



**FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNICO ADMINISTRACION TURISTICA**



**TEMA:
DISEÑO DE UN MANUAL DE BUENAS PRACTICAS PARA LAS AGENCIAS
DE VIAJES Y TOUR OPERADORES UBICADAS EN EL GRAN SAN
SALVADOR**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

CLAUDIA RAQUEL GONZÁLEZ GUZMÁN

SARAHY ELIZABETH SERRANO GUERRERO

YAQUELIN ESMERALDA SERRANO GUERRERO

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

SEPTIEMBRE, 2009

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.

PAGINA DE AUTORIDADES

**LIC. JOSE MAURICIO LOUCEL
RECTOR**

**ING. NELSON ZARATE SANCHEZ
VICERRECTOR ACADEMICO**

**LIC. JUAN CARLOS CERNA
DECANO**

JURADO EXAMINADOR

**LIC. JOSE MARTI
PRESIDENTE**

**LIC. JUAN CARLOS CERNA
PRIMER VOCAL**

**LICDA. LARISSA MARTI
SEGUNDO VOCAL**

SEPTIEMBRE, 2009

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTO

Deseo reconocer el apoyo incondicional de todos aquellos que han ayudado a la realización de este trabajo.

A Dios todopoderoso, quien me ha dado fortaleza, sabiduría e inteligencia; y a la vez ha brindado el mejor apoyo incondicional para la culminación de este trabajo.

A mi mama y papa, Rosa González y Manuel Guzmán quienes han estado siempre dando su cariño y comprensión.

A mis hermanos: Kervin, Marcelo, Manuel, Sergio, Jorge y Henry; por sus consejos de los cuales siempre han estado presentes.

A mis compañeras de trabajo: Sarahy Serrano y Yaquelin Serrano, quienes han demostrado durante toda esta actividad la madurez, el valor y el sacrificio de ser un gran equipo.

A nuestra asesora: Larissa Martí, por todo el apoyo y orientación para poder realizar este tema.

Claudia Raquel González Guzmán

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios porque es el que me ha dado la vida hasta este momento, la salud y las fuerzas para seguir adelante.

A mis padres por todo su apoyo tanto espiritual y moral, por el esfuerzo que han hecho para darme los estudios hasta el lugar donde hoy me encuentro.

A mis hermanos por sus consejos y motivaciones para seguir en mis estudios.

A la Licda. Larissa Martí por su ayuda y orientación para realizar nuestro trabajo.

Agradezco a mis compañeras de trabajo Yaquelin Serrano y Claudia González por su apoyo y esfuerzo para realizar este trabajo

Sarahy Elizabeth Serrano Guerrero

AGRADECIMIENTO

A Dios primeramente por brindarme la vida, la salud y la fuerza para poder seguir adelante; Por brindarme siempre su compañía.

A mis Padres por darme siempre su amor y apoyo que necesite durante el transcurso de esta carrera; por sus oraciones para poder llegar hasta este momento.

A mis hermanos: por estar siempre apoyándome y aconsejándome; por darme el aliento para poder seguir siempre adelante.

A mis Compañeras: por su amistad, paciencia, comprensión y apoyo en momentos difíciles.

A mi Asesor: por brindarme sus conocimientos y por aconsejarme siempre.

Yaquelin Esmeralda Serrano Guerrero

INDICE

Página

Introducción.....	i
-------------------	---

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....	1
--------------------------------------	----------

Generalidades.....	1
---------------------------	----------

1. Tendencia Histórica

1.1 Los Comienzos de las Agencias de Viajes.....	1
--	---

1.2 Antecedentes De Las Agencias De Viajes En El Salvador.....	9
--	---

1.2.1 Funciones básicas de las Agencias de Viajes.....	12
--	----

1.2.2 Clasificación.....	15
--------------------------	----

1.2.3 Un manual de buenas prácticas debe contener.....	18
--	----

1.3 Tendencia Histórica de los Tour Operadores.....	21
---	----

2. Aspectos Legales

2.1 Para las Agencias de Viajes.....	22
--------------------------------------	----

2.2 Para los Tour Operadores.....	26
-----------------------------------	----

3. Aspectos Normativos

3.1 Para las Agencias de Viajes.....	34
--------------------------------------	----

3.2 Para los Tour Operadores.....	39
-----------------------------------	----

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1 Justificación de la Investigación.....	46
1.1 Objetivos de la Investigación.....	47
Objetivo General.....	47
Objetivos Específicos.....	47
Determinación del Universo.....	48
Determinación de la Muestra.....	48
1.2 Instrumentos y Técnicas de Investigación.....	48
Tabulación y Análisis de Datos.....	49

CAPITULO III

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	58
Recomendaciones.....	62
 Bibliografía.....	 65
Anexos.....	

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas que ha crecido en El Salvador en los últimos años y hoy en día, sin lugar a dudas, ocupa uno de los primeros lugares dentro de la industria del rubro de servicios.

Esta situación obliga al sector a contar cada vez con más trabajadores que brinden servicios con altos estándares de calidad que mejoren la competitividad y den los resultados de satisfacción esperados.

En nuestro proyecto se propone implementar un “Manual de Buenas Practicas en Agencias de Viajes y Tour operadoras”, reconociendo que los mismos pueden desarrollar mejoras importantes en su gestión.

Asimismo pretende hacer frente a los retos más importantes a los que se enfrentan las empresas turísticas; poner la tecnología al servicio, seleccionar y formar adecuadamente al personal, así como implementar sistemas de mejora en sus funciones que permitan evaluar los niveles actuales, y las acciones necesarias para conseguirlos.

Se entiende como una opción empresarial, que quiere establecer y asegurar el nivel de prestación de los servicios que satisfaga las expectativas de los clientes, y es hacia donde el presente manual pretende orientarnos.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1. Tendencia Histórica

1.1 Los Comienzos de las Agencias de Viajes

Al hablar del negocio turístico y, en especial de las agencias de viajes, tenemos que comenzar necesariamente por referirnos a los precursores de el, quienes, muchísimo tiempo antes de que el turismo se manifestara como un importante fenómeno social capaz de generar beneficios económicos y sociales para la comunidad receptora, ya actuaban con éxito en el comercio de esta actividad.

Lógicamente, tenemos que comenzar por referirnos a Thomas Cook y Henry Wells, quienes, por rara coincidencia, comienzan sus actividades profesionales en este campo en 1841. El primero de los citados, en Inglaterra, y el segundo, en Estados Unidos de América.

Es mucho, en realidad, lo que el turismo les debe tanto a Thomas Cook como a Henry Wells, fundadores de la Thomas Cook & Sons y de la American Express Company, respectivamente. Esta ultima fundada en 1850.

De manera especial a Thomas Cook, a quien se le reconoce como el primer Agente de Viajes profesional, dedicado de tiempo completo al ejercicio de su actividad.¹

¹<http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>

Cook comienza, en 1841, fletando un tren para transportar a 578 personas en un viaje de ida y vuelta entre las ciudades de Loughborough y Leicester, distantes 35 kilómetros entre si, para participar en un congreso antialcohólico. En tal ocasión, Cook efectuó todos los arreglos del viaje sin pretender ningún tipo de beneficio personal, pero pronto comprendió el enorme potencial económico que representaba la organización de viajes.

Es así como, en 1845, se dedica de tiempo completo a preparar excursiones. Inicia sus actividades con las características de lo que hoy conocemos como un *Tour operador* y, desde un inicio, su principal preocupación fue siempre la de elaborar *tours* de acuerdo con el interés y la conveniencia de sus clientes, lo cual fue indudablemente uno de los aspectos que mas contribuyo a su éxito como agente de viajes.

Son innumerables los aportes que Cook, en su calidad de agente de viajes, realizó a favor del desarrollo del turismo, por lo que solo destacaremos aquí aquellos que, por su relevancia, tienen una mayor significación para el tema que nos ocupa.²

²<http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>

En 1845, año en el cual inicio su actividad, con motivo de una excursión que organizara de la ciudad de Leicester al puerto de Liverpool, preparo para orientación de los participantes, lo que denomino *Handbok Of. The Trip (manual de viajes)*, que constituyo el primer itinerario descriptivo de un viaje preparado de forma profesional especialmente para uso de los turistas.

En 1846, efectúa un Tour con guías de turismo, el primer conocido con estas características; en esa ocasión condujo a un total de 350 personas en un viaje a través de Escocia.

Con ocupación de la primera Exposición Universal, que ya tuviera lugar en la ciudad de Londres en 1851, y a la que asistieron alrededor de seis millones de visitantes calcula que no menos de 165 000 personas hicieron uso de los servicios ofrecidos por Cook para los arreglos de transporte y alojamiento.

Lo cual en una prueba evidente de la capacidad receptiva con que contaba ya en esa época.

En 1862, introduce en sus operaciones el *Individual Inclusive Tour*, viaje a *Forfait* todo comprendido, conocido en la actualidad por la sigla *IIT* modalidad de viaje que fuera creada en 1850 por Tomas Bennet, secretario del cónsul general británico en Oslo, quien lo concibiera a efecto de facilitar el viaje de sus compatriotas ingleses por Escandinavia.³

[3/http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html](http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html)

El éxito alcanzado por Cook con la introducción del *IIT* fue tal, que en el mismo 1862, en solo un mes, llegó a vender unos 500 programas de estas características de la empresa de ferrocarril Great Eastern Railway.

En 1867, crea el cupón de hotel, que hoy conocemos como *Voucher*, y en 1874 lanza lo que se llamo, en ese entonces, la Circular Note, verdadera antecesora del *Traveler's Check*, puesto que era aceptada por Bancos, Hoteles, Restaurantes y casas comerciales, en distintas partes del mundo.

Respecto a este particular, es interesante hacer notar que el *Money Order* de la American Express tuvo su origen años, mas tarde, concretamente en 1882, y que fue adoptado tanto por los bancos como por las Agencias de Viajes, en reemplazo de la *Circular Note*, identificándolo como *Traveler's Check*, denominación que tiene su origen, precisamente, en la banca británica. El *Traveler's Check* de American Express como tal, es decir, el que se emplea en la actualidad, surgió en 1891.

Por ultimo, hay dos hechos más de Cook que merecen ser destacados en estos breves antecedentes estos son: la realización de la primera vuelta al mundo en viaje turístico que llevo a cabo en 1871 con un grupo de nueve personas y cuya duración fue de 222 días.⁴

⁴<http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>

A la muerte de Cook, en 1892, Thomas Cook & Sons era una corporación que empleaba a mas de 1700 personas, con 84 escritorios y 85 Agencias de Viajes alrededor del mundo.

Si bien es cierto que Cook fue el precursor en el desarrollo del negocio de los viajes de turismo; también fue el único, contra todo negocio lucrativo, rápidamente nace la competencia, y este no fue la excepción. Ya en 1844, Henry Caze se convierte en el principal competidor de Cook en el negocio de la organización de Viajes y, a partir de entonces, la competencia se fue incrementando en Inglaterra como en el resto de los países de los continentes europeo y americano.

Para 1878, cuando se funda en la ciudad de Milán la primera Agencia de Viajes Italiana, se calculaba que ya funcionaban unas 250 en todo el mundo. Con el correr del tiempo, el numero de Agencias de Viajes se fue incrementando de tal manera que, a fin de proteger sus intereses se creo en 1919, a instancias de A. Junot, la Federación Internacional de Agencias de Viajes (FIAV), la cual posteriormente, con el correr de los años, dio lugar en 1966 a la fundación de la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes, la que aglutina a la mayoría de las asociaciones nacionales de Agencias de Viajes y que en la actualidad se conoce como FUAAV.⁵

⁵<http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>

En realidad, la FIAV fue que la dio un gran impulso a la profesión en el plano internacional y a ella se debe, también la primera definición de carácter descriptivo de la actividad del agente de viajes, al cual, en 1920, definió de la siguiente manera: empresario que ejerce, dentro de la economía turística, una profesión compleja, comprendida de prestaciones intelectuales y técnicas, además que de actividades industriales, comerciales y de mandato.

A partir de 1925 en Europa se comienza a desarrollar de forma considerable los servicios de excursiones en autocar y. con ello, se comienza a poner de manifiesta la gran contribución de las agencias de viajes al incremento de la actividad turística en el continente europeo. En 1928, surge en Estados Unidos de America, la actividad de Mayoristas en el campo del turismo.

La Agencia de Viajes *Exprinter Travel Service*, que contaba para entonces con varias oficinas en distintos puntos de dicho país da inicio en el citado año a sus actividades como *Wholesater*, vendiendo tours especialmente preparados para la venta por medio de las denominadas Agencias de Viajes detallistas, en una actividad no competitiva con estas ultimas. Evidentemente, esta innovación significo un nuevo impulso al desarrollo de los viajes vacacionales, pero, sin duda, la mayor contribución realizada por las agencias de viajes al desarrollo de lo que hoy se conoce como Turismo Masivo,⁶

⁶<http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>

Se produce en los inicios de la década de los cincuenta con la entrada en el negocio turístico de una serie de empresas que, si bien no operaban en este ramo, tenían una vasta experiencia en otros campos de los negocios y contaban además, con el dominio de las modernas técnicas de Marketing.

Por cuanto las nuevas agencias de viajes que comienzan a operar en turismo, introducen las técnicas de marketing en este campo y, con ellas, los nuevos conceptos de comercialización en el mercado de viajes.

Es así como con la aplicación de las técnicas de marketing, nace, en Europa Occidental, el concepto de Producto Turístico y con este la “Estandarización” de la oferta, base del boom que se produce en el turismo mundial, y que llega a su máximo esplendor a fines de la década de los sesenta y principios de los sesenta.

En bajo este nuevo concepto que se planifica y efectúa por primera vez en Inglaterra, en 1954, un Inclusive Tour by Charter, conocido en el medio por la sigla ITC, y que fuera organizado por la Agencia Horizon Holidays con destino de la isla de Córcega, en el Mediterráneo.⁷

⁷<http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>

Es interesante destacar, incluso, que este tipo de “Producto” se comienza a desarrollar en Estados Unidos de America recién en 1966. Época en la que el turismo europeo se encontraba ya en pleno auge, como consecuencia de la actividad de participación de los Tour Operadores y agentes de viajes ingleses, alemanes, escandinavos, holandeses y franceses.

El aporte de las agencias de viajes al desarrollo del turismo en todo el mundo es indudable, ya que las mismas continuamente crean nuevos productos, desarrollan nuevas técnicas de comercialización, beneficiando con ello a la actividad en su conjunto, mediante su labor de intermediación entre los prestadores de servicios y el usuario final, o sea, el turista.

El volumen de negocios que manejan es insospechado. Para que se pueda tener una idea al respecto, basta decir que, solo las agencias de viajes estadounidenses manejaron, en 1985, un volumen de negocios del orden de los 54.29 billones de dólares estadounidenses.

Es fácil comprender, entonces, que de contarse con la información de venta de los Tour Operadores europeos, algunos de los cuales llegan a manejar alrededor de 2 millones de turistas anualmente, el volumen mundial de negocios en manos de las agencias de viajes, es realmente impresionante.⁸

1.2 Antecedentes De Las Agencias De Viajes En

El Salvador

En El Salvador no se conoce la fecha exacta en que comenzaron a existir las Agencias de Viajes, ya que aproximadamente el 95% de estas surgieron como complemento a otras actividades dedicadas al turismo. Esto ha dificultado la ubicación cronológica exacta de sus orígenes pues tampoco operaban legal y establemente; sin embargo, se tiene conocimiento que El Salvador Travel Service fue la primera Agencia de Viajes fundada en el país, en el año de 1941, por el señor Armando López Ulloa.

En esa Época a El Salvador le brindaban servicio aéreo las aerolíneas Pan American y TACA. En el año 1948 repunta IBALACA TOURS (por las siglas Ibáñez- Lacayo) fundada por los señores Roberto Lacayo y Armando Ibáñez.

IBALACA Tours tuvo reconocimiento de las líneas aéreas y se distinguió pues realizaba recorridos hacia Sur America. Esto se dio a principios de los años 1950's. para ofrecer un servicio de alta calidad enviaban a su personal al Cono Sur con 3 días de antelación para preparar los servicios necesarios con el objetivo de satisfacer y dar un mejor servicio a sus clientes.⁹

9/ Francisco Apóstolo (Pres. ASAV), José Martí (COVIATUR)

En Marzo de 1954 nace la Agencia Ariel, fundada por el señor Luis Alonso Rendón. También funda Ariel San Miguel y Santa Ana, posteriormente abre en El Salvador la Agencia de Viajes TUREX (Turismo y Excursiones)

La cual aun hoy permanece activa. En esa época su competencia mas reconocida eran las Agencias El Salvador Service y Turinter (Turismo Internacional)

A don Ernesto Valencia, que laboraba en Pan American, le surgió la oportunidad de comprar junto con León Ávila, la Agencia de Viajes El Salvador Travel Service, por lo que formaron la empresa Ernesto Valencia y Compañía, la cual fue la primera en brindar el servicio de Agencia de Viajes en los años 1956 y 1957.

En 1960 nace AVIA, Agencia de Viajes Apóstolo. Sus fundadores los señores Pedro Apóstol y su hijo Francisco, este ultimo laboro para las aerolíneas KLM y Pan American durante un periodo de 10 años.

A efecto de proteger los intereses de las Agencias de Viajes un grupo de empresarios turísticos dispone de fundar una gremial, y crean la Asociación Salvadoreña de Agencias de Viajes (ASAV) en junio de 1960. Esta Asociación ha sido dirigida por expertos en turismo y ha brindado apoyo desde entonces al referido sector.¹⁰

10/ Francisco Apóstolo (Pres. ASAV), José Martí (COVIATUR)

Los señores Alfredo Morales, Cesar Hernández y Antonio Angulo comenzaron con la Agencia de Viajes (Morales) y de carga (AVIACAR) fundadas el 2 de mayo de 1961. De Agencias de Viajes Morales surge Amor Tours constituida en 1974, la cual se dedica al transporte terrestre de pasajeros.

En la década de 1970's surge el boom turístico de EL Salvador debido al incremento de turistas, los cuales ascendían a unas 200,000 personas al año entre 1973 y 1979.

En este periodo sin precedentes en el país, específicamente en el año de 1975, se realizo el concurso Miss universo.

La Guerra Civil suscitada en El Salvador entre los años 1979 y 1991 golpeo fuertemente el rubro turismo, debido a la paralización de la investigación en el país y el temor de los visitantes ante la situación de inseguridad. Sin embargo, cabe mencionar que las Agencias de Viajes dedicadas a la venta de boletos alcanzaron en este periodo niveles relativamente altos de venta, por consiguiente el negocio fue rentable, sobre todo por la emigración de la población hacia países como Canadá, Suecia y Australia.¹¹

11/ Francisco Apóstolo (Pres. ASAV), José Martí (COVIATUR)

¿Que es una agencia de viajes?

Una agencia de viajes es una empresa turística que actúa como agente intermediario activo entre sujetos de desplazamiento turístico y prestadores de servicios específicos (aerolíneas, hoteles, cruceros , etc.). Cada prestador de servicio puede vender directamente al consumidor final, o sea, al turista, o bien mediante intermediarios, entre quienes se dedican a la “organización de viajes.”¹²

1.2.1 Funciones Básicas De Las Agencias De Viajes

Las funciones básicas de una agencia de viajes son la organización, promoción, reservas y venta de servicios de transportación, alojamiento, alimentación, visitas a lugares y a eventos de interés, transportación local y visitas organizadas. Así mismo, facilita el trámite de documentos tales como pasaportes, visas, seguros, créditos, etc.

^{12/} http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_de_viajes

Cabe resaltar que existen funciones principales de entre las mismas las cuales se detallan a continuación:

- Función Asesora

- a) Informar y asesorar al viajero sobre las características de los destinos, servicios, proveedores y viajes existentes.
- b) Sugerirle en la selección adecuada ante el destino de su elección.

- Función Mediadora

Consiste en gestionar e intermediar la reserva, distribución y venta de productos turísticos. Aunque no sea imprescindible es importante, ya que permite acercar el producto al cliente y multiplica los puntos de venta. Normalmente esta función mediadora es ejercida por las agencias minoristas, que materializan la reserva, el alquiler o venta de los siguientes grupos de servicios:

- a) Pueden ofrecer al cliente servicios como billetes de un determinado medio de transporte, alojamientos en establecimientos hoteleros, entradas para espectáculos culturales o deportivos, alquiler de vehículos, de salones para banquetes o congresos, pólizas de seguro de viajes, venta de guías turísticas, etc.

b) También ofrecen servicios subsidiarios como la modificación o cancelación de reservas, confirmación de las mismas y la tramitación de algunos documentos necesarios para el viaje como algunos Visados.

- Función Productora

Consiste en organizar, comercializar los productos turísticos generados por la combinación de distintos servicios y que se ofertan a un precio global establecido, que es lo que se suele conocer por viajes combinados o paquetes (viajes estándar programados a la oferta) o también podemos encontrarnos con forfaits (viajes programados a la demanda, que están adaptados a cada cliente).

Para llevar a cabo esta función productora en la actualidad se exige contar con dos elementos esenciales:

- a) Deben disponer de conexiones con sistemas computarizados de reservas (SCR) o sistemas globales de reservas (GDS, Ej. Amadeus).
- b) Deben disponer de conexiones vía Internet, tanto para estar en contacto con sus clientes, como para sus relaciones con los proveedores de servicios turísticos.¹³

13/ <http://www.monografias.com/trabajos11/trabagenc/trabagenc.shtml#EVOLUC>

Su Importancia

Son de vital importancia, dinamizador de la economía, contribuyen al desarrollo de las ciencias geográficas, sirviendo paralelamente a la consolidación del crecimiento y desarrollan mejores condiciones de los viajeros turísticos.

Además son relacionadas con una forma de hacer viaje, se comenzaba a usar con aquellos viajes asociados al recreo y el ocio pero no es hasta esta época moderna que comienza a ser considerado como un fenómeno social y llega a ser de interés para muchos ya no solo para su disfrute sino que este se convierte en tema de especial interés para empresarios e investigadores.

1.2.2 Clasificación

Las agencias de viajes se clasifican según su operación en:

- Mayoristas:

Son las que proyectan, organizan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios y paquetes turísticos para su ofrecimiento a las agencias minoristas. Y estas no pueden ofrecer sus productos directamente al consumidor.

- Minoristas o detallistas:

Son aquellas que comercializan el producto de las mayoristas vendiéndolas directamente al usuario. Estas proyectan, organizan, y venden.

Las agencias de viajes se clasifican según su mercado:

- Agencias turismo receptivo.

Llamadas también incoming son las que se ocupan de recibir y atender en destino a los turistas enviados por otras agencias de otras áreas geográficas éstas surgen en lugares de interés turístico (ciudades de arte, localidades, centros de cultura, entre otros), donde se da una notable oferta de los servicios turísticos.

- Agencias de turismo emisoras

Llamada también outgoing tienen como finalidad de enviar clientes desde los núcleos emisores a los receptores de otras áreas geográficas diferentes a aquellas donde se ubica la agencia.¹⁴

Además de las clasificaciones anteriormente destacadas, en estos últimos años se ha producido un gran desarrollo e innovación en este colectivo de empresas, apareciendo como las agencias de viajes especializadas en algún tipo de producto, las virtuales y las de agencias con oficinas de ventas en grandes empresas, etc.

14/ <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/29986/capitulo%201.pdf>

Manual: Es un documento en el que se integra toda la información de la Empresa; con la finalidad de lograr la estandarización de operaciones, procesos, procedimientos, imagen y servicio.

Buenas prácticas: Se refiere al conjunto de orientaciones puestas al servicio de las instituciones que se dedican a planificar, diseñar y ejecutar actividades; cuyo propósito es examinar y potenciar sus procesos de trabajo de manera de hacerlos más eficientes y obtener resultados de calidad.

¿Cuál es la importancia del Manual de Buenas Prácticas?

Porque sirve como guía para el buen funcionamiento y desempeño de las actividades dentro de la Empresa; además es un instrumento que deben seguir los empleados para brindar una buena atención a los clientes y proveedores.

1.2.3 Un manual de buenas prácticas

deberá contener:

1.2.3.1 Normas específicas para El Personal

El ejecutivo acude a su puesto de trabajo de tal forma que esta preparado para:
Una reunión de negocios, presentar un producto al cliente, permanecer el día completo en la oficina (si fuese necesario) manteniendo su imagen en perfecto estado, trasladando una impresión de profesionalidad éxito y disposición al cliente. Sugerimos adoptar algunos códigos estéticos determinados:

Los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.

El personal Emplea las fórmulas de cortesía definidas por la empresa.

La amabilidad la refleja:

- La predisposición a atender de manera inmediata al cliente.
- El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
- La capacidad de controlar la agresividad, sonreír y escuchar.¹⁵

¹⁵/ Gladis Naranjo (TURINTER)

Relación Presencial Con El Cliente:

El personal es accesible para el cliente lo que quiere decir:

- Se encuentra siempre a la vista del cliente.
- En caso de que exista un mostrador se intentará, no dar la espalda al cliente.
- Se deberá primar la rapidez en la atención al cliente presencial. El personal dejará los trabajos que pudiera estar realizando, siempre que esto sea posible, cuando un cliente se dirige a el.
- El personal deberá primar la discreción y evitará conversaciones o llamadas personales que puedan ser oídas por el cliente.
- Si se debe interrumpir a un empleado que está atendiendo a un cliente, previamente se solicitará la autorización del cliente.

1.2.3.2 Atención Telefónica

- Las llamadas se contestan en el más breve tiempo posible, antes del tercer tono. Si por cualquier razón se debe poner en espera al cliente, el tiempo de la misma debe ser inferior a 30 seg.
- Empleo de fórmulas de cortesía. Al descolgar el teléfono se identifica el establecimiento, se pronuncia la frase de saludo y se ofrece ayuda (Agencia..., buenos días, le atiende. ¿En qué puedo ayudarle?)

1.2.3.3 El agente esta en la obligación de conocer perfectamente el producto

- Los agentes conocerán los programas itinerarios y no existe pretexto alguno para no conocer un destino.
- Se evitara en la medida de lo posible dar excusas se deberá tomar en cuenta que el cliente nos busca pues desea resultados inmediatos.
- A la entrega de la documentación, se comenta todas aquellas posibles inquietudes que el cliente pudiese tener del destino receptor y se proporcionara al cliente la mayor cantidad de información escrita sobre el producto.
- Se orienta al cliente, con información del destino, asesorándole y facilitándole material informativo, horarios de transporte, lugares de interés, etc., para lo cual se cuenta con un soporte de información organizado, convenientemente actualizado y con una cuidada presentación para que el cliente mismo pueda consultarlo.

1.3 Tendencia Histórica de los Tour Operadores

Los Tour operadores en El Salvador es tan antigua como lo es el turismo; pero ha ido modernizándose y acomodándose a lo que ha sido el turismo. Algunos Tour Operadores como Network Travel que a trabajado en turismo desde hace 16 años de los cuales 13 han sido en Turismo Receptivo.

En la década de los 70's los primeros Tour operadores empezaron a trabajar en turismo para atraer a turistas en serio y eso se había frenado por la guerra; hubieron empresarios que se unieron y formaron las primeras Tour operadoras; estos empezaron a traer buses con aire acondicionado; luego entraron otras empresas que compraron Autobuses y Microbuses y empezaron ha trabajar en el Turismo Receptivo, la Tour operadora lo que hace en si es que amplía y ofrece una oferta sobre servicios turísticos en El Salvador. En el periodo Presidencial de Arturo Armando Molina hubo españoles y franceses que diseñaron el proyecto de Construir el Aeropuerto internacional y la Carretera hacia el mismo. Algunos cuestionaron por la ubicación del Aeropuerto pero estas personas veían el futuro Turístico del país.¹⁶

16/ Álvaro Cuellar (Vic.Pres. ASOTUR)

2. Aspectos Legales

2.1 Aspectos Legales para las Agencias de Viajes

Las agencias de viajes son empresas de servicios que se pueden constituir Como personas jurídicas o trabajar como personas naturales bajo un nombre Comercial, por lo que están sujetos a todas las leyes aplicables, como las que Se detallan a continuación.

Ley primaria. Constitución de la República de El Salvador: Establece el marco regulatorio relacionado con los derechos y obligaciones de Los ciudadanos de una nación, así como el libre derecho a asociarse de cada Individuo.

Leyes secundarias: Código Tributario y su Reglamento.

Las agencias de viajes son comisionistas y por lo tanto están sujetas a lo Estipulado en el Art. 108 del Código Tributario, el cual establece que las Empresas deberán emitir y entregar a su propio nombre comprobante de Crédito fiscal o factura, según sea el caso, por cada transferencia de bienes o Prestación de servicios, indicando que actúan por cuenta de sus mandantes.¹⁷

Dichas operaciones deberán registrarlas en forma separada en el libro de Ventas respectivas.

¹⁷ <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/29986/capitulo%201.pdf>

Ley de Impuesto sobre la Renta y su Reglamento:

Esta ley establece las obligaciones formales y sustantivas relacionadas al Impuesto sobre la renta obtenida a que están sujetas todos los contribuyentes.

Código de Comercio: Las agencias de viajes por ser empresas constituidas bajo el régimen de Comerciantes individuales o sociales están regidas por disposiciones contenidas En el Código de Comercio en cuanto a formas de constitución, formas de Administración, disolución, liquidación, transformación y todas las obligaciones Relacionadas con las formas de llevar los libros contables y su auditoría.

Código de Trabajo: Las agencias de viajes como todas las empresas por poseer la calidad de Patronos, están obligadas a cumplir con todas las disposiciones contempladas En esta ley, la cual tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre Patronos y trabajadores.¹⁸

Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social.

Esta ley establece regulaciones que los patronos deben cumplir relacionado Con las cotizaciones del régimen de salud de todos sus empleados.

18/ <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/29986/capitulo%201.pdf>

Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones.

Esta ley comprende el conjunto de normas y procedimientos, mediante los cuales se administrarán los recursos, destinados a pagar todas las prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados para cubrir los riesgos de invalidez común, vejez y muerte; Además establece la obligatoriedad que todos los patronos deben asegurarse que sus empleados se encuentren afiliados a una AFP y a su vez que se le efectúen las respectivas retenciones en concepto de cotizaciones de acuerdo a la AFP donde se encuentre afiliado.

2.1.1 Requisitos para la venta de los servicios de Transporte Aéreo Comercial

Los requisitos para la venta de los servicios de transporte aéreo comercial varían según se trate de la venta de boletos de pasajes domésticos o de pasajes internacionales. En el primer caso, o sea, para la venta de boletos domésticos, normalmente las condiciones establecidas por los transportistas nacionales no son tan estrictas como las disposiciones que rigen la venta de boletos internacionales, la cual está sujeta al cumplimiento de una serie de requisitos por parte de la agencia de viajes, para que estas puedan recibir tal autorización.

En efecto, en el caso particular de la venta de los servicios de transporte aéreo de un transportista que cubre rutas internacionales, es su asociación, conocida

con el nombre de IATA, la que previamente “certifica” la idoneidad de una agencia de viajes para la emisión de billetes de pasajes de sus miembros.

En casi todos los países (excepto en Estados Unidos de America) en que operan transportistas miembros de la IATA, y el numero de Agencias de Viajes lo justifica, existe una Junta de Investigación de Agencias, integrada por los representantes de todas las aerolíneas, la cual se encarga de “certificar la idoneidad” de las agencias, así como de controlar su desempeño. En algunas regiones, como sucede en el caso concreto de la región de Centroamérica y Panamá, donde el número de agencias por país no es muy grande, y la distancia entre un país y otro es reducida, la Junta de Investigación esta instalada en uno de ellos, y desde este atiende a todos los asuntos de la región.

Las agencias de viajes establecidas que deseen ser reconocidas por IATA, para poder pasar así a vender billetes internacionales, deben presentar su solicitud a la citada Junta de Investigación.

Esta Junta efectúa una minuciosa investigación sobre la situación financiera del solicitante, las características de su organización, así como sobre las calificaciones y experiencia del personal con que esta cuenta para el desarrollo de sus actividades, posteriormente, la Junta prepara un informe completo que contiene todos los antecedentes del solicitante, y lo presenta a la consideración de la *Conferencia de Trafico* correspondiente al área a la cual pertenece la

agencia, y esta *Conferencia*, si el solicitante satisface los requisitos establecidos por la Asociación, y esta recomendado por la Junta de Investigación, es la que otorga el “Certificado de Funcionamiento” como una agencia IATA.

A partir de que la agencia es notificada de su aceptación, puede pasar a emitir boletos de cualquier transportista IATA, y pasa a tener el derecho de percibir la comisión por su labor de venta.

IATA mantiene un registro pormenorizado de las autorizaciones concedidas en todas y cada una de las áreas que corresponden a las mencionadas *Conferencias de Trafico*.

2.2 Aspectos Legales Para Los Tour Operadores

Los Tour Operadores deben cumplir lo establecido en la siguiente ley

Artículos de la Ley que le competen a los Tour Operadores, Capítulo III del registro nacional de turismo:

Art. 9.- Habrá un Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control, en el que podrán inscribirse las empresas turísticas que operen en el país, las cuales gozarán de los beneficios y de los incentivos que confiere la presente Ley cuando así lo soliciten y cumplan los requisitos legales.

Capítulo IV: De las obligaciones de las personas Inscritas en el registro

Art. 10- Los titulares y sus Empresas Turísticas inscritas en el Registro, estén o no acogidas a los incentivos fiscales establecidos en la presente ley, tendrán las siguientes obligaciones:

- a. Dar estricto cumplimiento a lo dispuesto en la presente Ley y sus reglamentos.
- b. Proporcionar la información y documentos que les sean solicitados con relación al desarrollo de sus actividades; tal información tendrá tratamiento confidencial, excepto datos consolidados del sector y sus actividades.
- c. Facilitar el ingreso a sus instalaciones a los funcionarios y empleados debidamente acreditados, cuando en cumplimiento de sus responsabilidades así lo soliciten.

En este caso, la Secretaría de Estado deberá proporcionar a sus delegados la identificación correspondiente, la cual deberá estar vigente y portarse visiblemente. Estos no podrán en ningún momento divulgar a terceros información confidencial que les sea proporcionada por las Empresas Turísticas, caso contrario quedarán sujetos a las sanciones legales pertinentes.¹⁹

19/ <http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

Art. 11.- Las personas que gocen de los incentivos fiscales establecidos en la presente Ley, además de lo anterior, deberán dar cumplimiento a las siguientes obligaciones:

- a. Utilizar los incentivos fiscales otorgados, para los fines exclusivos de la actividad incentivada.
- b. Cumplir con las disposiciones legales vigentes en materia de infraestructura turística, normas de calidad y dotación de servicios.
- c. Comunicar a la Secretaría de Estado las modificaciones en los planes y proyectos que sobre el giro de la empresa hubiere realizado, en el plazo de diez días hábiles posteriores a la modificación, e informar de la venta o traspaso de sus activos o acciones en el plazo de diez días hábiles posteriores a la venta o traspaso.
- d. Permitir y facilitar la práctica de inspecciones por parte de delegados debidamente acreditados, tanto de la Secretaría de Estado como del Ministerio de Hacienda proporcionando el acceso a la documentación y a la información relativa a la actividad incentivada, que en el ejercicio de sus funciones le soliciten.²⁰

20/ <http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

Art. 12.- Las empresas turísticas tienen la obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estadía.

Además asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio, reservaciones y a la calidad de las facilidades que se comprometen a prestar.

Capítulo V: De los ingresos para la promoción turística

Art. 18.- Dentro de los primeros diez días hábiles de cada mes, la empresa responsable de su captación deberá enterar los recursos recaudados del mes anterior al Fondo General del Estado, mediante declaración rendida en formularios especiales que proporcionará la Administración Tributaria.

Las sanciones por no efectuar la percepción establecida en el presente artículo o por no enterar sus montos al fisco serán las establecidas en el Art. 246 del Código Tributario y para su imposición el Ministerio de Hacienda, seguirá los procedimientos establecidos en el cuerpo legal citado. En estos casos el Ministerio de Hacienda tendrá la facultad de determinar el monto de la recaudación dejada de percibir.²¹

21/ <http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

Capítulo VI: Fomento a la industria turística

Art. 21.- Toda persona natural o jurídica y sus empresas turísticas inscritas en el Registro podrán gozar de los beneficios generales que a continuación se señalan:

- a. Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que al efecto prepare CORSATUR.
- b. Información y respaldo de la Secretaría de Estado ante las diversas oficinas gubernamentales, cuando el interés turístico nacional lo amerite.
- c. Apoyo de la Secretaría de Estado cuando sea solicitado por gremiales del sector y sea en beneficio del sector turístico nacional.
- d. Participación en candidaturas para el otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística que sean realizados por la Secretaría de Estado.
- e. Apoyo a las entidades y organismos gubernamentales o privados en la creación de parques nacionales o áreas naturales protegidas, cuando ello tenga verdadero alcance turístico.²²

²²/ <http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

Capítulo VII: De las infracciones y sanciones

Art. 25- Las infracciones cometidas por los empresarios del turismo, para los efectos de esta Ley, son las siguientes:

Dar uso diferente al autorizado a los incentivos fiscales y a los bienes que hayan sido importados al amparo de los incentivos de la presente Ley; o no tener debidamente identificados los bienes importados al amparo de la presente Ley como de uso exclusivo para la actividad incentivada.

- a. Suministrar datos falsos a las entidades u organismos mencionados en la presente Ley, o no enviar la información que les sea requerida por autoridad competente.
- b. Falsificar la inscripción en el Registro.
- c. Cobrar impuestos, derechos u otros tributos en ocasión de la prestación de servicios que no sean los establecidos en las Leyes.
- d. No informar a la autoridad respectiva acerca de la venta o traspaso de activos o acciones referidas en el literal c) del Art. 11.
- e. Negar u obstaculizar la función supervisora de las autoridades competentes.²³

²³/ <http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

No comparecer sin causa justificada a las citaciones que en legal forma les hicieren las instituciones mencionadas en la presente, según sus respectivas competencias legales.

- f. Realizar, en ocasión de la prestación de sus servicios, actos discriminatorios por razones de género, nacionalidad, etnia, preferencia sexual, religión o cualquier otra particularidad.

Incumplir con cualquier otra obligación no especificada en el presente artículo, ya sea contenida en esta Ley, en su reglamento o en cualquier otra ley que regule la materia.

Art. 26.- Se sancionarán las infracciones a la presente Ley, así:

- a. LEVE: Multa de veinte salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.
- b. GRAVE: Multa de treinta salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.
- c. MUY GRAVE: Multa de cuarenta salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.²⁴

²⁴/ <http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

Las sanciones señaladas se aplicarán sin perjuicio de otras que las leyes respectivas señalen para tales actos u omisiones. El cumplimiento de la sanción no eximirá al infractor de la obligación de cumplir con las obligaciones reguladas en esta Ley.

Art. 27.- Para los efectos del artículo anterior, se entenderán como infracciones muy graves las contenidas en el artículo 25, en los literales a), b), c) y d); como infracciones graves las contenidas en los literales e) y f); y como infracciones leves, las contenidas en los literales g) y h).

Cuando se incurra en una infracción sancionada con multa muy grave se revocará definitivamente el Acuerdo que concede los incentivos y se ordenará la cancelación del asiento de la empresa en el Registro. Igual sanción procederá en caso de incurrir reiteradamente en infracciones graves.

Cualquier otra infracción a la presente Ley, su reglamento, o cualquier otra ley sobre la materia, será sancionada de la misma forma que las infracciones graves contenidas en la presente Ley.²⁵

25/ <http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

3. Aspectos Normativos

3.1 Aspectos Normativos para las Agencias de Viajes

Las normas para Agencias de Viajes regulan la relación entre los Agentes Acreditados por IATA y las compañías Aéreas Miembros. Estas normas establecen los derechos y las obligaciones de ambas partes, así como los procedimientos aplicables a quienes traten de conseguir la Acreditación de IATA para la venta de transporte aéreo internacional de pasaje.

¿Cuándo Surgió IATA?

Es preciso esclarecer, que no existe una fecha de creación de la IATA, pues algunos textos consideran que la IATA, es una asociación fundada en La Habana, Cuba, en abril de 1945 y por su parte otros textos hacen referencia al año de 1919 en la Haya.²⁶

^{26/} <http://iatacomercial.blogspot.com/2008/08/asociacin-de-transporte-areo.html>

- Agente Acreditado por IATA

El Agente Acreditado por IATA es un agente de venta de pasaje aprobado por las compañías aéreas miembros por medio de la Asamblea Regional de acuerdo con las normas para Agencias de Venta de pasaje. Las compañías Aéreas miembros solo pagan comisiones por las ventas hechas a Agentes Acreditados por IATA.

- Acción sobre las Solicitudes

Al solicitante se le concederá el reconocimiento como Agente Acreditado por IATA y, en consecuencia, se le podrá nombrar para representar a Compañías Aéreas miembros si el solicitante cumple los requisitos y satisface los criterios que se exponen en términos generales en las Normas para Agencias de venta y formaliza un Contrato de Agencia. A la persona cuya solicitud haya sido rechazada, se le exponen los motivos de dicha medida. El solicitante rechazado podrá solicitar reconsideración o revise esa decisión.

- Código Numérico

A cada local aprobado de un Agente Acreditado se le asigna un código numérico IATA individual y se le refleja en la Relación Oficial de Agencias IATA. Las Compañías miembros tienen libertad para nombrar Agentes Acreditados de Esta relación.

- Requisitos Exigidos y Criterios

Para que una Solicitud prospere se tienen que satisfacer determinados criterios básicos. Al solicitante que no satisfaga estos criterios mínimos no se le concederá la acreditación de IATA siendo necesario mantenerlos para tener la garantía de que se sigue figurando en la Relación de Agencias IATA.

Entre estos requisitos se encuentran las categorías siguientes:

- ✓ Locales

El local objeto de la solicitud deberá estar abierto para realizar negocios de manera regular y ser identificado comercialmente como agencia de viajes; teniendo en cuenta, no obstante, que el local que no cumpla con estas condiciones pueda ser aprobado, no obstante, si cumple todos los demás requisitos exigidos y:

- solamente se dedique a organizar viajes todo Incluido (Inclusive Tours) y se realiza la emisión de documentos de tráfico relacionados con los citados viajes todo incluido solamente; o
- es una sucursal sita en los locales de una organización, planta industrial o firma comercial y se dedica sustancialmente a atender a las necesidades de viaje de esa organización, planta industrial o firma comercial; o
- es un local con Impresora Satélite de Billetes.

El local no estará ubicado en espacio para oficinas ocupado conjuntamente con otra agencia de viajes, un Agente Acreditado o un transportista aéreo.

Seguridad de los Locales los locales de cada local aprobado que tendrá stocks de Documentos de tráfico, así como la caja fuerte/cámara acorazada utilizada en dichos locales para almacenar Documentos de Trafico, estarán de acuerdo con los siguientes niveles mínimos o los niveles equivalentes, establecidos por la Conferencia o por la Asamblea Regional:

- todos lo puntos de acceso normal a los locales de cada local aprobado deberán estar eficazmente protegidos cuando en los locales no se encuentre personal autorizado del Agente;
- Todos los demás posibles puntos de acceso a los locales, tales como claraboyas, ventanas, etc., deberán estar protegidos con barras o rejillas metálicas fuertes;
- Los locales deberán estar protegidos por
 - Un sistema de alarma antirrobo, u otras medidas de seguridad
 - En uno u otro caso, de acuerdo con un estándar aceptable por la Asamblea Regional.

✓ Caja fuerte

Cuando la dotación de trabajo de documentos de trafico sin emitir no se este utilizando en cada local aprobado deberá estar guardada con llave en una caja fuerte de acero que pese, como mínimo, 182 kgs. Y esta sujeta con pernos, fijada con cemento o de otro modo al suelo o la pared para impedir su movimiento en los locales o su rápida retirada de estos.

En la actualidad este requisito no es indispensable, porque ya no se emiten boletos aéreos físicos, si no que se trabaja con un sistema donde se elabora un boleto virtual o electrónico.

Las cajas fuertes son ahora utilizadas para asegurar documentación de la Agencia o incluso dinero.

3.2 Aspectos Normativos Para los Tour Operadores

Para iniciarse como Tour Operador

- Dentro de ASOTUR (Asociación Salvadoreña de Tour Operadores)
 - ✓ Toda Empresa de Turismo deben registrarse en CORSATUR para obtener su certificación.
 - ✓ Estar Legalmente constituido (como Empresa Jurídica o Empresa Natural) con Registro de IVA y NIT.
 - ✓ Tener oficinas
 - ✓ Persona dedicada y de ética hacia esa rama del turismo.²⁷

Requisitos para los Tour Operadores

Los Tour Operadores deben cumplir con los requisitos mínimos generales de gestión calidad y competencias siguientes:

Requisitos de Organización

El Tour operador debe tener una organización tal, de manera que preste los servicios indicados en su directorio y los que promocióne.²⁸

27/ Álvaro Cuellar (Vic.Pres. ASOTUR)

28/ <http://www.calidadturistica.cl/NORAOPTUR/normasenconsulta/NCh3067-TOUROPERADOR-2007.pdf>

En particular el Tour operador debe:

- a) Disponer de un local, debidamente identificado, destinado a los objetivos propios de un Tour operador, que cumpla con la reglamentación vigente y cuente con al menos:
 - Iluminación
 - Sistema de acondicionamiento térmico;
 - Muebles y equipos de oficina, de acuerdo a las áreas definidas;
 - Sistema de teléfono, con numero(s) propio(s);
 - Conexión a Internet; y
 - Otros, según se requiera para su operación.
- b) Contar con un manual de organización que contenga a lo menos:
 - Organigrama o esquema de cargos, en el cual se establecen las relaciones funcionales, jerárquicas de autoridad y de control;
 - Definición y restructuración de las áreas de la organización, incluyendo la definición de las funciones de cada una de las áreas definidas;
 - Requisitos de selección del personal para todas y cada una de las áreas, incluyendo las competencias y habilidades que debe poseer el personal, de acuerdo a la definición y restructuración de las áreas que se hayan establecido;²⁹

²⁹/ <http://www.calidadturistica.cl/NORAOPTUR/normasenconsulta/NCh3067-TOUOPERADOR-2007.pdf>

- Manual de procedimientos para el tratamiento de emergencias, que permita dar respuesta y enfrentar los imprevistos u obstáculos que ocurran durante la prestación de algún paquete, producto o servicio turístico; e
 - Identificación de seguros de responsabilidad social.
- c) Contar con procedimientos escritos, para cada una de las áreas definidas, que permitan garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.
- d) Contar con el personal capacitado y entrenado en los sistemas y métodos de trabajo, para la eficiente y oportuna entrega de los servicios prestados.
- e) Tener definido un sistema para identificar y documentar las necesidades de capacitación del personal, el que debe considerar como mínimo los aspectos siguientes: servicio al cliente, calidad del servicio, conocimientos técnicos para el diseño de paquetes turísticos, comercialización, idiomas, entre otros.
- f) Definir los mecanismos de selección y capacitación del personal temporal o transitorio contratado para temporadas altas u otros, de forma tal que su trabajo no afecte a la calidad de los servicios ofrecidos.
- g) Tener implementado y difundir, un medio de recepción y tratamiento de sugerencias y reclamos.³⁰

30/ <http://www.calidadturistica.cl/NORAOPTUR/normasenconsulta/NCh3067-TOUOPERADOR-2007.pdf>

- h) Contar con programas de mantención, preventivos y correctivos, de forma tal de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento del equipamiento de que se disponga.
- i) Informar mediante un directorio de servicios o resumen de servicios, de todas aquellas prestaciones que ofrece el Tour operador, en español cuando el mercado objetivo sea de habla hispana y/o en un segundo idioma correspondiente a el o los mercado(s) objetivo(s), indicando el servicio y u descripción, forma de acceder a el y sus precios.³¹

Equipamiento, mobiliario y suministros

El Tour operador debe tener equipamiento, mobiliario y suministros de acorde a las áreas definidas y a la capacidad del local, velando que las características técnicas de estos permitan operar y asegurar en todo momento la prestación de los servicios.

Requisitos de diseños de paquetes turísticos

El Tour operador debe definir los procedimientos de diseño y control de calidad de los paquetes turísticos y sus correspondientes registros. En particular debe:

31/ <http://www.calidadturistica.cl/NORAOPTUR/normasenconsulta/NCh3067-TOUOPERADOR-2007.pdf>

➤ Diseño de paquetes turísticos

El Tour operador para el diseño de un paquete turístico debe:

- Definir la duración e itinerario de los distintos programas que lo componen
- Definir la calidad y el detalle de cada uno de los servicios que están incluidos.
- Identificar los servicios turísticos o no en el paquete turístico
- Identificar los servicios complementarios
- Identificar a los proveedores de cada uno de los servicios incluidos en el paquete turístico.
- Definir el nombre, precio y vigencia del paquete turístico
- Definir las responsabilidades propias de las agencias de viajes y de los proveedores.
- Identificar los requisitos legales, medio ambientales, de seguridad, salud y otros, que pueden ser aplicables al paquete turístico y a los usuarios finales, en cada uno de los destinos que incluye.
- Identificar a los seguros incluidos en el paquete turístico.
- Identificar proveedores alternativos para cada uno de los servicios turísticos.³²

32/ <http://www.calidadturistica.cl/NORAOPTUR/normasenconsulta/NCh3067-TOUOPERADOR-2007.pdf>

➤ Control del diseño de Paquetes Turísticos

El Tour operador para garantizar la calidad del paquete turístico diseñado debe:

➤ Verificación de los servicios adquiridos

El Tour operador debe establecer procedimientos escritos de verificación de las adquisiciones de los servicios turísticos que forman parte del paquete turístico, de forma tal de asegurar la calidad de este.

Este procedimiento debe incluir, como mínimo

- verificación de los proveedores
- cotizaciones de los servicios las que deben incluir todas las especificaciones y características de estos.
- Disposiciones legales vigentes en los destinos incluidos en el paquete turístico y otros.³³

33/ <http://www.calidadturistica.cl/NORAOPTUR/normasenconsulta/NCh3067-TOUOPERADOR-2007.pdf>

➤ Control de modificaciones en el diseño

El Tour operador debe llevar un registro y administrar las modificaciones de los requisitos de los servicios de un paquete turístico, después de que este haya sido implementado. El registro de modificaciones debe considerar al menos;

- Identificación y justificación de las modificaciones, para ser sometidas a análisis y se rediseñe la parte del paquete turístico afectado.
- Registrado de las modificaciones en los requisitos del paquete turístico, identificando la planificación, aprobación y fecha de la implementación
- Identificación de los representantes de las áreas de la organización afectadas por las modificaciones.
- Evaluación del impacto de las modificaciones propuestas, de forma tal de asegurar que se producen los resultados esperados y no afectan negativamente la calidad del paquete turístico.
- El informe de seguimiento y evaluación de los cambios del diseño del paquete turístico.³⁴

34/ <http://www.calidadturistica.cl/NORAOPTUR/normasenconsulta/NCh3067-TOUROPERADOR-2007.pdf>

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1 Justificación de la Investigación

Actualmente, en diversos países del mundo, el turismo es uno de los pilares de la economía estatal, a tal grado que es un alto generador de divisas para la nación.

Existen necesidades imperantes que hacen posible la realización de esta investigación, tales como los retos del mundo globalizado, además de una nueva oportunidad para el país de enfocar el turismo como una propuesta de desarrollo con los sectores involucrados en este rubro, ya sea por el lado privado como por el público, entrando así, a la cadena del desarrollo con el fin único de percibir el turismo como una empresa que genere beneficios al más corto plazo.

En el contexto específico de las agencias de Viajes y Tour operadores en nuestro país no hay una guía o un manual a seguir para el buen funcionamiento y debido a esto se ha propuesto el diseño de un manual de buenas practicas para dicho segmento del mercado turístico, esta propuesta del diseño del manual surge con el objetivo novedoso e Importante para que estas tengan una guía que les permita desarrollar sus actividades y funciones.

Por que es de conocimiento de estas empresas que no existe documentación sobre los antecedentes históricos de turismo.

1.1 Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un manual para la estandarización de las prácticas y procedimientos con los Principios básicos que contemplen las Agencias de Viajes y Tour Operadores.

Objetivos Específicos

- Identificar a que empresas de servicios turísticos les es de relevancia tener un manual de buenas prácticas.
- Recaltar la importancia que tiene cada paso en la atención y servicio al cliente como pilar fundamental en la operación de las agencias de viajes y Tour operador.

Determinación del Universo

Se realizo entrevista a los Gerentes de Agencias de Viajes y Tour Operadores.

Determinación de la Muestra

Censo entre las Agencias de Viajes que son IATA y Tour Operadores; siendo un total de 32 Ubicadas todas ellas en la zona metropolitana de San Salvador.

1.2 Instrumentos y Técnicas de Investigación

Se utilizo como instrumento para la recolección de datos: entrevista y encuesta.

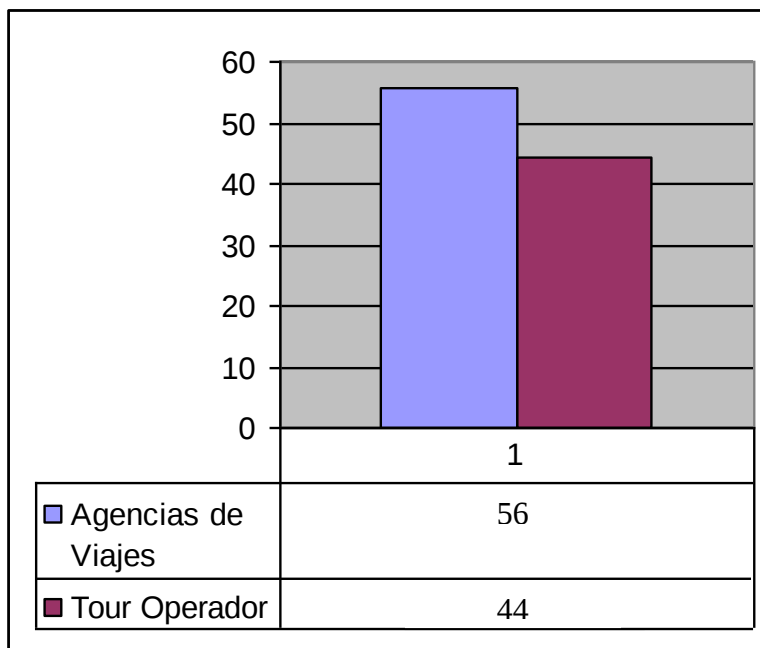
- La Entrevista: se constituyo de 5 interrogantes dirigidas a personas conocedoras de los inicios y evolución de las Agencias de Viajes y Tour Operadores.
- La Encuesta: consiste en un cuestionario de 10 interrogantes con el objetivo de obtener la información necesaria para lo que debe contener el diseño de un Manual de Buenas Practicas.

(Ver Instrumentos de Investigación en Anexos.)

Tabulación y Análisis de Datos

1. ¿A que se dedica su empresa?

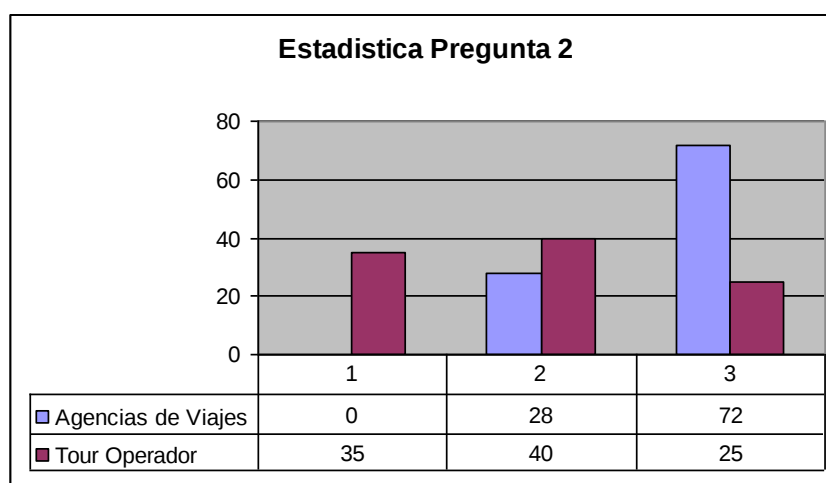
Alternativa	frecuencia	%
Agencia de Viajes	25	56
Tour Operador	20	44
Total	45	100



El 56% de los Encuestados son Agentes de Viajes; mientras que un 44% son Tour Operadores, De esta información se infiere: Que la mayoría de las empresas entrevistadas son agencias de viajes.

2. ¿Cuántas Personas Laboran en su Empresa?

Alternativa	frecuencia	%
3	7	16
5	15	33
mas	23	51
total	45	100

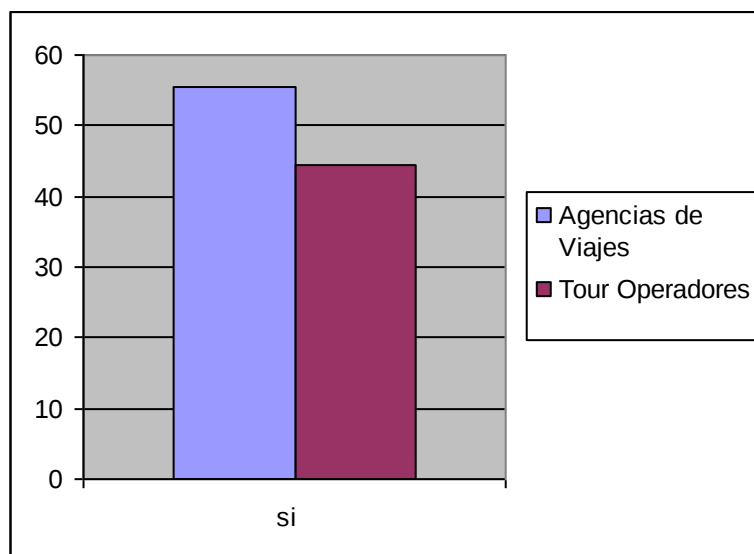


El 72% de las agencias de viajes encuestadas tienen un número superior a 5 empleados, y el 28% tienen un promedio de 5 empleados. En consecuencia se observa que las agencias de viajes no poseen menos de 5 empleados.

En las Tour operadoras el 40% de las entrevistadas tienen un promedio de 3 empleados; mientras que un 25% cuentan con un número superior a 5.

3. ¿El personal que labora en su empresa tiene conocimiento básico sobre las Agencias de Viajes y Tour Operadores?

	Alternativa		frecuencia	%
	si	no		
Agencia de Viajes	25	0	25	56
Tour Operador	20	0	20	44
Total	45	0	45	100

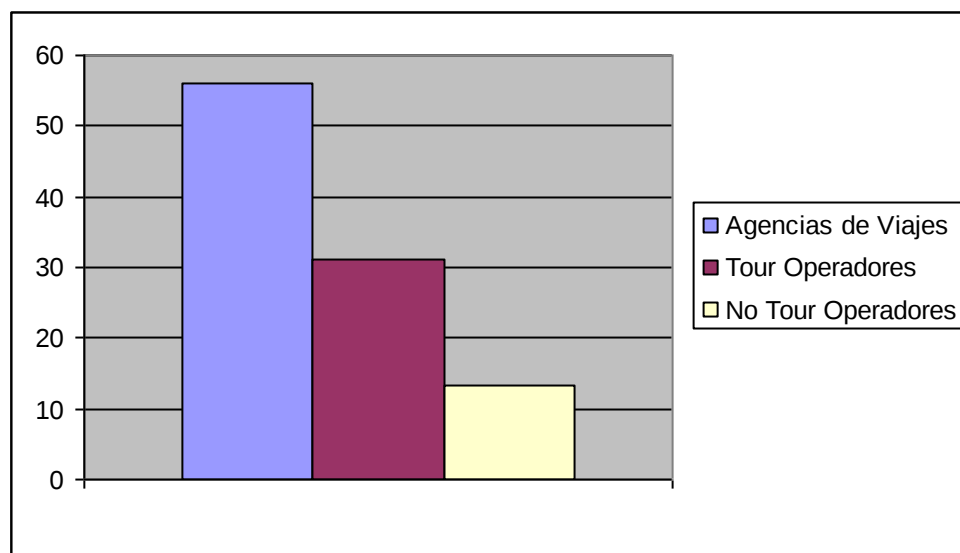


El 100% de los Encuestados asegura que el personal que labora en su Empresa tiene conocimientos básicos sobre Agencias de Viajes y Tour Operadores.

Definiendo así: Que las empresas han contado con capacitación para que sus empleados obtengan los conocimientos básicos del funcionamiento y desempeño de sus actividades.

4. ¿Esta su empresa Autorizada por una Organización? Si su respuesta es si mencione cual Organización

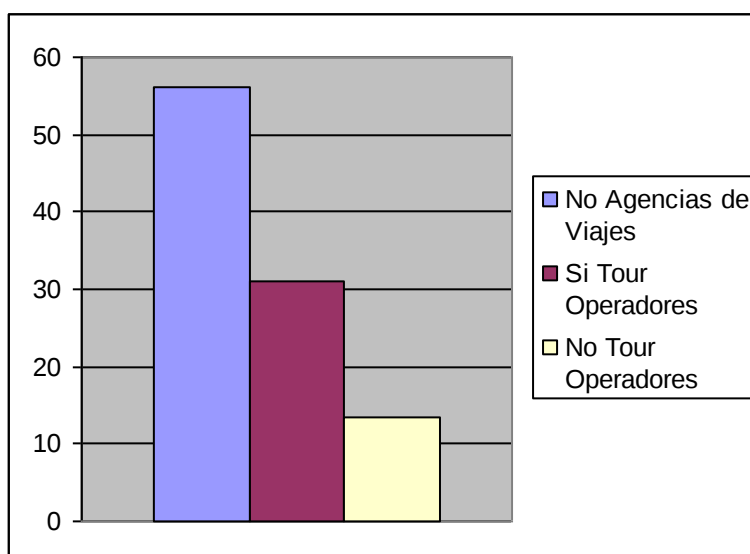
	Alternativa		frecuencia	%
	si	no		
Agencia de Viajes	25	0	25	56
Tour Operador	14	6	20	44
Total	45	0	45	100



El 100% de las Agencias de Viajes Encuestadas son Empresas Autorizadas por una Organización; mientras que el 70% de los Tour Operadores encuestados están autorizados por una organización y un 30% no están autorizadas.

5. ¿Existe en su Empresa un manual que sirva como guía para el buen funcionamiento de la misma?

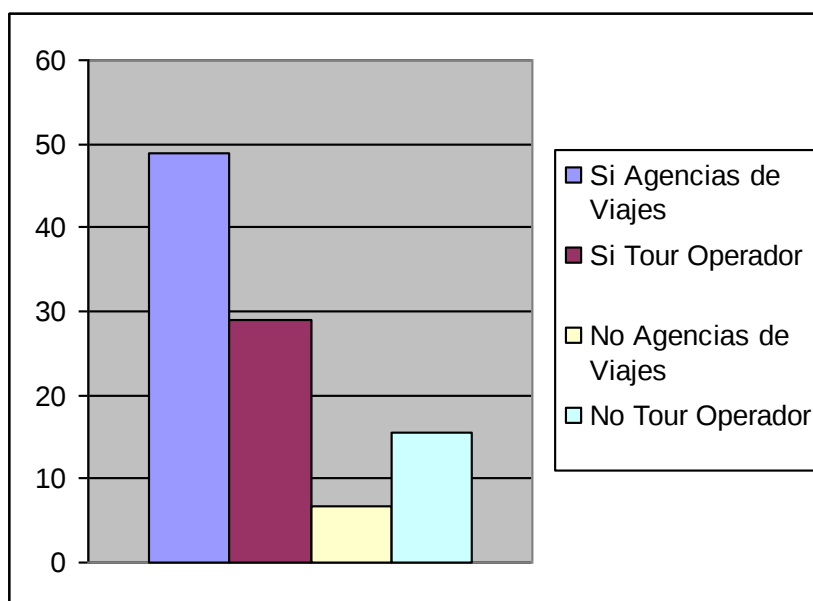
	Alternativa		frecuencia	%
	si	no		
Agencia de Viajes	0	25	25	56
Tour Operador	14	6	20	44
Total	45	0	45	100



El 100% de las Agencias de Viajes Encuestadas asegura que **NO** existe en su Empresa un manual que sirva como guía para el buen funcionamiento de la misma; mientras que el 70% de los Tour Operadores encuestados asegura que **SI** existe un manual y un 30% dice que **NO**.

6. ¿Cree que es Importante hacer un manual?

	Alternativa		frecuencia	%
	si	no		
Agencia de Viajes	22	3	25	56
Tour Operador	13	7	20	44
Total	45	0	45	100

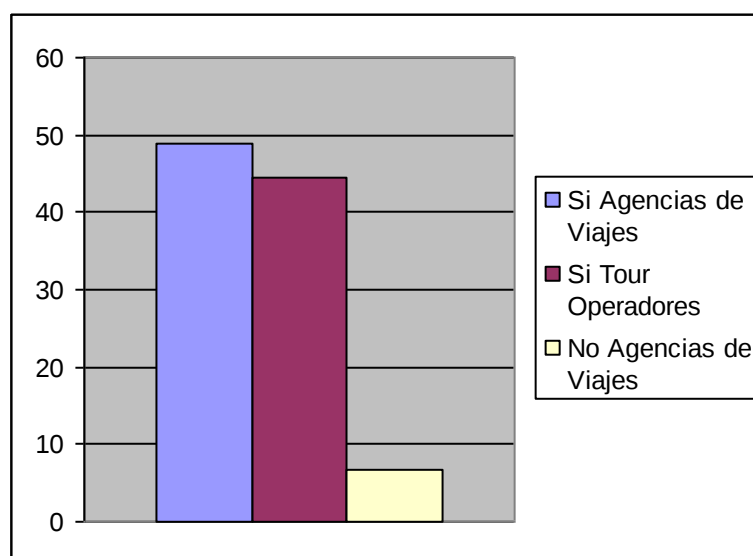


El 88% de las Agencias de Viajes Encuestadas consideran que **SI** es importante hacer un Manual; Mientras que un 12% aseguran que **NO** es importante.

El 65% de los Tour Operadores encuestados consideran que **SI** es importante hacer un manual; mientras que el 35% de los encuestados afirmaron que no es importante.

7. ¿Al realizarse el Manual estaría dispuesto(a) a ponerlo en práctica?

	Alternativa		frecuencia	%
	si	no		
Agencia de Viajes	22	3	25	56
Tour Operador	20	0	20	44
Total	45	0	45	100

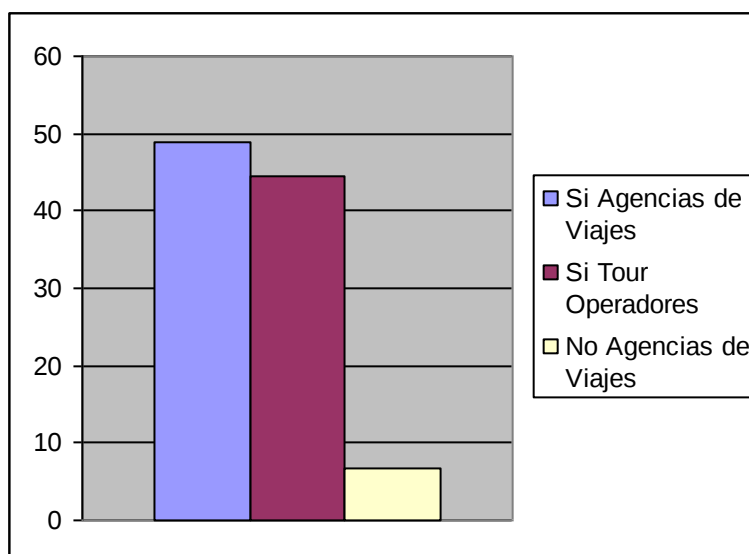


El 88% de las Agencias de Viajes Encuestadas afirmaron que **SI** están dispuestos a poner en Practica dicho Manual; Mientras que un 12% consideran que **NO**.

El 100% de los Tour Operadores encuestados afirmaron que SI están dispuestos a poner en practica dicho manual

8. ¿Le interesaría en que este manual se lleve a cabo?

	Alternativa		frecuencia	%
	si	no		
Agencia de Viajes	22	3	25	56
Tour Operador	20	0	20	44
Total	45	0	45	100

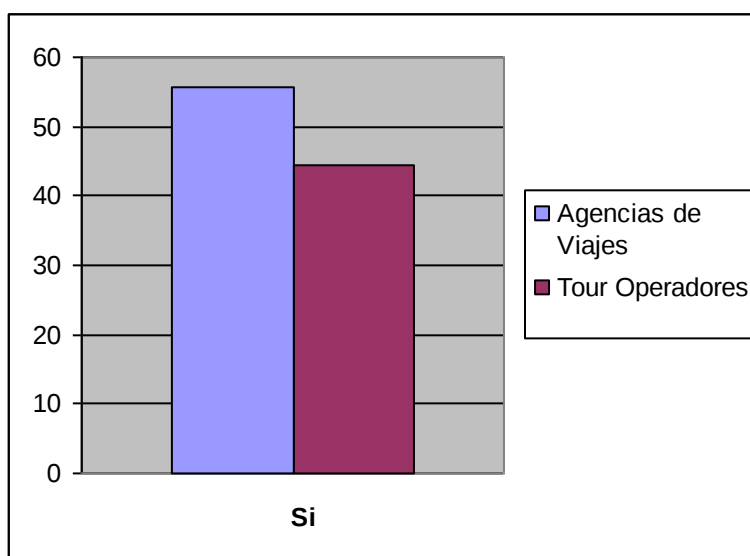


El 88% de las Agencias de Viajes Encuestadas mencionaron que **SI** les interesa que este manual se lleve a cabo; Mientras que el 12% dijeron que **NO** les interesa.

El 100% de los Tour Operadores encuestados afirmaron que **SI** les interesa que se realice dicho manual

9. ¿Considera de beneficio aplicar un Manual de Buenas Prácticas en su Empresa?

	Alternativa		frecuencia	%
	si	no		
Agencia de Viajes	25	0	25	56
Tour Operador	20	0	20	44
Total	45	0	45	100



El 100% de las Agencias de Viajes y Tour Operadores Encuestados consideran que **SI** es de beneficio Aplicar un Manual en su Empresa.

Debido a la información captada de las preguntas 4-9 se hace la propuesta del diseño de un manual de buenas prácticas que contenga la información

necesaria de las normas que las empresas deben cumplir para dar una mejor atención al cliente.

CAPITULO III

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El turismo es y continuará siendo un factor clave tanto para el desarrollo económico, social y medioambiental de las naciones más ricas del mundo, como para el fomento de aquellas economías menos favorecidas, debido al carácter multiplicador que el mismo tiene.

Las Agencias de Viajes ocupan un sitio indispensable en el desarrollo del sector turístico, ya que son unas de las principales promotoras del turismo, al manejar flujos constantes de pasajeros a nivel nacional e internacional. Son las especialistas del sector al utilizar y reunir todos los servicios y productos que se ofrecen en el mercado e integran en paquetes o excursiones productos que cubren gran parte de las necesidades del cliente.

La intermediación en el turismo continuará jugando un papel fundamental para hacer llegar el cliente al destino, y dependerá en gran medida de la capacidad que tengan Los directivos de las Agencias de Viajes para adaptarse y sobrevivir a los cambios en la era de la informatización

La forma de integrar los procesos en las Agencias de Viajes con la organización del trabajo y la dirección, la toma, ejecución y control de las decisiones de dirección y las exigencias del entorno han variado en los últimos años. La aceleración de los cambios y la falta de respuesta de muchas Agencias de Viajes para adaptarse a estas transformaciones han dado lugar a que cada vez más se reclamen nuevas herramientas de gestión.

Concientizar al personal que se vera involucrado en las diversas operaciones de las empresas de turismo de la importancia que tiene el servicio y la atención al cliente como primer paso para el éxito en el cierre de una venta tanto nacional como internacional.

Es importante conocer la apreciación de las personas involucradas en este ámbito y conocer la opinión de aquellos que hasta la fecha han mantenido empresas capaces de brindar soluciones y sobre todo confianza como agentes de viajes.

La historia dentro del turismo nacional es relevante para saber cuales serán las directrices a seguir en la planificación de una empresa de servicios turísticos.

En turismo no basta conocer conceptos básicos de los elementos que interactúan entre si es importante saber interrelacionar tanto aspectos objetivos como subjetivos para dar respuestas a las demandas del cliente.

Al conocer los entes reguladores del sector turismo el agente de viajes tiene la seguridad de dar un soporte legal y ofrecer un producto confiable al cliente y de esta forma hacer más sólida la libre competencia beneficiando al consumidor final.

El manual de buenas prácticas será una herramienta indispensable en la atención al cliente pues los parámetros ahí establecidos darán las pautas a seguir en todas las operaciones desde las más simples hasta las más complejas produciendo una estandarización en el servicio y de esta forma evitando cualquier error.

RECOMENDACIONES:

Las siguientes recomendaciones constituyen una recopilación de las principales técnicas para usarse en el manual de buenas prácticas.

- **Normas Para El Personal**

La capacitación al personal en las áreas de ventas relaciones humanas legislación turística y sobre todo las áreas técnicas en los sistemas de reservas serán aspectos indispensables a la hora de in

- **Relación Presencial Con El Cliente**

Es importante recordar que el cliente es primero y esto se debe reflejar en todo momento; siempre se debe mostrar accesibilidad hacia el cliente y en todo momento demostrar que la persona mas importante en la operación turística es el cliente.

- **Utilización de los recursos**

Es necesario que el agente de viajes conozca la importancia que la informática tiene en la actualidad a la hora de dar soportes en la relación comercial del turismo y deberá entender que todos los recursos de la empresa son puestos en función al cliente.

- **Soporte en los aspectos del turismo:**

Un cliente no deberá salir de nuestras empresas con dudas sobre el producto que ha adquirido por tal motivo deberá ser indispensable que tanto el agente como la agencia cuente con recursos necesarios para brindarle al cliente el soporte necesario.

- **Poseer un Grado Académico de turismo .**

En la actualidad se le puede exigir al personal que desee laborar en Agencias de Viajes un grado académico; donde se le brinden los conocimientos básicos de este rubro.

- **Geografía**

Como algo primordial los entes encargados en la atención al cliente serán recomendables que tengan conocimientos básicos en lo que a Geografía se refiere.

- **Manejo de un Segundo Idioma**

Es importante mencionar que en la actualidad es casi indispensable el tener conocimiento de un segundo y a veces hasta un tercer idioma para brindar un mejor servicio a las personas extranjeras.

- **Actualización y Capacitaciones en los Sistema de Reservas (GDS)**

Es necesario mantener capacitado y actualizado al personal en los diversos sistemas que se utilizan en las empresas turísticas ya sean estos AMADEUS o SABRE.

ANEXOS

- Encuesta descriptiva



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE NEGOCIOS
TECNICO ADMINISTRACION TURISTICA**

Somos alumnos egresados de la carrera de Administración Turística y estamos realizando nuestro trabajo final titulado **“Manual de buenas prácticas para las Agencias de Viajes y Tour Operadoras ubicadas en el Gran San Salvador”**, por lo que le solicitamos su valiosa colaboración respondiendo el siguiente cuestionario que será utilizado para fines académicos. Toda la información será tratada confidencialmente, de antemano gracias.

1. Género

- a) Masculino ☐ b) Femenino ☐

2. Edad

- a) De 18 a -30 ☐ b) De 30 a -40 ☐ c) De 40 a más ☐

3. Ocupación

- a) Estudiante ☐ b) Empleado ☐ c) Empresario ☐

INDICACIONES:

Por favor marque con una “X” dentro del cuadro la respuesta que mejor indique su opinión a la pregunta. Asimismo, completar en el espacio respectivo cuando la pregunta lo amerite.

1. ¿A que se dedica su empresa?

a) Agencias de Viajes ☐

b) Tour Operador ☐

2. ¿Cuántas Personas Laboran en su Empresa?

a) 3 ☐ b) 5 ☐ c) MÁS ☐

3. ¿El personal que labora en su empresa tiene conocimiento básico sobre las Agencias de Viajes y Tour Operadores?

SI ☐

NO ☐

4. ¿Esta su empresa Autorizada por una Organización? Si su respuesta es si mencione cual Organización

SI ☐

NO ☐

5. ¿Existe en su Empresa un manual que sirva como guía para el buen funcionamiento de la misma?

SI ☐

NO ☐

6. ¿Cree que es Importante hacer un manual?

SI ☐

NO ☐

¿PORQUE?

7. ¿Al realizarse el Manual estaría dispuesto(a) a ponerlo en práctica?

SI ☐

NO ☐

8. ¿Le interesaría en que este manual se lleve a cabo?

SI ☐

NO ☐

9. ¿Considera de beneficio aplicar un Manual de Buenas Prácticas en su Empresa?

SI ☐

NO ☐

10. ¿Qué tipo de sugerencias recomienda para el manual de buenas Prácticas de Agencias de Viajes y Tour Operadores?

- **Entrevistas de Apoyo (Agencias de Viajes)**

- _ **Entrevista a Francisco Apóstolo (Presidente de ASAV), José Martí (Secretario de ASAV)**

- ¿En que año comenzaron a Operar las Agencias de Viajes en El Salvador?
- Tiene Conocimiento de la Primera Agencia de Viajes que se fundo en el País.
- ¿En que año se fundo y por quienes?
- Tuvieron en algún momento inconvenientes en sus operaciones
- ¿En esa Época existían Líneas Aéreas que brindaran servicios a El Salvador?
- ¿Cuáles fueron las Leneas aéreas?

- **Entrevistas de Apoyo (Tour Operadoras)**

- _ **Entrevista a Álvaro Cuellar (Vicepresidente de ASOTUR Abril 2009)**

- Tendencia histórica de las Tour Operadoras**

- ¿Cuando comienzan a Operar las Tour Operadoras en el País?
- ¿Como Comenzaron? ¿Tenían Algunos Recursos?
- ¿A que se dedican las Tour Operadoras que Operan en El País?
- ¿Qué tan antigua es la Tour Operación?

GLOSARIO

Aeropuerto: Unidad de instalaciones y servicios necesarios para el tráfico aéreo nacional e internacional de pasajeros y mercancías. Estación aeronáutica con servicios para la asistencia durante el despegue, vuelo y aterrizaje de aeronaves, cuidado técnico de estas, atención a los pasajeros y control en el manejo de carga.

Agencia de viajes: Empresa encargada de actividades técnicas y profesionales relacionadas con la confección y ejecución de planes, proyectos e itinerarios de viajes, que comprenden una variedad de servicios combinados. Proporciona también servicio de mediación entre los prestadores de servicios turísticos y quienes desean utilizarlos.

Agencia de viajes detallista: Agencia pequeña o mediana que vende boletos y viajes preparados por una agencia mayorista, percibiendo por ello una comisión. Sinónimo: minorista.

Agencia de viajes mayorista: Agencia que confecciona planes y organiza viajes con variada prestaciones de servicios turísticos que ofrece a las agencias detallistas que tienen trato directo con la clientela. Sinónimo: tour operador.

Área turística: Expresión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica. El área turística puede agrupar varias zonas incluso de muchos países.

Arreglos terrestres: Son todos los servicios que cubren los viajes por tierra, incluyendo hoteles, alimentos, traslados, recorridos, panorámicos, servicios de guías, costos de entradas, propinas y todo ello. Esto no incluye la transportación aérea.

Artesanía: Método o técnica de trabajo propia ejercida individualmente o en grupo, una actividad manual.

Artículos turísticos: Mercadería de interés especial para turista por la originalidad regional, calidad de primera y precios bajos.

Atracción turística: Elemento indispensable en la motivación del turista, pudiendo aumentar su permanencia en el local.

Atractivo turístico: Cualquier elemento que pueda inducir un turista a que este visite un determinado local.

Baggage Liability: Se refiere a la responsabilidad de una compañía aérea respecto al equipaje de un pasajero durante su traslado. El equipaje se valúa fijándose un límite para viajes domésticos y otro para internacionales.

Baggage Tag: Etiqueta que se ata a una pieza de equipaje para su identificación.

Boarding pass: Documento que permite el abordaje a una aeronave.

Boleto: Conocido oficialmente como boleto interlineal estándar para pasajero o forma de equipaje. Esta forma la expide la aerolínea miembro o su representante autorizado, para cubrir itinerario completo del cliente en indicar su estatus real (al momento de expedición) de cada segmento. El boleto es un contrato entre el cliente y la aerolínea.

Boleto abierto: Un boleto válido sin reservaciones para un vuelo específico que el viajero puede usar en la fecha que más le convenga dentro de las limitaciones de validez. Es muy usado en el transporte aéreo.

Check-in: Proceso de inscripción en un hotel o medio de transporte. Sinónimos: Registro (en hotel), facturación (en transporte).

Check-out: Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos. Sinónimo: Salida

Circuito turístico: gira turística, recorrido o ruta, a veces con regreso al mismo sitio de partida.

Charter: Abreviado de chartered flight y air-charter, término universalmente adoptado para vuelos de fletamento en aviones de compañías comerciales no filiadas a IATA. Los aviones son de modelos anteriores y la distribución de los asientos para el aprovechamiento máximo de lo espacio ofrece poca comodidad. Tales factores, sin embargo, permiten la venta a costos bajos.

Cortesía: Indica un servicio que se presta gratuitamente.

Demanda turística: Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.

Derecho de aeropuerto: Cargo que se cobra a los pasajeros que utilizan servicios de vuelo internacional en aeropuertos controlados por autoridades aeroportuarios.

Derecho del aire: Libertades técnicas y comerciales o derechos a utilizar espacios aéreos, aterrizar y transportar pasajeros de un país a otro. Estas son negociadas por los gobiernos de los países.

Desayuno continental: Desayuno que normalmente incluye infusión o cacao, leche, bollería o tostadas, mantequilla y mermelada. Es más ligero que el desayuno inglés. Tiende a desaparecer ante la economía del buffet.

Destino aéreo: Área de destino turístico, que por sus atractivos es capaz de atraer visitantes no locales para actividades en favor de la satisfacción del propósito de viajes recreativos.

Excursión: Viaje que se hace fuera del lugar de residencia por un periodo menor a 24 horas.

Excursionistas: Visitantes temporales que permanecen menos de 24 horas (excluyendo viajeros en tránsito), también llamado “visitante de día

Embarcar: Introducir en una embarcación, en un avión, o en un tren.

EXCELTUR: Alianza para la Excelencia Turística de España. Asociación sin ánimo de lucro integrada por un importante número de los principales grupos y empresas turísticas españoles, como Air Europa, Amadeus, Sol Meliá, Barceló, Iberia, RCI España, o Viajes El Corte Inglés.

GSA: (General Sales Agent) Agente general de ventas o representante permanente. Se aplica con preferencia a las agencias que son representantes de otras o a las relaciones entre éstas y los transportistas.

IATA.: Internacional Air Transport Association (Asociación de Transporte Aéreo Internacional). El origen de la IATA. Fue la Institución de Tráfico Aéreo que se creó el 28 de agosto de 1919 en La Habana, Holanda, en una reunión a la que asistieron representantes de seis compañías de Alemania, Holanda, Noruega y Suecia, de las cuales dos ya operaban vuelos internacionales. Veinte años más tarde la ITA contaba ya con veintinueve miembros de veinticuatro países. En el año de 1945 la ITA se reestructuró en una reunión celebrada en la ciudad de la Habana, adoptando el nombre actual.

Impuesto de salida: Cargo que en algunos países se cobra a los nacionales que desean salir al extranjero. Esto generalmente obedece a una política turística proteccionista tendente a evitar la salida de divisas provocada por el turismo agresivo.

Infante: en los viajes aéreos se considera generalmente al niño menor de dos años de edad. En un viaje aéreo el “infante” no tiene derecho a asiento ni transporte de equipaje libre de costo adicional, pero sí se le da “tarjeta de acceso a bordo”. Se considera una tarifa especial.

Itinerario: Descripción y dirección de una ruta indicando todos los detalles de los lugares que serán visitados durante el recorrido.

Media pensión: Tipo de facturación hotelera que comprende el alojamiento, el desayuno y una comida. Sinónimo: half board.

Operador de Turismo: Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

Recepción: Sector de la infraestructura de un hotel, que abarca el mostrador de huéspedes, servicios de reserva y de informaciones, entrada, telefonía y la tesorería. Área de entrada de un hotel, que tiene la función de cumplir las formalidades relativas a su registro de permanencia; también las personas designadas para recibir los huéspedes.

Receptivo: Que recibe. Servicio especializado, de una agencia de viajes, en recibir turistas y programar visitas y salidas locales.

Ruta: Camino que recorre de un lugar para otro. Descripción de un camino o viaje, expresando los lugares por donde se ha de transitar. Itinerario de un viaje que termina en el puerto de su partida; circuito. Distíngase: rutas espontáneas, según impulsos que han surgiendo y, rutas dirigidas, elaboradas por las agencias de viaje, que pueden tener carácter permanente, estacional o específico. Impreso que describe el itinerario de un viaje, con mapas, etc.

Ruta aérea: Itinerario trazado para el tráfico regular de las transportadoras aéreas.

Ruta turística: Rutas aéreas, marítimas y terrestres, que registran considerable volumen de turistas.

Sobreventa: Condición que ocurre cuando un cliente, para quien la aerolínea o el hotel tienen una reservación confirmada, no alcanza, espacio a la hora de la salida del vuelo o la hora del registro.

Stop Over: Parada intermedia. De acuerdo con la O.A.C.I. designa el hecho de que un pasajero puede detenerse en mitad de su viaje ya continuado no por el primer avión disponible sino por el avión que parta ulteriormente.

Tráfico Aéreo: Es un conjunto de sistemas, reglas y regulaciones impuestos por la IATA, la OACI, los gobiernos de los distintos países, y los transportadores para desarrollar el movimiento de las líneas Aéreas y agencias de viajes.

Turismo: Es una actividad que se debe al desplazamiento entre una comunidad emisora a una receptora, por mas de veinticuatro horas o menos de 365 días y con un motivo no lucrativo.

Turismo Receptivo: Tipo de turismo que realizan turistas de países foráneos y que entran a al territorio de un país receptor.

Temporada alta: El punto más alto de la temporada turística en un punto particular. Las tarifas, precios y movimiento llegan a su mayor capacidad.

Temporada baja: Expresión que se refiere a la época del año en que el movimiento turístico declina al mínimo. Las temporadas varían según la región y cuando en un lugar es baja en otro puede ser alta. Durante la temporada bajan las tarifas y los precios son bajos.

Tour: Designación genérica para excursiones, sea de corta duración, tipo paseo o de grandes itinerarios nacionales e internacionales.

Transfer: Servicio que consiste en transportar viajeros desde una estación, aeropuerto, puerto o terminal de autobuses a un hotel y viceversa. Generalmente comprende no solamente el transporte, sino también el conjunto de servicios complementarios, como asistencia de intérpretes, pago a maletero, porteros etc. El uso de la palabra se extiende al derecho de transbordar en varias rutas con un mismo boleto.

Turismo activo: Forma de turismo basada en la repercusión de éste en los gastos turísticos de los extranjeros en el país. El turismo receptivo es activo.

Turismo pasivo: Forma de turismo basada en la repercusión de éste en la balanza de pagos, consistente en la salida de divisas por gastos turísticos de los nacionales en el extranjero. El turismo agresivo es pasivo.

Turismo Sostenible: Se dice de la actividad turística que supone la ingerencia en el ecosistema y utilización de recursos renovables para beneficiar a la población donde se desarrolla la actividad.

Visa: Autorización que un Estado otorga al nacional de otro Estado o a un apátrida, admitiéndolo en su territorio y permitiéndole permanecer en él durante un tiempo determinado o para atravesar su territorio con el objeto de dirigirse a otro Estado, después de haber aprobado sus razones para entrar. Existen casos excepcionales de la existencia de visa de un país a sus propios nacionales.

Visa de transito: Visado que autoriza a su titular a atravesar el territorio del Estado que la expide, sin detenerse en él. Su validez generalmente no sobrepasa los tres días, aunque algunos países la expiden por más tiempo concediendo el derecho de residir durante ese lapso.

Voucher: Documento que expide una agencia de viajes a cambio de un pago y que incluye títulos de transporte y bonos para prestaciones hoteleras o de otro tipo. El primer cupón de este tipo fue inventado por Thomas Cook en 1867.

Vuelo chárter: Se dice de aquel vuelo en que se lleva a cabo la adquisición total de la capacidad de un avión, para un vuelo o vuelos sujetos a un itinerario particular y a disponibilidad exclusiva del contratante, bien sea un individuo o un grupo.

En la actualidad los vuelos chárter gozan de gran popularidad, se les conoce también como vuelos suplementarios, vuelos no regulares y Chárter Flight.

BIBLIOGRAFÍA

ARQHYS antecedentes de las Agencias de Viajes [en línea]: República Dominicana: Raúl Escolástico, [abril, 2009]
<http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>

CORSATUR *ley de turismo* [en línea]. ISTU San Salvador, el Salvador: 10 diciembre 2005 [Abril 2009]
<http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm>

Cuellar, Álvaro antecedentes de los Tour operadores (Presidente de ASOTUR)
[Entrevista]
San Salvador, El Salvador

Martí, José. Antecedentes de las agencias de viajes [entrevista]
Apóstolo, Francisco Antecedentes de las agencias de viajes (Presidente de ASAV) [entrevista]
San Salvador, Marzo, 2009.

MONOGRAFIAS.COM *Las agencias de viajes* [en línea]. José A Avilez M.

[Mayo, 2009]

<http://www.monografias.com/trabajos11/trabagenc/trabagenc.shtml#EVOLUC>

TRABAJO.COM *Clasificación de las agencias de viajes* [en línea]. [Mayo, 2009]

http://www.trabajo.com.mx/clasificacion_de_las_agencias_de_viajes.htm

WIKIPEDIA *Agencia de viajes* [en línea]. 13 jun. 2009[Mayo, 2009]

http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_de_viajes