

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA: TECNICO MERCADEO Y VENTAS



TEMA:

**INNOVACION ESTRATEGICA DE MERCADOS EN EMPRESAS DE
SERVICIOS**

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

NORA JEANNETTE MANCIA

JONATHAN ERNESTO VASQUEZ SARAIVA

KARLA JACQUELINE LAZO CONTRERAS

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN MERCADEO Y VENTAS

**SEPTIEMBRE 2013 SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO
AMERICA**

PAGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZARATE SANCHEZ
RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA
VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMIREZ
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. EDGAR MORENO
PRESIDENTE (A)

LIC. ERNESTO PINEDA
PRIMER VOCAL

LIC. GUILLERMO LOPEZ
SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE 2013

SAN SALVADOR, EL SALVADOR CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Ramon Ernesto Pineda, Lic. Guillermo López, Lic. Edgar Adolfo Moreno

a las 12:00m. del día Miércoles, 26 de junio de dos mil trece.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

<u>1-Karla Jacqueline Lazo Contreras</u>	<u>CARNET 08-2476-2010</u>
<u>2-Nora Jeannette Mancía Trinidad</u>	<u>CARNET 08-3446-2010</u>
<u>3-Jonathan Ernesto Vasquez Saravia</u>	<u>CARNET 08-3473-2009</u>

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Innovación estratégica de mercados en empresas de servicios"

PARA OPTAR AL GRADO DE: **TECNICO EN MERCADEO Y VENTAS**

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO,
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado.

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA
UNIVERSIDAD.

San Salvador, 26 junio de dos mil trece.

F.

PRIMER VOCAL

Lic. Ramon Ernesto Pineda

F.

SEGUNDO VOCAL

Lic. Guillermo López

F.

PRESIDENTE DEL JURADO

Lic. Edgar Adolfo Moreno

Agradecimientos.

La presente tesina es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente participaron varias personas, leyendo, opinando, corrigiendo, dando ánimos, acompañándonos en los momentos de crisis y en los momentos de satisfacción.

Agradecemos primeramente a Dios por habernos permitido terminar nuestro trabajo, seguido le damos gracias al Licenciado Guillermo López nuestro asesor por todo el apoyo y consejos brindados para la realización de esta investigación, a cada una de nuestras familias por la paciencia con la que han esperado que nuestra meta propuesta llegara satisfactoriamente a su finalidad y sobre todo por estar ahí siempre exhortándonos a seguir adelante y apoyándonos bajo todas las circunstancias experimentadas, a nuestros amigos por cada uno de los consejos brindados y a todas las personas que de cualquier forma colaboraron con nosotros para la culminación de esta tesina.

Mil gracias a todos y bendiciones para cada una de nuestras familias.

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación se ha elaborado con el fin de analizar el tema de innovación estratégica de mercados en empresas de servicio aplicado a las agencias de viajes, en este trabajo de tesis podremos ver como primera parte el capítulo 1 que contiene el planteamiento del problema donde se describe paso a paso el tema a tratar y se crea la interrogante que posteriormente se analizara , dentro del mismo capítulo se encuentra los supuestos problemáticos, la descripción del problema que detalla cual es la situación en la que se encuentra actualmente el sujeto de estudio, luego tenemos el enunciado del problema, como siguiente paso se continuara con la delimitación del problema tomando en cuenta los diferentes pasos como lo son, la delimitación temporal, delimitación espacial, la delimitación teórica, el sujeto de estudio, la unidad de análisis y también la justificación del problema, luego de concluir esta parte de la investigación continuamos con el capítulo numero 2, este contiene dentro de su estructura el marco teórico, marco conceptual y el marco referencial en este ultimo podremos ver información sobre investigaciones y trabajos realizados sobre el tema de las agencias de viajes realizados por otros autores incluyendo trabajos de tesis, artículos etc. que servirán como una referencia o antecedentes para el trabajo que se esta presentando, como siguiente paso se podrá ver el capítulo 3 que incluye la metodología que se divide en método de la investigación de campo, diseño de

la investigación ,tipo de estudio, tamaño de la muestra, en este capitulo se detallan todos los pormenores de cómo se tomo la muestra, como se realizo en documento de recopilación de datos y así mismo se puede ver los resultados que se obtuvieron al realizar este proceso de recopilación y análisis de los datos ,luego de ver esta parte el capitulo continua con la matriz de los objetivos, el instrumento utilizado y desarrollado y finaliza con las conclusiones y las recomendaciones que se hacen al analizar este trabajo de tesis.

INDICE

RESUMEN.....	i
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Supuestos problemáticos.....	1
1.2 Descripción del Problema.....	1
1.3 Enunciado del Problema.....	2
1.4 Delimitación del Problema.....	4
1.5 Justificación del Problema.....	5
1.6 Objetivo General.....	9
1.7 Objetivo Específico.....	9
CAPITULO II.....	10
MARCO TEORICO	
2.1 Marco Conceptual.....	10
2.2 Generalidades sobre las Agencias de Viajes.....	11
2.3 Las funciones de las agencias de viajes.....	13
2.4 Clasificación de las agencias de viajes.....	17
2.5 Formación Profesional sobre los agentes de viajes.....	20
2.6 Organización del Trabajo en una agencia de viajes.....	22
2.7 La calidad de las agencias de viajes.....	27
2.8 Marco Referencial.....	29
2.9 Marco Legal.....	80

CAPITULO III.....	84
METODO DE LA INVESTIGACION DE CAMPO	
3.1 Diseño de la Investigación	85
3.2 Tipo de Estudio.....	85
3.3 Unidades de Análisis.....	85
3.4 Sujetos de Estudios.....	85
3.5 Tamaño de la muestra.....	86
3.6 Matriz de los objetivos.....	88
Conclusiones.....	101
Recomendaciones.....	102
ANEXOS	
Propuestas.....	104
Marketing Relacional.....	109
Bibliografía.....	111

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Supuestos problemáticos.

En la actualidad las agencias de viajes han perdido participación de mercado en un gran porcentaje, debido a que las aerolíneas han mejorado y diversificado sus estrategias de comercialización, con el objetivo de brindar valor agregado en el servicio que ofrecen y lograr con esto lealtad de su mercado objetivo.

La pérdida de mercado que sufren las agencias de viajes es debido a la falta de agresividad y la falta de información que los ejecutivos ofrecen a los clientes.

1.2 Descripción del problema.

En la actualidad las agencias de viajes a nivel nacional están teniendo dificultades en la retención y obtención de nuevos clientes por no ser reconocidas en el mercado de venta de boletos aéreos por la falta de conocimiento que tienen las personas en cuanto a agencias de viajes en el área de El Salvador (en el área metropolitana).

El objetivo principal de esta investigación es recomendar a las agencias de viajes hacer innovaciones estratégicas en los servicios que se ofrecen, para lograr así que estas sean reconocidas y más competitivas con respecto a las aerolíneas en general.

Al desarrollar esta investigación se pretende que el cliente busque las agencias de viaje como su primera opción de compra en cuanto a la obtención de boletos aéreos se refiere.

1.3 Enunciado del problema.

¿En qué medida las estrategias de servicios innovadoras inciden en la perdida y obtención de clientes en las agencias de viajes?

Variable independiente: el principal problema por el cual las agencias de viajes pierden oportunidades de atraer clientes es que no se tienen las estrategias adecuadas para lograr posicionarse en la mente del consumidor, caso contrario son las aerolíneas que si tienen un buen posicionamiento; es por eso que al momento de viajar y pensar en la compra de un boleto aéreo la primer opción es una aerolínea, la percepción que tienen las personas sobre

las agencias de viajes no es muy buena, es por eso que no la buscan a la hora de la compra de boletos o algún otro servicio que esta preste.

Variable dependiente: El efecto que se tiene es que al desconocer el servicio que prestan las agencias de viajes; las personas no las buscan al momento de adquirir ese tipo de servicios, y con esto las agencias permanecen nada mas con los clientes que ya existen en su cartera, y no logran atraer nuevos consumidores.

Con lo anterior se puede decir que al innovar e implementar estrategias de servicios para las agencias de viaje se obtendría un mejor resultado y se incrementaría el mercado a nivel nacional, se busca que el mercado potencial de turistas tengan como primera opción una agencia de viajes para poder obtener un boleto aéreo, y/o sus paquetes turísticos o de negocios.

Ya que al innovar estrategias, ayudaría a la obtención de una nueva cartera de clientes.

Caso contrario, esto se vería reflejado en pocas ventas, pérdida de clientes, poco interés por parte del consumidor en conocer las tarifas que ofrecen las agencias de viajes, por la falta de información que reciben de parte de ellas.

1.4 Delimitación de Problema

Temporal

Como tiempo a considerar para la realización la investigación es del 15 de Abril al 16 de Junio 2013, ya que es el tiempo que la Universidad Tecnológica definió para la realización de esta investigación.

Espacial

La investigación se desarrollará en la zona metropolitana de San Salvador, El Salvador.

Teórica

La fuente de información primaria son todos los datos e información que la agencia de viajes proporciona para la investigación.

Sujeto de Estudio

La fuente de información que se utilizó para esta investigación fue toda la que se recopiló a través de las agencias de viajes y mercado turista potencial.

Unidad de Análisis de las Agencias de Viajes.

Los principales sujetos de estudio en los cuales se fundamentó la investigación fueron:

Sujetos de estudio:

1. Empleados de las agencias de viajes
2. Mercado turista potencial.

1.5 Justificación del Problema

El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de recomendar la innovación de estrategias de marketing diferentes a las que ya se tienen actualmente en las agencias de viajes con el fin de fidelizar a sus actuales clientes y así también atraer nuevos consumidores, satisfacer las necesidades que este mercado busca en cuanto a la obtención de boletos aéreos, viajes turísticos o de negocio, las actuales estrategias que se manejan nos servirán de guía para la innovación de nuevos proyectos de servicio, y para evaluar en lo que se ha estado fallando o en las estrategias que ya no son competitivas en el mercado de la venta de boletos aéreos y otros servicios que prestan, y así poder obtener mejores resultados a los que ya se tienen. Se busca cambiar la percepción que las personas tienen actualmente de las agencias de viajes y por lo cual prefieren hacer la compra en una aerolínea. para que la agencia de viajes tenga un crecimiento importante y obtenga una mejor participación de mercado lo cual permitirá ser más competitivos en el sector de agencias de viajes , sector turismo y así lograr ser reconocidas en el mercado de venta de

boletos aéreos, lo que se busca con esta investigación es poder aportar nuevas ideas nuevas estrategias innovar las que ya se tienen y que contribuyan al mejoramiento continuo y la implementación para así atraer el mercado a las agencias de viajes que las compras de boletos sean más frecuentes. Lo que se busca es poner en práctica todos los servicios que están relacionados al turismo, entre ellos tenemos los paquetes vacacionales, renta de autos, estadías en los hoteles, tours turísticos a diferentes lugares del país y fuera del territorio Salvadoreño, lo que se pretende es que el ejecutivo de la agencia maneje todos estos términos para que así a la hora de la venta de un boleto sepa informar o guiar al cliente de la mejor forma posible. Con esto lograremos que todas las personas cambien la percepción que tienen de las agencias de viajes.

El principal reto de este trabajo de investigación es generar nuevas ideas nuevos aportes a las agencias de viajes para que puedan adoptar e implementar todas las estrategias adecuadas para este mercado.

Dentro de los aportes más importantes a destacar sobre esta investigación se pretende implementar y desarrollar nuevos conocimientos en áreas tales como la científica y lo social, dar nuevos conocimientos y aportar al crecimiento de este tipo de empresas existentes en el mercado nacional.

El aporte a nivel científico; consistirá en elaborar un instrumento de recopilación de datos (Cuestionario) que servirá para poder evaluar a los clientes y medir la percepción que tienen de las agencias de viaje con respecto a todos los servicios que estas ofrecen y, así mismo sobre cualquier otro tipo de gestiones que deseen realizar al momento de viajar, y poder desarrollar procesos y poder comercializar los servicios que estas ofrecen.

En el aporte social; Las agencias de viajes pueden ser generadoras de empleo ya sea directa o indirectamente.

Indirectamente puede ayudar a generar diversos empleos como: en las aerolíneas, Hoteles, medios de transporte, Restaurantes y todos los comercios relacionados con el turismo en general.

La alta competitividad en el sector agencias de viajes y aerolíneas es muy importante tomar en cuenta ya que es uno de los principales factores que están afectando actualmente a las agencias de viajes en el mercado es la falta de reconocimiento a nivel nacional es decir la falta de posicionamiento en el cliente partiendo de esto se implementaran campañas publicitarias, descuentos especiales para los clientes, mayor y mejor atención a nuestros clientes tratando de cerrar oportunidades a la competencia de una forma leal y creando

un ambiente de competencia sana para que puedan obtenerse mejores resultados a través de las estrategias que se implementen.

Una de las principales ideas que se plantea poner en marcha es dar un seguimiento ordenado y constante a los clientes de cada agencia de viajes lo cual permitirá tener un mejor control sobre los clientes, saber si actualmente necesitan algún servicio es decir; qué es lo que el cliente necesita en ese momento e identificar así mismo que puede llegar a necesitar a futuro, la idea principal será informar periódicamente a los clientes sobre las promociones actuales, paquetes turísticos, etc.

Con el fin de mantener debidamente informadas a las agencias de viajes y así poder tener un mejor control sobre los usuarios y así mismo sobre la competencia, comparando lo que la agencia de viajes ofrece versus lo que ofrece la competencia, es decir las aerolíneas y a partir de esas diferencias crear un plan estratégico que les permita ser mucho más competitivos

1.6 Objetivo General

Identificar las variables del mercado que contribuyen a la formulación de nuevas estrategias de innovación dentro de los servicios de las agencias de viajes.

1.7 Objetivo Especifico

1. Analizar el entorno de marketing en el que se desarrollan actualmente las agencias de viajes.
2. Medir la insatisfacción de los clientes que demandan los servicios de las agencias de viajes.
3. Evaluar las estrategias que está utilizando la competencia para poder atraer a los clientes.
4. Verificar la percepción que tienen los clientes de las agencias de viaje.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Marco Conceptual

Concepto de estrategias de marketing.

Una característica muy útil e importante del marketing consiste en poder planificar el futuro de una empresa, basándose en las demandas que el mercado exige.

El entorno en el que las agencias de viajes se encuentran cambia y evoluciona constantemente. El éxito de una empresa depende en una gran parte de la capacidad y adaptación a los cambios.

Se debe analizar y darse cuenta en qué medida y forma los cambios que sufre el mercado afectara una empresa y así poder establecer las propuestas de estrategias más adecuadas para obtener el beneficio que buscamos en el mercado en el cual se encuentran las agencias de viajes.

Esto quiere decir que el marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de todos los clientes y así buscar nuevos nichos de mercado, valorar el potencial e interesarse en esos mercados orienta a una empresa a buscar nuevas oportunidades y diseñar un plan estratégico para poder conseguir el objetivo a alcanzar.

El marketing estratégico no solo es necesario, sino que es indispensable para una empresa para posicionarse en el mercado donde ella se encuentra.

Una buena estrategia de marketing se basa en lograr ventajas en los recursos, mediante una actuación rápida o mediante la asunción de riesgos; a menudo en sectores en los que el precio de los recursos no es excluyente de forma directa o ante el desconocimiento del competidor.

2.2 Generalidades sobre las Agencias de Viajes.

Para una mejor interpretación estudiaremos algunos conceptos de Agencias de Viajes definido por diversos autores y profesionales del sector:

“Es una empresa que brinda una amplia gama de servicios a Tour Operadores, Cuerpos Diplomáticos, Empresas Nacionales y Extranjeras, así como a clientes individuales que lo solicitan”.

Es una empresa que se especializa en dar información de diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero, tales como reservaciones de boletos y alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos, etc.

La Agencia de Viajes en la actualidad cuentan con un agente de intermediación turística a escala mundial, siendo su rol como distribuidor

quizás más significativo que el de otros intermediarios en diferentes industrias y productos.

Son tiendas minoristas, que suelen trabajar estrechamente vinculadas con tour operadores y con las empresas transportistas, hoteles, restaurantes y otros prestatarios de servicios de los cuales reciben una determinada comisión.

La Agencia de Viajes son empresas mercantiles de servicio que acerca el producto turístico al consumidor.

¿Cómo surgen las Agencias de Viajes? Un poco de su historia.

Hasta pasada la 2ª mitad del Siglo XX el viaje del placer era solo privilegiado para la alta sociedad; para el pueblo viajar no entraba en sus planes: la economía familiar al igual que las condiciones laborales eran precarias. Las Agencias de Viajes están muy relacionadas con las compañías de transportes, es decir van surgiendo como una actividad ligada al transporte de mercancías.

En España la primera Agencia de Viaje fue creada en 1930 y se llamó Viajes Marsans y la segunda fue Viajes Internacional Expreso.

En los años 40 nace viaje Meliá. Después de la revolución industrial se reparte mejor, hay más riquezas, hay más inquietudes, más nivel cultural, más tiempo libre, los medios de comunicación son mejores y más rápidos, se desarrolla la

navegación aérea, todo esto genera un fenómeno social y económico denominado TURISMO DE MASAS.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial se desató el deseo de viajar y mucha gente se inició en los negocios como agentes de viajes: profesores, oficinistas y amas de casas trabajaron fuera de sus hogares dedicando parte de su tiempo a ser agentes de viajes.

La idea de abrir una agencia de viajes posee un atractivo natural para mucha gente, quienes probablemente piensan que para empezar con este negocio solamente se necesita de un capital limitado y una mínima información sobre viajes.

2.3 Las funciones de las Agencias de Viajes.

Función orientadora:

Consiste en informar al viajero sobre las características de los destinos, servicios, proveedores y viajes existentes; así como ayudarlo en la selección de lo más adecuado en su caso concreto. Para esto las agencias de viajes deben contar con amplias fuentes de información y con una adecuada comunicación con el viajero, de manera que trate de captar de la mejor forma posible las necesidades y expectativas que el cliente ha puesto en el viaje; y

debe contar también con profesionales expertos en destinos y viajes con la adecuada preparación cultural y técnica y, a su vez, con profesionales con cualidades y con capacidad para captar las necesidades de los clientes.

Función Intermediaria:

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 servicios que se ofertan.

Así es como funciona, el proveedor del producto turístico se compromete a suministrar a la agencia la información necesaria sobre sus servicios y a aportar los elementos que materializan la venta.

La agencia se compromete a conocer y promover los servicios de sus proveedores vendiéndolos al precio fijado por los mismos. La agencia también se compromete a depositar en el Banco el dinero recibido y pagar lo pactado al proveedor, después de descontar la comisión acordada entre ambos por la venta.

Función Creadora:

Esto consiste en diseñar, organizar, comercializar y operar viajes y 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). Esta función está gestionada por tour operadores y agencias mayoristas y exige la investigación permanente de los mercados para conocer las tendencias y necesidades de los clientes, como las ofertas de la competencia, y la creatividad o imaginación para diseñar nuevos productos que permitan a la agencia diferenciarse frente a la competencia. y una adecuada gestión de los costes.

Además, para potenciar su función creadora o productora, una agencia no puede limitarse a organizar viajes, debe ampliar constantemente sus actividades, para ello puede pasar a organizar congresos, ferias, cruceros, prácticas deportivas.

Para crear los productos, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, si la agencia no organiza el viaje, sólo lo vende, obtendrá un porcentaje de beneficio y el precio

de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.

La función productora culmina con la comercialización y venta del producto turístico, para ello habrá que realizar las acciones oportunas para dar a conocer los productos al consumidor final. Por tanto, esta función consiste fundamentalmente en las labores de marketing necesarias para que el producto llegue al cliente, las cuales requerirán elevados costes.

Función Práctica:

A través de esta función las Agencias de Viajes proyectan, confeccionan, y ponen en marcha los productos turísticos. Esta función deriva 4 actividades: Planificación del programa que se pretende poner en marcha; diseño del viaje y control de las operaciones.

Función Financiera:

A través de esta función se logra mejorar la administración de los recursos económicos de la empresa; para esto es necesario:

Conocer y analizar la estructura económica-financiera de la empresa.

Realizar los presupuestos, establecer un método adecuado de ingreso y gastos, de cobros y pagos.

Función Social:

Factor humano muy importante: Los empleados deben ser considerados con especial atención en las empresas del sector turístico, la calidad personal y profesional de los trabajadores debe ser buena.

Función Administrativa:

Abarca la planificación, organización, mando y control de todas las actividades que se realizan en las Agencias de Viajes.

En las grandes empresas existen departamentos que llevan a cabo estas funciones, sin embargo en las Agencias de Viajes pequeñas las funciones administrativas las ejecuta el director.

2.4 Clasificación de las agencias de viajes.

Existen varios criterios de clasificación:

1. Según la naturaleza de sus ventas:

- **Agencias de Viajes Mayoristas:**

Son aquellas que proyectan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios y viajes combinados para su afianzamiento. No pudiendo vender ni ofrecer su producto al usuario.

- **Agencias de Viajes Minorista:**

Comercializan el producto de los Agencias de Viajes mayoristas vendiendo directamente al usuario turístico o proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y viajes combinados al turista, no pudiendo ofrecen ni comercializar sus productos a través de otros servicios.

- **Agencias de Viajes de Publicidad:**

las agencias de viajes aunque suelen contar con muchos folletos publicitarios tienen a menudo la necesidad de hacer publicidad. Cuando este es el caso las agencias de viajes concentran sus esfuerzos en dos grandes categorías, que dependerán del área donde operan.

- Agencias de Viajes Mayoristas – Minoristas: pueden simultanear las actividades de los 2 grupos.

1. Atendiendo a la actividad que realizan pueden ser:

Agencias de Viajes emisoras: donde está la gente que tiene intención de viaje.

Agencias de Viajes receptiva: está donde llega el turismo de masas

Agencias de Viajes emisora – receptiva: simultanean las 2 actividades.

2. Según el tráfico de viajeros:

Emisoras (outgoing): Envían viajeros a áreas geográficas distintas del lugar donde se encuentra la propia agencia.

Receptivas (incoming): Se ocupan de atender o traer turistas de otras áreas geográficas.

Emisoras – Receptivas: Simultáneamente organizan el tráfico en ambos sentidos.

Las agencias de viajes proporcionan:

- Viaje de Vacaciones.
- Viaje doméstico independiente.
- Viaje sencillo.
- Viaje Sentimental.
- Viaje de todo incluido.
- Viaje de tránsito.
- Viaje solitario o individual.
- Viaje de familiarización.
- Viaje de incentivo.

2.5 Formación Profesional sobre los Agentes de viajes.

Toda persona que trabaja en la Agencias de viajes, vinculada directamente al proceso de comercialización de sus productos es un Agente de Viajes. Los agentes de viajes son hombres de negocios que venden servicios de viajes. Son agentes en cuanto a que actúan para empresas de transporte, hoteles y otras entidades que venden servicios especiales pero ellos son mucho más que eso. Un término que los describe mejor sería el de consejero o asesores de viajes.

Un buen agente tiene algo de consejero personal, psicólogo y experto en el arte y la ciencia de viajar. Los agentes no solo conocen las ventajas y desventajas de diferentes formas de viajar, sus precios y horarios, sino que en muchos casos también actúan como consejeros para ajustar los servicios de los viajes a la personalidad del cliente.

El abanico de conocimiento y habilidades de un agente de viajes con éxito es grande y está creciendo constantemente. Se tiene que incluiría los siguientes elementos:

Preparar itinerario previamente planeado individualmente, viajes individuales y viajes en grupo. Vender viajes organizados ya preparados.

Hacen las reservas necesarias en hoteles, moteles, alojamiento en zonas de veraneo, comidas, alquiler de coches, visitas turísticas, traslado de pasajero y equipajes de las terminales a los hoteles y entradas a espectáculos especiales, como festivales de música y teatro.

Conocer y aconsejar sobre los muchos detalles implicados en los viajes actuales, tales como el seguro del equipaje y el de viajes, material de estudio de idiomas, cheques de viajes, cambio de moneda extranjera, documentos necesarios (visados y pasaporte) y requisitos médicos (inmunizaciones y vacunas).

Adoptar una forma de actuación, profesional y experimentada, desde los horarios de conexiones entre trenes, precios de hoteles, su calidad, si poseen habitaciones con baño, si sus precios incluyen los impuestos y descuentos locales.

Hacer las reservas para actividades de interés especial, tales como peregrinaciones religiosas, convenciones y viajes de negocios, viajes gastronómicos y deportivos.

Las convenciones y los viajes de negocios conforman la mitad del negocio de las agencias de viajes.

2.6 Organización del trabajo en una Agencia de Viajes.

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

En el departamento de Marketing es donde se diseñan, elaboran y se da precio a las ofertas que serán presentadas a los clientes.

A este departamento pertenecen los puntos de ventas que son los lugares donde se ejecuta directamente la venta. Así mismo, en esta área es donde se contratan los servicios a terceros (hoteles, restaurantes, transportistas, etc.)

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

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

El vocabulario del agente de viajes está relacionado especialmente con el tipo de viajes o servicios que se presten; de esta manera se destacan como principales productos los siguientes:

Excursiones:

Se consideran como tal aquellas actividades que se ofertan en el territorio donde está enclavada la agencia de viajes. Se ofrecen generalmente como complemento a la estancia del cliente en algún hotel.

Esta modalidad le proporciona a la Empresa la obtención de efectivo a corto plazo. La venta de opcionales, por lo general, se realiza a través de los buroes de Venta o vendedores ambulantes contratados por la Agencia.

Circuitos:

Se consideran circuitos aquellos recorridos que incluyan más de un hotel para alojamiento e incluya, además, otros servicios incorporados, siempre que estén publicados para varias salidas o frecuencias durante una temporada.

Estancia:

Esta actividad como producto corresponde básicamente a la comercialización de las entidades hoteleras puramente.

Representación y Asistencia:

Servicio que presta la Agencia de Viajes para garantizar la atención a los clientes con personal propio destinado a funciones de asistencia al cliente; desempeñando entre otras las siguientes funciones:

Supervisar las coordinaciones pertinentes con los prestarios de servicios.

Apoyar a los clientes con problemas de extravío de equipaje, dificultades con la documentación de entrada, posibles cambios de programas y servicios.

Reuniones de información para orientar al cliente durante su estancia en el lugar.

Venta de excursiones y otros servicios.

Medir a través de encuestas o personalmente el grado de satisfacción de los clientes e informar a la agencia de los resultados.

Tramitar cualquier reclamación o incumplimiento de lo programado y vendido al cliente.

Ocuparse, además, de cualquier problema que tengan los clientes, ya sea médico, financiero, y cualquier otra eventualidad por lo que el personal que ofrece este servicio debe estar disponible y localizable permanentemente, lo cual constituye una práctica internacional.

Grupos:

Los Grupos se constituyen por personas que no tienen nada en común (no provienen de una empresa, organización, etc.), también pueden estar conformados por un grupo de amigos o familia y sufragar sus gastos.

En ambos casos se diferencian de los incentivos en que los pasajeros asumen sus gastos y se diferencian de los circuitos en que por lo general las solicitudes son puntuales y no aparecen publicadas en los catálogos.

Incentivos:

Grupos de personas cuyos gastos de viaje son asumidos por una Empresa u Organización que por lo general no es turística y que contrata de manera directa, a través de una Casa de Incentivos o del Departamento de Incentivos de los servicios. Sus programas se caracterizan por grandes prestaciones no convencionales permitiendo márgenes de utilidad altos para las Agencias de Viajes. Sus programas se caracterizan por una elevada originalidad, flexibilidad y dinámica de cambio.

Eventos:

Son paquetes en que más del 51% del Programa se constituye en reuniones, congresos, conferencias, talleres, etc.

Turismo Especializado:

Recorridos cuyo componente en más del 51% abarca modalidades tales como: cicloturismo, observación de aves, treiking, senderismo, entre otras que permitan aprovechar los atributos que brinda la naturaleza.

Transfer:

Se consideran como tal los traslados de los pasajeros de un punto a otro dentro o fuera de la provincia.

Otras ofertas:

Venta de boletos aéreos, renta de autos, restauración, espectáculos nocturnos, etc.

2.7 La calidad en las agencias de viajes.

Una Agencia de Viajes, como toda unidad organizativa, para que pueda cumplir con sus Objetivos de mejora continua de la Calidad ofertada a los clientes y llegue a ser competitiva dentro de su actividad económica, necesita establecer los elementos operativos básicos que, en una estructura adecuada y con un contenido estudiado pero adaptado a las condiciones particulares de cada unidad de negocio, organice este factor estratégico para la empresa en un Sistema de Calidad.

Una Agencia de Viajes que intente realizar actividades sujetas a un aseguramiento y garantía de Calidad tiene que tener previstas, establecidas y vigentes un conjunto de acciones que coadyuven a alcanzar los Objetivos de Calidad pretendidos, encaminados a garantizar que se entienden y satisfacen las necesidades de sus clientes.

Estos Objetivos de Calidad dentro de una Política de Calidad asumida por la Dirección y difundida en la Organización, una estructura para la Calidad, el establecimiento de los procedimientos técnico-administrativos en la realización

de tareas y su control, los requerimientos en las relaciones contractuales, la garantía de proveedores y subcontratistas, control y actuaciones con los servicios no conformes, la gestión de los recursos humanos aplicados, el soporte documental que lo justifica, son, entre otros, elementos a tener en cuenta para ordenar la Calidad en el negocio que es, en resumen, lo que debe entenderse por Sistema de Calidad.

Como consecuencia, el Sistema de Calidad que se implante debe estar sometido a revisiones periódicas y las mejoras a introducir deben venir respaldadas por los requerimientos de los clientes en cuanto no sólo a la percepción de la Calidad ofertada sino también en cuanto a la adecuación de la misma a las exigencias de esa demanda.

Un Sistema de Calidad para una Organización de prestación de servicios como es una Agencia de Viajes, debe dar respuesta también a los aspectos humanos implicados en la prestación de esos servicios, mediante

- La motivación y sensibilización del personal.
- El desarrollo de la formación y capacitación del personal.
- La proyección de una buena imagen, cultura y prestaciones del establecimiento que sean percibidas y reconocidas por los clientes.
- El reforzamiento de las acciones que conduzcan a la mejora de la Calidad de Servicio.

2.8 MARCO REFERENCIAL

El marco REFERENCIAL trata sobre los antecedentes de las agencias de viajes, pero sobre todo de la referencia que se tiene de otros trabajos elaborados por diferentes instituciones o estudiantes.

Se presenta en este marco trabajos elaborados y las fuentes de donde provienen.

Estudio Sectorial.

En el presente estudio se analiza desde el punto de vista del marketing online la situación actual del sector de agencias de viajes, seleccionando las empresas más influyentes del mismo y realizándoles una comparativa en el medio.

REFERENCIA DE LAS AGENCIAS EXISTENTES EN EL SALVADOR.

AGENCIA DE VIAJES UNIVERSALES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 2 Av. Norte No 2-4 | Ahuachapán, Ahuachapán

AGENCIA DE VIAJES ESCAMILLAS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro Cl Ppal. No 182 | Nueva Concepción, Chalatenango

AGENCIA DE VIAJES ESCOBAR TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Calvario Cl al Cementerio NO 1214 Nueva Concepción | Nueva Concepción, Chalatenango

AGENCIA DE VIAJES JERUSALÉN

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro 4 Cl Pte. No 1277 | Nueva Concepción, Chalatenango

AGENCIA DE VIAJES MEDINA TOUR'S

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo San José Av. Silvestre de Jesús Díaz No 55 | Chalatenango, Chalatenango

AGENCIAS DE VIAJES ESCOBAR TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro 8 Cl Pte. Fte. Alcaldía Mpal. | Agua Caliente, Chalatenango

MEDINA TOUR'S

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo San José Av. Silvestre de Jesús Díaz No 57 | Nueva Concepción,
Chalatenango

AGENCIA DE VIAJES COJUTE TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Cl José Matías Delgado No 17 Cojutepeque | Cojutepeque, Cuscatlán

A.I.T.VIAJES Y TURISMO

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 2 Av. Norte No 3-1 Entre 5 Cl Pte. y Cl Walter Soun Centro Sta. Tecla | Santa Tecla, La Libertad

AGENCIA DE VIAJES CUSCATLÁN

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Av. San Martín Plaza Desarrollo No 12 Sta. Tecla | Santa Tecla, La Libertad

AGENCIA DE VIAJES SAN MARTIN

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- C. C. Plaza Camelot Local 11 2a Planta Sta. Tecla | Santa Tecla, La Libertad

AGENCIA DE VIAJES TECLEÑA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Mercado Dueñas 5 Cl Pte. No 19 Sta. Tecla | Santa Tecla, La Libertad

ANDREA'S TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Col. Quezaltepeque CI real No 2 Sta. Tecla | Santa Tecla, La Libertad

BACER

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- CI Chiltiupan Edif RV Local 9 Ciudad Merliot | Santa Tecla, La Libertad

PULPO TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Residencial Las Colinas 12 CI Ote. Polígono K No 21, Sta. Tecla | Santa Tecla, La Libertad

AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES RUIZ

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro Av. José M Delgado No 9 | Zacatecoluca, La Paz

JIMENEZ AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Carrt El Litoral Bo Los Remedios C. C. San Antonio No 4 | Zacatecoluca, La Paz

JIMÉNEZ TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Carrt El Litoral Bo Los Remedios C C San Antonio Local 4 | Zacatecoluca, La Paz

AGENCIA DE VIAJES FLORES CISNEROS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro Cl San Carlos No 1-1 | La Unión, La Unión

AGENCIA DE VIAJES LEMAN'S S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- C C. Metrocentro Local 78 | La Unión, La Unión

AGENCIA DE VIAJES ORIENTES TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Calvario 5 Av. Sur No 3 | Santa Rosa de Lima, La Unión

AGENCIA DE VIAJES TURITRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Calvario 2 Cl Pte. Sta. Rosa de Lima | Santa Rosa de Lima, La Unión

AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES CANALES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro 2 Cl pte. y 1 Av Nte. | Intipucá, La Unión

ESCOBAR TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Convento 4 Cl Ote. No 6 | Santa Rosa de Lima, La Unión

RB TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro 1 Cl Pte. No 2-2 | La Unión, La Unión

SORTO'S TRAVEL S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro 3 Cl Ote No 2-2 | La Unión, La Unión

AERO-TOURS TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo La Merced Av. Roosevelt Sur No 2 | San Miguel, San Miguel

AGENCIA DE VIAJES LEMAN'S

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- C C Metrocentro Local 78 | San Miguel, San Miguel

AGENCIA DE VIAJES PORTIK

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 2 Av. Sur No 206 Bis San Miguel | San Miguel, San Miguel

AGENCIA DE VIAJES SANTAMARIA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo La Cruz 8 Av. Nte. No 404 | San Miguel, San Miguel

AGENCIAS DE VIAJES TURITRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- C C Galerías Jardín Av. Roosevelt Sur Local 5 San Miguel | San Miguel, San Miguel

ANNA'S TRAVEL SERVICE, S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo San Felipe 8 Cl Pte. No 815 | San Miguel, San Miguel

CENTURY TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Ciudad Real II 30 Av. Sur Polígono A-1 No 2 | San Miguel, San Miguel

DOBLE ELE TRAVEL S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 6 Cl Ote. No 204 | San Miguel, San Miguel

HOTEL MADRID

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Cl Ruta Militar y Av. Trejo Pacheco No 4 | San Miguel, San Miguel

MILIAN'S TRAVEL S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro 2 Av. Nte. No 103 | San Miguel, San Miguel

PATTY TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Residencial Las Águilas Polígono N No 15 | San Miguel, San Miguel

PAULY TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo San Francisco 6 Cl Pte. Plaza Suiza Local 3 | San Miguel, San Miguel

U-TRAVEL SERVICE

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 4 Cl Pte. No 500 | San Miguel, San Miguel

AERO VUELOS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Flor Blanca 43 Av Sur No 119 | San Salvador, San Salvador

AEROJET TRAVEL AGENCY, S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Paseo Gral. Escalón y 99 Av. Norte Edif. Atlantic Center 2o Nivel Local 25 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES CANALES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Residencial Sevilla 30 Av. Sur No 9 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA CONTINENTAL DE VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 83 Av. Sur No 1040 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJE KOALA TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Calvario 1 Av. Nte. No 9 | San Vicente, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES ADONAY

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Alameda Juan Pablo II Colonia Flor Blanca 49 Av. Nte. Edif. Kent Local 1 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES AMIGO

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 67 Av. Nte. Edif. Altamira Local 3 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES ARIEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Carretera a Sta. Tecla Colonia San Benito Local 208-D C C Feria Rosa | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES AVE TRAVELS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 3 Cl Pte. y 87 Av. Nte. No 4446 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES AVIA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 1 Cl Pte. No 3786 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES BETTY TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 1 Cl Pte. No 4625 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES CLASSIC TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Cl Arce No 2020 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES CTV

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 73 Av. Nte Edif. Itsmania No 336 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES DE MUNDI VACATIONS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 17 Cl Pte. Edif. Bonilla No 419 Local 7 C Gobierno | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES LA CEIBA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia y Av. Las Mercedes No 2 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES LA GOLONDRINA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Resid. Alturas de Holanda Políg. L No 20 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES LATINOAMERICANA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Médica Diag Dr Arturo Romero Edif C+H Local 201 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES LILA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San José Av. A No 145 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES MAYA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón Av. Olímpica y 57 Av. Sur No 3 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES NEW TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd. Los Héroes y Diagonal Centroamérica Cond 2000 Local B-23 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES NUEVA CENTRAL DE VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 21 Av. Nte Cond Plaza Real Edif B Local A-1 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES NÚÑEZ

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 25 Av. Nte. No 1022 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES OLIMPIA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Edif World Trade Center Torre II 3 Nivel No 312 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES TRANSMUNDO

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón Cl del Mirador No 4932 Local B | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES VIP S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Alam Roosevelt No 2020 Local 7 | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJES WORLD TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Flor Blanca 4 Cl Pte. No 126-B Ctdo Nte del Estadio Mágico González |
San Salvador, San Salvador

AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES PANAMEX

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd El Hipódromo Colonia San Benito Av. La Capilla Edif. Travel Mall No 622 |
San Salvador, San Salvador

AGENCIAS DE VIAJES ALL AMERICAN

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Paseo Gral Escalón C C. Villas Españolas Local C-13 | San Salvador, San
Salvador.

AGENCIAS DE VIAJES PORTIK

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- San Salvador | San Salvador, San Salvador

ALIEV

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San José Av. A No 145 | San Salvador, San Salvador

AMADOR TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Rpto Madre Tierra II Cl Ppal Bl C No 93 Apopa | Apopa, San Salvador

AMAZING TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Jardines de Miralvalle Pje. Ginebra No 23 | San Salvador, San Salvador

AMÉRICA TRAVEL SERVICE, S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo Distrito Comercial Central Cl Guadalupe y 5 Av. Nte. No 1131 | San Salvador, San Salvador

AMERICAS TOURS S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Alam Roosevelt Colonia Flor Blanca No 3022 | San Salvador, San Salvador

ARRIVICA TRAVEL, S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón CI Padres Aguilar Plaza 616 Local 1 Entre 87 y 89 Av. Sur |
San Salvador, San Salvador

ATM INTERNACIONAL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 87 Av. Nte. | San Salvador, San Salvador

AVIA S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 1 CI Pte. No 3786 | San Salvador, San Salvador

AVILES TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Av. Olímpica C C Gigante Local 1-D | San Salvador, San Salvador

BET-EL TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón Av. Olímpica No 3597 Local 2 | San Salvador, San Salvador

BLAU TRAVEL AGENCY

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- C C Villas Españolas Local C-7 | San Salvador, San Salvador

CIELO Y MAR

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón y Av. Napoleón Viera Altamirano Bl L Pje B No 12-4 | San Salvador, San Salvador

CIPITIO TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Resid Villa Olimpica II Sda 4 No 28-F | San Salvador, San Salvador

CORAZÓN DE MARÍA EXITT TOUR'S

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo Candelaria Av. 29 de Agosto No 850 | San Salvador, San Salvador

COSMOS TRAVEL AGENCY

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 9 Cl Pte. y 87 Av. Nte. Fountainblue Plaza B-2 | San Salvador, San Salvador

COVIATUR AGENCIA DE VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Layco 27 Cl Pte. No 737 | San Salvador, San Salvador

DELTA VACATION

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón C C Villas Españolas Local A-15 | San Salvador, San Salvador

EMVI TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San José II Bl A Pje 9 No 18 Soya | Soyapango, San Salvador

ENLACE MULTISERVICIOS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo San José Av Narciso Monterrey 1/2 Cuadra al Nte. de Iglesia Hermano Pedro | San Salvador, San Salvador

GALA TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San Benito C C. Feria Rosa Edif. H No 305 | San Salvador, San Salvador

GARCÍA TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bl 13 No 13 Entrada Por Remar San Alfonso | San Salvador, San Salvador

GRAY LIN AYR MADRID

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón Edif. Publimerca Nvl 2 Local 1 | San Salvador, San Salvador

GRUPO IT & TOURS S.A DE C.V. 3

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Urb. Sta. Clara Pje. H No 73 Cusca | San Salvador, San Salvador

HISPANA DE VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Ctro Prof Roosevelt 55 Av Sur Edif A Loc 33 | San Salvador, San Salvador

HISPANOAMERICA TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd. Constitución Políg. A No 36 Mejic | San Salvador, San Salvador

EL Viajero

- Paseo Escalón, Cond. Balam Quitzé 1a. San Salvador, El Salvador, América Central | San Salvador, San Salvador

HOTEL NOVO APART-HOTEL 75

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón Fnl 61 Av Nte. | San Salvador, San Salvador

INTER TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Paseo Gral Escalón Cond Balam Quitze 1-A | San Salvador, San Salvador

INTERAMERICAN TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Alameda Roosevelt No 3006 Local 1 | San Salvador, San Salvador

INTERAMERICANA TRAVEL S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd de Los Héroes No 1152 Edif FQ Local 5-B | San Salvador, San Salvador

IZALCO TRAVEL BUREAU

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd. Constitución Edif Caribe Local 9 | San Salvador, San Salvador

JERUSALÉN TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón CI Nueva 2 No 1 2o Nvl | San Salvador, San Salvador

KEYLA'S TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San Martín Cl a San Roque No 12 Mejic | San Salvador, San Salvador

KOALA TRAVEL S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 73 Av. Sur y Av. Olímpica Edif. Olímpica Plaza Local 23 y 24 |
San Salvador, San Salvador

LA FUENTE TRAVEL AGENCY

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 67 Av Sur Pje 2 No 24 | San Salvador, San Salvador

LATINO'S TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 3 Cl Pte. y 71 Av. Nte. No 307-B | San Salvador, San Salvador



LINDA TRAVEL AGENCY S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Roma 67 Av. Sur y Pje. Carbonell No 12 | San Salvador, San Salvador

MAURE TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Lomas de San Francisco Cl 5 No 13-B | San Salvador, San Salvador

MAYORISTA DOS MIL S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Miramonte Cl Atitlán No 2930 | San Salvador, San Salvador

MIRAMUNDO TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd. Los Próceres Cond Guadalupe No 2 Ctgo a Hotel Siesta | San Salvador,
San Salvador

MUNDIAL DE VIAJES S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Av. Olímpica Edif Galería Olímpica Local 110 | San Salvador, San Salvador

NETWORK TOURS / VACACIONES BARCELO 3

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Residencial Campo Verde Cl Chiltiupán No 39 | San Salvador, San Salvador

NEW YORK TIVOLI TRAVEL S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Villas de Miramonte I Av. Bernal Plaza Bernal Local 17 | San Salvador, San Salvador

NUEVA AMERICAS TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Roma C C Roma 67 Av. Sur Local 20 | San Salvador, San Salvador

OPEN TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- C C Villas Españolas Local C-1 | San Salvador, San Salvador

OTEC TURISMO JOVEN, S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Paseo Gral. Escalón Colonia Escalón C C Villas Españolas Local C-22 | San Salvador, San Salvador

PABLITOS TOUR'S

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo San Jacinto Av. Barberena No 1241 | San Salvador, San Salvador

PACIFIC TRAVEL SERVICE S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Flor Blanca Cl El Progreso No 2838 | San Salvador, San Salvador

PASEO TRAVEL AGENCY

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Ps Gral. Escalón Colonia Escalón No 5035 | San Salvador, San Salvador

PROVIAJES S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 1 Cl Pte. No 3643 | San Salvador, San Salvador

RINSA TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 67 Av. Sur Pje. 2 No 24 | San Salvador, San Salvador

RQ ASESORES DE VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Rpto de Los Héroes Cl de Los Héroes No 33-A | San Salvador, San Salvador

SERVI-VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Ps Gral Escalón Colonia Escalón No 3508 Edif. Salvador del Mundo Local 4 | San Salvador, San Salvador

SKY BLUE TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Autopista Sur Edif. Delca Local 14 | San Salvador, San Salvador

SKY TRAVEL AGENCIAS DE VIAJES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 63 Av. Nte. Edif. La Montaña Local 16 | San Salvador, San Salvador

SPECIAL & TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos

- Calle Gabriela Mistral.Edif.FONG N° 347,Loc. #4,Col. Buenos Aire | San Salvador, San Salvador

SUEÑOS Y VIAJES TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Médica 25 Av. Nte. Edif. 816 Local 5 | San Salvador, San Salvador

SUTTER TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- C C Feria Rosa Cl a Sta. Tecla Local 125-B | San Salvador, San Salvador

TAMAYI TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San José Resid Brisas del Sur Cl Ppal. Apto 1-A | Soyapango, San Salvador

TICKETCITY

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd Sta Elena C C Atrium Plaza 1er Nivel Local 11 | San Salvador, San Salvador

TRAVEL & TOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Alam Manuel E Araujo Cond Plaza Suiza Local B-7 | San Salvador, San Salvador

TRAVEL ONE FAMS73

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Resid Libertad Pje Potomat No 13 | San Salvador, San Salvador

TRAVEL ONE INTERNATIONAL NETWORK EL SALVADOR S.A. 3

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón C C Masferrer 7 Cl Pte. Local 4 | San Salvador, San Salvador

TRAVELIFE

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd Constitución Resid Valparaíso Cl Ppal No 2-A | San Salvador, San Salvador

TURISMO MANUTARA 3

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón Fnl 83 Av Sur Pje A No 21 | San Salvador, San Salvador

U-TRAVEL SERVICE, S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San Benito Av. La Revolución No 3 | San Salvador, San Salvador

VACACIONES CENTROAMERICANAS, S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón 77 Av. Nte. No 514 | San Salvador, San Salvador

VERSALLES TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Flor Blanca 45 Av. Nte. No 3 | San Salvador, San Salvador

VIA ATLANTA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Escalón C C Gigante E Av Olímpica Local D | San Salvador, San Salvador

VIAJES BERNAL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia Miramonte C C Plaza Bernal Av. Bernal L-15 | San Salvador, San Salvador

VIAJES EUROMUNDO

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Blvd del Hipodromo Edif Edimlama No 645 | San Salvador, San Salvador

VIAJES SANVITOURS

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro Av José María Cornejo No 3 | San Vicente, San Salvador

VISA TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Colonia San Benito Plaza Suiza 2o Nivel Local L-6 | San Salvador, San Salvador



UTRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Ave. La Revolución N° 3, Colonia San Benito | San Salvador, San Salvador

AGENCIA DE VIAJE TUREX S.A. DE C.V.

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Cl Libertad y 1 Av Sur Centro | Santa Ana, Santa Ana

AGENCIA DE VIAJES A GUATEMALA MELVA PEZZAROSSI

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo Nuevo 25 Cl Pte. y 8 Av. Sur No 31 | Santa Ana, Santa Ana

AGENCIA DE VIAJES ANCHO MUNDO

Agencias de viajes y operadores turísticos

- Bo Las Animas Cl Gral. Ramón Flores Ote. No 9 | Chalchuapa, Santa Ana

AGENCIA DE VIAJES MARIA'S TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 8 Av. Sur No 24 Entre 7 y 9 Cl Pte. Sta. Ana | Santa Ana, Santa Ana

AGENCIA DE VIAJES ROMA'S

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo Las Flores Cl Benjamín Estrada Mancía No 3 Local 3 | Metapán, Santa Ana

AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES MORALES

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 3 Cl Pte. y 10 Av. Sur Local 3 y Hotel Sahara Bajo | Santa Ana, Santa Ana

ROMA'S TRAVEL AGENCY

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- 3 Av Sur No 7 | Santa Ana, Santa Ana

AGENCIA DE VIAJES PARADISE TRAVEL

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Centro Av. Fray Flavian Mucci Sur No 1-1 | Sonsonate, Sonsonate

AGENCIA DE VIAJES MÉNDEZ

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo La Parroquia 6 Cl Ote. No 11 | Usulután, Usulután

AGENCIAS DE VIAJES LATINOAMERICANA

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Bo El Carmen Av. La Paz | El Triunfo, Usulután

Total de agencias de Viajes identificada 152 agencias.

<u>ALL AMERICAN</u>		Julio Flores
AMERICAS TOURS		David Márquez
» <u>AMATE TRAVEL - L</u> <u>alianXa El Salvador</u>		Javier Ortiz
ATM Internacional		José Roberto Abrego

» <u>AVILES TRAVEL</u>		Daniel Menéndez
VIAJES BERNAL		Mario Alfaro
» <u>ESCAMILLA - BCD Travel</u>		Germán Escamilla
» <u>HISPANA DE VIAJES</u>		Maritza Tobar
IZALCO TRAVEL		Beatriz Vega
AGENCIA DE VIAJES LATINOAMERICANA		Alma de Medrano
» <u>LEMMANS</u>		José Miguel Guzmán
» <u>LINDA TRAVEL</u>		Emilia Lisseth Flores
» <u>PANAMEX - HRG</u>		Marta de Molina

SERVIVIAJES		Julio Guevara
TIVOLI PROVIAJES		Rodrigo Salazar
TRAVEL AND TOURS		Carolina de Rochi
TURITRAVEL		Raúl Villatoro
» <u>SUTTER TOURS</u>		Víctor Sutter
» <u>UTRAVEL - Carlson Wagonlit</u>		Carlos Vidal
» <u>Agencia de Viajes VIP</u>		Luisa de Salinas
<u>Visa Travel</u>		René Milian

Derechos Reservados © 2012 Asociación de agencias de viaje autorizadas de El Salvador

Tipos de servicios brindados por la Agencia de Viajes.

Las agencias de viajes ofrecen tres tipos de servicios

1.- SERVICIOS DE INFORMACION Y DE ASISTENCIA

Brindamos servicios de información turística al público sin ningún tipo de costo

Información de paquetes turísticos

Información sobre las reservaciones

Información acerca de los recursos y atractivos de la región

2.-VENTA DE SERVICIOS SUELTOS

RESERVACION DE HOTELES

GRAN HOTEL

HOSTAL HUANUCO

HOSTAL LAS VEGAS

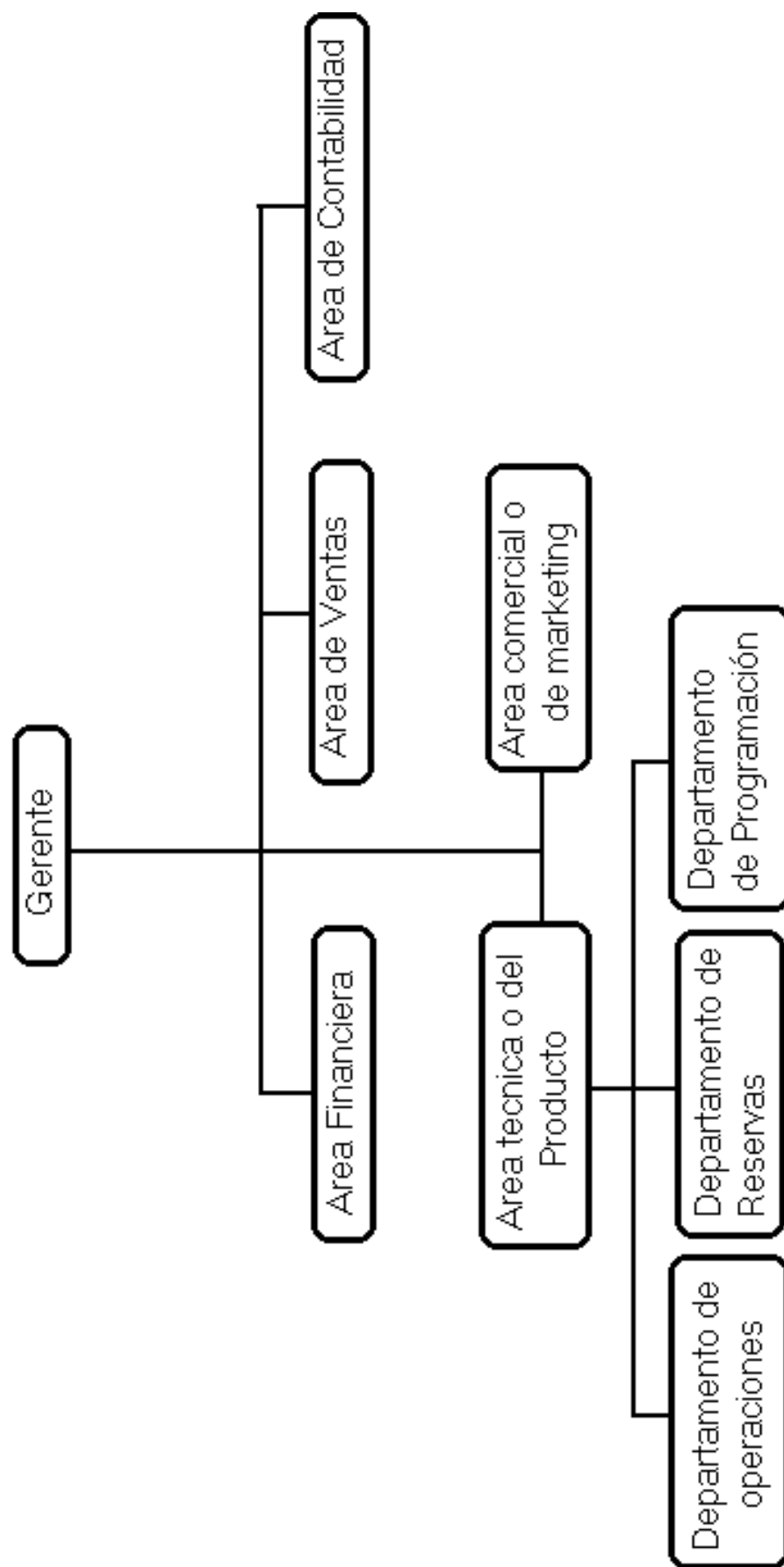
HOSTAL MADERA VERDE (TINGO MARIA)

HOTEL ROYAL (TINGO MARIA)

3.-VENTA DE SERVICIOS ORGANIZADOS

Nuestra agencia vende 2 tipos de paquetes.

- ☐ Paquetes elaborados por los organizadores del viaje.
- ☐ Paquetes elaborados por la propia agencia.



- **Área financiera**

Se ocupa de la elaboración de los presupuestos anuales de la empresa, instrumenta las formas de crédito necesarias, realiza la compra del material, controla los expedientes, control de billeteaje y el departamento de personal (nomina, seguros, etc.)

- **Área técnica o del producto**

Es la que se encarga de la producción, elaboración y organización de los distintos paquetes turísticos.

- **Departamento de operaciones.**

Se encarga de controlar la buena marcha del viaje durante el desarrollo del mismo.

- **Departamento de reserva.**

Se encarga de atender las reservas de los viajeros.

- **Departamento de operaciones.**

Es el que se encarga de la fabricación del viaje y de la elaboración de los folletos informativos.

- **AREA COMERCIAL O DE MARKETING**

Es la encargada de vender el producto a los consumidores potenciales (mediante la generación de curiosidad y atención en el cliente), también se responsabiliza del control de calidad de los productos comerciales (los cuales en turismo es de tipo expost, es decir se lleva a cabo después que el viaje se haya realizado).

- **AREA DE VENTAS**

Es la que se encarga de la atención directa al cliente, una vez que este ya ha sido captado, para esta función es de primordial importancia el desarrollo de un buen programa de atención al cliente.

- **AREA DE CONTABILIDAD**

Es aquel que lleva el control de los ingresos de caja y del libro mayor de la agencia de viajes, ha de preparar los informes semanales de ventas y coordinar los depósitos que se hacen en los bancos.

- **DIRECTORIO**

Son los trabajos de dirección y funciones de la organización, planificación, ejecución y control de carácter central o zonal de la empresa, debe encargarse de:

- ☐ Dirigir de forma correcta a el resto del personal.
- ☐ Planificar con ayuda del departamento correspondencia, los objetivos de la empresa.
- ☐ Controlar los resultados obtenidos.
- ☐ Coordinar y colaborar con el Área financiera
- ☐ Supervisar el diseño y la confección de los distintos viajes y paquetes.
- ☐ Seleccionar, negociar y contratar los servicios de los proveedores.

SEGMENTOS.- Tipos de turismo a ofrecer:

- ☐ Turismo cultural.- Tiene el objeto el conocimiento de monumentos y sitios Históricos - Artístico.
- ☐ Turismo de aventura.- Ocasión idónea para escapar de la rutina y realizar aquellas actividades como son muchas las actividades que podemos desarrollar dentro del turismo activo como: senderismo, cicloturismo, montañismo, rutas a caballo, navegación fluvial (canotaje), trekking, escalada, descenso de cañones.
- ☐ Turismo ecológico y rural.- Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales (paisaje, flora, fauna silvestre).

ANÁLISIS EXTERNO Y DE MERCADO

El análisis externo y de mercado se puede dividir en dos tipos y factores para analizar: el Entorno General y el Entorno Específico.

El Entorno General se caracterizaría porque afecta a todas las empresas en general y porque son factores que no son característicos del propio mercado.

El Entorno Específico se caracterizaría porque afecta las áreas determinadas dentro de la empresa y son factores que se identifican y pueden mejorarse.

Análisis FODA

ANÁLISIS INTERNO

☐ Debilidades:

La principal debilidad que se tiene es; que es una empresa nueva y por eso dispone de pocos recursos económicos y de conocimiento del mercado.

Otra debilidad puede ser el que los servicios no gusten a los clientes y estos no los compren y no se pueda obtener tener mercado.

☐ Fortalezas:

Una de las grandes fortalezas con la que cuenta es que estará promovida en Internet y se podrá hacer llegar con publicidad a los sitios donde los jóvenes más están, por ejemplo los chats.

Otra fortaleza es que podrán hacer propuestas por Internet.

También esta agencia ofrecerá unas buenas ofertas para captar clientes.

ANÁLISIS EXTERNO

☐ Amenazas:

Una amenaza de mercado con la que cuenta, es que las demás agencias ya instaladas empiecen a bajar las ofertas y las nuestras no puedan competir con ellas.

Otra puede ser que seamos absorbidos por una agencia mayor y que no dispongamos de nuestra libertad ni de nuestras ofertas porque seríamos de la otra agencia.

Hay más amenazas como pueden ser que se creen más agencias especializadas en viajes de estudios y nos hagan más la competencia, o que empiecen a venir agencias internacionales a nuestro país con ofertas más bajas, etc; pero las anteriores son las principales amenazas para nosotros.

☐ Oportunidades:

La mayor oportunidad que esta agencia puede tener es que el trabajo por Internet funcione como se requiere y que los clientes respondan adecuadamente con este servicio ya que así tendríamos una buena clientela para años posteriores.

Otra oportunidad es la especialización en los viajes de estudios ya que la asesoría y la orientación de cada uno de ellos casi ninguna agencia lo ofrece.

Otra oportunidad será la cantidad de publicidad en la que se piensa invertir vía Internet sobre todo, además de preocuparse de cada sugerencia hecha a página web.

MEJORAS

☐ Debilidades y amenazas:

Las mejoras para combatir las debilidades pueden ser sobre todo conseguir una buena financiación para poder tener recursos líquidos y poder invertirlos para mejorar nuestros servicios.

Otra mejora para las debilidades será el estudiar bien las ofertas que se elaboren y el hacer encuestas mediante la página web para saber los gustos de los clientes e intentar satisfacerlos.

Las mejoras para combatir las amenazas serían hacer ofertas bajas; para conseguir clientela aunque al principio no consigamos muchos beneficios.

Otra mejora sería conservar la independencia mediante la obtención de clientes y no dejar de disponer de recursos financieros para que no estemos en quiebra.

☐ Fortalezas y oportunidades:

Las mejoras para aprovechar las fortalezas de la agencia serían estar cada mes cambiando el diseño de la web para que los clientes se mantengan informados de que hay persona preocupándose de sus sugerencias.

Ofrecer más servicios por Internet. Crear concursos en la página WEB para los institutos y colegios que compren nuestras ofertas.

Las mejoras para aprovechar las oportunidades serían dar publicidad a la agencia; además del Internet; darle a empresas e instituciones información, de paquetes turísticos y orientación de viajes.

Otra mejora sería el estar informados de las preferencias de los jóvenes sobre los viajes.

2.9 MARCO LEGAL

NORMA SALVADOREÑA

OPERADORES DE TURISMO. ESPECIFICACIONES PARA LA PRESTACION
DE SERVICIOS.

Difusión y Socialización de Normas de Calidad Turística MITUR – CORSATUR

NORMA SALVADOREÑA NSR 03.54.01:08

- **OBJETO**

Esta norma establece requisitos para la prestación del servicio de los operadores de turismo.

- **CAMPO DE APLICACIÓN**

Esta norma aplica a operadores de turismo emisores y receptivos que operen a nivel nacional.

- **DEFINICIONES**

Las definiciones que se mencionan a continuación forman parte de la terminología utilizada en la gestión de los operadores de turismo. En el Anexo A, se presenta un índice de términos y sus equivalentes en inglés, francés, español.

Animador: persona responsable de planificar y supervisar los programas de ocio y actividades deportivas así como de animar a los viajeros a participar, que habla el idioma que la mayoría de los viajeros entienden.

Anticipo o deposito: pago anticipado realizado por el viajero sobre el precio del servicio turístico.

Anulación por un pasajero: cancelación por parte de un viajero del contrato de un servicio turístico antes de utilizar dicho servicio.

Anulación por un proveedor turístico: cancelación del contrato por parte de un viajero del contrato de un servicio turístico antes de utilizar dicho servicio.

Nota 1. Como norma, las condiciones de un contrato de viaje, de alojamiento o de transporte contienen información sobre los plazos de anulación y los gastos fijos o específicos que se originan por anular.

Anulación por un proveedor turístico: cancelación del contrato de servicio turístico por parte de un proveedor de servicios turísticos antes y durante la realización de dichos servicios.

Nota 2. Como norma, las condiciones de un contrato de viaje, de alojamiento o de transporte contienen información sobre los plazos de anulación y los gastos fijos o específicos que se origina por anular.

Asesoría de viajes: servicio por el cual un proveedor de servicios turísticos proporciona información y consejos a los clientes.

Asistencia en viaje: información y ayuda a los viajeros durante las etapas contratadas de su viaje, que incluye un número telefónico y persona de contacto.

Base tarifaria: conjunto de criterios establecidos por el proveedor de transporte para la gestión de su capacidad, teniendo en cuenta diversos factores tales como la época del año, duración del viaje, número de viajeros, condiciones de pago y de anulación, medios y tipos de transporte y a la accesibilidad al destino.

Canal de comercialización: conjunto de compañías que forman una cadena de prestadores de servicios turísticos.

Circuito turístico: combinación de los atractivos turísticos de una o más rutas, dentro de uno o más países.

Comienzo de la prestación del servicio por el operador de turismo: fecha y hora del primer servicio turístico contratado.

Compañía administradora de destinos: conocidas como DMC, por sus siglas en Ingles Destination Management Company

Comprobante de servicios: Documento que contiene todos los datos de la reservación confirmada de un servicio turístico.

Condiciones de un contrato de servicio turístico: Cláusulas de un contrato entre el turista o excursionista y los proveedores de servicios turísticos con el operador de turismo.

Excursionista: Visitante de un día, ya sea internacional o interno.

Ficha técnica: descripción del programa del tour, el cual incluye; itinerario, lugares, actividades, responsables, requerimientos especiales de los clientes y paradas técnicas.

Finalización de la prestación del servicio por el operador de turismo: fecha y hora del último servicio turístico contratado.

REQUISITOS PARA LOS OPERADORES DE TURISMO

Los operadores de turismo deben cumplir con los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad y competencias que se describen en las siguientes cláusulas.

Requisito de organización

Equipos

Selección y Evaluación de proveedores de servicios.

CAPITULO III

METODO DE LA INVESTIGACION DE CAMPO

El método utilizado para realizar la investigación fue descriptivo, estudia los fenómenos o problemas desde las partes hacia el todo, es decir, analiza los elementos del todo para llegar a un concepto o ley. También se puede decir que sigue un proceso analítico-sintético, al respecto Jany Castro cita que es el procedimiento mediante el que se extraen conclusiones generales (teorías y leyes) como consecuencia de la observación controlada de hechos individuales.

Para una mejor estructuración del método descriptivo se siguen los siguientes pasos: La observación, comparación, y generalización. Por consiguiente, se ha utilizado éste método, con el propósito de verificar las expectativas de satisfacción en el servicio al cliente que las agencias de viajes ofrecen actualmente. analizando si son conocidos los servicios que se prestan, disposición a adquirir en las agencias de viajes y que nuevos servicios desea encontrar en ellas.

3.1 Diseño de la Investigación

El diseño es, no experimental, ya que solo se recopilaron datos para la investigación y en ningún momento se manipulara variables del problema en estudio.

3.2 Tipo de Estudio

Para la investigación de campo se utilizó el tipo de estudio descriptivo, puesto que se relacionaron las variables que intervienen en la problemática en estudio, analizando como estas son incidentes en la satisfacción del cliente:

3.3 Unidades de análisis

La investigación se llevó a cabo partiendo de la base de datos de una agencia de viajes local que recopila información de personas y empresas que hacen uso de los servicios de aerolíneas y agencias de viajes.

3.4 Sujetos de estudio

La población que participo del estudio reúne ciertas características comunes, siendo su perfil demográfico ser mayor de 18 años y menor de 70, con perfil geográfico residentes en el área metropolitana de San Salvador que su ocupación es comerciante, ejecutivo o pensionado, personas que utilizan el servicio de las agencias de viajes y otras que no los utilizan porque desconocen de los servicios que estas prestan al público.

3.5 Tamaño de la muestra.

La muestra utilizada fueron 30 usuarios de agencias de viajes.

En el cual para obtener la muestra se utilizó el método no probabilístico (FALTA), el motivo por lo que se utilizó este método fue por factor tiempo y presupuesto para la investigación.

Técnica e instrumentos

Técnicas

Se utilizó la técnica de la encuesta, para la recopilación de la información requerida para analizar la problemática en estudio, a través de preguntas cerradas, de selección única y abierta.

Instrumentos

Para realizar la encuesta se elaboró un cuestionario el cual consistió en preguntas abiertas y cerradas, que fueron previamente planificadas para lograr el objetivo de la investigación. Dicho instrumento se pasó con anterioridad a la investigación a un pequeño grupo de personas para su comprobación.

Análisis e interpretación de datos

Para analizar e interpretar los datos obtenidos de la investigación se utilizó la siguiente metodología:

- Vaciado de la información recopilada en los instrumentos de recolección.
- Tabulación de los resultados.
- Elaboración de una tabla de frecuencia y porcentaje.
- Elaboración de gráficos correspondientes.
- Análisis de los gráficos.

3.6 MATRIZ DE LOS OBJETIVOS

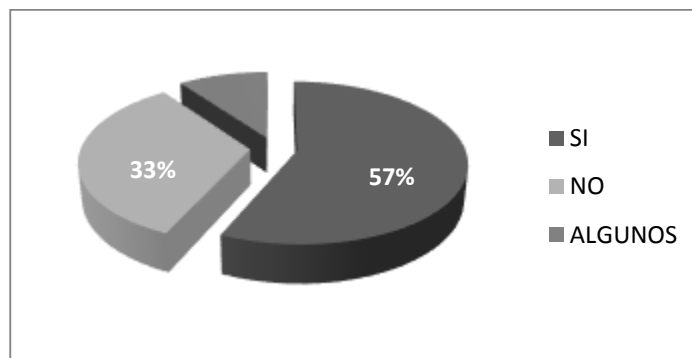
3.6 MATRIZ DE LOS OBJETIVOS	INDICADORES	SUB-INDICADORES	PREGUNTAS
Identificar las variables del mercado que contribuyen a la formulación de nuevas estrategias de servicio para las agencias de viajes.	Precios, Demanda, servicios. Productos, promociones.	Desconocimiento de los servicios que tienen las agencias de viajes. Competitividad Tendencias. Procesos. Innovación. Posicionamiento. Poca demanda por falta de información Desconocimiento de los servicios que prestan las agencias de viajes.	Conoce usted los servicios que ofrecen las agencias de viajes Cuando usted compra un boleto aéreo donde lo adquiere. una aerolínea. Que tipo de servicios adicionales espera usted de una agencia de viajes al momento de comprar su boleto aéreo. Le gustaría a usted que le estén informando constantemente sobre las ofertas que tienen las agencias de viaje.
Medir la insatisfacción de los clientes sobre las agencias de viaje.	Calidad del servicio. Que las agencias de viajes carecen	falta de atención a los clientes falta de información	como califica usted la atención que ofrecen las agencias de viajes que tipo de servicio le gustaría que mejoraran las agencias de viajes. que tan importante es el conocimiento que le dan las agencias de viajes Que lo motivaría a usted para visitar o adquirir sus boletos aéreos en una agencia de viajes

Evaluar la percepción que tienen los clientes de las agencias de viajes	Posicionamiento	Falta de información	de los servicios siguientes que ofrecen las agencias de viajes cuales conoce usted: a) paquetes turísticos, Que tan importante es para usted el conocimiento de los servicios que tiene las agencias de viajes. Que otro tipo de servicio adicional desearía al momento de la compra de su boleto aéreo.
Monitorear las estrategias que la competencia está utilizando para poder atraer a los clientes.	Posicionamiento	Reconocimiento de Marca	Cuando decide comprar un boleto aéreo, cuál es su primera opción. Cuál es la diferencia para usted la compra de un boleto aéreo en una aerolínea y una agencia de viajes.

1-¿Conoce usted los servicios que ofrecen las agencias de viajes?

Objetivo: Justificar el conocimiento que tienen las personas encuestadas sobre los servicios que prestan las agencias de viajes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	17	57%
NO	10	33%
ALGUNOS	3	10%
TOTALES	30	100%

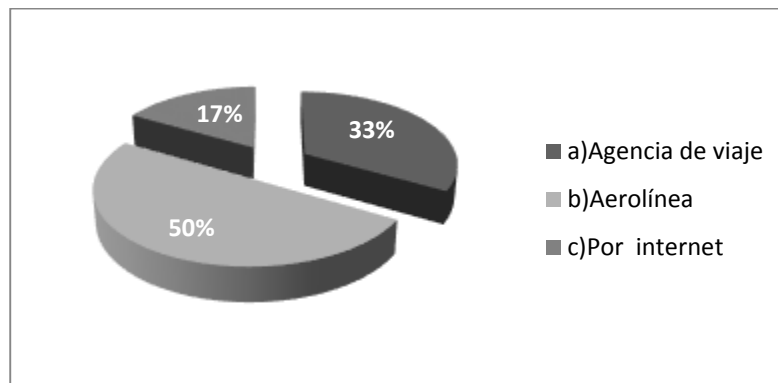


Análisis: Lo que nos refleja esta interrogante realizada es que mas del 50% de la población encuestada si conoce los servicios que ofrecen las agencia de viajes, mientras que el resto de los encuestados conocen poco o nada de los servicios, esta interrogante nos hace entender que se tiene que trabajar mucho más con la promoción de todos los servicios para poder estar mejor posicionados en la mente de los consumidores.

2.¿Cuándo usted compra un boleto aéreo donde lo adquiere?

Objetivo: Saber la preferencia del servicio que tienen las agencias de viajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
a)Agencia de viaje	10	33%
b)Aerolínea	15	50%
c)Por internet	5	17%
TOTALES	30	100%

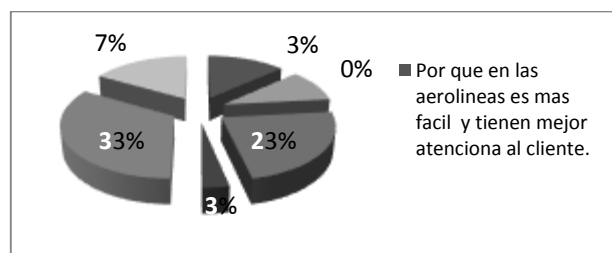


Analisis: considerando la preferencias de los clientes a la hora de adquirir sus boletos aéreos darse cuenta que sus preferencias a la hora de comprar sus boletos se inclinan a comprarlos en las aerolíneas como primera opción, en agencias de viajes como segunda opción y en internet como última alternativa, con este resultado se puede decir que las agencias de viajes tienen una leve desventaja ante las aerolíneas pero que debe de mejorarse para poder seguir siendo competitivos.

3.¿De la respuesta anterior porque se le facilita adquirir su boleto aéreo por ese medio?

Objetivo: Justificar los motivos de compra que inciden en la decisión de compra del servicio.

RESPUESTA	Frecuencia	%
Por qué en las aerolíneas es más fácil y tienen mejor atención al cliente.	4	13%
La aerolínea es lo primero que se me viene a la mente.	3	10%
Por qué las aerolíneas tienen oficinas de atención al cliente en lugares accesibles.	7	23%
Por qué mantienen informado constantemente sobre las tarifas.	1	3%
prefieren las agencias de viajes	10	33%
prefieren vía internet por ser más rápido	5	17%
TOTALES	30	100%

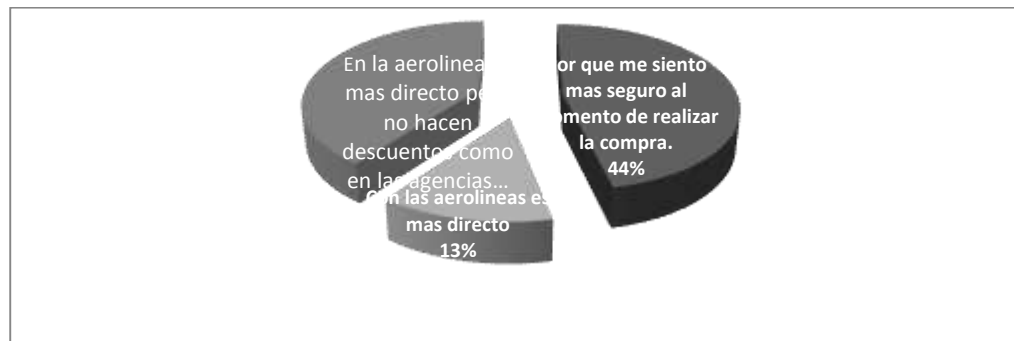


Análisis: lo que se logró identificar con estas respuestas es que las opiniones de los usuarios son variables dependiendo del lugar donde deciden comprar su boletos, esto nos hace ver que hay varias diferentes razones por las que el cliente prefiere una aerolínea.

4. ¿Por qué piensa usted primero en una aerolínea al momento de comprar un boleto aéreo?

Objetivo: identificar el posicionamiento del servicio que tienen los consumidores de las aerolíneas.

RESPUESTA	FRECUENCIA	
Por qué me siento más seguro al momento de realizar la compra	7	7%
Con las aerolíneas es más directo	2	3%
En la aerolínea es más directo pero no hacen descuentos como en las agencias de viajes	6	0%
TOTALES	15	00%

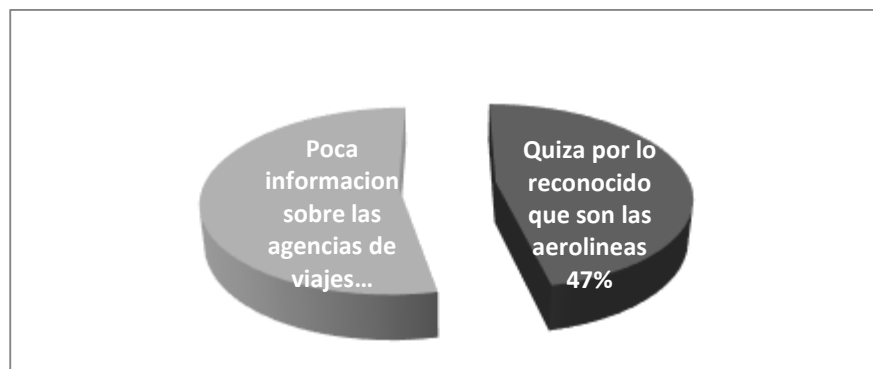


Análisis: la mayor parte de los encuestados consideran comprar en una aerolínea porque se sienten seguros al momento de realizar la compra, otro porcentaje opina que con las aerolíneas es más directo y el resto dice que con la aerolínea es más directo pero no se obtiene ningún tipo de descuento, esto no hace entender que los clientes buscan un lugar donde se sientan seguros con su compra y buscan que sea una experiencia fácil, rápida y directa

5. ¿Cuál es la diferencia para usted en comprar un boleto aéreo en una aerolínea o una agencia de viajes?

Objetivo: Evaluar el valor agregado de servicio que tienen las aerolíneas, y del cual carecen las agencias de viajes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Quizá por lo reconocido que son las aerolíneas	14	47%
Poca información sobre las agencias de viajes	16	53%
TOTALES	30	100%

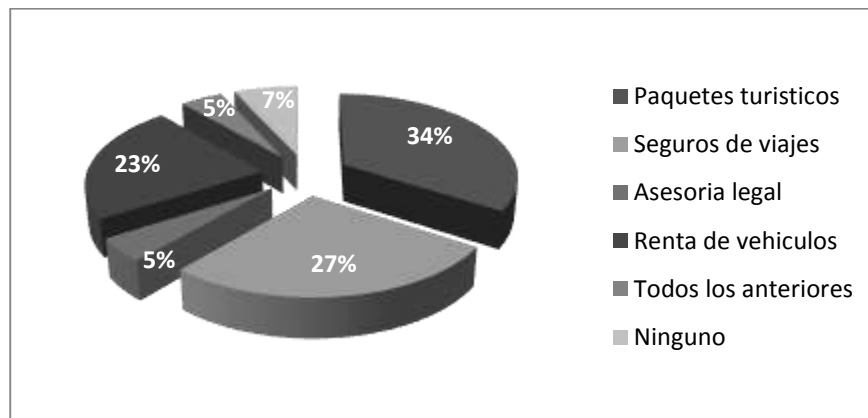


Análisis: En esta pregunta se puede comprender que la diferencia más grande que existe entre las aerolíneas y las agencias de viaje es el posicionamiento que las aerolíneas han logrado en la mente del sus clientes ya que manifiestan que compran sus boletos en las aerolíneas por la confiabilidad y lo reconocido que son estas empresas en el mercado.

6. ¿De los servicios siguientes que ofrecen las agencias de viajes cuales conoce?

Objetivo: evaluar qué grado de conocimiento tienen los clientes sobre los servicios que prestan las agencias de viajes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Paquetes turísticos	15	34%
Seguros de viajes	12	27%
Asesoría legal	2	5%
Renta de vehículos	10	23%
Todos los anteriores	2	5%
Ninguno	3	7%
TOTALES	44	100%

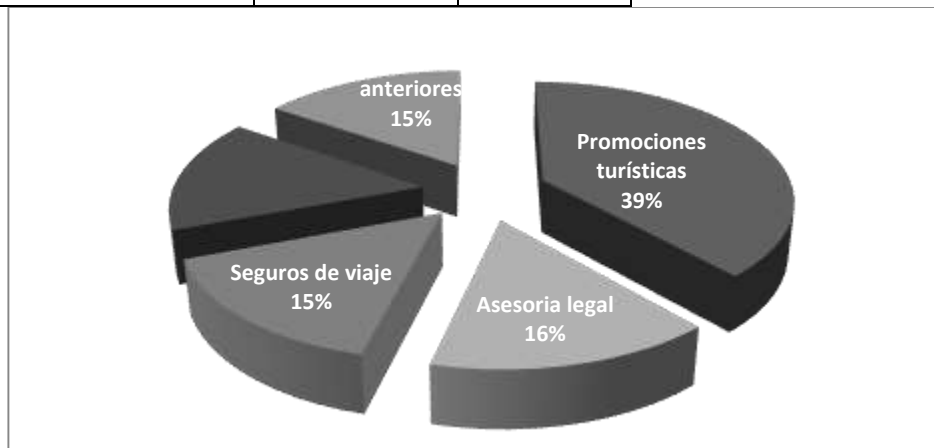


Análisis: la mayoría de servicios que los clientes conocen según esta interrogante son los paquetes turísticos, los seguros de viajes que prestan las agencias y la renta de vehículos, los demás son poco conocidos, por lo cual es necesario trabajar mucho más en la difusión de los demás servicios que son poco conocidos para poder ofrecer mayores beneficios a los clientes y que estos sepan lo importante que pueden ser.

7. ¿Qué tipo de servicios adicionales espera usted que una agencia de viajes le brinde al momento de comprar su boleto aéreo?

Objetivo: Desarrollar nuevos procesos con las respuesta obtenidas y mejorar los servicios que las agencias prestan actualmente.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Promociones turísticas	10	38%
Asesoría legal	4	15%
Seguros de viaje	4	15%
Renta de vehículos	4	15%
Todos los anteriores	4	15%
TOTALES	26	100%

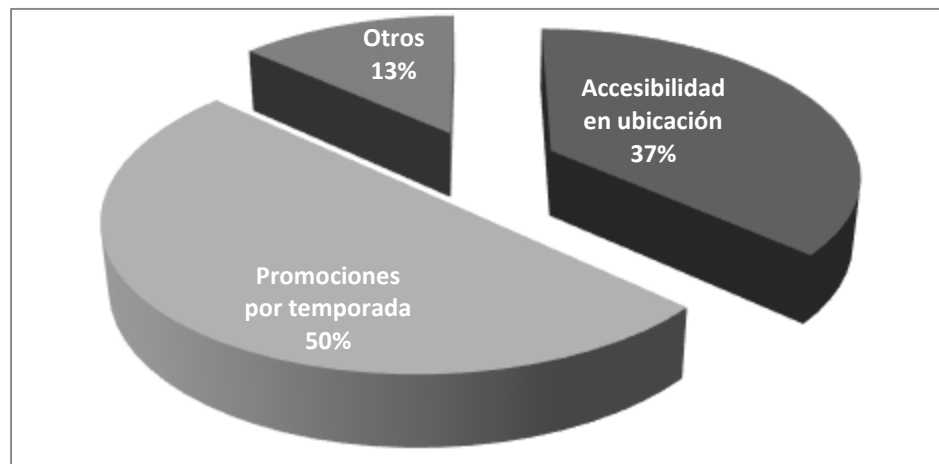


Análisis: la mayoría de los encuestados coinciden con el hecho de necesitar promociones turísticas de parte de las agencias de viajes y será este un punto importante sobre el cual se deberá trabajar para ofrecer un mejor servicio y así poder aumentar el número de clientes de las agencia de viajes

8. ¿Que lo motivaría a usted para visitar o adquirir sus boletos aéreos en una agencia de viajes?

Objetivo: Analizar el motivo racional y psicológico en la decisión de compra de boletos aéreos.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Accesibilidad en ubicación	11	37%
Promociones por temporada	15	50%
Otros	4	13%
TOTALES	30	100%

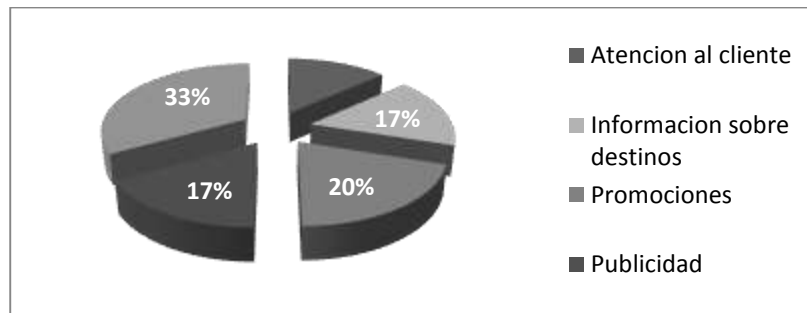


Análisis: La mayor parte de los encuestados están interesados en la promociones de temporada, y también toman como una preferencia para poder acceder a las agencias un fácil acceso en cuanto a ubicación se refiere, esto significa que se debe trabajar en promociones y buscar lugares de fácil acceso para los cliente , esto incrementara la afluencia de clientes

9. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que mejoren las agencias de viajes?

Objetivo: Verificar las expectativas del servicio por parte de los encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Atención al cliente	4	13%
Información sobre destinos	5	17%
Promociones	6	20%
Publicidad	5	17%
Todos los anteriores	10	33%
TOTALES	30	100%

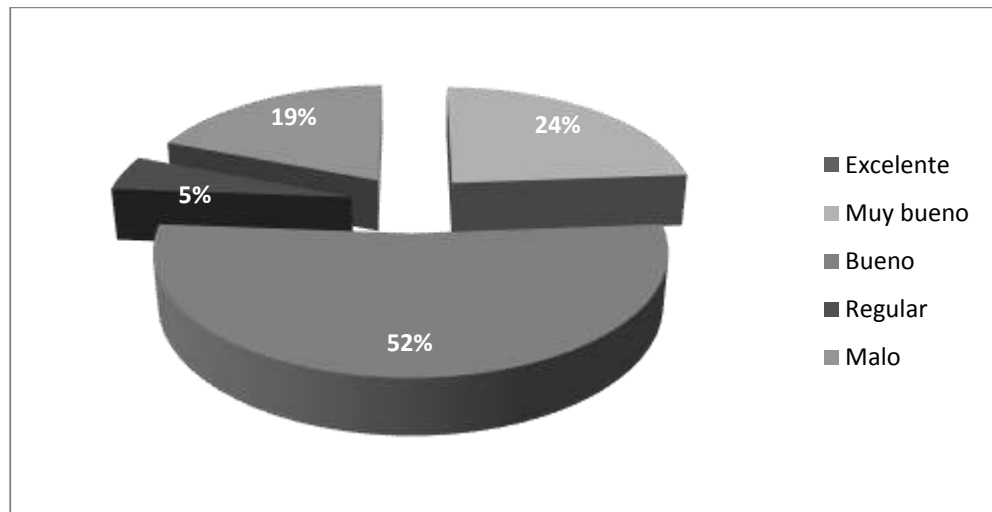


Análisis: según los resultados de esta pregunta los encuestados esperan que se les brinden todos los servicios adicionales que estén disponibles , y también se busca conocer los gustos y preferencias para poder darles un mejor servicio.

10- ¿Cómo califica usted la atención que le prestan las agencia de viajes?

Objetivo: Buscar si el cliente está satisfecho no solo con los servicios que le prestan las agencias de viajes, sino también la atención que le prestan los agentes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Excelente	0	0%
Muy bueno	5	24%
Bueno	11	52%
Regular	1	5%
Malo	4	19%
TOTALES	21	100%

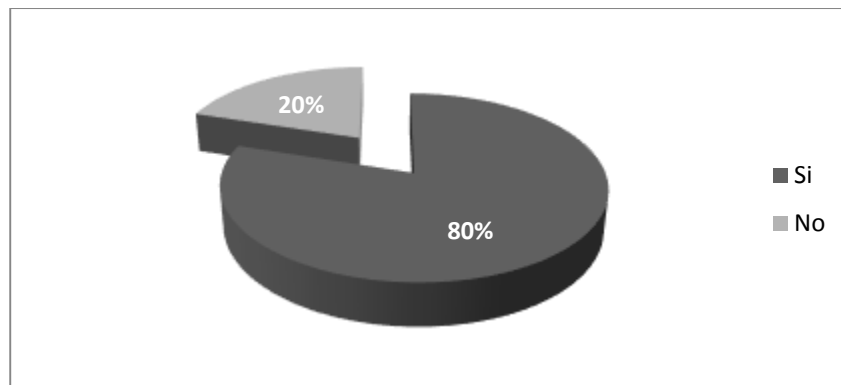


Análisis: la mayor, parte de encuestados opina que la atención de las agencias de viajes es buena, pero hay mucho que mejorar por que una parte de las respuestas arrojan como resultado que el servicio ofrecido es regular y hasta .lo consideran como malo, se tiene que trabajar mucho con estas respuestas para poder mejorar el servicio que se le ofrece a los clientes

11. Le gustaría a usted que le estén informando constantemente sobre las ofertas que tienen las agencias de viajes.

Objetivo .conocer el grado de interés que los encuestados pueden llegar a tener con respecto a recibir información sobre las promociones e información de todos los servicios que brinda las agencias de viajes

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	24	80%
No	6	20%
TOTALES	30	100%



Análisis: La mayor parte de los encuestados si está de acuerdo y les gustaría que se les estén brindando información, sobre las promociones que pueden tener las agencias de viajes, se debe trabajar en cómo se hará llegar esta información para que los clientes realmente la reciban y que esto pueda incentivarlos a comprar en agencias de viaje

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

Después de haber analizado el trabajo de investigación anterior se concluye lo siguiente:

- Existe despreocupación por parte de los representantes de las agencias de viajes en relación a la fidelización de sus clientes.
- En la evaluación realizada por medio de instrumento se detecto la preferencia de los consumidores en relación a la compra de boletos aéreos y servicios relacionados en este rubro.
- Las preferencias que tienen los consumidores con respecto a comprar los boletos en las aerolíneas directamente es porque se sienten mucho más seguros adquiriendo los boletos en las aerolíneas y por el buen posicionamiento que tienen sobre la mente de los consumidores , este es el motivo principal por el cual aún las agencias de viajes no son tan reconocidas como lo son las aerolíneas , ya que las agencias de viajes en la actualidad no están bien posicionadas en la mente de los consumidores

RECOMENDACIONES.

- Los representantes deben realizar o planificar talleres de capacitación para los empleados y asesores de viaje con el fin de que puedan brindar información asertiva y confiable a los clientes.

- Todo el personal a cargo de la atención dentro de la agencia de viajes debe estar involucrado responsablemente en el proceso de información brinda al consumidor final para que este pueda sentirse seguro y confiable del servicio que está adquiriendo.

- se debe trabajar en publicidad para poder dar a conocer todos los servicios que pueden ofrecer las agencias de viaje, y así mismo que puedan ser reconocidos y poder ser una nueva opción de compra

- crear un plan estratégico de difusión de las promociones que pueden ofrecer las agencias de viajes vía internet (redes sociales) vallas publicitarias, cunas radiales, prensa escrita, todo esto con el fin de poder llegar a diferentes tipos de clientes y que puedan conocer más de las agencias de viajes

- Implementar servicios según las necesidades que el cliente tiene al momento de viajar y adquirir un boleto aéreo.

ANEXOS

PROPUESTAS

- ▶ Hoy en día las empresas buscan tener clientes leales y sostenibles en el tiempo para que las organizaciones permanezcan bien establecidas y puedan ser competitivas y rentables de acuerdo a sus objetivos y visión estratégica; por lo que se propone depurar la cartera de cliente para actualizarla y centralizar el esfuerzo de ventas.
- ▶ Por tal motivo se propone que las agencias de viajes deben realizar o planificar talleres de capacitación para los empleados y asesores de viaje con el fin de que puedan brindar información asertiva y confiable a los clientes.
- ▶ La utilización de esta herramienta facilitara a las agencias de viajes a descubrir las necesidades puntuales señaladas por los clientes y así poder servirles de una mejor manera para beneficio de la empresa como de los clientes, sistematizar la frecuencia de viaje del cliente, para monitorear los ciclos de la demanda.
- ▶ Diferenciación a través del servicio al cliente: todo el personal a cargo de la atención dentro de las agencias de viajes deben estar involucrados responsablemente en el proceso de información que se brinda al consumidor final para que este pueda sentirse seguro y confiable del servicio que está adquiriendo.

- ▶ Mejoras en las estrategias de servicio al cliente: Implementar servicios según las necesidades que el cliente tiene al momento de viajar y adquirir un boleto aéreo.
- ▶ Construir una base de datos de fechas importantes para el cliente, con el propósito de satisfacer sus expectativas y necesidades del servicio y así poder informarle constantemente sobre promociones.

METODO A UTILIZAR PARA HACER EFECTIVAS LAS PROPUESTAS

Para realizar todas estas propuestas; el enfoque que llevara será el Inbrandig, el cual sirve a todas las empresas, de todos los tamaños, que pueden utilizar la fuerza de las personas como el elemento más importante para potenciar su marca. Para ello hay que trabajar en tres áreas.

1. Define bien tu marca y los ejes de venta asociados a ella. Ayúdate de alguna empresa especializada. Es importante que de este proceso surja algún elemento de comunicación tangible: brandbook (ayuda a definir los elementos estándar de la identidad de marca), vídeo de marca, campaña corporativa..., pues nos servirá para el siguiente apartado.

2. Diseña una campaña de InBranding. Organizar una campaña de comunicación interna para informar, implicar e ilusionar a todas las personas de la organización. Pero sobre todo, no se debe olvidar de acompañarla de acciones participativas: talleres, reuniones, eventos motivacionales; etc.

3. Prepara un programa de incentivos. Si realmente queremos implicar a todas las personas de la organización en la promoción de la marca, deberemos diseñar algún plan de incentivos: individuales o colectivos, materiales o no, pero debemos hacerlo si queremos alcanzar el éxito.

ESTRATEGIAS

- ▶ Implementar una buena relación entre empresa y consumidor, con el propósito de fortalecer la lealtad del cliente que permita mantener una relación comercial a largo plazo.
- ▶ Diseñar un programa de capacitación para la fuerza de ventas
- ▶ Fortalecer la competitividad y servicio al cliente para que la empresa sea sostenible en el tiempo y pueda hacer frente a la competencia.
- ▶ Diseñar estrategias de promoción que sean atractivos para los clientes para incrementar la demanda y frecuencia de compra en las agencias de viajes.

MARKETING RELACIONAL

Para poner en marcha lo expuesto podemos realizarlo por medio del Mercadeo Relacional, que como su nombre lo indica, busca crear, fortalecer y mantener las relaciones de las empresas comercializadoras de bienes y servicios con sus clientes, buscando lograr el máximo número de negocios con cada uno de ellos.

Su objetivo es identificar a los clientes más rentables para establecer una estrecha relación con ellos, que permita conocer sus necesidades y mantener una evolución del producto de Cómo se aplica.

Los tres pasos fundamentales del mercadeo relacional son:

1. Manejo de datos: Almacenamiento, organización y análisis.
2. Implantación de programas: Una vez identificados los clientes, sus necesidades y deseos se arman estrategias para lograr su lealtad.
3. Retroalimentación: Después de realizar los primeros contactos con los clientes se actualizan las bases de datos inicialmente constituidas y se hace un seguimiento de las preferencias y los comportamientos de los clientes con lo cual se llega a una relación de largo plazo.

Uno de los mayores componentes del mercadeo relacional es el llamado Marketing Directo, que combina herramientas como publicidad, relaciones públicas, promoción, correo directo y tele mercadeo. Además como otro

componente puede utilizar los mecanismos de ventas cruzadas que buscan no solamente mayor participación en el mercado sino en el cliente, en otras palabras, en el total de productos diferentes que hace una persona.

El marketing relacional es la intersección entre el marketing y las relaciones públicas:

Característica principal: Individualización: Cada cliente es único y se pretende que el cliente así lo perciba. Comunicación Directa y personalizada, costos más bajo que el mercadeo y la promoción tradicional.

BIBLIOGRAFIA

Bigné, E., Belloch, A., Martínez, C.; M. J., Miguel. (1996).

La calidad de servicio en las agencias de viajes: una adaptación de la escala SERVQUAL. España.

Bigné, E., Belloch, A., Martínez, C., M. J., Miguel.; Andreu, L. (2003).

SERVQUAL: Reliability and Validity in Travel Agencies. Annals of Tourism Research. España.

Dipierri, Ana A., Zanfardina, Marina. (2002). *Indicadores de Calidad en*

Agencias de viajes Receptivas. Aportes de Transferencias. Universidad de Mar del Plata, Argentina.

Talaya, Esteban. (2000). *La investigación turística en la universidad*

española. Estudios Turísticos.144 - 145: 156 – 177.

Mazarnasa, Miguel. (1994). *Marketing y Calidad Total. (1ª edición).*

Barcelona, España. Edición gestión.

Scharager, J y Armijo, I. (2001) *Metodología de la Investigación para las Ciencias Sociales*. Recuperado de http://cursos.uc.cl/unimit_psi_003-1/almacen/1222368251_jscharag_sec4_pos0.pdf

García Oro, Elizabeth. Cruz Pérez, Margaret y Leyva Velásquez, Noryelis (2009) *la agencia de viaje: una empresa importante y poco conocida dentro del sector turístico actual*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/06/opv.htm>

Asociación de agencias de viaje autorizadas de El Salvador. (2012) *II Foro de Agencias de Viaje de El Salvador*. Recuperado de <http://www.ava.org.sv/miembros.html>

Asociación de agencias de viaje autorizadas de El Salvador. (2012) *II Foro de Agencias de Viaje de El Salvador*. Recuperado de <http://www.ava.org.sv/segundoforo.html>

Asociación Salvadoreña de Agencias de Viaje Autorizadas de El Salvador. (2011) *Asociación de Agencias de Viaje autorizadas*. Recuperado de <http://www.ava.org.sv/index.html>