de vendes.

Las agencias de viajes, es una especie de servicio que se dedican a facilitar la realización de viajes. Estas agencias tienen 3 funciones principales que se dividirán en:

- Asesora
- Intermediaria
- Productora

Función Asesora:

La gran mayoría de las AA.VV., hacen de intermediarios entre los prestatarios de los servicios turísticos i los clientes. Por el asesoramiento, las agencias no reciben ningún beneficio económico. Actualmente muchos clientes, reservan i consultan por Internet. (En España, prefieren buscar la parte asesora) Los hacen escoger entre las alternativas, el de la Agencia de Viajes, debe ser un buen Agente de Viajes .

Función Intermediaria:

Es el proveedor quien le da una comisión por la reserva del viaje y por la resta de acciones, nunca se encarece el precio del viaje.

- IBERIA: 100 €
- AA.VV.: 100 € Le pagará a IBERIA, menos porque se quedará un tanto % en despesas de comisión. (-6,07%).

Le devolverá a IBERIA, 92 €. Lo que si que le cobrará al cliente serán las despesas de gestión. (2€)

Para la función de mediador, no se cobra.

V. PIV. CI

Es el mismo avión, hoteles, etc.. pero hay

AMS–NYC 350€ 290€ empresas clave dentro del sector, que se

los hacen hasta un 20% de descuento por

movimiento de viajeros.

Ya sea por márgenes de beneficio o por lo que sea, se carga lo que se quiera, en ningún caso se encarece el precio. Es necesario tener un licencia o permiso autorizado de la asociación IATA .

El 10% de las compañías aéreas internacionales están en esta asociación, son los que marcan las normas de aeropuerto, seguridad en los aviones, los precios (tarifas), etc...

Hay unos principios universales para esta función mediadora.

- El prestatario esta obligado a suministrar información sobre sus servicios a la agencia de viajes, así como la documentación, etc.. para poder formalizar la venta.
- La AA.VV. esta obligada a conocer i promover los servicios de los prestatarios y a venderlos con el precio que el prestatario ha fijado.
- La agencia de viajes esta obligada a guardar y depositar el dinero recibido por la venta y a liquidar con el prestatario.
- El prestatario esta obligado a abonar una comisión, esta retribución, no encarece el precio del producto.

Función Productora:

La preparación y organización de las AA.VV. permiten obtener diferente servicios turísticos combinándolos para obtener un resultado diferente y más completo.

Estamos hablando de los viajes organizados y paquetes turísticos. Este tipo de viajes pueden incluir diferentes servicios (Transporte, alojamiento, visitas, manutención, etc...) Este tipo de viaje se ofrecen a un precio fijo/establecido.

También hay viajes a medida. Para esta opción tampoco se cobra un beneficio, pero si unas despesas de gestión. (es un poco más caro que un viaje Standard)

Clasificación de las AA.VV.

Cada país tiene su reglamento, las agencias se clasifican en 3 tipos, según la reglamentación vigente.

1.- Agencias Mayoristas (Julia Tours, Rodasol, Soltour, IberoJet)

2.- Agencias Minoristas

3.- Agencias Mixtas (Mayoristas, Minoristas)

1.- Agencias Mayoristas

Están dedicadas a elaborar, organizar i comercializar, productos turísticos a un precio establecido ofertados mediante catálogos i vendidos por medio de las agencias minoristas (La ley en España dice, que una empresa Mayorista, no puede vender directamente al cliente).

Esto no pasa en Europa, allí los Mayoristas no hacen falta que pasen por los minoristas. Se habla de tour operadores siempre que sea grande y tenga un gran poder de contratación en zonas turísticas muy

determinadas. Generalmente tiene participación o son propietarios de compañías aéreas o establecimientos hoteleros.

En nuestra área hablamos de tour operadores, a aquellos Mayoristas que operan en Costa Brava, Costa Dorada, Baleares – Canarias y Costa de Andalucía

Los mayores consorcios turísticos (tour operadores):

- **TUI**: (Alemana) N°1 en Europa y en nuestro país compro hace unos años el llamado Ambassador + su red de ventas UltraMar Express como empresa Minorista. El año pasado facturo **13.000.000.000** de €
- **AIRTOUR**: (Inglesa) Ha cambiado el nombre recientemente y se llama

(MY TRAVEL), facturó el pasado año **8.500.000.000** de €. Aquí tienen a

MARSANS como red de ventas i SPANAIR, como compañía área.

- **THOMAS COOK**: (Alemana – era Inglesa) Ha facturado **7.900.000.000** de € el pasado año.
- **NECKERMAN**: Tiene participación en el grupo IBEROSTAR.

Utilizan a viajes IBERIA como red de ventas y IBEROJET como compañía aérea)

2.- Agencias Minoristas

Están dedicadas a comercializar los productos de las Agencias Mayoristas. Lo venden al cliente directamente a cambio de una comisión.

Tipo de producto:

- Venden el producto de la Mayorista.
- Billeto de avión (sueños, excursiones, pólizas de seguros, alquiler de coches, alquiler de bungalows, villas, etc.)
- Puede flotar / chartear aviones, trenes, barcos.

Ejemplo: Agencia de viajes pequeña, familiar. Muchas de ellas se han convertido en Mayoristas.

Historia de los tour operadores

Se remonta a los años 50 en los países centro Europeos, que solían utilizar hoteles vinculados empresarialmente a ellos.

Como tipo de vuelo, utilizaban el vuelo charter, de esta manera se obtenían precios mucho más reducidos a los de aquel momento: vuelos regulares con precios o tarifas caras.

Sucedío después de la Guerra Mundial, muchos pilotos y aviones militares experimentados se dedicaron al turismo.

Originó, el nacimiento de los vuelos programados (gracias a las compañías que tenían participación en hoteles) los cuales promovieron un tipo de viaje económico adaptado a la clase media industrial Europea.

Este tipo de personas disfrutaban de unas vacaciones retribuidas y tenían ganas de viajar, los bajos precios desencadenaron el turismo masivo.

Este tipo de personas disfrutaban de unas vacaciones retribuidas y tenían ganas de viajar, los bajos precios desencadenaron el turismo masivo.

Los primeros viajes fueron de Sol y Playa, a playas mediterráneas y bastante más adelante se continuó con los viajes culturales.

A mediados de los años 70, aparecieron las vacaciones de invierno y los grandes viajes intercontinentales, potenciados por la bajada de tarifas de las compañías aéreas.

El principal grupo (tour operador) de capital 100% español, es **GLOBALIA**, que tiene AIREUROPA (compañía aérea), VIAJES HALCON (red de ventas) i TRAVELPLAN como Mayorista.

Otro consorcio turístico nacional, pero tiene participación inglesa. Grupo MARSANS que tiene como compañía SPANAIR.

La diversificación y especialización de las agencias de viajes.

Las AA.VV. tienen que diversificarse en cuanto al producto que ofrece, aunque estén especializadas en un producto determinado o en un tipo de clientes, es conveniente que ofrezcan varios productos porque sino se convertirían en un AA.VV de alto riesgo.

Causas de la aparición de la diversificación:

- La diversificación aparece debido a una gran cantidad de AA.VV., por lo tanto hay una alta competencia. (El jugar con los descuentos es peligroso, porque los márgenes en el sector son ya de por si muy bajos).
- La situación Política y Cultural (En el mundo) afecta directamente al turismo, y al mismo tiempo provocó la diversificación de las AA.VV.
- Cambio actual y continuo que experimenta el sector turístico en general .
- Liberalización hace 2 años de las compañías aéreas en España y del espacio Aéreo.
- Venta por Internet
- Implantación de grandes grupos de AA.VV. que son grandes grupos de presiones, por tanto, de contratación (Barceló, Marssans, Halcón viajes y Viajes el Corte Inglés).

Tipo de Agencias:

- **Agencias Emisoras:** Podemos encontrar las especializadas en deportes de Aventura y las Multinacionales
 - ♦ Deportes de Aventura: Este tipo de AA.VV. han tenido que diversificar su oferta. (turismo rural, rafting, etc.) Lo han hecho porque tenían la problemática del verano, ya que todo lo que ofrecían era Ski, y deportes de invierno.
 - ♦ Agencias de tipo MULTINACIONAL: (Marssans, Barceló Halcón, Corte Inglés), las cuales comercializan producto de moda con buena calidad y buen precio.
 - ♦ Agencias Virtuales: Funcionan como una AA.VV. Minorista o Mixta normal, pero esta claro

que el cliente hace su compra a través de Internet, las comisiones que se les paga son mucho más bajas.

En Europa no están funcionando.

Motivos:

- No apetece poner datos en la red
- No hay asesoramiento.
- ♦ Agencia pequeña: (pura Minorista) Este tipo de AA.VV. debido a la problemática nombrada anteriormente están asociadas entre ellos formando grupos, porque quieren poder contratar con los proveedores con mayor rentabilidad

Ejemplos: grupo **OVER**, grupo **AVASA**

Para poder optar a tarifas especiales, etc., ya que de esta forma tendrán mayor poder de contratación como el Corte Inglés, etc., ya que consiguen rebaja a causa de los viajes que proporcionan al años.

Si los proveedores no ceden en la reducción de tarifas, pueden desviar las

ventas y así dejar de comerciar con según que proveedores.

- **Agencias Receptivas**: Las agencias de viajes receptivas tienen la función de recibir al cliente y darle los servicios que han contratado, este tipo de agencias pueden actuar en nombre propio o como representante de una Mayorista o Tour operador, aunque estos grandes grupos una vez abierto el mercado se implantan con su propio nombre.

Introducción al Transporte Aéreo

Ejemplo: Vuelo a **NYC** (ida y vuelta)

Ejemplo de distribución de los asientos (clase turista **Y**)

60000 ptas	B	Máximo 15 días, no lo puede cambiar por nada.
180000 ptas	M	Primer billete que había (no sabe cuando volverá), ninguna restricción para cambiar de compañía (1 mes – 6 meses)
40000 ptas	T	Oferta especial agente de Agencia de Viajes.
120000 ptas	G	Estudiante se va 6 meses y puedes hacer cambios, puedes volver antes de lo asignado.
90000 ptas	V	Por trabajo, 1 mes, mes y pico. También puede salir de otro lugar, tiene algunas oberturas.
55000 ptas	Q	En Internet, te vas hoy, te exige que vuelvas dentro de 6 días, te rompes una pierna, no te hacen el cambio de billete.

El valor de cada asiento puede variar en concepto de las plazas disponibles así como de la configuración que precisas para el tipo de viaje que vas a desarrollar, así pues según el número de plazas la compañía podrá ir variando los precios a proporción de la demanda.

¿Qué son las compañías aéreas?

Las compañías aéreas, son empresas que explotan el transporte aéreo civil de viajeros i mercancías. Según el tipo de servicio que prestan, o la forma de contratación del vuelo se pueden clasificar en compañías de vuelo regular y en compañías de vuelo charter.

- Compañías aéreas regulares:

Las compañías aéreas regulares, efectuaran sus vuelos de acuerdo a un calendario, horario y recorrido fijo, programado/publicado en manuales y sistemas informáticos de obligado cumplimiento.

En este tipo de vuelos, el avión tiene que salir aunque solo haya un pasajero. No se puede cancelar la ruta/slot, por tanto genera un problema con el avisón.

Según la ruta que realizan los vuelos regulares, se dividen de la siguiente forma:

- ♦ Vuelos internacionales: Explotan la operativa de sus vuelos en otros países (Realizan la ruta a países extranjeros)
- ♦ Vuelos nacionales/domésticos: Realizan sus vuelos en territorio nacional (Santiago – Sevilla)
- ♦ Vuelos regionales: Comercializan rutas de corto recorrido con aviones pequeños (turbohélices) sería vuelos dentro de la región, como por ejemplo: Por las islas de Tenerife

Estos vuelos se caracterizan porque:

- Son de corto recorrido
- Se utilizan aviones de pequeñas dimensiones.
- Compañías aéreas charter:

Son aquellas compañías que operan vuelos con carácter excepcional, no están sujetos a un calendario, horario, ni recorrido fijo. Normalmente dichas compañías tienen contratos con las Mayoristas para poder organizar viajes combinados, en donde se vende el vuelo charter con otros servicios.

Situación actual del transporte aéreo

El transporte aéreo, es el segmento de mercado más complejo del turismo, la globalización de la economía mundial, obliga a que el mercado tenga más productos, de mayor calidad y más económicos.

En el caso de las compañías aéreas, no todas estas pueden tener todos los destinos, todos los vuelos directos, los mejores horarios, etc., por lo tanto han tenido que adaptarse al nuevo mercado de la única manera, mediante la creación de alianzas.

Alianzas aéreas

1.- ONE WORLD: (<http://www.oneworldalliance.com>)

Es la primera alianza mundial. Las compañías socias son:

American Airlines Iberia

(<http://www.aa.com>) (<http://www.iberia.com>)

datos: AA AAL Forth Worth (TX) datos: IB IBE Madrid

British Airways Qantas

(<http://www.britishairways.com>) (<http://www.qantas.com>)

datos: BA BAW London datos: QF QFA Sydney

Canadian Airlines Lan Chile

(<http://www.canadianairlines.ca>) (<http://www.lanchile.com>)

datos: CA datos: LA LAN Santiago

Lan Perú Finnair

(<http://www.lanchile.com>) (<http://www.finnair.com>)

datos: LP LPE Lima datos: AY FIN Vantaa

otras que forman parte de ONE WORLD:

Aer Lingus Cathay Pacific

(<http://www.aerlingus.com>) (<http://www.cathaypacific.com>)

datos: EI EIN Dublin datos: CX CPA Hong Kong

Tiene el problema de no tener ningún socio asiático

2.- STAR ALLIANCE: (<http://www.star-alliance.com>)

Esta al mismo nivel que la alianza ONE WORLD

Tienen como socios principales: