

UNIVERSIDAD FASTA

LICENCIATURA EN TURISMO

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

TEMA: AGENCIA DE VIAJE  
RECEPTIVA

ALUMNO: LUCIA GIANNATASIO

PROFESOR: WALTER DE POI

## INTRODUCCION

Dado que la actividad del turismo cada día crece en todas las regiones y en todos los niveles por su diversidad de opciones para conocer, disfrutar, intercambiar culturas, costumbres, formas de expresión, descanso y ocio, aportando gran flujo de turistas que colaboran con el desarrollo económico, es que consideramos que el turismo nos brinda la posibilidad de conocer la infinidad de atractivos y riquezas de nuestra región y de ciudades vecinas, por eso este proyecto va dirigido a un amplio mercado, sobre todo familias, gente mayor, con necesidad de distracción, esparcimiento y relajación. Es por esto, que surge la idea de elaborar un proyecto de una agencia de viajes receptiva en esta ciudad ya que no hay hasta el momento una agencia de viajes oficialmente habilitada para la realización de turismo en todas sus variedades. Como un proyecto es una serie de planteamientos encaminados en la producción de un bien o prestación de un servicio, con el empleo de una cierta metodología y con miras a obtener un determinado desarrollo económico con beneficio social; mi objetivo principal con este estudio es desarrollar un plan de negocio para analizar todos los factores que se deben tener en cuenta para crear una agencia de viajes como empresa y evaluar su viabilidad.

Para ello necesito primero, llevar a cabo un estudio de mercado que determine la demanda potencial y la posible competencia para el desarrollo de la agencia de viajes; segundo, elaborar el plan de negocio propiamente dicho adecuado a un establecimiento de este tipo y determinar la inversión necesaria para ponerlo en marcha; y tercero, hacer una evaluación de la viabilidad económica, comercial y jurídica.

De todas maneras en un principio haremos una breve historia del surgimiento de las agencias de viajes y sus clasificaciones para luego encaminarnos en lo que sería el plan de negocio y su desarrollo.

## BREVE HISTORIA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Antes del siglo XIX, la gente solía viajar muy poco y cuando lo hacía, era por motivos ajenos al placer. Con la introducción del ferrocarril y del barco a vapor, el motivo de viajar cambió.

Durante esa época, ya no solo viajaba por negocios y compromisos de otra índole, sin embargo era un privilegio que solo gozaba la alta sociedad; ya que para el resto de la gente esta idea no entraba en sus planes, por que la economía familiar al igual que las malas condiciones laborales, se los impedía.

Posteriormente y con el surgimiento de movimientos como el obrero, con los que se logró la reducción de la jornada laboral, vacaciones anuales pagas, sanidad y educación gratuita, trajo como consecuencia más ingresos, tiempo libre, más nivel cultural y por tanto más inquietud por conocer más allá del entorno; aunado a ello el surgimiento de mejores y más rápidos medios de comunicación y el desarrollo de la navegación aérea; más y más gente se daba la oportunidad de disfrutar unos días de descanso y conocer otros lugares, creándose con todo esto un gran fenómeno económico y social llamado "turismo de masas".

En los años treinta con la introducción de las líneas aéreas regulares, el negocio de las agencias de viajes empezó a cambiar.

La gente estaba pues preparada para salir, lo que hacía falta ahora era que le dijeran adonde, cómo y en cuanto le costaría el viajar a aquel lugar que tanto deseaba, es entonces cuando las agencias de viajes adquieren mucho mayor importancia.

Al final de la Segunda Guerra Mundial, mucha gente estaba ansiosa por viajar y mucha más además de ser maestro, oficinista o ama de casa se inició en este negocio como agente de viajes.

Thomas Cook, reconocido como el primer agente de viajes profesional dedicado tiempo completo a su actividad, en 1845 inicia su actividad de tiempo completo como organizador de excursiones. Comienza con las que conocemos como tour y desde un principio su principal preocupación fue elaborar tours de acuerdo con el interés y la conveniencia del turista, lo que seguramente contribuyo en gran medida a su éxito como agente de viajes.

## RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro plan de negocio está dirigido a un agencia de turismo receptivo y como pionera en el mercado local en forma oficial, tiene intenciones de desarrollar una zona turística en Rauch, es por eso que está planeado ubicarla en un lugar estratégico, en este caso sobre la avenida principal,(Av. San Martín al 500) en un local que cumpla con las condiciones para este tipo de empresa, con flujo de personas donde estas puedan dirigirse a hacer averiguaciones, siendo atendidas por personal especializado en el tema y de esta manera aclarar dudas de: costos de tours, alojamientos, alquileres, pasajes terrestres, también informar mediante página web sobre nuestros servicios para personas que lo deseen, siendo de gran utilidad y a veces hasta más ágil.

En un principio la empresa quiere afianzar su puesta en marcha del proyecto y hacer que sea reconocida ya que se inicia con poca experiencia en el mercado.

Como no es mucha la inversión tangible en este tipo de negocio se utilizarán fondos personales para la instalación del lugar con sus herramientas necesarias para la puesta en marcha. Una vez realizados los trámites para su habilitación, buscaremos proveedores (hoteles, restaurantes, etc.) y de allí contratar el que más se ajuste al presupuesto y calidad de servicios según las exigencias del mercado al cual nos dirigimos al comienzo de nuestra actividad y de esta manera ganar mercado y conseguir estabilización.

La empresa estará formada por dos socios, uno de ellos matriculado, siendo esta, una cláusula para su habilitación, quien actuara como gerente y otro con alta experiencia cognitiva sobre el tema y dedicado a la administración.

## DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Definición de agencias de viajes:

Según el artículo 1.1 de la organización mundial del turismo (OMT), la definición legal de agencias de viajes es:

“ Tienen la consideración de agencias de viajes las empresas constituidas en forma de sociedad mercantil,( anónima o limitada), que, en posesión del título- licencia correspondiente, se dedican profesionalmente y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/ u organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos”.

Las agencias de viajes son empresas que actúan como intermediarias entre el cliente, en este caso el turista, y el prestador de servicios (hotel, restaurant, empresas de transporte. etc, en sus diversas modalidades. (MARTIN, Rojo I (2000).

Operación turística:

Las Agencias de Viaje y Turismo debido a la importancia que siguen representando, se han ido conceptualizando desde dos puntos de vista: desde un punto de vista legal - funcional y otro desde el punto de vista académico –perfecto (ideal).

Conceptualización desde un punto de vista legal – funcional: De acuerdo al Reglamento de Agencias de Viaje y Turismo vigente (Decreto Supremo N° 026-2004-MINCETUR) las Agencia de viajes y turismo:

- Agencia de viajes y turismo mayorista.
- Agencia de viajes y turismo minorista.
- Operador de turismo.

Clasificación de acuerdo a su ubicación geográfica:

- Internacional: tiene cobertura mundial
- Nacional: tiene cobertura dentro del país
- Local: tiene cobertura en una localidad o ciudad de sus alrededores.

Clasificación de las agencias de viaje y turismo de acuerdo a la especialidad:

- EMISORAS (outgoing): agencias que atienden al turismo nacional y local que salen al exterior (ejemplo las delegaciones de colegios e instituciones tanto públicas como privadas); que gracias al avance tecnológico de las vías de acceso y sistemas

de transporte más accesibles, y por derechos ganados en el aspecto laboral pueden acceder a estas nuevas formas de vida.

- **RECEPTORAS (Incoming):** son aquellas que atienden al turismo receptivo (que vienen del exterior), las que deben tener claro el segmento de mercado al cual se dirigen (tercera edad, turismo accesible, familiar, juvenil, europeos, norte americanos, etc.) sus preferencias y motivaciones, para así alcanzar niveles de producción y servicio acorde a este segmento de turismo
- **ESPECIALIZADAS:** se ocupan en producir y/o servir a clientes con algún interés especial como lo son productos del segmento turismo de naturaleza, y en particular de las modalidades de ecoturismo, turismo de aventura, entre otros; cuya programación tiene que ser acorde a las nociones y técnicas del turismo de naturaleza.
- **IN PLANT:** instaladas en centros comerciales o empresas cuyos empleados viajan asiduamente por motivos de trabajo, ocupándose de organizar y vender sus viajes de empresa.
- **VIRTUALES:** ofertan y venden sus servicios por Internet.

#### AGENCIAS DE VIAJES RECEPTIVA:

¿Qué es el turismo receptivo?

Se denomina turismo receptivo al turismo basado en el desplazamiento de personas fuera de sus países de procedencia. En Argentina es una de las principales actividades de exportación no tradicional de alto impacto en la generación de divisas. De esta manera, las agencias de viajes se dedican en forma exclusiva a este segmento, contribuyendo al crecimiento del sector turístico argentino.

#### Funciones principales de una agencia de viajes receptiva

Desde lo académico las Agencias de Viajes son empresas de servicios en posesión del título correspondiente otorgado por la administración pública, dedicadas profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de asesoramiento, mediación y organización de servicios turísticos. En la prestación de estos servicios se pueden utilizar medios propios o, como ocurre en la mayoría de los casos, hacer de agentes intermediarios entre los prestatarios de servicios (alojamiento, transporte, restaurante, guías, etc.) y los clientes. Por las actividades de mediación y producción, las agencias obtienen sus ganancias, bien mediante comisiones facilitadas por los proveedores, o bien por la aplicación de márgenes de beneficio o ganancia sobre precios netos obtenidos por negociación o contratación; es decir en ningún caso su labor es encarecer el precio final del producto. Sus funciones son las siguientes:

Función de asesoría:

Busca la fidelización del cliente, para ello deberá cumplir principalmente las siguientes actividades:

- La Calidad y la excelencia en el servicio
- Adecuación del producto a las necesidades del cliente.
- Selección adecuada de prestadores de servicios para garantizar la calidad en la atención.
- Variedad de productos turísticos entre los que el cliente pueda elegir.
- Vocación de servicio
- Formación académica del asesor en la división de viajes donde se desempeña
- Equipos de comunicación e informáticos
- Sistema de gestión interno

Acceso a Internet

- Dominio con nombre propio en Internet Así mismo, se debe dar información y asesoría bajo un esquema lógico y un esquema de atención y ventas por mostrador

Función producción/operación:

Las agencias de viajes desempeñan una difícil actividad empresarial, que no se limita a distribuir servicios turísticos, sino que crea, produce, opera y promueve complicados productos turísticos que desarrollan destinos y satisfacen las necesidades del mercado viajero para ello se requiere obviamente de trabajos de campo, esto quiere decir que para lograr tal cometido toda agencia de viajes debiera contar con un área especializada en explorar escenarios potenciales para prácticas turísticas y desde luego usar para ello teorías del producto turístico: teoría de la ruta, teorías de los atractivos y jerarquías, sólo así garantizaría un diseño consistente (en función del peso y valor del itinerario del circuito).

Función de producción:

Esta base da pie al proceso de programación, que no es otra cosa que proyectar actividades en un tiempo y recorrido previamente determinado, para finalmente una vez identificados diferentes circuitos en un destino turístico dado, programar las actividades según la modalidad y segmento de turismo. Finalmente usa las estrategias de mercadeo (online y de manera tradicional), creando ofertas de paquetes turísticos

que satisfagan las necesidades del turista (sean paquetes a la oferta y a la demanda), usando criterios de estudios de mercado y enfoque al cliente.

Función de mediación:

Consiste en intermediar o terciarizar a empresas propias del equipamiento turístico; resultado de ello como ya se dijo, las agencias de viajes obtienen sus ganancias, bien mediante comisiones facilitadas por los proveedores, o bien por la aplicación de márgenes de beneficio o ganancia sobre precios netos obtenidos por negociación o contratación. Se trata de un trabajo de campo que consiste en evaluar las ofertas de servicios turísticos competitivos, que garanticen la calidad de servicio acorde a nuestros clientes. Se trata de generar la cultura de la calidad a través de acuerdos eficientes con empresas que garanticen un mínimo de calidad y, mejor aún, que superen nuestras expectativas, no olvidemos que el desarrollo de la actividad turística es parte de nuestra responsabilidad y ello se logrará a través de propuestas y exigencias en la prestación de todo servicio turístico. Para elegir una tercerización o un endose, se tiene que tener conocimiento acerca de la calidad, la misión, organización, equipamiento, servicios diferenciados, tecnología limpia, buenas prácticas y otros factores más que le darán información sobre la calidad de la empresa con la cual desarrollará tratos comerciales.

Gestión de la calidad:

La gestión de la calidad es la función que realiza la gerencia o dirección de una empresa para definir y aplicar la política de calidad. Para ello se requiere del compromiso y participación de todos los miembros de la empresa, pero la responsabilidad por la gestión de calidad pertenece a la dirección superior (gerencia). Para que una empresa brinde servicios de calidad, es importante entonces que éstos partan de la dirección, donde el compromiso y la asignación de recursos (humanos, financieros, etc.) son los principales indicadores.

Fundamentos de la gestión de la calidad de una agencia de viajes

- Enfoque del negocio (determinación segmento)
- Tecnología de la información
- Selección de proveedores
- Tarifario confidencial



## ANÁLISIS DEL CONTEXTO

En un principio la empresa quiere afianzar su puesta en marcha del proyecto y hacer que sea reconocida ya que se inicia con poca experiencia en el mercado.

Como se comentó, es una empresa pionera en la localidad por lo tanto tendrá que desarrollar sus actividades enfatizando sobre los factores de éxito para este negocio

En definitiva se trata de ofrecer al cliente una serie de servicios, gestionando la oferta a la medida del cliente y en función de sus necesidades. Además de la variedad de servicios y la personalización de los mismos para cada cliente, la base del éxito de la empresa estará en las personas. Se analizará a los proveedores para poder elegir mejor precio y calidad, entre ellos estarán hoteles, restaurant, medios de transportes y agentes de publicidad.

### ANÁLISIS FODA:

#### Fortalezas

- Iniciativa emprendedora
- Conocimiento del sector por parte de la guía de la empresa
- Experiencia en cuanto al trato con el público objetivo
- Orientados al servicio del cliente
- Interés en desarrollar actividades turísticas

#### Amenazas:

- Posibilidad de que se establezca la competencia proveniente de empresas organizadores de eventos
- Crisis económica
- Inestabilidad y seguridad social

#### Debilidades

- La estacionalidad de los servicios
- Escasa difusión e información de parte del municipio
- Débil articulación de la población para impulsar actividades conjuntas

## Oportunidades

- Potenciación del turismo regional
- falta de competencia
- Crecimiento de flujo turístico de ciudades vecinas

## Análisis de los factores externos:

- Aprovechar oportunidades
- Conciencia medioambiental
- Afrontar amenazas: fidelización de clientes y buen trato con los clientes

## Análisis de los factores internos

- Potenciar fortalezas:
- Marketing relacional
- Corregir debilidades:
- Fiestas temáticas

## Elección de proveedores

- Tienen que ser los adecuados a las características del cliente.
- Puede requerir el desplazamiento del agente para conocer in situ la calidad de la oferta.
- La contratación de los servicios deberá ser la más adecuada al presupuesto y seriedad en sus servicios

## Competidores

Aun no hay datos suficientes sobre una competencia que sea fuerte y que cope el mercado, sino que el reparto es muy inestable. Lo cierto es que no existen barreras de entrada ante una eventual amenaza de la competencia y que la inversión a realizar puede ser soportada, lo que constituye un amenazante la entrada de nuevo competidores.

## ESTUDIO DE MERCADO

Plan de investigación de Mercado

La metodología a utilizar: cuantitativa.

Esta metodología cuantitativa nos permite hacer mediciones y realizaremos esta investigación a través de encuestas mediante el sistema de folletos repartidos y también a través de las redes sociales. La muestra será de 1000 respuestas.

Confecionando un estudio de mercado a nivel local, se llega a la conclusión que existe la necesidad de una agencia de viajes ya que no hay en esta localidad un lugar oficial dedicado al turismo receptivo.

El caso de este estudio es el de Agencia Minorista cuya función es generar viajes para el uso de su propio cliente.

El estudio se realizará a través de la comprobación de la segmentación de mercado para determinar dentro de población total, el grupo potencial de consumidores lo cual ayuda a evaluar el tamaño del mercado

La gran mayoría de productos puestos a la venta estiran también al alcance directo de cualquier usuario y cada vez en más medida gracias a las nuevas tecnologías y el mundo de internet, por ello las AAVV se enfrentan así no sólo a los competidores tradicionales existentes, sino también a la aparición de nuevas formas de competir generadas por la revolución tecnológica y su aplicación al sector de la intermediación turística. Debemos estar actualizados y abrir otras vías de promoción y ventas como son las páginas web.

Los avances tecnológicos abren así una serie de posibilidades destinadas a mejorar la comunicación entre las partes y, en definitiva, a estrechar relaciones. Internet pasa a convertirse en una herramienta a disposición de las agencias de viajes tradicionales y permite conjugar la seguridad que transmite la presencia y el asesoramiento del agente de viajes de una agencia física, con los avances tecnológicos, al tiempo de contribuir a aumentar el valor al cliente mientras dure tal relación.

Resultado graficado de la necesidad de instalar en nuestra localidad una agencia de turismo receptiva fue positiva.



## OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS GENERALES

### Objetivos:

Aprovechar la tendencia de alza del turismo en la región como así también en sus variedades y alcanzar una cuota de mercado en los cuatro o cinco primeros años.

Para ahorrar costes, acceder a recursos tecnológicos de primer nivel sin que esto conlleve elevadas inversiones y garantizar un rápido retorno de la inversión, nuestro objetivo como agencia es ser una intermediaria entre las empresas prestadoras de servicios turísticos y el pasajero. Ofrecer servicios de asesoría e información, reservación, venta de tours individuales y organizados, reserva de boletos terrestres, asistencia al viajero, reservación y venta de servicios de hospedaje para sus clientes.

Alineados con ello, establecemos los siguientes objetivos:

- Capacitarnos permanentemente.
- Conocer el nivel de satisfacción y las necesidades de nuestros clientes.
- Evaluar la eficacia de nuestros procesos de trabajo.
- Involucrarnos en la mejora continua y el trabajo en equipo.
- Asumir que la satisfacción de nuestros clientes nos concierne a todos los que somos parte de la empresa.

### Misión

Entregar el mejor servicio en cuanto a turismo receptivo. Para esto es necesario mejorar cada detalle y hacer eficiente la operación de la agencia así como la toma de decisiones de nuestros clientes y aliados a través de la asesoría personalizada, logrando confianza con el cliente y a la vez generando la creación de diversos programas turísticos para ir a la par en la investigación de nuevos destinos por conocer. También incorpora relación con ciudades vecinas en cuanto a atractivos.

### Visión:

Proyectar la expansión de este tipo de turismo en el sentido de que ingresen turistas de todas las ciudades y de ser una empresa líder en lograr relaciones de largo plazo con nuestros clientes reflejadas en su experiencia y satisfacción.

Como empresa, contar en el futuro con el apoyo de la comunidad, seguir creciendo de manera ascendente, seguir captando clientes a través de las redes sociales, crear itinerarios con más destinos por conocer, crecer como empresa y llegar a ser una empresa reconocida a nivel regional.

## PLAN DE MARKETING

Hoy en día la aplicación de las tecnologías de la información propiciadas por los cambios acaecidos en el entorno exige modificaciones en la concepción empresarial. El sector turístico en general y las agencias de viajes en particular han observado como en los últimos años sus ingresos y rentabilidades han mermado.

Para conseguir dichos objetivos existen diferentes propuestas, la aplicación de una herramienta concreta de publicidad online situada en el ámbito de gestión de las agencias de viajes: el marketing de afiliación, desde la perspectiva de su adaptabilidad a la coyuntura actual del mercado que hace referencia a la capacidad de organizar y vender viajes.

Una vez creado el producto, se muestra necesario desarrollar adecuadas estrategias de publicidad dirigidas a ese público concreto que se desea fidelizar y que ayuden a la óptima comercialización.

El marketing de afiliación es una herramienta caracterizada por la consecución de resultados concretos, medibles y tangibles de las campañas publicitarias. Abarca todas aquellas relaciones comerciales en las que un comerciante (tienda online o anunciante) promociona sus servicios o productos mediante anuncios y un afiliado (normalmente una página Web) inserta esos anuncios y promociones en sus páginas (Robledo, 2012). Si un usuario visita una página Web de un afiliado y es impactado por una promoción de un anunciante, tiene la posibilidad de hacer clic en el banner y realizar una acción determinada en el sitio del anunciante, por lo que genera una compra o un registro (IAB, 2010).

Es una herramienta que puede servir para promocionar, comercializar y distribuir productos y negocios por Internet mediante la cual un afiliado recibe una comisión por cada visitante, registro, cliente o venta que resulte de sus esfuerzos. La Red de afiliados más simple consta de un solo vendedor y sus afiliados. Estos se inscriben directamente a través de las plataformas, que son las responsables de la administración de los programas y del desarrollo técnico.

Este aspecto es fundamental para el éxito de nuestra empresa. Es por esto, que se realizara un importante esfuerzo en comunicación, ya que en este sector se da muy poca información de los servicios que se ofrecen, tan solo a los folletos con limitados contenidos para lo que necesita un cliente.

Se llevara a cabo una serie de instrumentos de publicidad y marketing con dos objetivos claros:

Dar a conocer a la empresa, sus servicios y su forma de organización. Situar la empresa en la mente de los clientes potenciales y posicionarse en el mercado como la referencia de un servicio nuevo

Conseguir que las acciones de marketing ayuden a conseguir la cuota de mercado que se propone la empresa para cada año.

## PLAN DE PRODUCCIÓN

### Presentación del producto

Conlleva la distribución y promoción del mismo. Se presentaran los productos en forma de folletos y anunciados en página web de la ciudad.

Nuestra oferta de productos es:

- tour por la ciudad y muestra de arquitectura local
- visitas a comunidades rurales
- actividad recreativa en Complejo Balneario y parque Juan Silva, además de actividad deportiva (automovilismo en varias categorías, destrezas criollas etc).
- tour a ciudades vecinas como Tandil (ambiente serrano), Gral. Belgrano. (Zona termal), Monte y Chascomus, (pesca deportiva) Azul (religioso, visita Monasterio) etc.
- Tour a estancias rurales, con almuerzos y actividades recreativas del lugar
- Organización de fiestas temáticas privadas en lugares a elección con servicio de traslado si es requerido.
- Organización de eventos al aire libre como tours a Laguna La Colorada para pesca deportiva

La empresa contara, de ser necesario, con un vehículo para traslado de personas a los lugares elegidos, de acuerdo a su recorrido. Los tours tendrán duración de medio día o jornada completa. En el caso de traslados a localidades vecinas, (con gran flujo turístico) en algunos casos, duraran dos días. Se consideraran los fines de semana puente para este tipo de tours. Como valor agregado de nuestros servicios se premiara al cliente en su próxima estadía a quien recomiende a nuestros servicios con sus experiencias vividas.

### Elaboración y diseño del folleto o proyecto

En la elaboración del proyecto de viaje que se va a presentar al cliente, hay que incluir todos los aspectos y las condiciones. Esta fase es muy importante, ya que se trata de vender un intangible

### La publicidad en las aa.vv

La distribución del producto turístico se realiza hoy en día por diferentes vías de comercialización que conectan al usuario o cliente, con el producto en sí, previa promoción del mismo en el mercado a través de unos sistemas de información persuasivos. Es necesario por tanto, establecer un proceso comunicacional que informe al cliente sobre el producto, despierte su interés y finalmente le induzca a su consumo.

Los principales sistemas de promoción son:

Campañas publicitarias: Proyectan la imagen de la empresa, y el producto ofertado. Los medios utilizados suelen ser diversos dependiendo al tipo de cliente al que vayan

dirigidos, la amplitud de mercado que se desee, etc. Anuncios en prensa, radio y televisión, además de “buzoneo”, carteles en vallas publicitarias que además, constituyen los medios fundamentales de aplicación de las campañas publicitarias.

Relaciones Públicas: Están encaminadas a establecer y mantener una comunicación entre la agencia y sus clientes. Esta comunicación se realiza principalmente a través de la organización de actos sociales, la producción y difusión de propaganda turística (regalos, guías de viajes...), y de la sponsorización de actividades culturales o recreativas.

El lanzamiento de un producto encuentra su forma principal de comercialización en la impresión de un catálogo o folleto

Las ferias: son las grandes lonjas de intercambio de información sobre múltiples productos, que ofrecen la posibilidad tanto de promocionar para el público en general, como el establecimiento de contactos y relaciones entre los distintos agentes del sector turístico.

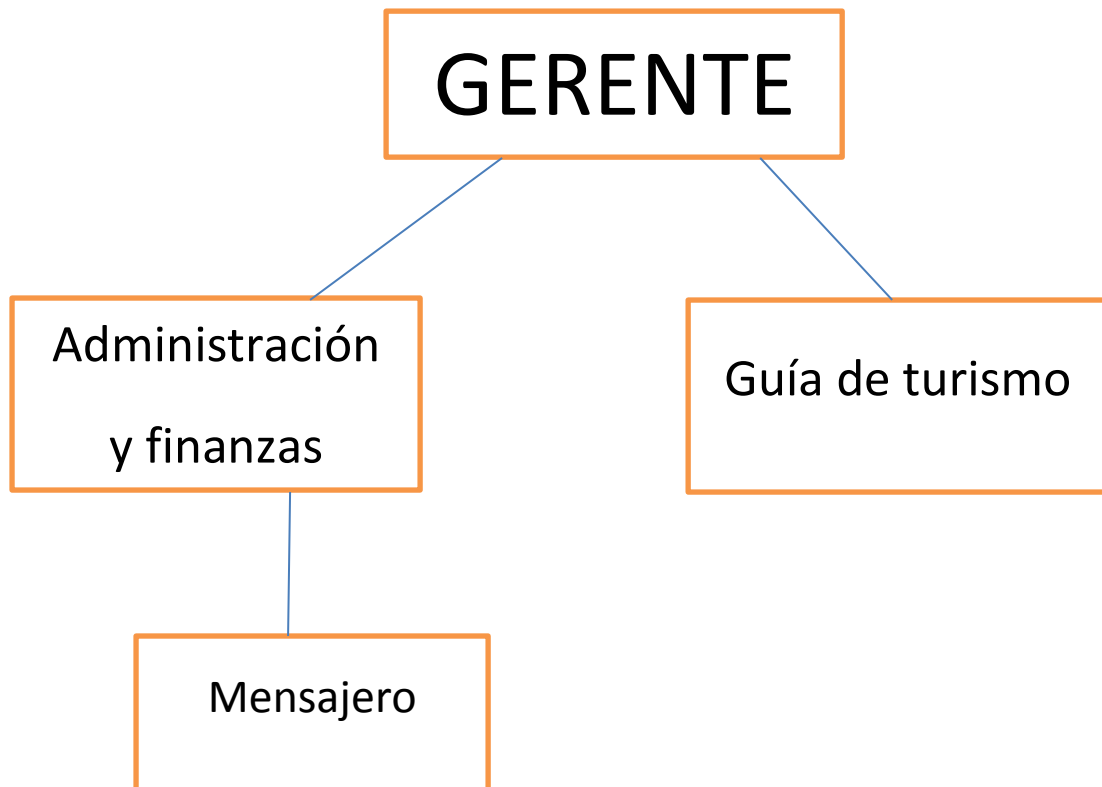
Aunque existen hoy en día otros canales de comercialización del producto turístico, como por ejemplo los sistemas telemáticos, el canal natural de distribución es la agencia de viajes, la cual no sólo comercializa, sino que además, informa y asesora al cliente y se responsabiliza por cualquier inconveniente que surja, otorgando respuesta inmediata.

## DIRECCION Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

### ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Organigrama

La Empresa cuenta con los siguientes Cargos y Funciones



Funciones:

Gerente

Es la persona encargada del funcionamiento de la agencia, teniendo al mando la responsabilidad de dirigir las actividades para alcanzar las metas propuestas privilegiando la eficiencia y la eficacia. El Gerente general determina que se hace y que no

Actúa, en cierto modo como R.R.H.H ya que es el que toma la decisión final si el personal anteriormente evaluado por un proceso de selección está apto finalmente para algún puesto de trabajo.

- Organizar los procesos de selección junto con R.R.H.H.
- Evaluar el desempeño de los trabajadores.



- Mandar a chequear el transporte, del correcto funcionamiento de cada detalle en todo sentido ya sea personal, buses, etc.
- Mantener el negocio en óptimas condiciones para un buen servicio los 365 días del año.
- Crear y poner en marcha nuevas ideas en beneficio de la agencia

#### Administración y finanzas:

Se conoce como la persona capaz de administrar los presupuestos anuales de la agencia, las formas de pago necesarios en cuanto dinero en efectivo tarjetas de crédito, cheques, etc.

Se caracteriza por:

- Contratar los servicios para brindar al cliente una estadía acorde a sus exigencias.
- Controlar el dinero que ingresa y que sale.
- Trabajar y ser responsable en cuanto a facturas, boletas, liquidaciones de sueldos de los Trabajadores.
- De los pagos de servicios Varios.

#### Guía de turismo:

Cuenta con Guía de turismo encargado de realizar novedosas formas en cómo se realizará la visita turística brindando la información necesaria y requerida por el pasajero así como de Asistir, Orientar y Asesorar al turista en los casos que sean requeridos. Sus funciones son:

- Coordinar con la agencia el punto de encuentro con el turista, el número de turistas y el nombre del pasajero o grupo.
- Coordinar la hora de inicio y término del tour.
- Tener a mano los materiales necesarios para el desarrollo del tour (Itinerarios y/o programas) completos de los turistas y del lugar que se visitará.
- Contar con la información básica o detalles de los turistas que viajan, para identificar sus características personales como: edad, motivaciones, preferencias y limitaciones.
- Garantizar un servicio personalizado.
- Realizar las coordinaciones y asistencia de los turistas en los almuerzos y/o cenas incluidos en el paquete turístico.
- Indicar a los turistas sobre la ubicación de mesas reservadas, e indicar donde se encuentran los servicios higiénicos al llegar al restaurant
- Ayudar al pasajero en caso de robo o pérdida de documentos y acompañar al pasajero para realizar la denuncia correspondiente.

- Tener técnicas de atención al cliente y Buena comunicación visual.
- Poseer estudios superiores en turismo, Requisito básico que no es excluyente y curso de primeros auxilios obligatorio certificado y aprobado por el ministerio de salud en caso de cualquier problema de salud.
- Profesionalismo en cuanto al conocimiento y estudio del lugar a visitar antes de la salida a terreno.
- Realizar visitas previas e informarse sobre el lugar que se visitará.
- Conocimiento en cuanto a reembolso y/o compensación de los servicios efectuados para el turista en caso de no concretar la salida.
- Es importante destacar que a todos los guías se les facilitan manuales en donde se indica cómo se debe realizar el tour o excursión.

### Mensajero

Es la persona que se encarga de realizar trámites básicos dentro de la empresa como realizar depósitos de dinero en el banco, archivar boletas y facturas, tramitar licencias médicas y es el encargado de la higiene y aseo de la empresa de cocina y baños.

### Condiciones de trabajo y remunerativas

#### Principios generales:

Creemos firmemente que las empresas las rigen las ideas pero las construyen las personas, en este sentido consideramos de vital importancia que nuestra empresa se fundamente en:

- Selección de personal
- Nuestra empresa será dirigida bajo criterios de liderazgo, modernidad, motivación, respeto, espíritu de equipo, fidelidad y competencia interna.
- Toda la actividad de las personas que conforman la empresa – sin excepción deberán estar orientadas a los resultados, servicio al cliente y calidad integral.

## PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO

Comprende el plan de organización, los métodos coordinados y las medidas adoptadas en el negocio para proteger sus activos, verificar la exactitud y confiabilidad de sus datos contables, promover la eficiencia en las operaciones y estimular la adhesión a las prácticas ordenadas por la gerencia.

Un sistema de control contable es importante desde el punto de vista de la integridad física y numérica de bienes, valores y activos de la empresa y esto garantiza que la información financiera sea confiable para la toma de decisiones.

Los controles contables incluyen los métodos y procedimientos necesarios para autorizar las transacciones, salvaguardar los activos y asegurar la precisión de los registros de las operaciones de la empresa. Los buenos controles contables ayudan a maximizar la eficiencia, a minimizar el desperdicio, los errores no intencionales y el fraude

Un control interno contable garantiza que los fondos y recursos se utilicen de manera responsable y adecuada.

La información financiera proporciona una ilustración completa y precisa del ingreso y egreso de recursos y efectivo.

Los ingresos y egresos se manejen de acuerdo con los procedimientos autorizados.

Las transacciones se registren correctamente, para que la organización pueda contabilizar sus activos y preparar sus estados financieros en forma precisa y comprensible.

El acceso a los activos sea permitido solamente con la autorización del administrador responsable.

El activo (inventario) se revise físicamente a intervalos regulares y que se ejerza la acción adecuada en caso de que se presenten diferencias entre los registros y la inspección física.

Una auditoría externa es un mecanismo importante para que el administrador sepa si los controles y procedimientos operan de manera apropiada. Sin embargo, para obtener una imagen global, es necesario que la auditoría interna cubra todas las áreas de la organización

Por ello entraremos en materia, ya que solo al conocer la importancia de la contabilidad podremos realizar el presente trabajo de investigación logrando los fines para el que la presente investigación fue realizada.

En resumen de lo ya expuesto, las agencias de viajes cumplen una importante función en el mercado hotelero, ya que, son ellas quienes acercan el producto a los clientes y potenciales huéspedes. También concluimos que por este servicio les queda una ganancia de un 10%

Nuestra filosofía de trabajo se basa principalmente en dos principios básicos:

- 1) La calidad de los servicios y
- 2) La excelencia humana en la atención.

Cuando se habla de calidad de servicios...

Significa cumplir en tiempo y forma con los deseos de nuestros clientes, brindando efectivamente lo que se promete.

Cuando se habla de excelencia humana en la atención...

Nos referimos al trato personalizado con el cliente, con la celeridad con que respondemos, a la mayor brevedad posible, respondiendo todas sus dudas. Una vez que el cliente comienza su programa de viaje nos mantenemos comunicados durante su recorrido ante cualquier problema que pueda surgir, resolviendo de la mejor forma el inconveniente que surja.

Ventas:

Al momento que el cliente se decide por un paquete determinado, este puede cancelarlo con la forma de pago que desee. Luego se le será entregado un voucher que el cliente deberá presentar en el hotel, al momento del check in, para gozar de todos los beneficios que ya canceló. También recordemos que los hoteles le dan a las agencias de viajes, viajes de familiarización (fam trip) con la finalidad de que conozcan el producto que están vendiendo, ya que cuando una persona conoce el producto, puede venderlo con más seguridad. Las relaciones entre las agencias de viajes y los hoteles son fundamentales y de gran importancia para la hotelería y para que, de alguna manera, el cliente tenga un servicio que le ofrezca con completa comodidad los beneficios de un hotel.

Formalización y realización

Conseguida la captación del cliente, se formaliza el viaje previa reserva de mismo. Aquí comienza la fase de venta del viaje.

Control de calidad y seguimiento de la venta

Para asegurar la continuidad del negocio y la confianza de los clientes, se ha de comprobar la calidad del producto en todos sus aspectos. Se puede realizar a través de un cuestionario que debe rellenar el guía o el propio turista.

## Cálculo del presupuesto del viaje

La confección del presupuesto del viaje proporciona dos resultados distintos:

- a) El coste para el cliente.
- b) Evaluación económica para la AA.VV. con toda clase de precisiones (lo que tiene que cobrarse al cliente, abonarse a los proveedores y quedarse como beneficio la agencia).

Cuestiones a tener en cuenta a la hora de cotizar el viaje:

- Que sea competitivo.
- Precios netos por día y persona (hay que incluir la comisión del proveedor).
- Incluir los impuestos.
- Tener en cuenta los cambios en las cotizaciones de divisas.
- Tener en cuenta la temporada.

Servicios que se suelen incluir en el presupuesto:

- Transporte.
- Alojamiento.
- Régimen alimenticio.
- Traslados (autobús, minibús, coche privado, etc.).
- Visitas, excursiones, guías, servicios complementarios (espectáculos), seguros de viaje y gastos varios (visados)



- Costes de marketing
- Comisión
- Gastos generales

## OBLIGACIONES LEGALES

Permisos y limitaciones:

La empresa debe cumplir con ciertos requisitos para comenzar su función, entre ellas están:

Para Habilitaciones del local:

- Título de propiedad o contrato de alquiler
- Inscripción y último pago de ingresos brutos
- Comprobante de cuit
- Librededuda de impuestos municipales
- DNI
- planos y memorias descriptivas

Se debe cumplir con la ley nacional de turismo e integrar un fondo especial de garantía para responder por potenciales incumplimiento con los pasajeros. Los taxis o remises son parte de los llamados servicios de transporte público y entran dentro de la órbita de la comisión Nacional de transporte, además de requerir licencias especiales por parte de los municipios donde operan, contando su licencia con el certificado de antecedentes penales para su habilitación.

Permiso precario

El Permiso Precario es el “primer paso” donde se:

- Elige la categoría con la que desea operar en el futuro.
- Se presentan las 7 Designaciones Comerciales con las que le gustaría operar, enumerándolas según la prioridad elegida. Cabe señalar que el Departamento de Registro de la Dirección de Registro y Fiscalización de Agentes de Viajes podrá no autorizar designaciones comerciales que a su criterio sean similares a otras ya autorizadas o puedan provocar confusión y/o conflictos en el mercado restando transparencia a la operatoria turística.
- Se presenta la documentación correspondiente a la titularidad de la futura licencia. Esto es Matrículas de Comerciante en el caso de empresas unipersonales o sociedades de hecho. Dicha inscripción deberá realizarse en el rubro de "AGENTES

DE VIAJES, atento lo determinado en el Art. 25 del Código de comercio, que se transcribe: "Para gozar de la protección que este Código acuerda al comercio y a la persona de los comerciantes, deben estos matricularse en el Tribunal de Comercio de su domicilio, si no hubiere allí Tribunal de Comercio, la matrícula se verificará en el Juzgado de Paz respectivo".

En el caso de otro tipo de Sociedades Estatuto de Constitución Social con las modificaciones si las hubiera. El objeto social deberá contemplar lo estipulado por el Artículo 1º de la Ley 18829 (Pág. 9). La ampliatoria del mismo en Sociedades ya constituidas deberá ser inscrita en la Inspección General de Justicia o Registro Público de Comercio, al igual que las últimas actas de Asamblea donde se designa el actual directorio en las S.A.

- Se declara una casilla de mail donde serán enviados los correos electrónicos con las futuras comunicaciones por parte de este organismo. En dicha casilla se dará por Notificada cualquier comunicación, que realice este organismo.

Características del permiso precario

- a. El Permiso Precario SOLO PERMITE establecer los contactos previos necesarios para la instalación de la futura agencia.
- b. El Permiso Precario NO PERMITE la atención del público usuario ni comercializar o publicar ningún tipo de servicio turístico.
- c. El Permiso Precario otorgado tendrá validez por el término de hasta SEIS (6) MESES.

Dentro de ese plazo deberá solicitar y obtener la Licencia Provisoria, para lo cual TODA la documentación necesaria debió presentarse en forma completa y correcta.

Si en el término de SEIS (6) MESES otorgados por el Permiso Precario no pudo reunir la documentación requerida y obtener la Licencia Provisoria, podrá solicitar POR UNICA VEZ UNA (1) RENOVACION DEL PERMISO PRECARIO, lo que le otorgará un nuevo plazo de SEIS (6) MESES.

Si el nuevo plazo de SEIS (6) MESES otorgado por dicha Renovación fuere insuficiente para obtener la Licencia Provisoria, será necesario iniciar todo el trámite nuevamente.

Esto no implicará la reserva de la Designación Comercial aceptada.

Dicho pedido de renovación NO podrá realizarse si se venciera el primer plazo de 6 meses.

- d. Es intransferible. Una vez otorgado este Permiso NO PODRÁN solicitar cambio de titularidad, de designación comercial o de categoría. Tampoco en el caso de sociedades podrá modificarse la razón social hasta después de obtenida la Licencia Provisoria, en cuyo caso deberán ajustarse a las directivas y aranceles vigentes al momento de solicitar estos u otros cambios.

e. Los titulares solicitantes o integrantes de las sociedades no deberán poseer antecedentes comerciales desfavorables.

Se transcribe a continuación el Art.2º de la Ley 18829.- “El Poder Ejecutivo, por intermedio del organismo de aplicación, podrá negar el otorgamiento o cancelar las licencias ya otorgadas a las personas o agencias cuyas integrantes registren antecedentes personales, morales, comerciales, bancarios o judiciales desfavorables, similares a los que inhabilitan para el acceso a las funciones o cargos públicos.” Para evitar iniciar trámites que no prosperarán, podrá solicitar cualquier informe comercial privado y asegurarse de esta forma que el mismo no está alcanzado por el artículo mencionado.

f. El trámite que se encuentre con documentación incompleta será devuelto. En el caso de realizarse un requerimiento se contará con un plazo de 10 días para dar cumplimiento al mismo, caso contrario la documentación será pasada a archivo no pudiendo continuar con el trámite iniciado. Los aranceles abonados no tienen reintegro ni podrán ser imputados a otros conceptos por lo señalado en el párrafo anterior. Categorías. (Art. 4 del Decreto 2182/72)

Los futuros Agentes de Viaje podrán optar por una de las TRES (3) Categorías, en nuestro caso sería:

AGENCIA DE TURISMO (AT) Son aquellas que pueden realizar todas las actividades que determina el Art. 1º de la LEY 18829, exclusivamente para sus clientes.

1. Solicitud de Permiso Precario, con una copia utilizando el:

“Formulario Solicitud de Permiso Precario” (Pág. 11)

Dicho Formulario deberá estar firmado por el solicitante.

En el caso de tratarse de una Sociedad de Hecho deberán firmar todos los integrantes de la misma; si es otro tipo de sociedad deberá firmar sólo una persona estatutariamente autorizada.

En todos los casos estas firmas deberán estar Certificadas por Escribano o Juez de Paz.

2. Abonar en la Tesorería del organismo el arancel correspondiente de \$1800.- en efectivo o enviando cheque o giro postal a la orden de “Ministerio de Turismo”, o realizando una transferencia bancaria a la Cuenta Corriente Aranceles, N° 2617/74 del Banco Nación Argentina, Sucursal Plaza de Mayo y enviando el comprobante de la misma.

Importante: No cambie el nombre del beneficiario en cheques o giros ya que los mismos no podrán ser cobrados.

3. Si se trata de una firma unipersonal o Sociedad de Hecho deberá presentar COPIA AUTENTICADA de la inscripción como comerciante en el Registro Público de Comercio del titular o titulares.



Si se trata de una sociedad legalmente constituida: COPIA AUTENTICADA del Contrato o Estatuto Social y sus modificaciones inscripto en la Inspección General de Justicia o Registro Público de Comercio.

4. Declaración Jurada de Titularidad, Domicilio donde se recibirá el Permiso Precario y UNA (1) Casilla de mail donde serán enviados todos los correos electrónicos con las futuras comunicaciones, allí se dará por Notificada cualquier comunicación que realice este organismo, debiendo informar en forma inmediata cualquier cambio que realice en la dirección de correo electrónico. Esta declaración la realizará utilizando el: "Formulario Declaración Jurada para Permiso Precario"

#### Renovación del permiso precario

Si en el término de SEIS (6) MESES otorgado por el Permiso Precario no obtuvo la Licencia Provisoria, podrá solicitar por antes del vencimiento del Permiso Precario UNA (1) RENOVACIÓN DEL PERMISO PRECARIO, por única vez adjuntando con copia el: "Formulario Solicitud de Renovación del Permiso Precario" Deberá abonar en la Tesorería del organismo el arancel correspondiente de \$1200.- en efectivo o enviando cheque o giro postal a la orden de " MINISTERIO DE TURISMO ", o realizando una transferencia bancaria a la Cuenta Corriente Aranceles, N° 2617/74 del Banco Nación Argentina, Sucursal Plaza de Mayo y enviando el comprobante de la misma.

Importante: No cambie el nombre del beneficiario en cheques o giros ya que los mismos no podrán ser cobrados. Es la única cuenta habilitada para este trámite. Verifique que su transferencia sea realizada al número de cuenta indicado y no a otro.

#### Licencia provisoria

La Licencia Provisoria es el segundo paso del trámite para obtener la licencia habilitante luego de haber obtenido el Permiso Precario. Es aquí donde se:

- Establece el domicilio comercial donde operará la futura agencia
- Se designa la persona que será el futuro idóneo de la agencia (Representante Técnico)
- Se completa toda la documentación correspondiente a los titulares e idóneo de la empresa
- Se constituye el fondo de garantía

#### Características de la licencia provisoria

a. Una vez obtenido el Permiso Precario se podrá iniciar el trámite para la obtención de la Licencia Provisoria. Dentro de los primeros 6 meses de vigencia del Permiso

Precario deberá obtener la Licencia Provisoria o pedir la correspondiente renovación del Permiso Precario en caso de no haberla obtenido.

**IMPORTANTE:** No espere a último momento para presentar la solicitud y toda la documentación necesaria para obtener la Licencia Provisoria. Tenga en cuenta que esta

Dirección cuenta con 10 días hábiles para poder revisar la documentación presentada. De ser necesario hacerle un requerimiento, el cumplimiento de este, como así también el otorgamiento de la Licencia Provisoria no podrá superar la fecha de vencimiento del Permiso Precario. Si esto ocurriera se archivará todo lo actuado hasta el momento, debiendo iniciarse todo el trámite nuevamente.

b. La Licencia Provisoria se otorgará mediante el dictado de una Disposición. Hasta tanto no tenga en su poder dicha Disposición, el futuro agente de viajes

No podrá:

- Atender al público usuario.
- Comercializar ningún tipo de servicio turístico.
- Transferir el Permiso Precario.
- Transferir la solicitud de Licencia Provisoria
- Cambiar de Designación comercial, Categoría, Domicilio y/o Titularidad ya sea en forma total o parcial.
- Publicitar /promocionar su futura agencia y/o servicios a brindar.

c. La Disposición habilitante tendrá una validez de un año, fecha en que se otorgará la Licencia Definitiva de corresponder.

Formalización del trámite de licencia provisoria.

El trámite se formalizará con la presentación de TODA la documentación en el siguiente orden:

1- Solicitud de Licencia Provisoria con una copia utilizando el: "Formulario Solicitud de Licencia Provisoria"

2- Deberá abonar el arancel correspondiente de \$1800.- en efectivo o enviando cheque o giro postal a la orden de "MINISTERIO DE TURISMO", o realizando una transferencia bancaria a la Cuenta Corriente Aranceles, N° 2617/74 del Banco Nación Argentina, Sucursal Plaza de Mayo y enviando el comprobante de la misma.

Importante: No cambie el nombre del beneficiario en cheques o giros ya que los mismos no podrán ser cobrados.

3- Fotocopia del Permiso Precario y de la renovación si la hubiera.

- 4- Declaración Jurada utilizando el: "Formulario Declaración Jurada para Licencia Provisoria". (Pág. 16 y 17)
- 5- Declaración Jurada Personal. Deberá ser completada antes de su impresión por el o los titulares, en las S.A. por todo el directorio hasta el nivel de Síndico Suplente y encargado/s de sucursal/es utilizando el: "Formulario Declaración Jurada Personal"
- 6- Designación de la persona que tendrá a su cargo las tareas técnicas de la agencia Representante Técnico (Idóneo) utilizando el: "Formulario Declaración Jurada de Designación de Representante Técnico" Aceptación del idóneo a desempeñarse como Representante Técnico "Formulario Declaración Jurada Personal del Representante Técnico Idóneo"
- 7- Certificado extendido por el Reg. de Idóneos en Turismo y comprobante del último pago año en curso.
- 8- Constancia de Inscripción de AFIP. En caso de ser monotributista deberá acompañar copia del comprobante de último pago año en curso. En el caso de sociedades copia del comprobante de pago de autónomos del socio/s gerente/s o presidente del directorio.
- 9- Certificado de domicilio de los titulares e idóneo emitido por policía o autoridad competente.
- 10- Fondo de Garantía de acuerdo a la categoría elegida y la ubicación geográfica de la agencia según directivas dadas en el explicativo "Formas de Constituir el Fondo de Garantía".
- 11- Certificado de Antecedentes Personales extendido por la Dirección General del Registro de Reincidencia y Estadística Criminal del titular o titulares, en el caso de sociedades de todos los socios, en caso de S.A. de todo los integrantes del directorio hasta el nivel de Síndico Suplente. Este Certificado deberá ser presentado además por el Responsable Técnico. Para tramitar este certificado ingresar a:  
  
[http://www.dnrec.jus.gov.ar/Atencion\\_Particular.aspx](http://www.dnrec.jus.gov.ar/Atencion_Particular.aspx)
- 12- Según corresponda, fotocopia del contrato de locación, título de propiedad o comodato, en este último caso acompañar además título de propiedad (del local donde operará la agencia). El destino en los contratos de alquiler deberá ser oficina comercial o turismo.
- 13- Fotocopia autenticada ante Escribano Público o Juez de Paz de la Habilitación Municipal o comprobante de estar tramitándola emitido por el organismo competente, donde operará el nuevo local u oficina. Debe estar a nombre del titular, en sociedades de hecho a nombre de todos los titulares, en otros tipos de sociedades a nombre de la razón social.
- 14- Fotocopia del Plano o Croquis del local u oficina. Debe indicar medidas, distribución y ser identificado con número cada ambiente, ese número debe figurar al dorso de las fotografías correspondientes.
- 15- Fotografías a color del local u oficina.

- Mínimo tres (3) de cada ambiente, tomadas de distintos ángulos de manera que pueda apreciarse todo el ambiente.
- Mínimo dos (2) que muestren las puertas de acceso abiertas, tomadas una de adentro hacia afuera y viceversa.
- Mínimo tres (3) que muestren chapa catastral, puerta de ingreso al inmueble y panorámica desde la calle.
- Al dorso de cada foto debe transcribirse lo siguiente "Declaro Bajo Juramento que esta fotografía corresponde al (indicar N° de ambiente) – del inmueble sito en ...
  - (indicar domicilio completo) - de la empresa...-(indicar Designación Comercial) – P. Precario N° \_\_\_\_." La firma en cada foto debe ser del titular o persona estatutariamente autorizada.

16- Designación Comercial en la que operará, como así también el ambiente al que pertenece firmada por el o los titulares.

17- Se deberá presentar conjuntamente con la documentación requerida Libro de Actas foliado que será habilitado por esta Dirección Nacional como Libro de Reclamaciones e Inspecciones".

Formas de constituir el fondo de garantía

De acuerdo con la legislación vigente (Ley 18829, modificada por la Ley 22545, Decreto 2182/72,

Resoluciones D.N.T. N°. 141/82, 1021/82 y S.T. 110/94, las formas para constituir el Fondo de Garantía son las siguientes:

- a) DEPOSITO EN EFECTIVO, CHEQUE O GIRO: deberá efectuarse en el Banco de la Nación Argentina, Sucursal Plaza de Mayo - Cuenta N° 2896/57 - Depósito en Garantía y acompañar la boleta de depósito con la documentación a ingresar.
- b) TITULOS DE LA DEUDA PUBLICA NACIONAL: aforados a su valor nominal, BONOS a cargo del Banco Central u OTROS VALORES, ya fueran NACIONALES, PROVINCIALES o MUNICIPALES, siempre que los mismos se coticen en la BOLSA DE COMERCIO DE BUENOS AIRES. Estos valores deben depositarse en custodia en una institución bancaria a la orden de la MINISTERIO DE TURISMO y entregar EL RESGUARDO ORIGINAL a este Organismo.

Los valores en moneda extranjera deben acompañarse de una constancia bancaria del valor en PESOS de los mismos que deberá responder al importe de la garantía que corresponda, en el momento de efectuarse el resguardo correspondiente. No serán considerados como parte del fondo de garantía los montos resultantes de los intereses y cupones no retirados o depositados en la cuenta en dólares.

c) SEGUROS DE CAUCION: mediante póliza contratada con una entidad aseguradora autorizada, la cual debe ser extendida a favor de la MINISTERIO DE TURISMO (Dirección Nacional de Gestión y

Calidad Turística). El original de dicha póliza debe ser entregado a este Organismo para su custodia.

d) FIANZA BANCARIA: extendida a favor de la MINISTERIO DE TURISMO (Dirección Nacional de

Gestión y Calidad Turística) cuyo original debe entregarse en custodia a este Organismo.

e) FIANZA otorgada por la ASOCIACION ARGENTINA DE AGENTES DE VIAJES Y TURISMO.

#### DATOS QUE DEBEN POSEER LAS GARANTIAS

Las garantías presentadas deben incluir los siguientes datos:

1- Razón Social y/o Apellidos y nombres para el caso de agencias unipersonales o sociedades de hecho.

2- Numero C.U.I.T. (correspondiente a la titularidad de la agencia)

3- Legajo o N° de Permiso Precario según corresponda \*

4- Categoría

5- Vigencia. (Recordar que va de 15 de marzo a 15 de marzo del año siguiente)

6- Monto asegurado

7- Domicilio Comercial (el autorizado por este Organismo).

8- Beneficiario: " MINISTERIO DE TURISMO"

9- Domicilio del beneficiario: "Suipacha 1111 piso 20° (C1008AAW) Ciudad Autónoma de Bs. As."

\* Las empresas que soliciten su Licencia provisoria deberán colocar el Número de Permiso Precario el cual deberá reemplazarse por el N° de Legajo (al momento de la renovación anual).

Ante la falta o error de alguno de estos datos, las garantías no serán aceptadas

Renovación:

Cada año debe renovarse el Fondo de Garantía conforme lo establecido en el párrafo anterior, con la salvedad que dichas formas de garantía deben ser presentadas ante este Organismo antes del último día hábil del mes de febrero de cada año. Las garantías presentadas con posterioridad a esta fecha y antes del 15 de marzo del año en curso abonarán un arancel de Pesos Cien (\$100.-), conforme lo establecido por la Res. S.T.N. N° 204/06.

Descubierto del fondo de garantía

Conforme lo establecido en los Art. 1º y 2º de la Res. S.T. N° 166/05, el descubierto total del Fondo de Garantía provocará, automáticamente, de pleno derecho, la CADUCIDAD de la Licencia Habilitante.

Artículo 2º

El Poder Ejecutivo, por medio del Organismo de Aplicación, podrá negar el otorgamiento o cancelar las licencias ya otorgadas a las personas o agencias cuyos integrantes registren antecedentes personales, morales, comerciales, bancarios o judiciales desfavorables, similares a los que inhabilitan para el acceso a las funciones o cargos públicos.

Una vez obtenida la Disposición Habilitante, será OBLIGATORIO señalar en TODA la papelería comercial que se utilice: (Art. 11 del Dto. 2182/72)

- 1- Designación Comercial Otorgada.
- 2- Tipo de Categoría (EVT - AT - AP).
- 3- Número de Legajo correspondiente.
- 4- Número de la Disposición Habilitante

No debemos olvidar que no podremos comenzar la actividad empresarial hasta que no nos hayamos constituido como empresa, habiendo realizado los trámites de constitución necesarios

Una vez completado todos estos requisitos se abrirá el local en el domicilio acordado anteriormente, y se iniciaran las actividades correspondientes.

La elaboración del Plan de Negocio permitió un aprendizaje tanto del funcionamiento interno de las agencias de viajes como de las respuestas necesarias para adaptarse al cambiante entorno; por lo se consideró una vía para documentar y validar la planificación que se realiza en estas entidades (Bertona, 2008).

A pesar de que se puede catalogar de insuficiente la utilización del Plan de Negocio en las AAVV receptoras del territorio, su aplicación en ellas es un tema que adquirió mayor relevancia en la actualidad, pues su desarrollo incrementó la gestión empresarial; nos permitió recopilar toda la información en un mismo documento, conocer y valorar el proyecto, establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha y la vía para lograr el éxito del negocio, considerando, como ya mencionamos, es un lugar que carece de desarrollo turístico y es todo un desafío para la empresa

Su utilización se consideró un pilar fundamental para el desempeño de estos intermediarios pues permitió guiar las decisiones cotidianas, crear o construir las habilidades gerenciales y registrar los resultados gerenciales en las agencias; estableció las necesidades y prioridades financieras que la entidad necesitaba para

sus diversas actividades; midió los avances gerenciales; permitió el alcance de sus metas, posibilitando reducir los fracasos; desarrolló indicadores competitivos y rentables; facilitó la necesaria coordinación entre sus integrantes de la AAVV y sirvió como guía para planificar las necesidades de formación y distribuir las responsabilidades entre ellos.

#### Viabilidad comercial:

Nuestro mercado objetivo es la clase media, la inherente necesidad del ser humano por viajar y descubrir nuevos destinos convirtiéndose el turismo en un nuevo derecho de cualquier persona ofreciendo una respuesta para aquellas personas que deseen conocer la región y aportar un servicio a nuestros potenciales clientes.

#### Viabilidad tecnológica

Sin duda la entrada en escena de internet y de las tecnologías de la información ha revolucionado el sector del turismo y aún más el de las agencias de viajes, la tendencia es acceder de forma inmediata a información masiva cuyo acceso es cada vez más fácil, rápido y económico. Haciendo uso de la web 2.0 asociándonos con algún motor de búsqueda y reservas y poder llegar a todos los interesados.

#### Viabilidad económica- financiera

Se busca analizar la viabilidad económica financiera de la empresa a cinco años para dar tiempo y evaluar si el negocio es rentable o no, ya que al ser una actividad sin experiencia necesita tiempo para permitimos recoger información referente a la empresa y analizar si el negocio cumple con las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez para su supervivencia a largo plazo.

#### Viabilidad social

Nos dirigimos a personas que les guste viajar, conocer nuevos lugares, intercambiar culturas, practicar deportes, etc. Personas con poco tiempo libre para organizar viajes y busquen tranquilidad, bienestar y al mismo tiempo aventura.

Además consideramos tener buenas relaciones con nuestros proveedores para poder promocionarnos a través de ellos

## Viabilidad ambiental

Dada la gran influencia en lo que respecta a lo ambiental, organizaremos un plan para que los visitantes colaboren con la campaña sobre los recursos la conservación de la naturaleza



## ESTUDIO FINANCIERO

egresos	año 1	año 2	año3	año4	año5
personal de mantenimiento	27500	27500	29600	29800	30000
Seguros	2100	2200	2300	2400	2500
Alquiler y expensas	30000	35000	41000	47000	52000
publicidad	2400	2400	2600	2600	2800
luz,gas,cable, internet	7500	8700	9500	10300	10800
honorarios profesionales	4800	4800	4900	5200	5250
total de egresos	74300	80600	89900	97300	103350

ingresos	año 1	año2	año3	año4	año5
Tours de enero a diciembre	66000	88000	94000	112000	116000

detalle	inversion
marketing y prensa	7000
Alquiler	2500
amoblamientos	15300
Habitaciones y licencias	8200
Total \$	33000

CUADRO DE INGRESOS Y EGRESOS						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos						
Tours de enero a diciembre		\$ 66.000,00	\$ 88.000,00	\$ 94.000,00	\$ 112.000,00	\$ 116.000,00
<b>Total ingresos</b>		<b>\$ 66.000,00</b>	<b>\$ 88.000,00</b>	<b>\$ 94.000,00</b>	<b>\$ 112.000,00</b>	<b>\$ 116.000,00</b>
Egresos						
Personal de mantenimiento		\$ 27.500,00	\$ 27.500,00	\$ 29.600,00	\$ 29.800,00	\$ 30.000,00
Alquiler y Expensas	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00	\$ 35.000,00	\$ 41.000,00	\$ 47.000,00	\$ 52.000,00
habilitaciones y licencias	\$ 8.200,00					
Amoblamientos	\$ 15.300,00					
luz,gas,internet y telefonia		\$ 7.500,00	\$ 8.700,00	\$ 9.500,00	\$ 10.300,00	\$ 10.800,00
Publicidad		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.800,00
Seguros		\$ 2.100,00	\$ 2.200,00	\$ 2.300,00	\$ 2.400,00	\$ 2.500,00
Marketing y Prensa	\$ 7.000,00					
Honorarios profesional		\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.900,00	\$ 5.200,00	\$ 5.250,00
<b>total de egresos</b>		<b>\$ 74.300,00</b>	<b>\$ 80.600,00</b>	<b>\$ 89.900,00</b>	<b>\$ 97.300,00</b>	<b>\$ 103.350,00</b>
Utilidad antes del impuesto		-\$ 8.300,00	\$ 7.400,00	\$ 4.100,00	\$ 14.700,00	\$ 12.650,00
impuestos		-\$ 2.075,00	\$ 1.850,00	\$ 1.025,00	\$ 3.675,00	\$ 3.162,50
utilidad neta		-\$ 6.225,00	\$ 5.550,00	\$ 3.075,00	\$ 11.025,00	\$ 9.487,50
inversion inicial	\$ 33.000,00					
<b>Flujo Neto de Fondos</b>	<b>-\$ 33.000,00</b>	<b>-\$ 6.225,00</b>	<b>\$ 5.550,00</b>	<b>\$ 3.075,00</b>	<b>\$ 11.025,00</b>	<b>\$ 9.487,50</b>

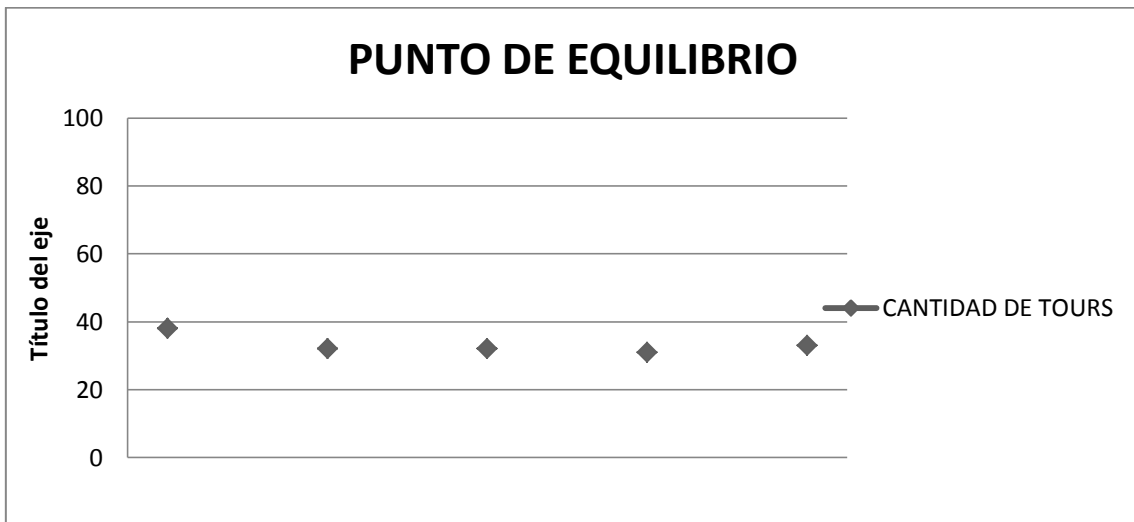
**inversion inicial (-33000)**

ingresos
\$ 66.000,00
\$ 88.000,00
\$ 94.000,00
\$ 112.000,00
\$ 116.000,00

egresos
\$ 74.300,00
\$ 80.600,00
\$ 89.900,00
\$ 97.300,00
\$ 103.350,00

-\$ 33.000,00
\$ 140.300,00
\$ 168.600,00
\$ 183.900,00
\$ 209.300,00
\$ 219.350,00

VNA	\$ 651.204,90
TIR	443%



## BIBLIOGRAFIA:

FUENTE: Gestión económico-administrativa en agencias de viajes. Ediciones paraninfo. S.a.

-Plan federal de turismo, argentina 2016

-Agenda para planificadores locales- turismo sostenible y gestión municipal

-Dialnet- política turística para el desarrollo sostenible del turismo- 2929596

-Perspectiva 2020 para el turismo receptor. OMT turismo receptor

-Guía total para emprendedores (Clarín)

## PAG WEB:

<http://www.sitiosargentina.com.ar/directorio/t/turismo-receptivo.htm>

[http://www.argentinianexplorer.com/espanol/patagonia\\_expedicion.asp](http://www.argentinianexplorer.com/espanol/patagonia_expedicion.asp)

<http://www.andalucia.org/es/profesional/proyectos-turisticos-innovadores/>

<http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082/homepage/Default.aspx#q=estructura%20de%20proyectos%20de%20agencias%20de%20viajes&s=web&p=1>

[https://www.youtube.com/results?search\\_query=isiv+educacion+a+distancia+turismo+agencias+de+viajes+estructura+de+un+plan+de+negocio](https://www.youtube.com/results?search_query=isiv+educacion+a+distancia+turismo+agencias+de+viajes+estructura+de+un+plan+de+negocio)

<http://es.scribd.com/doc/30364498/MANUAL-DE-CALIDAD-TURISTICA-PARA-AGENCIAS-DE-VIAJE-Y-TURISMO>

<http://www.casadellibro.com/libro-estructura-del-mercado-turistico-guia-informacion-y-asistencia-turistica-agencias-de-viajes-y-gestion-de-eventos-gestion-de-alojamientos-turisticos/9788497328333/1868324>

<http://wikitur3.wikispaces.com/ESTRUCTURA+ORGANIZACIONAL+DE+LAS+AGENCIAS+DE+VIAJES>

<http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/agencias%20de%20viajes/AGENCIAS%20DE%20VIAJES.PDF>

<http://es.scribd.com/doc/30364498/MANUAL-DE-CALIDAD-TURISTICA-PARA-AGENCIAS-DE-VIAJE-Y-TURISMO>

<http://www.argentina.travel/uploads/files/TurismoReceptivo.pdf>

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/35114/TFC%20B%C3%A1rbara%20Paino.pdf?sequence>