



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
DEPARTAMENTO DE TURISMO.**

**PROCEDIMIENTOS REALIZADOS EN LOS DEPARTAMENTOS DE
ADMINISTRACIÓN, Y VENTAS Y OPERACIONES DE LA AGENCIA DE
VIAJES BEACH VACATION TOURS C.A.**

Trabajo de Grado Modalidad Pasantía presentado como requisito parcial para
optar por el título de Técnico Superior Universitario en Administración de
Empresas Turísticas.

Autor:
Br. Levi Josué Santiago Indriago.
C.I. 20.548.612

Guatamare, noviembre de 2014



DECANATO
DIRECCIÓN ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
DEPARTAMENTO DE TURISMO
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO T.S.U. EMPRESAS TURISTICAS

En Conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se hace constar que el Trabajo de Grado, modalidad Pasantía, Titulado: **PROCEDIMIENTOS REALIZADOS EN LOS DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y OPERACIONES DE LA AGENCIA DE VIAJES BEACH VACATION TOURS C.A** ", realizado por el Bachiller: **SANTIAGO INDRIAGO LEVI JOSUÉ, C.I. V- 20.548.612**, para optar al título de **TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**.

Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto:

APROBADO


LCOO. AUSTIN MATA
Asesor


LCDA. MARIA GABRIELA MOLINA
Jurado


LCDA. MARIBEL LÁREZ
Jurado

DEL PUEBLO VENIMOS/HACIA EL PUEBLO VAMOS

Agencia de Viajes y Turismo BEACH VACATION TOURS, C.A



Lapso de Pasantías

Desde el 01 de abril del 2014 al 25 de junio de 2014.

Lcdo. Austin Mañá García
Asesor Académico

Tsu. Claudia Toro
Asesor Empresarial

Lcda. María Gabriela Molina
Jurado

Lcda. Maribel Lárez
Jurado

DEDICATORIA

Realmente ha sido un reto alcanzar la meta de ser un profesional, lograr llegar al final a través de los embates que se viven a diario en la carrera. Momentos de frustración, desgano, alegría, tristeza hicieron de mi personalidad una fortaleza.

Sin embargo, todo esto no lo hubiese logrado, por supuesto primero, sin mi Dios creador, proveedor, protector, quien me sostuvo en sus brazos cada día de lucha.

A mi familia, principalmente mi Madre que fue un apoyo incondicional y mi promotora exclusiva, proveedora, e impulsadora de mi éxito como persona.

AGRADECIMIENTOS

En el transcurso de la carrera he visto la mano de Dios principalmente, y de muchas personas que influyeron de manera positiva y directa en la posibilidad de lograr esta meta tan importante; es por ello que con orgullo agradezco y honro al Dios que da la vida, provee todas las cosas que tengo, y a personas puntuales como mi madre Deborah Indriago por su gran apoyo y amor, por confiar en mí hasta el final y ayudarme en todo, así como también a mis padres Cesar Santiago y Javier Carvajal, quienes han sido mis amigos y mi apoyo en todo momento. A mi tía Guillermina Indriago quien fué pieza clave, impulsadora y propulsora en este proyecto, a ella muchas gracias. También debo decir que sin las oraciones, las exhortaciones y el apoyo de mi amiga incondicional Ruth Castro tampoco lo hubiese logrado. Así como, también debo resaltar, los esfuerzos de Claudia Toro amiga incondicional, quien me ayudó, enseñó y orientó, quien compartió y dió hasta el final todo para apoyarme dentro y fuera de la empresa, a ella muchas gracias. Honro además la vida de Liz Fernández quien me apoyó e impulsó hasta el final con palabras de motivación para cada situación y constantes oraciones.

El desarrollo, la calidad, y profundidad de este trabajo se deben a la ayuda y orientación del Lic. Austin Mata, profesor, hermano y amigo incondicional, quien estuvo conmigo hasta el final, y a quien honro por su esfuerzo, oraciones y su gran apoyo.

Finalmente agradezco a todos mis amigos, familiares y conocidos que de alguna manera aportaron su granito de arena para el cumplimiento de esta gran meta.

INDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
INDICE GENERAL	vi
INDICE DE CUADROS	ix
INDICE DE CROQUIS	x
INDICE DE MATRICES	xi
INDICE DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	5
1.1 TIPO DE EMPRESA	5
1.2 RESEÑA HISTÓRICA	5
1.3- UBICACIÓN DE LA EMPRESA	6
1.4 - PLANTA FÍSICA	6
1.5 - MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL	7
1.5.1.- MISIÓN DE LA EMPRESA	7
1.5.2 VISIÓN DE LA EMPRESA	9
1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	10
1.6.1 Objetivo General:	11
1.6.2 Objetivos Específicos:	11
1.7 Políticas y normas de la empresa	14
1.7.1 Políticas de la agencia de viajes Beach Vacation Tours C.A	14
1.7.2 -SERVICIOS OFERTADOS	15
1.8 MARCO LEGAL	19
1.8.1 IMPUESTOS	20
1.8.2 COMISIÓN POR SERVICIO (<i>SERVICE FEE</i>)	21
1.8.3 TASA AEROPORTUARIA	22
1.9 RELACIÓN DE LA EMPRESA CON SU ENTORNO	23

1.10 DIAGNÓSTICO INTERNO	23
1.10.1 Análisis Situacional de la Empresa.	25
1.10.2 Diagnóstico Externo.....	28
1.11 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	30
1.11.1 FUNCIONES POR UNIDADES ORGANIZACIONALES.....	32
CAPÍTULO II.....	34
2 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.....	35
2.1 IMPORTANCIA DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.....	35
2.2 OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.....	36
2.3 FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.....	36
2.4 RELACIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE VENTAS Y OPERACIONES	37
2.5 ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL PASANTE.	37
2.5.1 Facturación de los servicios de boletería y reservación de alojamiento.	38
2.5.2 Solicitud de facturas en hoteles y posadas.....	40
2.5.3 Solicitud de tarifas vigentes por servicios de alojamiento.	41
2.5.4 Realización de voucher de pago por servicio de alojamiento.	43
2.5.5 Elaboración de registro de entrada y salida de pasajeros (fechas in- out).	44
CAPÍTULO III.....	47
3 Departamento de Ventas y Operaciones	48
3.1 Importancia del departamento de Ventas y Operaciones.....	48
3.2 Objetivos del departamento de Ventas y Operaciones	49
3.3 Funciones del departamento de Ventas y Operaciones.....	49
3.4 Estructura organizativa del departamento de Ventas y Operaciones	50
3.5 Procedimientos de las actividades realizadas por el pasante	50
3.5.1 Monitoreo del correo Gmail.....	51
3.5.2 Captación de nuevos clientes	51
3.5.3 Atender las solicitudes de los clientes	53

3.5.4 Contactar con proveedores de servicios de alojamiento y transporte para verificar disponibilidad.	53
3.5.5 Adiestramiento para el manejo de los sistemas de reserva Sabre y Kiu.	54
3.5.6 Reserva de boletos aéreos nacionales e internacionales.	55
3.5.6.1 Sistema Global Sabre	55
3.5.6.2 Sistema de reserva Kiu	59
3.5.7 Responder cotizaciones solicitadas.	60
3.5.8 Reservación de Alojamiento	64
3.5.9 Diseño de Excursiones	65
3.5.10 Diseño de planes y paquetes turísticos	67
3.5.11 Elaboración de tarifario comisionable	73
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Servicios y proveedores de servicios.	18
Cuadro N° 2. Unidad Tributaria por Tasa Aeroportuaria	22
Cuadro N° 3. Registro de Entrada y Salida de pasajeros	46
Cuadro N° 4. Información entregada a la Gerencia sobre las cajas de ahorro a contactar.	52

INDICE DE CROQUIS

Croquis Nº 1. Ubicación de la Agencia de viajes y turismo Beach Vacation Tours C.A.....	7
--	---

INDICE DE MATRICES

Matriz N°1. Matriz SMART para el análisis cualitativo de objetivos empresariales.	12
Matriz N° 2. Análisis interno, Matriz de Impacto Ponderado	23
Matriz N° 3. Análisis externo de la empresa	29

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Reservación de boleto aéreo, Constancia de compra electrónica (Boleto Aéreo).....	27
Figura N°2. Organigrama de la Agencia Beach Vacation Tours.	31
Figura N° 3. Ejemplo de facturación, factura de venta de boletos aéreos nacionales en la agencia Beach Vacation Tours.	39
Figura N° 4. Factura de comisión por concepto de venta de boleto.....	40
Figura N° 5. Solicitud de Facturas	41
Figura N° 6. Solicitud de tarifas por correo electrónico	42
Figura N° 7. Tarifas Actualizadas Hotel Tibisay	43
Figura N° 8. Factura de hotel	45
Figura N° 9. STOP SALE	54
Figura N° 10. Reservación en Sistema global Sabre 1	56
Figura N° 11. Reservación en Sistema global Sabre 2	57
Figura N° 12. Reservación en Sistema global Sabre 3	58
Figura N°13. Reservación en Sistema de reservas Kiu	60
Figura N° 14. Cotización de Boletos Aéreos	62
Figura N° 15. Solicitud de cotización	62
Figura N° 16. Cotización de alojamiento turístico	63
Figura N° 17. Ejemplo de solicitud de reserva	65
Figura N° 18. Ejemplo de respuesta de reserva por parte del hotel.....	66
Figura N° 19. Excursión de Snorkle en los Frailes	67
Figura N° 20. 1er Paquete elaborado por el pasante. Temática: Día del niño ..	68
Figura N° 21. 2do Paquete elaborado por el pasante. Temática: Graduación ..	69
Figura N° 22. 3er paquete elaborado por el pasante. Temática: Fin de semana en margarita.....	70
Figura N° 23. 4to paquete elaborado por el pasante. Temática: Fin de semana en pareja.	71

Figura N° 24. 5to paquete elaborado por el pasante. Temática: Plan Margariteño.....	72
Figura N° 25. 6to paquete elaborado por el pasante. Temática: Promo Temporada Baja	73
Figura N° 26. Tarifario de servicios para Asociación de Profesores de Trujillo.	74

INTRODUCCIÓN

Venezuela es un país rico en recursos, paisajes naturales, y está integrado por toda una gama de atractivos que la convierten en un país potencialmente turístico, lo que la hace una nación privilegiada. La administración de estos recursos depende principalmente del país y las normas que rigen la práctica y el aprovechamiento del turismo, complementado por la unión de todos los servicios que se ofrecen al turista desde el momento de entrada y salida al país.

El geógrafo francés Michaud afirma:

El turismo agrupa al conjunto de actividades de producción y consumo, a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de una noche, al menos, pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo de viaje el recreo, los negocios, la salud o la participación de una reunión profesional, deportiva o religiosa. (Callizo Soneiro, 1991:19)

Tomando en cuenta la opinión de Michaud, el turismo consiste en el placer de disfrutar de los atributos de uno o varios lugares fuera del rango local, impulsado por las motivaciones del ser humano y las características de cada destino para satisfacerlas. Durante algunos años el turismo se ha podido presenciar desde dos ópticas convenientes al desarrollo humano, observándose como turista la posibilidad de disfrutar de los servicios que ofrece un destino para satisfacer las necesidades y deseos del mismo, así como también la posibilidad de complementarse como proveedor de servicios con otros factores de manera que se obtenga un aprovechamiento económico y social del destino, contribuyendo al crecimiento de la economía y al desarrollo del país.

Los destinos turísticos tienen características que los distinguen de otros, llenándolos de una esencia única y generando atracción por sus visitantes. Algunos destinos resaltan características naturales, playas, ríos, paisajes y una gama de atractivos para el turista aventurero y deportista, así como también, destinos que destacan grandes ciudades, lugares

emblemáticos, históricos y religiosos, convirtiéndose en la motivación de quienes lo disfrutan.

Los principales proveedores de servicio que participan en la construcción del turismo tienen que ver con el alojamiento, transporte, restaurantes, excursionistas, entre otros. He aquí donde entra en juego el papel de las agencias de viajes. Principalmente para esta investigación se estudió la agencia de viajes Beach Vacation Tours, la cual actúa como intermediario entre el turista y todos los servicios necesarios para satisfacer sus necesidades y deseos de estos en el estado Nueva Esparta.

Este trabajo tiene como finalidad describir la estructuración de la empresa y definir las funciones operacionales para llevar a cabo las actividades turísticas, como requisito obligatorio para obtener el título universitario de Técnico Superior en Administración de Empresas Turísticas.

La empresa Beach Vacation Tours está compuesta por un departamento de administración, un departamento de ventas y operaciones, bajo la dirección de un gerente general, quien se encarga de supervisar e impulsar el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Aunado a esto, existe un contador externo quien se encarga de llevar todos los procesos contables de la empresa.

Considerando lo antes señalado, esta agencia de viajes fue seleccionada para el desarrollo de la presente pasantía; se realizó una investigación de campo, a través de las técnicas de recolección de datos: observación directa y entrevistas; donde el objetivo general del estudio fue: Describir los procedimientos realizados en los departamentos de Administración y Ventas y Operaciones de la agencia de viajes Beach Vacation Tours, C.A.

La estructuración del trabajo está fundamentada de la siguiente manera: CAPITULO I el cual trata de la descripción de la empresa, el CAPITULO II contiene la descripción y funcionamiento del departamento de administración

y finalmente el CAPITULO III que expresa la experiencia obtenida por el pasante en la ejecución del departamento de ventas y operaciones.



CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DE LA AGENCIA BEACH VACATION TOURS C.A.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1 TIPO DE EMPRESA

La Agencia de viajes Beach Vacation Tours, C.A VT: 2702 RTN: 07078, se caracteriza por ser una agencia tour-operadora mayorista de turismo receptivo y emisor a nivel nacional. Se dedica a la venta de excursiones, boletos aéreos nacionales e internacionales, y alquiler de transporte terrestre, además de la reservación del hospedaje en hoteles y posadas.

1.2 RESEÑA HISTÓRICA

La Agencia de Viajes Beach Vacation Tours, es una organización especializada en prestar servicios de planificación de viajes de negocio y placer de la más alta calidad para atender las necesidades específicas de sus clientes, que engloban desde la reservación de un boleto aéreo, hasta la organización de un evento.

Esta empresa posee desde sus inicios las características propias de una agencia de viajes, a la luz de las teorías se tiene que el autor Acerenza (2010:166) expresa que:

La agencia de viajes puede conceptualizarse como: una empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y a la venta de servicios sueltos, u organizados en paquetes, puede servir de intermediaria entre las empresas llamadas a prestar los servicios y el usuario final, para fines turísticos, comerciales o de cualquier otro tipo.

Se puede afirmar entonces que una agencia de viajes es el intermediario entre el prestador de servicios de viaje y el cliente final, por lo que esta es su función. Las características esenciales de las agencias de viajes, derivan de sus funciones principales: asesora, organizadora, técnica, comercial, sin embargo en cualquiera de los casos que sea su función, la agencia de viajes

siempre se distingue por ser el intermediario entre el prestador de servicio y el cliente final.

Considerando lo antes señalado se tiene que la principal característica de Beach Vacation Tours, es ofertar servicios turísticos para sus clientes, la planificación de circuitos y actividades recreativas enfocadas hacia el ecoturismo. Estas propuestas han crecido con el pasar de los años bajo estrategias de promociones y planes, gracias a las buenas relaciones con empresas en lugares turísticos entre ellos Canaima, Santa Elena de Guairén, y otras localidades del país, principalmente en la Isla de Margarita.

Los servicios que ofrece la empresa son los siguientes: venta de boletería aérea y marítima (eventual), nacional e internacional, contacto directo con hoteles y posadas en varias ciudades del país, alquiler de vehículos particulares y vans de transporte, venta de circuitos, full days, entre otros.

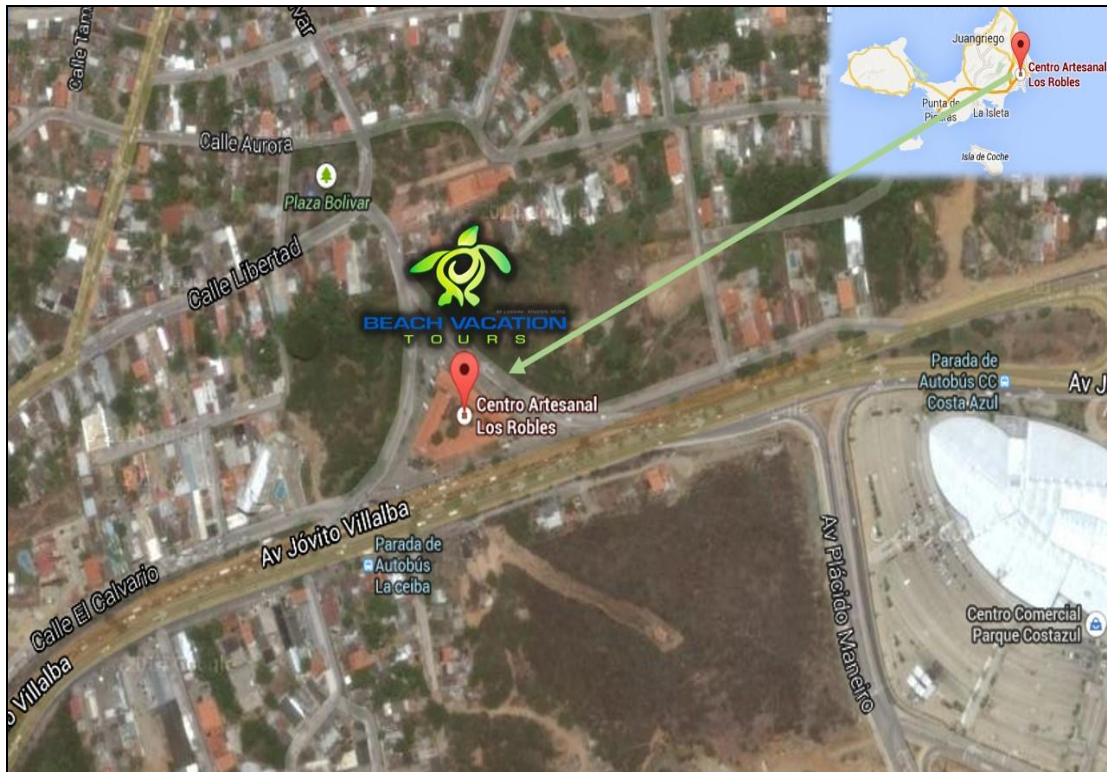
1.3- UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La Agencia de Viajes y Turismo Beach Vacation Tour C.A, se encuentra ubicada en la Avenida Jóvito Villalba, Centro Artesanal Gilberto Menchini, nivel PB, local 9, en Los Robles, Municipio Autónomo Maneiro de la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta, no cuenta con más sucursales. Croquis N° 1

1.4 - PLANTA FÍSICA

La empresa está integrada por dos (2) niveles, el nivel bajo contiene los equipos y mobiliarios de trabajo para prestar el servicio a los clientes; y el segundo nivel hace la función de depósito.

Croquis N° 1. Ubicación de la Agencia de viajes y turismo Beach Vacation Tours C.A



Fuente: Elaboración propia, tomada de Google maps.

La Agencia de Viajes Beach Vacation Tours C.A, tiene una muy buena ubicación, sin embargo; sus oficinas no tienen el espacio ideal para atender cómodamente a su clientela y no posee un local propio.

1.5 - MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL

1.5.1.- MISIÓN DE LA EMPRESA

Para una empresa y específicamente si está en el ámbito turístico, es importante tener una misión que le ayude a mantener claridad y consistencia para lograr sus objetivos, ya que; proporciona un espacio de referencia para todas las decisiones importantes que deberán tomarse a futuro; es por ello que la misión facilita la comunicación clara entre todos los miembros que están involucrados en las actividades de la empresa.

Al respecto G. Morrissey (1995:4) afirma: "Sin temor a equivocarme, considero que la elaboración de la declaración de misión de una empresa es el paso más importante que usted puede tomar en todo el proceso de planeación". Una empresa sin misión no tiene identidad ni rumbo. En la declaración de misión se asimila todo el pensamiento estratégico, toda la capacidad de análisis y diagnóstico, y la intuición clara de cuál puede ser el futuro cercano o norte estratégico de la organización.

Por otra parte Emilio P. Díez (2001:244) expresa que la misión es: "El conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía", es decir, representa los objetivos que debe cumplir a largo plazo para alcanzar el éxito.

Es por ello que, según datos suministrados por la gerencia, la Agencia de Viajes Beach Vacation Tours C.A enfoca su misión en:

Prestar servicios de planificación de viajes de negocio y placer de la más alta calidad para atender las necesidades específicas de sus clientes que engloban desde la reservación de un boleto aéreo hasta la organización de un evento, además cuenta con las mejores alianzas estratégicas, deseando que sus clientes se sientan atendidos, gracias a la gran cantidad de alternativas de viajes ofrecidos y están en capacidad de ajustarse a lo que requieran sus clientes.

El deber ser de las grandes y pequeñas empresas es cumplir con su misión como norte hacia el éxito. En consideración a la experiencia obtenida a lo largo de la pasantía, fue notable la existencia de un buen ambiente laboral, con pocas dificultades para relacionarse, la actitud fue positiva, y se manifestó una buena disposición para enseñar los manejos principales de la empresa, pero de manera empírica. Se hace necesario la implementación de capacitación técnica para los empleados y pasantes que ejerzan en la empresa. De cumplir con dicha capacitación se ahorraría una pérdida de efectividad, y se tendría control sobre las ventas y servicios, llevando las

ventas a un 100%, y no a estándares mínimos como los que se pudieron observar en el lapso de la pasantía.

Por tal motivo en esta agencia de viajes, se hace necesario visualizar con claridad el futuro de la empresa, debido a que el desempeño y el esfuerzo por parte de los asesores de viaje se diluye, por la falta de motivación gerencial, dando como resultado la ausencia del sentido de pertenencia, lo que permite constatar que la misión empresarial amerita una revisión y ajuste que impacte de manera directa a sus empleados.

1.5.2 VISIÓN DE LA EMPRESA

De acuerdo a Senge (1998:16-22), para que una organización logre que todos sus miembros adopten una visión y la vivan de acuerdo a sus ideales, deben considerar lo siguiente:

La visión es una imagen del futuro que deseamos, es el sueño que nos guía a donde queremos ir y la descripción de cómo será la realidad cuando lleguemos ahí. La visión nos transporta al futuro para que en el presente con un entendimiento y análisis de la situación global, construyamos un puente hacia el futuro deseado.

Considerando las citas antes referidas en relación a los elementos que debe contener una visión empresarial, se presenta la visión de la Agencia de Viajes Beach Vacation Tours, según datos proporcionados por la gerencia:

Consolidarse como la mejor agencia de viajes de la región, prestando un servicio de calidad e implementando tecnologías de punta, que les permitan satisfacer todas las necesidades de sus clientes.

En cuanto a la visión se observa que existe una proyección a futuro de lo que se quiere como empresa en el campo turístico, sin embargo se necesita enfocar más en los valores, y necesidades de sus empleados, buscar la

armonía y que ellos adopten el sentido de pertenencia para ajustarse a una sola dirección, en acuerdo para lograr luchar en conjunto y materializar las metas de ser líderes en el mercado, en servicios y atención. En definitiva para poder liderizar afuera, primero debe considerar las necesidades internas de su equipo de trabajo, ya que un personal descontento será siempre un retraso para el avance de la empresa, por lo tanto es importante velar por el bienestar laboral.

1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Uno de los aspectos más importantes que sirven de fundamento a un proyecto son los objetivos, porque ellos obedecen a un nivel estratégico (políticas de desarrollo), es decir, ayuda a establecer el contexto en el cual el proyecto encaja, y describe el impacto a largo plazo al cual éste se espera, va a contribuir.

De acuerdo al Manual de la CEPAL N° 42: Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas, lo primero es establecer qué es un objetivo. Emplean la metodología del marco lógico, donde se explica que los objetivos son logros, éxitos y metas cumplidas, y agregan que los objetivos no son: trabajos por realizar o tareas por cumplir.

Por ejemplo, al definir un objetivo, hay una gran diferencia entre, decir “empresa produciendo al máximo” y “empresa en procesos de organización”. En el primer caso “empresa produciendo al máximo”, lleva a especificar que la misma ha alcanzado un nivel de desarrollo en términos de capacidad, producción y altos beneficios económicos, es decir, lleva a especificar el producto o resultado que se busca, no el proceso. En el segundo caso, lleva a especificar actividades o tareas que habría que realizar para optimizar los procesos de desarrollo de la misma. Esto es importante porque establece la forma cómo se medirán los objetivos, esto es, en relación con la especificación del producto o resultado que se busca.

En el desarrollo de los objetivos se explican las características que los mismos deben tener para ser aplicados de manera óptima; entre ellos se encuentran los siguientes aspectos: realistas, es decir, se deben poder alcanzar con los recursos disponibles dentro de las condiciones generales dadas; eficaces, no sólo deben responder a los problemas presentes, sino a aquellos que existirán en el tiempo futuro en el que se ubica el objetivo; coherentes, si el cumplimiento de un objetivo no imposibilita el cumplimiento de otro y cuantificables, que puedan ser medibles en el tiempo.

1.6.1 Objetivo General:

El Objetivo General de la Agencia de Viajes Beach Vacation Tours, está conceptualizado en la creación de innovaciones en los paquetes turísticos que aporten positivamente nuevos factores al desarrollo del turismo como actividad económica y social, todo ello en virtud del cumplimiento efectivo de la demanda de los servicios ofertados y solicitados por los clientes.

1.6.2 Objetivos Específicos:

- ✓ Brindar la posibilidad de viajar a cualquier destino deseado en el ámbito, regional, nacional e internacional, según los requerimientos de los turistas o bien llamados clientes.
- ✓ Brindar a los turistas servicios de calidad con eficiencia, que permitan delimitar diferencias con respecto a otras entidades con similares fines.
- ✓ Concretar una organización y planificación eficaz adaptada a las exigencias de los clientes brindando la posibilidad de realizar viajes desde distintas zonas a nivel nacional e internacional.
- ✓ Coadyuvar con el equilibrio idóneo entre la ecología y la actividad turística, lo que permite velar por la defensa y preservación del medio ambiente, siendo esto vital para el desarrollo de dicha actividad.
- ✓ Mejorar regularmente y a la luz de las exigencias de los clientes o turistas, los servicios prestados a fin de materializar verdadera calidad en la oferta

y superar a la competencia, lo que permite la preferencia de los demandantes.

En el desarrollo y análisis de los objetivos de la agencia se consideró la metodología de análisis SMART para objetivos empresariales, para ello se aplicó una matriz valorativa de los objetivos y luego se procedió al análisis de los mismos. Ver matriz N° 1

Matriz N°1. Matriz SMART para el análisis cualitativo de objetivos empresariales.

Matriz SMART							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	S	M	A	R	T		
					E	T	O
Brindar la posibilidad de viajar a cualquier destino deseado en el ámbito, regional, nacional e internacional, según los requerimientos de los turistas o bien llamados clientes.	SI	SI	SI	NO			X
Brindar a los turistas servicios de calidad con eficiencia, que permitan delimitar diferencias con respecto a otras entidades con similares fines.	SI	SI	SI	SI			X
Concretar una organización y planificación eficaz adaptada a las exigencias de los clientes brindando la posibilidad de realizar viajes desde distintas zonas a nivel nacional e internacional.	SI	SI	SI	SI		X	

Coadyuvar con el equilibrio idóneo entre la ecología y la actividad turística, lo que permite velar por la defensa y preservación del medio ambiente, siendo esto vital para el desarrollo de dicha actividad.	NO	NO	SI	SI	X		
Mejorar regularmente y a la luz de las exigencias de los clientes o turistas, los servicios prestados a fin de materializar verdadera calidad en la oferta y superar a la competencia, lo que permite la preferencia de los demandantes.	SI	SI	SI	SI			X

Leyenda: S (específicos), M (medibles), A (alcanzables), R (retadores), T (tiempo).

(E: objetivos estratégicos, T: objetivos tácticos, O: objetivos operacionales)

Fuente: Elaboración propia, con información extraída de la agencia de viajes.

Partiendo del análisis de los objetivos específicos a través de la matriz SMART, tenemos que:

- ✓ El primer objetivo es específico y expresa claramente a donde se quiere llegar, porque establece la posibilidad de viajar que tienen los turistas, y la agencia como intermediaria los facilitaría. Es medible y a la vez alcanzable, porque forma parte de la función gestora a nivel local, nacional e internacional que puede tener este tipo de empresa; sin embargo no es retador ya que es un factor común en una agencia de viajes, no se delimita tiempo, sin embargo por la característica del objetivo se califica como tipo operativo.
- ✓ El segundo objetivo es específico porque busca brindar el mejor servicio, es medible y retador ya que la eficiencia en el servicio marcará la diferencia, y la preferencia respecto de otras empresas de servicios turísticos. Y en cuanto al tiempo es un objetivo tipo operativo, ya que éste forma parte continua visible en las actividades de la empresa.

- ✓ El tercer objetivo está relacionado con el primero, se sugiere que deberían unificar estos objetivos y establecerlos como una meta táctica.
- ✓ El cuarto objetivo no especifica el ¿cómo se va a desarrollar el equilibrio? Y ¿Qué funciones va a desarrollar la agencia para lograr alcanzarlos? Es por ello que debería ser más específico y medible.
- ✓ El quinto objetivo es específico porque pretende mejorar el servicio a la luz de las exigencias de los clientes, lo que generará una preferencia y simpatía por la empresa, y es medible, ya que el éxito depende de la calidad del servicio. En cuanto al tiempo de ejecución debe tener un monitoreo operativo debido a la constante que representa la calidad de los servicios.

1.7 Políticas y normas de la empresa

Una agencia de viajes o de turismo, 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 acerca de viajes y turismo, pero es mucho más que eso, debe asumir políticas que conlleven a prestar servicios de calidad y estar al día con las últimas innovaciones.

Para ello debe conocer y analizar la estructura económica-financiera de la empresa, realizar los presupuestos, establecer un método adecuado de ingreso y gastos y de cobros y pagos.

1.7.1 Políticas de la agencia de viajes Beach Vacation Tours C.A

En la Agencia de viajes Beach Vacación Tours C A, se mantienen políticas en cuanto al manejo y funcionamiento del personal y actividades complementarias al desarrollo de la misma, las cuales pueden ser identificadas de la siguiente manera:

- ✓ El empleado debe tener buena presencia, y un comportamiento adecuado.
- ✓ Aportar al desarrollo de las actividades, ser participativo y buen compañero.
- ✓ Se permite el uso de celulares de forma moderada.
- ✓ El horario de trabajo es de lunes a viernes de 8:30am a 5pm, con una hora de almuerzo, se exige puntualidad.
- ✓ El pago nominal se hace quincenalmente, y al término de cada año se realiza liquidación a los empleados.
- ✓ El uso de los equipos y del internet para fines personales está permitido sólo en horas ociosas, o de baja actividad laboral.
- ✓ El uso del correo y medios de comunicación de la empresa son únicamente para el uso de la misma.
- ✓ La función principal de la gerencia es el trato directo con proveedores, y la contratación de nuevos servicios para ofertar. También tiene como función velar por el orden y el bienestar del entorno laboral.
- ✓ Sólo se accede a un permiso anticipado una semana antes, en el caso de un (1) día, en caso de ser más tiempo se anticipa un mes antes.

1.7.2 -SERVICIOS OFERTADOS

Los servicios ofertados por la empresa tienen que ver, con el traslado, el alojamiento y disfrute de actividades para el turista, para dar la mayor satisfacción en el tiempo de recreación.

En ese mismo orden de ideas, García, E. Pérez M y Velásquez N (2009:2) explica las funciones de estas empresas entre ellas: Función orientadora, debe 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 con cualidades y con capacidad para captar las necesidades de los clientes.

Función contable: Es la que permite registrar todos los hechos contables que se hacen en las AAVV, es útil y obligatoria, le interesa a los proveedores, la opinión pública, posibles nuevos inversores y a los empleados.

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, las grandes empresas tienen departamentos que llevan a cabo estas funciones, sin embargo en las agencias de viaje pequeñas las funciones administrativas las ejecuta el director.

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.

Función creadora, debe 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).

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, 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.

Función comercializadora: 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 proyectan, confeccionan, y ponen en marcha los productos turísticos. Esta función deriva 3 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.

Entre los servicios que ofrece la agencia de viajes Beach Vacation Tours tenemos:

- Servicio de reservación de alojamiento en hoteles, principalmente a nivel local, opera con Venetur, Hesperia, Sunsol, Portofino, Flamenco Village, y Kokobay.
- Servicio de reservación y venta de boletos aéreos nacionales e internacionales.
- Servicio de excursiones aéreas, Canaima, Salto Ángel, los roques y Roraima,
- Servicios de excursiones terrestres: jeep safari (Isla de Margarita). salto el sapo.

- Servicios de excursiones acuáticas: buceo y snorkle en los frailes, islas de coche y Cubagua.
- Alquiler de vehículos, a través de compañías proveedoras de estos servicios Xpajes, Bakhos Rent a car, Buget, Turismo de lujo, taxis particulares.
- Asistencia guiada, traslados, cotizaciones, tours de compra.

Cuadro N° 1. Servicios y proveedores de servicios.

Servicios Ofertados	Empresas, Personas
Transporte Aéreo	Laser, Avior, Conviasa, Aerpostal, Estelar, Aserca, entre otros.
Transporte Terrestre	Bakhos, Xpajes, Turismo de Lujo, taxis particulares
Excursiones	Full Day Cubagua: Infinito Producciones C.A Jeep Safari: David González. Snorkle Los Frailes: Ezequiel Martínez
Paquete Canaima	Hotel Venetur Canaima
Paquete Los Roques Mochima Venetur Mérida	Hotel Bequeve, Rosa Theron Sucreturistico C.A, Hotel Venetur Merida.
Alojamiento Isla de Margarita	Hoteles: Hesperia Isla Margarita, Hesperia Playa el Agua, Dunes, Portofino, Kokobay, Flamenco Village, Venetur, Lidotel, Sunsol Hoteles, entre otros.

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por la agencia.

1.8 MARCO LEGAL

La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvuelven. El sistema legal puede definirse como el conjunto normativo que rige a una sociedad, obedeciendo a principios y directrices definidos, tales como el sentido jerárquico de las normas.

De ahí la importancia que toda actividad empresarial debe atenerse al reglamento, éste a la ley y la ley a la constitución. Otros principios, como aquéllos que regulan el régimen de los bienes, la propiedad entre otros, tienen indiscutible interés en la materia que se expone.

La Constitución Nacional de la república Bolivariana de Venezuela (1999) expresa en el Artículo 112:

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

De acuerdo con el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, publicada en la gaceta oficial N° 6.079 extraordinario de fecha 15 de junio de 2012.

Es importante incluir en el marco legal de este estudio La ley de precios justos, que en su Artículo 1, referido al tema expresa: corresponde a la superintendencia nacional para la defensa de los derechos socio económico (SUNDDE) el ejercicio de las siguientes atribuciones:

1. Ejercer la rectoría, supervisión y fiscalización en materia de estudio, análisis, control y regulación de costos y determinación de márgenes de ganancias y precios.
2. Diseñar, implementar y evaluar, coordinadamente con los Ministerios del Poder Popular u otros organismos que correspondan, según el caso, los mecanismos de aplicación, control y seguimiento para el estudio de costos y determinación de márgenes de ganancias razonables para fijar precios justos, así como la supervisión, control y aplicación de la presente Ley.
3. Fijar los precios máximos de la cadena de producción o importación, distribución y consumo, de acuerdo a su importancia económica y su carácter estratégico, en beneficio de la población, así como los criterios técnicos para la valoración de los niveles de intercambio equitativo y justo de bienes y servicios.

Asimismo la ordenanza de Impuesto sobre actividades económicas de Industria, comercio, servicios o de índole similar del municipio Mariño del estado Nueva Esparta en su Art.11 parte 4 dice:

Para los agentes comisionistas, productores de seguros, corredores y sociedades de corretaje, agencias de turismo y viajes, oficina de negocios y representantes, corredores y administradores de inmuebles y consignatario~ que operen por cuenta de terceros basándose en porcentajes, el ingreso bruto estará constituido por las comisiones y porcentajes percibidos, y el producto de la explotación de sus servicios.

1.8.1 IMPUESTOS

La Agencia de Viajes Beach Vacation Tours C.A, como empresa capaz de prestar servicios turísticos, pretende el correcto funcionamiento de las facultades que desarrolla, a tales efectos, es importante, respetar y cumplir

con el ordenamiento legal ya dicho anteriormente y que se concibe como la herramienta básica para alcanzar el ideal propuesto por la empresa. Para ser más específicos la agencia cumple con el pago de impuesto mensual que corresponde al 1% de las ventas mensuales y se cancela a INATUR (Instituto Nacional de Turismo), y la declaración del IVA (Impuesto al Valor Agregado) al Seniat (Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria) trimestralmente son los impuestos actualmente aplicados al ejercicio de la empresa.

1.8.2 COMISIÓN POR SERVICIO (*SERVICE FEE*)

La comisión por servicio, constituye no sólo un medio para compensar la desaparición de las comisiones de las compañías aéreas, sino también una manera de ofrecerles a las agencias de viajes nuevas fuentes de ingresos que garanticen su rentabilidad a largo plazo. En el caso de los servicios de la empresa, se aplica una comisión de servicio para la venta de boletos aéreos standard para periodos fiscales.

En el caso de la venta de boletos aéreos internacionales el *service fee* es de ochocientos Bolívares Fuertes (800BsF), que se desglosan en dos partes; quinientos Bolívares Fuertes (500BsF) por concepto de ganancia para la agencia, y trescientos Bolívares Fuertes (300BsF) como pago a la agencia de Viajes Mazzocchi como emisor del boleto. En el caso de la venta de boletos aéreos nacionales, el *service fee* es de 500 Bs.F, 350 Bs.F por concepto de ganancia a la empresa y 150 Bs.F como pago al emisor. En teoría al costo neto del boleto se le adiciona el *service fee*, y la suma de ambos es el total del precio a pagar por el cliente.

Respecto a servicios de transporte, excursiones y alojamiento, las empresas ofrecen una tarifa variable, depende de las temporadas (altas y bajas) y/o cambios económicos globales que puedan suscitarse. Las empresas proveedoras de servicios ofrecen una tarifa neta a clientes

particulares, y una tarifa menos costosa a las agencias de viajes mayoristas, con el fin de dar espacio a la aplicación del service fee.

La empresa en cuanto al service fee para estos servicios tiene tres tarifas que dependen del tipo de cliente: una para las cajas de ahorro que representa un 20%, para los clientes particulares un 15% y para clientes de confianza, familiares y allegados 10% de ganancia.

1.8.3 TASA AEROPORTUARIA

El cobro del derecho aeroportuario nacional e internacional en el país fue ajustado recientemente según la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela número 40.318, con efectividad desde el pasado 18 de diciembre. Las nuevas tarifas son ajustadas directamente desde la UT (Unidad Tributaria) vigente en la República la cual es de 127 Bs.F Según Gaceta Oficial 40.359 publicada el 19 de febrero del 2014.

Los precios vigentes en 2014 son los siguientes:

Cuadro N° 2. Unidad Tributaria por Tasa Aeroportuaria

Relación de Tasas Aeroportuarias		
Obligaciones Portuarias	Unidad Tributaria Anterior	Unidad Tributaria Vigente
Derecho Aeroportuario Nacional	0.5 UT (BsF 63,50)	0.8 UT (BsF 101,60)
Derecho Aeroportuario Internacional	2.5 UT (BsF 317,50)	3.8 UT (BsF 482,60)

Fuente: Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela número 40.318.

Estas tarifas están incluidas siempre en el precio del boleto aéreo, salvo que el viajero hubiese adquirido su pasaje con anterioridad al ajuste del precio de la tasa, en dado caso al momento de viajar, deberá cancelar la diferencia a la aerolínea directamente.

1.9 RELACIÓN DE LA EMPRESA CON SU ENTORNO

Una agencia de viajes, como toda unidad organizativa, debe observar una serie de parámetros para así cumplir con sus propósitos y metas, ello implica mejora continua y calidad en cuanto a ofrecer a sus clientes propuestas innovadoras y lograr ser competitiva dentro de su actividad económica, establecer los elementos operativos básicos, una estructura adecuada y con una organización adaptada a las condiciones particulares de cada unidad de negocio, organización adecuada, aplicando estrategias para optimizar sus procesos.

1.10 DIAGNÓSTICO INTERNO

Toda empresa prestadora de servicios necesita realizar un diagnóstico interno, ya que le permite conocer las fuerzas y debilidades de los cuatro recursos fundamentales de la empresa: Humanos, Técnicos, Comerciales y Financieros.

Matriz N° 2. Análisis interno, Matriz de Impacto Ponderado

	DESCRIPTORES	Categorización F.O.D.A				Escala de Ponderación		
						Impacto		
						3	2	1
		T.H	T	C	F	Alto	Medio	Bajo
FORTALEZ AS	F1. Los empleados que ejercen en la empresa, poseen una formación profesional.	X					2	
	F2. Posee ordenadores de última generación, y dos de los más actuales sistemas globales de distribución: Sabre y Kiu.		X			3		

	F3. Posee convenios con otra empresa del ramo de mayor experiencia y competitividad en el mercado. (Agencia de Viajes Mazzocchi).			X			2	
	F4. Realiza transferencias de dinero por concepto de compras y ventas a través de los Bancos Banesco y Bicentenario.				X		2	
	F5. Posee página web que permite ofertar los servicios de la empresa, así como también tiene presencia en las redes sociales (Facebook y Twitter)		X				2	
	F6. La empresa se encuentra solvente en materia de impuestos.				X	3		
	F7. Creación eventual de paquetes turísticos y excursiones, en relación a las demandas del mercado.			X			2	
	F8. Búsqueda continua de captación de mercados potenciales relacionados con cajas de ahorro.			X			2	
DEBILIDADES	D1. Incumplimiento con especificidades en los formatos de cotizaciones, recibos y voucher de alojamiento.		X			3		
	2. Inexistencia de políticas en la selección del personal, por la falta de un departamento de RRHH.	X				3		
	3. Insuficiente personal para la cantidad de funciones desarrolladas en la agencia.	X					2	
	4. Subsistencia económica financiera, producto del capital de la empresa.				X	3		
	5. Falta de capacitación técnica en el área y manejo de los sistemas de reservaciones.	X					2	
	6. No existe un sistema que permita la automatización de las cotizaciones y ventas de la empresa.		X				2	
	7. No emite boletos aéreos, ya que no posee licencia IATA.			X		3		
	8. Inexistencia de una planificación para las actividades diarias de la agencia.	X				3		
	9. Carencia de una cartera de clientes cautivos a los servicios de la empresa.			X		3		

	10. Duplicidad de funciones y cargos en la empresa.	X					2	
	11. No existe una segmentación del mercado acorde a los servicios ofrecidos por la empresa.			X			2	

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de la agencia.

En relación a la matriz de análisis interno presentada anteriormente, se puede destacar todos aquellos aspectos que describen los nudos críticos o principales problemas que deberían ser atacados para mejorar el funcionamiento de la agencia de viajes Beach Vacation Tours.

A su vez se destacan aquellos puntos fuertes que constituyen factores estables y que podrían ser vinculados con variables externas para la revitalización de la operatividad turística de la agencia. Considerando los aspectos positivos se seleccionaron aquellos que tuvieron una mayor ponderación (3 puntos) es decir un mayor impacto, tanto para el avance como obstáculos directos en el funcionamiento empresarial. Entre los nudos críticos se encuentran: el factor de comercialización y ventas, y el factor talento humano. Estos deben ser considerados a profundidad para mejorar las condiciones internas y de desarrollo empresarial ya que fueron los factores más ponderados. Por otra parte se tiene al factor tecnológico y el financiero como aspectos de segundo renglón que también deberían ser asumidos por la gerencia para mejorar las relaciones de producción interna en la agencia de viajes.

1.10.1 Análisis Situacional de la Empresa.

Considerando la matriz de análisis interno especificada anteriormente se pueden cruzar las variables extraídas como prioritarias así como la experiencia obtenida a lo largo de las pasantías, todo esto permite plantear el siguiente análisis concreto de la realidad interna que caracteriza la Agencia de Viajes Beach Vacation Tours.

Esta empresa no cuenta con un departamento de recursos humanos, todo lo relacionado con este aspecto es responsabilidad directa de la Gerente, tampoco existe un programa de capacitación, cada uno de los encargados de esta empresa, aportan y enseñan de manera empírica el manejo de los sistemas, y procedimientos de ventas.

Tampoco existe una organización en cuanto al sistema de reservas, todos hacen cotizaciones, todos reservan y venden; esta función es propia de una minorista mas no de una agencia mayorista. Se pudo evidenciar la inexistencia de una planificación para asignar responsabilidades diarias y por lapsos de tiempo. En cuanto al espacio determinado para las oficinas es reducido, y poco cómodo para la atención al público, generalmente las ventas se hacen por vía telefónica, y los pagos por transferencias bancarias a través de los bancos Banesco o Bicentenario.

Existen dos departamentos dentro de la empresa; Administración y Ventas y Operaciones. El área administrativa la cual consiste en el pago a proveedores, pago de servicios públicos, y la cancelación de los respectivos impuestos y todas las actividades entorno al manejo de las finanzas de la empresa, mientras que; el área de ventas y operaciones se encarga de los procesos operativos de la empresa, tales como promocionar servicios de reservación de boletos y alojamiento, venta de paquetes y circuitos entre otras actividades.

La reservación de boletos aéreos se realiza, por medio de dos (2) subsistemas, SABRE y KIU, proporcionados por la agencia de viajes Mazzocchi, debido a que la agencia Beach Vacation Tours no posee licencia IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), por lo tanto no puede emitir boletos.

Para emitir los boletos se solicita a un agente de la Agencia Mazzocchi a través de Skype la emisión; luego se le envía el código del localizador por correo electrónico y ellos envían los boletos. Al momento de recibir el correo con los boletos, se crea un archivo Word que lleva el logo de la aerolínea bien centrado en la parte superior de la página seguido de la información. Ver Figura N° 1

Figura N° 1. Reservación de boleto aéreo, Constancia de compra electrónica (Boleto Aéreo).



PASSENGER ITINERARY RECEIPT

TICKET NRO: **0525272430052**

MAZZOCCHI VIAJES Y TURISMO
 AV 4 DE MAYO C.C 4 DE MAYO LOC
 PORLAMAR
 NUEVA ESPARTA, VENEZUELA
 IATA : 95-50288-6
 TELEPHONE: 0501-MAZZOCCHI
 MAIL INFO: AMARIN@VIAJESMAZZOCCHI.COM

ISSUE DATE: 21 MAY 2014
 ISSUE AGENT: PMVH12405

ISSUING AIRLINE : AEROLINEAS ESTELAR LATINOAMERICA C.A.
 ADDRESS : AV LUIS ROCHE EDIF BRONCE PISO 03 ALTAMIRA
 CARACAS - VENEZUELA
 TELF.+58 0501 ESTELAR/0501 3783527/212 8207901
 RIF : J295678053
 TICKET'S NUMBER'S : 052-5272430052
 NAME:
 FOID: NI9466692

HERSEN/CHRISTIAN

BOOKING REF.: C1/CJTFLS

FROM/TO	FLIGHT CL	DATE	DEP	FARE BASIS	NVB	NVA	BAG	ST
CARACAS	E48015	Y	20JUN	1530	Y			
PORLAMAR								

CONSIDERACION IMPORTANTE:

- DEBE PRESENTARSE EN EL AEROPUERTO CON UNA (01) HORA ANTES PARA VUELOS NACIONALES Y DOS (02) HORAS ANTES PARA VUELOS INTERNACIONALES. EN TEMPORADA ALTA RECOMENDAMOS AGREGAR UNA (01) HORA A LAS ANTES MENCIONADAS.
- DEBE PRESENTAR DOCUMENTO DE IDENTIDAD VIGENTE (CEDULA, PASAPORTE); EN CASO DE VIAJAR CON MENORES DE EDAD CONSIGNAR PERMISO DE VIAJE Y PARTIDA DE NACIMIENTO AL MOMENTO DE LA VENTA DEL BOLETO, CHEQUEO Y EMBARQUE.
- VALIDEZ DEL BOLETO 365 DIAS A PARTIR DE LA FECHA DE EMISION.
- TARIFA SUJETA A CAMBIO SIN PREVIO AVISO.
- EN CASO DE NO REALIZAR ALGUN TRAYECTO DE SU VIAJE, SIRVASE NOTIFICAR A LA AEROLINEA CAMBIOS Y/O CANCELACIONES;

Fuente: Datos suministrados por la agencia.

Al momento de hacer una reservación y vender un boleto aéreo, el sistema en la reservación arroja un precio determinado, al mismo se le adiciona el Service Fee, como parte de la ganancia respectiva.

En la emisión del boleto, aparece el itinerario y precio neto que arrojó el sistema, por supuesto que no coincide con el precio sugerido al cliente, por ello, se borra el mismo en el archivo de Word y solo se deja resaltar el itinerario. Además la empresa ofrece reserva de alojamiento, en hoteles, y posadas en la Isla de Margarita y otros destinos a nivel nacional.

Existe una variedad de hoteles con los que trabaja de acuerdo a las solicitudes, los más destacados son: Hotel Portofino, Venetur, Hesperia Isla Margarita, Hesperia Playa el Agua, Tropical Refuge, Flamenco Villas, Kokobay, Flamingo Beach, Isla Caribe, Bella Vista, Dunes.

1.10.2 Diagnóstico Externo

La palabra diagnóstico es utilizada en diferentes momentos o contextos, para hacer referencia a la caracterización de una situación, mediante el análisis de algunos eventos. “Conocer para actuar” es uno de los principios

fundamentales del diagnóstico que no debe terminar en el “conocer por conocer” para saber qué pasa con un grupo o una comunidad porque finalmente no se termina priorizando lo que se debe priorizar.

El diagnóstico externo está comprendido por todas las fuerzas externas que impulsan o detienen a la empresa. Al analizar, al igual que en el diagnóstico interno, los aspectos positivos o negativos de los proveedores de servicios turísticos, los clientes, aspectos económicos, social-culturales, ambientales, aspectos políticos, la matriz arrojó el siguiente resultado:

Matriz N° 3. Análisis externo de la empresa

DESCRIPTORES		Categorización F.O.D.A				Escala de Ponderación		
						Impacto		
						3	2	1
O P O R T U N I D A D E S		T.H	T	C	F	Alto	Medio	Bajo
	1. La posibilidad de captación del mercado, a nivel nacional y local.			X			2	
	2. Capacitación técnica del personal que labora en la empresa, para la gestión administrativa y operativa.	X					2	
	3. El inicio y organización de una agencia de viajes y turismo no requiere de un capital muy grande				X		2	
	4. Desarrollo de nuevos paquetes turísticos orientados al área sociocultural y ambiental, los cuales no han sido aprovechados en su totalidad en la isla de margarita.			X		3		
	5. Buenas relaciones comerciales con empresas de integración horizontal y vertical.			X			2	
A M	1. La problemática económica y cambiaría en el entorno nacional.				X	3		

	2. Gran cantidad de empresas competitivas, con mayor nivel de impacto en el mercado turístico de la Isla de Margarita.			X		3		
	3. Todo lo relacionado a reservación y venta de boletos se realiza a través de otra agencia de viajes y turismo.		X			3		
	4. Nueva tendencia de clientes más especializados en el mercado nacional e internacional.			X		3		
	5. Retraso en el cumplimiento de sus compromisos y sobre costo en algunas de sus actividades.			X		3		

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por la agencia.

Al analizar las oportunidades de la empresa se halló un impacto positivo en el área comercial, orientado a la creación de paquetes turísticos, sin embargo el análisis arrojó además la presencia de problemas críticos y de mayor impacto en los recursos técnicos, financieros y comerciales.

Es recomendable que se tome en cuenta el diagnóstico externo realizado y colocado a disposición del personal de la empresa, para considerar soluciones inmediatas y tomar decisiones que garanticen su avance.

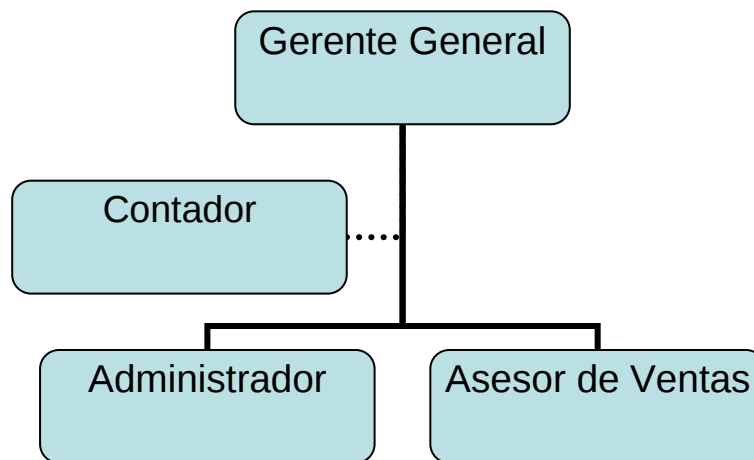
1.11 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Toda empresa necesita de una buena organización, la cual se da dentro del proceso administrativo, y para lograrlo el primer paso es contar con herramientas y elementos que le faciliten el buen desarrollo y el desempeño de su personal, esta herramienta administrativa permite organizar y controlar las operaciones cotidianas, puesto que la misma debe ser conocida por todos los empleados.

Los autores Gallego y Rocha (2011:232), destacan todo lo relacionado con la estructura organizativa de las empresas turísticas, considerando las

implicaciones que tienen para la dirección desde una perspectiva estratégica ligada al entorno particular del sector turístico, ellos mezclan en esta la temática más tradicional de la dirección de empresas con temas actuales importantes para el trabajo directivo, como la gestión del tiempo, las posibilidades de delegación, la gestión de conflictos, la negociación, la creatividad o la intuición de los directivos. A continuación se presenta la estructura organizativa de la agencia de viajes Beach Vacation Tours.

Figura Nº2. Organigrama de la Agencia Beach Vacation Tours.



Fuente: Elaboración propia con información suministrada por la empresa.

Es importante destacar en este aspecto, que la estructura organizativa anteriormente señalada es un aporte del pasante a la empresa debido a que la misma no cuenta con una estructura formalmente establecida. En relación a la toma de decisiones y la planificación de actividades, esta es asumida por tres (3) personas a saber: la Licenciada Nicole Fois como Gerente y propietaria, la Licenciada Katiuska Da Silva como Administradora y Asesor de Viajes, y la T.S.U Claudia Toro como Asesor de Viajes, y un Contador externo que realiza el control de la contabilidad de la empresa. Como esta agencia de viajes no realiza grandes actividades de comercialización y diseño de paquetes turísticos sino que las funciones son limitadas a la venta de boletos

aéreos y de manera regular la creación de pequeños paquetes turísticos, no amerita la creación de nuevos cargos, a menos que se amplíe el rango de administración y gestión de los viajes.

1.11.1 FUNCIONES POR UNIDADES ORGANIZACIONALES.

La Agencia de Viajes Beach Vacation Tours posee una estructura no formal caracterizada por los siguientes cargos:

Gerente General

Se encarga de dirigir la empresa, establecer constantes relaciones comerciales con empresas de servicios turísticos de igual o menor cobertura, buscando ensanchar la oferta al público. A su vez actúa como un asesor de viajes, dentro de la oficina, relacionándose como un empleado más.

Administrador

Se encarga de los procesos administrativos de la empresa, que van desde el cobro y pago de facturas, pago de los servicios, pago de los impuestos, hasta el pago de la nómina, todas las transacciones de la empresa están bajo la dirección del Administrador, a su vez actúa como un Asesor de viajes, dentro de la oficina.

Contador Externo

Se encarga de llevar el control de la actividad financiera de la empresa ante los requisitos e impuestos por parte de los entes competentes del estado. En su condición de agente externo, establece relaciones directas con el departamento administrativo, quien le suministra toda la información requerida de forma digital, para realizar los respectivos ejercicios contables.

Asesor de viajes

Se encarga de atender las necesidades e inquietudes del cliente ya sea por vía telefónica, por correo electrónico, o personalmente, siempre buscando innovar las ofertas, creando opciones de servicio, planes y paquetes. La principal función desarrollada por el asesor de viajes es la venta de boletos aéreos nacionales e internacionales, los mismos son emitidos por la agencia de viajes Mazzocchi.

CAPÍTULO II



DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y PROCEDIMIENTOS LLEVADOS A CABO EN EL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

2 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.

En toda empresa existe un departamento administrativo que se encarga de bien utilizar los recursos económicos de la misma. En él se concentran los gastos necesarios para el funcionamiento de la misma y es allí donde se toman decisiones trascendentales guiadas a la inversión.

Se define a la administración como un proceso en el cual el administrador desempeña las funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control, para alcanzar con eficiencia los objetivos de la empresa mediante el diseño, creación y mantenimiento de un ambiente laboral en el que las personas puedan trabajar en equipo.

2.1 IMPORTANCIA DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.

Entre los elementos que permiten el éxito, la permanencia y efectividad de una empresa, encontramos la necesidad de una organización, administración de objetivos concretos, que se puedan aprovechar como herramienta, y finalmente un talento humano capacitado que los caracterice.

Es por ello que toda empresa amerita un buen manejo de los recursos económicos, y patrimoniales, con el fin de tomar buenas decisiones que consoliden e impulsen la organización y su estructura operativa. En el caso de la agencia de viajes Beach Vacation Tours, se logró observar que el departamento administrativo es de vital importancia ya que en él se decidía hacia donde iba orientada la inversión de los recursos con los que contaba la empresa; especialmente en el área promocional de los servicios de la empresa, con un direccionamiento hacia las cajas de ahorros, como demanda potencial de la empresa.

2.2 OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.

Los objetivos del departamento son:

- ✓ Establecer nuevas metas a fin de promover el desarrollo de la empresa.
- ✓ Implantar la elaboración de objetivos tácticos y operacionales para medir y controlar la calidad y efectividad de los servicios prestados.
- ✓ Lograr un máximo rendimiento y distribución de los recursos de la empresa.
- ✓ Lograr el equilibrio y el bienestar de la empresa.

2.3 FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.

El departamento administrativo tiene como esencia planificar, organizar, controlar y ejecutar los planes de rendimiento para el buen funcionamiento de la empresa.

Son funciones del departamento de administración:

- ✓ Supervisar los manejos económicos dentro de la empresa.
- ✓ Innovar ideas de inversión buscando ampliar el capital de la empresa.
- ✓ Administrar los recursos económicos de la empresa.
- ✓ Realizar el pago debido a proveedores de servicios.
- ✓ Realizar el pago y garantizar la solvencia en cuanto a los compromisos legales de la empresa, tales como, impuestos al seniat, inatur, etc.
- ✓ Realizar cuadro de pagos a los empleados. (nómina)
- ✓ Facturación.
- ✓ Atender llamadas e inquietudes con proveedores de servicios.

- ✓ Enviar facturación reglamentaria a proveedores por vía email.
- ✓ Enviar Cuadro de pagos (Mazzocchi aliado comercial), para el cobro de las comisiones concepto de la venta de boletos.
- ✓ Realizar todas las transacciones, transferencias, pagos, cobros, etc.

2.4 RELACIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE VENTAS Y OPERACIONES

El departamento de Administración guarda estrecha relación con el departamento de Ventas y Operaciones de la agencia. Esto se debe a que entre ellos interactúan para lograr una armonía entre las metas trazadas desde el punto de vista operativo, mientras que el departamento administrativo sirve de soporte para el control y monitoreo de ventas y reservaciones, que permitan la declaración posteriormente ante los organismos públicos relacionados con la recaudación, pagos de impuestos y empresas privadas proveedoras de servicios. A su vez ambos departamentos poseen funciones bilaterales de respaldo administrativo y mercantil que garantiza la estabilidad económica de la agencia de viajes. Prueba de ello es que el departamento administrativo al hacer el cuadro de pago de impuestos a los organismos competentes, necesita que el departamento de ventas y operaciones facilite todas las ventas y servicios vendidos, enmarcados en facturas y comprobantes respectivos.

2.5 ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL PASANTE.

El pasante durante el lapso de pasantías realizó en el área administrativa las siguientes actividades:

- ❖ Facturación de los servicios de boletería y reservación de alojamiento.

- ❖ Solicitud de facturas a distintos hoteles o alojamientos turísticos.
- ❖ Solicitud de tarifas vigentes por servicios de alojamiento.
- ❖ Realización de voucher de pago por servicio de alojamiento
- ❖ Elaboración de registro de entrada y salida de pasajeros (fechas in-out), con el fin de llevar un control de las ventas y los pasajeros.

A continuación descripción de las actividades antes mencionadas:

2.5.1 Facturación de los servicios de boletería y reservación de alojamiento.

En toda empresa de servicios, es necesario crear un comprobante legal de transacciones entre la empresa y el cliente. A este comprobante se le llama factura, en él se encuentran los datos fiscales de la empresa, la fecha, número de factura, datos del cliente y datos de la compra o venta de servicios y este sirve para avalar el derecho al servicio. Además para la empresa es importante llevar el control para la declaración del impuesto requerido por el órgano competente SENIAT, por lo que es importante que cada factura este visible y tenga todos los datos claros suministrados.

El pasante durante el lapso de pasantías, realizó facturas de servicios, que luego de realizarse, se escanean y se envían al contador para llevar el control de la empresa. Para la realización de una factura es necesario una venta, de tal venta se emiten dos facturas, una donde se relaciona el monto y el servicio, y otra donde se desglosa la comisión por dicha venta. Figura N° 3 y N° 4.

Figura N° 3. Ejemplo de facturación, factura de venta de boletos aéreos nacionales en la agencia Beach Vacation Tours.

CLIENTE: Carmen Ontivero RIF o C.I.N°: 6.352.382 Dirección: Caracas
--

Condición de pago: **CONTADO**

Código	Descripción	Cantidad	Total en BS.
0099897	Boletos Aéreos RT CCS-PMV-CCS Venta por cuenta de terceros según art. 10 ley del IVA.	1pax	1.258,04
		TOTAL	1.258,04

TOTAL DE ESTA FACTURA: Mil doscientos cincuenta y ocho con 04/100.

Forma de Pago	Contado
Fecha:	17/02/2014
Recibido por :	María N Fois
Firma:	

Nota: No hay devolución de dinero bajo ningún concepto, la no asistencia al programa se considera No Show.

Fuente: Datos suministrados por la agencia.

Este tipo de factura es solo para uso de la empresa, se imprime y se archiva para soporte legal ante el Seniat, se emplea para todos los servicios venta de boletos, reservaciones, excursiones etc. Se envía al contador de forma digitalizada para llevar el control de las ventas y hacer los respectivos ejercicios contables.

Figura N° 4. Factura de comisión por concepto de venta de boleto.

CLIENTE: Carmen Ontivero RIF o C.I.N°: 6.352.382 Dirección: Caracas
--

Condición de pago: **CONTADO**

Código	Descripción	Cantidad	Total en BS.
0099897	Comisión Agencia por Servicio Boletos Aéreos RT CCS-PMV-CCS Venta por cuenta de terceros según art. 10 ley del IVA	1pax	171,55
		TOTAL	171,55

TOTAL DE ESTA FACTURA: Ciento setenta y uno con 55/100.

Forma de Pago	Contado
Fecha:	17/02/2014
Recibido por :	María N Fois
Firma:	

Nota: No hay devolución de dinero bajo ningún concepto, la no asistencia al programa se considera No Show.

Fuente: Datos suministrados por la agencia.

2.5.2 Solicitud de facturas en hoteles y posadas.

Luego de vender un servicio de reserva de alojamiento, se le entrega al cliente una factura o Voucher de servicio (Figura N° 8), el cliente se dirige al hotel, entrega el Voucher y disfruta su estadía. Luego el hotel genera una factura, que corresponde a la agencia, dicha factura es retirada personalmente por la Gerente de la empresa, detallando los servicios comprados por la agencia. Cabe destacar que en repetidas ocasiones el pasante fue enviado a retirar dichas facturas. Figura N° 5.

Figura N° 5. Solicitud de Facturas

	HOTEL PORTOFINO, C.A. J-30868048-6	Factura pro-forma No 241033
		Fecha 05/03/2013
		Grupo BEA
		Entrada 19/04/2013
		Salida 22/04/2013
BEACH VACATIONS TOURS C.A AV.JOVITO VILLALBA CERCA DE LA IGLESIA SECTOR LOS ROBLES. PORLAMAR	J-31040894-7 0295/2629689/922	

NOMBRE	Noc.	N° Hab.	Tipo	Pax	NiN	INF	Tarifa x Dia	Total
ARAY YANEXIS	3	1	C	2	0	1	990,00	
Totales		1		2	0	1		2.970,00

Fuente: Datos suministrados por la agencia.

2.5.3 Solicitud de tarifas vigentes por servicios de alojamiento.

En la agencia de viajes Beach Vacation Tours, cada asesor de viajes tiene una carpeta con las tarifas de los hoteles y posadas de la isla de Margarita y algunos destinos a nivel nacional. Estas tarifas refieren los precios de los servicios de hospedaje, detallados por tipo de habitación, tipo de cliente (niño, adulto, anciano) y tiene una fecha de vencimiento. Las tarifas sufren cambios repentinos según las políticas de cada hotel, y entorno a la oferta y la demanda, como factores que rigen las temporadas anuales (altas y bajas). Es por ello que la agencia debe velar y asegurarse de la vigencia y autenticidad de las tarifas, para dar al cliente una información veraz y garantizada.

Para adquirir las tarifas vigentes, se envía por correo una solicitud al hotel o posada de interés. Se considera transmitir un saludo cordial; luego se expone el requerimiento de dichas tarifas.

Una vez que la agencia recibe las tarifas, es necesario que sean impresas, firmadas y selladas, y reenviadas al hotel para hacer constancia de recibido, esto como acuerdo de ambas partes. Vale la pena destacar que la agencia siempre hace un monitoreo de las tarifas aun cuando han sido recibidas y estén en periodo de vigencia, esto se hace vía telefónica directamente con el proveedor de servicios, cada vez que sea necesario corroborar una venta. Figura N° 6

Figura N° 6. Solicitud de tarifas por correo electrónico



Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por la agencia.



Compañía: Hotel Tibisay Beach Resort 2010 C.A.

Hotel: Tibisay Hotel Boutique Margarita

Avenida Albornoz Marriquet Con Calle Camaron, Playa Moreno M-14

Uto Margarita- Edo. Nueva Esparta - Venezuela.

Tel.: +58-295-500.07.00

Temporada: 21.12.2013 15.07.2014

Moneda: Bs. F



Tour Operator: BEACH VACATION TOURS CA

Contactos: ANDREINA CAROZZA

Dirección: AVE JOVITO VILLALBA, CC GILBERTO MENCINI

NIVEL PB, LOCAL 9, URB LOS ROBLES

Tlf.:

Fax:

Email: beachvacationtours@gmail.com

RIF: J31454926

Precios Netos Mayoristas

Capacidad de Habitaciones	
Tipo de Habitación	Plazas
Room Deluxe Balcony (1 cama Mat.)	1
Jr. Deluxe (2 camas Mat.)	4
Jr. King (1 cama King)	2
Boutique Suite (1 cama king + 1 sofa)	3
Jacuzzi Suite (1 cama king + 1 sofa)	3

4 ADULTOS DEBEN TOMAR 2 HABITACIONES DOBLES

CUADRO DE TEMPORADAS

BAJA (2)			
DESE	HASTA	DESE	HASTA
21/12/2014	11/01/2015	12/01/2015	12/02/2015
13/02/2015	17/02/2015	18/02/2015	26/03/2015
27/03/2015	05/04/2015		

Políticas de Niños

De 0 a 5 años	Gratis
De 6 en adelante se cobra como pax adicional	

PAX ADICIONAL

Temporada alta/baja	650
---------------------	-----

Minimo de Noches

Navidad y Fin de Año	3 noches
----------------------	----------

Tarifas Netas Por Noche

Tipo de Habitación	1		2	
	ALTA	BAJA	ALTA	BAJA
Room Deluxe Balcony	Bs. 3.904,00	Bs. 2.928,00	Bs. 5.464,00	Bs. 4.488,00
Jr. Deluxe SGL o DBL	Bs. 5.016,00	Bs. 4.040,00	Bs. 6.832,00	Bs. 6.296,00
Boutique Suite SGL o DBL	Bs. 8.100,00	Bs. 7.416,00		
Jacuzzi Suite SGL o DBL				

2.5.4 Realización de voucher de pago por servicio de alojamiento.

Este voucher de pago por servicio de alojamiento es un documento acreditativo otorgado por la agencia al cliente que solicitó la reserva de alojamiento; esta constancia es cancelada por la agencia al hotel sin la comisión de venta. El cliente presenta dicha constancia al proveedor de servicio hotelero para poder acceder al disfrute del mismo.

Para realizar el voucher de pago, la empresa tiene un formato ya elaborado. Solo se llenan los espacios en blanco con los datos necesarios, tales como: Hotel, cantidad de adultos, fechas in y out, tipo de habitación, cantidad de noches, tipo de plan, entre otros.

Es importante destacar que la agencia de viajes en su función intermediaria, actúa entre el proveedor de servicios (hotel), y el consumidor (turista) en su defecto, el hotel ofrece a la agencia un precio comisionable al 10%, que luego la agencia ofrece al turista. Una vez consolidada la venta, el turista le paga a la agencia y la agencia al hotel, es por ello que se emite el voucher para avalar el servicio de hospedaje. Figura N° 8.

2.5.5 Elaboración de registro de entrada y salida de pasajeros (fechas in-out).

La agencia Beach Vacation Tours posee una pizarra donde de forma visible, están anotadas las ventas del mes corriente y futuras. En ella se refleja el nombre del pasajero, número de pasajeros (pax), tipo de servicio solicitado, fecha de entrada y salida al hotel, fecha de boletos aéreos, y si posee servicio de traslados, se incluye el nombre del chofer asignado; todo esto se realiza con el fin de llevar un control de las ventas y los pasajeros. Además se lleva el mismo registro digitalizado en un archivo Word, y en un cuaderno personal para así identificar qué agente realizó la venta, garantizando que el servicio brindado por la agencia sea cumplido a

cabalidad. De igual forma es un control para definir la comisión por venta para cada uno de los agentes. Cuadro N° 3

Figura N° 8. Factura de hotel

 BEACH VACATION TOURS VT: 2702 - RTN: 07078 Centro Artesanal Gilberto Menchini, Local # 2 Pampatar - Isla Margar Venezuela Tel: +58 (295) 2629689 Cel: +58 (414)255124 RIF: J-21154492-6	VOUCHER DE SERVICIO N° 2021	
	Sres.: Punta Palma	
	Sirva prestar los siguientes servicios a nuestro distinguido Cliente:	
	Sr. /Sra.: Claudia Herrera	ADL: 1
	Fecha IN: 14/02/2013 Fecha OUT :16/02/2014	LOC: 153314
Tipo de Habitación: Sencilla Vista a la Montaña Cantidad de Noches: 2		
Plan: Todo Incluido		
Confirmado por: Ingrid Paruta Firma y Sello:		

www.beachvacationtours.com / e-mail: beachvacationtours@yahoo.com

- ✚ Debe estar en el aeropuerto al menos 2 horas antes del vuelo, para vuelos nacionales y 3 horas para vuelos internacionales.
- ✚ En caso de emergencia, de pérdida, retraso o cambio de vuelo llamar a 0414+2551247; 0412+3548778 o 0416-6864679
- ✚ Comunicarse con el chofer al momento de abordar el avión para reconfirmar su traslado. El chofer le será asignado 72 horas antes de su viaje

Recordamos a todos nuestros clientes que la hora de entrada al hotel es a partir de las 15:00, mientras que la hora límite de salida será hasta las 12:00.
IMPORTANTE

Es imprescindible la presentación del Voucher de la Agencia al momento del check in

POLITICAS DE NO SHOW Y CANCELACIONES:

En caso de No Show, en temporada alta y fines de semana, la penalización será por el valor de TODA LA ESTADIA, y de (1) noche en temporada baja.

Las reservaciones canceladas con menos de cuatro (4) días antes de la llegada al hotel en temporada baja, tendrán una penalización de una (1) noche de estadía de acuerdo al tipo de habitación contratada y al número de pax.

Elaborado por: Katiushka da Silva.

Fuente: Datos suministrados por la agencia.

Cuadro N° 3. Registro de Entrada y Salida de pasajeros

Registro de entrada y salida de pasajeros								
Pasajeros		Hotel	Fecha In	Hora In	Fecha Out	Hora Out	Chofer	Status de Pago
1	Carlos Nava	Portofino	15/11	3:00pm	19/11	1:00Pm	Carlos González	cancelado
2	Jennifer Alfonzo	Hesperia Playa	25/11	3:00pm	27/11	12:00m	Javier Manrique	cancelado
3	Daniel Lozano	Kokobay	19/11	3:00pm	21/11	2:00pm	N/A	cancelado

Fuente: Elaboración propia con información extraída de la agencia de viajes.

CAPÍTULO III



DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS Y OPERACIONES

3 Departamento de Ventas y Operaciones

El departamento de Ventas y Operaciones está integrado por un grupo de actividades dinámicas, bajo estrategias tácticas que diariamente deben ser desarrolladas en la empresa. Estas actividades están destinadas a la venta de los servicios que ofrece la empresa, actuando como motor impulsador, del crecimiento y continuidad de la empresa en el mercado turístico. En él se concentra la esencia de la empresa; en el caso de la agencia de viajes Beach Vacation Tours, se manejan los servicios de ventas de boletos aéreos nacionales e internacionales, atención personalizada al cliente (en el aeropuerto, hotel y transfer), reserva de alojamiento, entre otros.

3.1 Importancia del departamento de Ventas y Operaciones.

Cabe destacar que este departamento trabaja en función de las ventas y producción de la empresa, lo cual adquiere gran importancia porque generará los ingresos económicos dentro de la agencia y a su vez permitirá medir los resultados esperados en cuanto a factor económico, y producción por empleado. De igual manera es necesaria la existencia de una buena vinculación entre el departamento Administrativo y éste, ya que ambos plantean metas en conjunto, y sirven de sinergia entre ellos para el desarrollo productivo de la organización.

El Departamento de Ventas y Operaciones también se basa en proyectar buenas promociones al cliente, respaldándolas con experiencias adquiridas y técnicas empleadas acorde con el producto que se desea vender, para generar interés y lograr captar nuevos clientes, a su vez fidelizando lo perteneciente a la cartera regular de la agencia.

3.2 Objetivos del departamento de Ventas y Operaciones

La mejor estrategia para el desarrollo y avance de una empresa, es el planteamiento de objetivos, de esta forma sus empleados trabajan con una visión clara de lo que se quiere alcanzar y de qué manera trabajar en conjunto para lograrlo. Los objetivos del departamento de ventas y operaciones de la agencia de viajes Beach Vacation tours son:

- ✓ Generar una constante atracción del cliente, a través de redes sociales, cadenas de comunicación y página web.
- ✓ Estar al tanto de las innovaciones y las actuales exigencias de los turistas para crear paquetes y promociones destinadas a satisfacerlas.
- ✓ Dar el mejor servicio y la mejor atención al cliente para generar preferencia y permanencia en el tiempo.
- ✓ Proyectar resultados relevantes para la captación de otros mercados.
- ✓ Subcontratación o acuerdos con prestadores de servicios de transporte turístico terrestre.
- ✓ Contactar proveedores de servicios en el área de alojamiento y líneas aéreas.

3.3 Funciones del departamento de Ventas y Operaciones

El departamento de Ventas y Operaciones, como todos los departamentos que integran una empresa, tiene funciones que deben realizar para alcanzar el equilibrio, funcionamiento y permiten alcanzar los objetivos planteados. En la agencia Beach Vacation Tours se tiene que las principales funciones del departamento de Ventas y Operaciones son:

- ✓ Realizar estudio del mercado.
- ✓ Establecer contacto con intermediarios.
- ✓ Vender los productos y dar un respectivo seguimiento para garantizar el mejor servicio.

- ✓ Promocionar nuevos destinos y circuitos turísticos.
- ✓ Atender las necesidades del cliente.
- ✓ Crear nuevas ideas para generar ingresos a la empresa.
- ✓ Ofrecer la mejor atención personalizada al cliente.
- ✓ Programar y planificar el trabajo del día.

3.4 Estructura organizativa del departamento de Ventas y Operaciones

Por las características organizacionales y tamaño de la empresa, este departamento está representado por una persona a cargo (como gerente nominal y asesor de viajes), un asesor de viajes y en apoyo a las funciones se encuentra la Administradora, que también funge actividades de asesor de viajes.

3.5 Procedimientos de las actividades realizadas por el pasante

Durante la ejecución de las pasantías se observaron distintas actividades operativas, relacionadas con excursiones y transfer:

- Monitoreo del correo Gmail.
- Captación de nuevos clientes, cajas de ahorro a través de la red social Facebook, y por correo electrónico Gmail.
- Atender las solicitudes de los clientes.
- Contactar con proveedores de servicios de alojamiento y transportes, para verificar disponibilidad.
- Adiestramiento para el manejo de los sistemas de reserva Sabre y Kiu.
- Reserva de boletos aéreos nacionales e internacionales.
- Responder cotizaciones solicitadas.
- Reservación de alojamiento, de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Diseño de promociones, excursiones y paquetes turísticos en digital.
- Elaboración de tarifario comisionable.

3.5.1 Monitoreo del correo Gmail

Como parte de las actividades frecuentes ejecutadas por el pasante se encuentra el revisar diariamente el correo electrónico de la agencia de viajes (beachvacationtours@gmail.com), con el fin de chequear las solicitudes enviadas por los clientes a la empresa vía electrónica. De igual manera, mediante esta red se mantiene un control de los proveedores y la organización de todas las actividades turísticas realizadas o por hacer en la empresa, por ejemplo: invitaciones a convenciones y eventos turísticos, o compromisos adquiridos por la empresa, así como también dar respuesta a las solicitudes e inquietudes del cliente, tales como cotizaciones, disponibilidades aéreas y/o hoteleras, paquetes disponibles. Una vez actualizado el status de las solicitudes, se informaba a la Administradora o a la Asesora de Viajes, para tomar las decisiones y dar respuesta oportuna a cada uno de los casos.

3.5.2 Captación de nuevos clientes

Durante el tiempo de pasantías el pasante realizó actividades relacionadas con la captación de nuevos clientes. La Gerente General solicitó contactar a nuevos clientes, a través del envío de invitaciones y promocionar las características de la agencia en la red social Facebook, además de buscar en Google la información de cajas de ahorro de empresas grandes en el país para hacer el contacto directo vía telefónica o por correo electrónico Gmail.

Cuadro N° 4

Cuadro N° 4. Información entregada a la Gerencia sobre las cajas de ahorro a contactar.

CAJAS DE AHORRO			
NOMBRE	INSTITUCION	TELEFONO	CORREO
CACRETE	Caja de Ahorro y Crédito Nacional de los Trabajadores Educativos	0212-264.7221	
SUDECA	Superintendencia de Cajas de Ahorro	0212-802.5064	Sudeca-legal@mpf.gov.ve
CIANZ	Centro de Ingenieros del Estado Anzoátegui	0281-281.0692	Ingenierosanzoategui@cantv.net
CAPOJUD	Caja de Ahorros Poder Judicial	0212-655.2500	contactenos@capojud.com
CAPSEOJ	Caja de Ahorro y Previsión Social de los Empleados, Obreros y Jubilados del Poder Electoral	0212-482.5487	infocapseoj@capseoj.com
CAEL	Colegio de Abogados del Estado Lara	0251-231.4310	caelara@cantv.net
CAPJV	Caja de Ahorros y Préstamos de los Jueces de Venezuela	0212-285.7440	info@juecesdevenezuela.com.ve

Fuente: Elaboración propia con información extraída de la empresa.

Este proceso de captación de nuevos clientes, no manifestó ser muy productivo debido a que, nunca hubo respuesta a los correos enviados durante el período de pasantías, sin embargo; la agencia de viajes posee convenios con dos (2) cajas de ahorros a nivel nacional, las cuales fueron contactadas directamente por la Gerente General de la empresa.

3.5.3 Atender las solicitudes de los clientes

En esta actividad el pasante recibió llamadas al teléfono local de la agencia para atender solicitudes de los clientes, tales como: consulta de disponibilidad en vuelos nacionales e internacionales, reservas, disponibilidad de transporte, alquiler de vehículos, reservación de hoteles y actividades fuera de las funciones establecidas.

3.5.4 Contactar con proveedores de servicios de alojamiento y transporte para verificar disponibilidad.

Antes de ofertar cualquier servicio se hizo necesario verificar la disponibilidad de cada proveedor. Comenzando por la solicitud de reservas de boletos aéreos, primero se verifica la disponibilidad de vuelos para fechas determinadas, horas de salida y llegada, y aerolíneas disponibles, todo esto a través de los sistemas globales Sabre y Kiu, luego se constata la disponibilidad de los proveedores de servicio de transporte para realizar transfer in y out en las fechas correspondientes, a través de la vía telefónica.

También se toman en cuenta los hoteles a ofertar, primero se debe chequear el tarifario para verificar la vigencia de precios, y luego contactar vía telefónica al proveedor de servicio (hotel) para consultar la disponibilidad de las habitaciones, o simplemente se pide un *Stop sale* vía correo electrónico. El *Stop sale* es una agenda por mes, donde están marcados en rojo los días que el hotel está lleno y los días que el hotel está disponible queda en color blanco. Figura N° 9

Figura N° 9. STOP SALE



Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa.

3.5.5 Adiestramiento para el manejo de los sistemas de reserva Sabre y Kiu.

Durante la primera semana de pasantía, el pasante fue instruido en el manejo y la forma de hacer una reserva de boleto aéreo en ambos sistemas de reserva, a través del asesor de viajes y gerente Claudia Toro, y a lo largo de las pasantías se manifestó un mayor aprendizaje debido a la experiencia obtenida. La Gerente General propuso al pasante iniciar un curso técnico de

reservaciones en Sabre y Kiu, sin embargo no se llegó a concretar dicho entrenamiento. Es importante señalar que dentro de los conocimientos adquiridos, se logró precisar que Sabre es utilizado para reservar boletos internacionales, y algunos destinos y aerolíneas nacionales, y Kiu mayormente es utilizado para reservar boletos aéreos nacionales.

3.5.6 Reserva de boletos aéreos nacionales e internacionales.

3.5.6.1 Sistema Global Sabre

Para iniciar en el sistema Sabre, primero se ejecuta el programa, seguido de esto, se introduce la respectiva clave de usuario. Luego que cargue abrirá una ventana azul, donde se introduce otra clave del sistema; finalmente se introduce un tercer código alfanumérico de 7 dígitos, que apertura completamente y conecta el sistema a la red. Para realizar una reservación se introduce primero la fecha de viaje y los destinos de salida y llegada, por ejemplo:

115NOVPMVCCS.

El número uno (1) es constante, 15NOV es la fecha de viaje, PMV (Código IATA de la ciudad de Porlamar) y CCS (código IATA de la ciudad de Caracas). Luego en pantalla aparecen 7 segmentos de vuelo, cada uno con horas distintas, las aerolíneas que realizan vuelos a ese destino en esa fecha, la disponibilidad de clases y el modelo del avión. Se debe seleccionar el segmento más conveniente a los requerimientos del cliente. Ejemplo:

01Y1

Figura N° 10. Reservación en Sistema global Sabre 1

```

123DEC PMVPZO«-----> Fecha      y
23DEC  TUE      PMV/2-4.5      PZO/¥0
1R7  971  Y7  S0  B0  H0  K0  L0*PMVPZO 1610 1700 M83 S 0 X6 DCA /E
      M0  V7  X0  T0  W7  R4  E5  O5
2V0 2352  Y  U  B  H  M  K *PMVPZO 0810 0910 E90 S 0 X6 /E
      Q  V  N  X  S  T  O  L
3V0 2358  Y  U  B  H  M  K *PMVPZO 2140 2240 E90 S 0 X6 /E
      Q  V  N  X  S  T  O  L
4R7  784  Y0  S0  B0  H0  V0  X0 PMVCCS 1240 1330 M83 S 0 X7 DCA /E
      T0  W0  R0  E0  O0  U
5R7  745  Y7  S0  B0  H0  V7  X0      PZO 1600 1700 M83 S 0 X7 DCA /E
      T0  W7  R1  E5  O5  U
V0 - CALL DIRECT
* - FOR ADDITIONAL CLASSES ENTER 1*C.
01Y1«
1 R7 971Y 23DEC 2 PMVPZO SS1 1610 1700 /DCR7 /E
NAME CHG NOT ALLOWED FOR R7-Y FARECLASS.
115JANPZO PMV«
15JAN  THU      PZO/2-4.5      PMV/¥0
1R7  970  Y7  S7  B7  H5  V7  X0 PZO PMV 1110 1200 M83 S 0 X7 DCA /E
      T0  W7  R5  O5
2V0 2353  Y  U  B  H  M  K *PZO PMV 0950 1050 E90 S 0 X6 /E
      Q  V  N  X  S  T  O  L
3V0 2359  Y  U  B  H  M  K *PZO PMV 2320 0020¥1 E90 S 0 X6 /E
      Q  V  N  X  S  T  O  L
4R7  971  Y7  S5  B4  H3  K0  L0*PZOBLA 1745 1815 M83 S 0 X6 DCA /E
      M0  V7  X0  T0  W7  R5  E5  O5
59V 1107  J0  D0  Y7  B0  H0  O0      PMV 2100 2145 732 0 X7 DCA /E
      Q0
V0 - CALL DIRECT
* - FOR ADDITIONAL CLASSES ENTER 1*C.
01Y1«

```

Fuente: Elaboración propia con información extraída del sistema Sabre.

El cero (0) es una constante, el uno (1) es el número de pasajeros, la Y es la clase ejecutiva y el uno (1) es el número de segmento de vuelo seleccionado. Lo siguiente es registrar el pasajero y se hace colocando un guion (-) seguido del apellido y luego el nombre del pasajero, por ejemplo:

-Toro/Carmela

El siguiente paso es registrar la cédula de identidad, por ejemplo

3FOID/NI CIV19853364

3FOID/NI es una constante, CIV significa cédula de identidad venezolana, en el caso de una persona extranjera se realiza de la siguiente manera: 3FOID/NI CIE (Cédula de identidad extranjera) seguido del número de cédula.

Figura N° 11. Reservación en Sistema global Sabre 2

```

01Y1«
2 R7 970Y 15JAN 4 PZOPMV SS1 1110 1200 /DCR7 /E
NAME CHG NOT ALLOWED FOR R7-Y FARECLASS.
*A«
NO NAMES
1 R7 971Y 23DEC 2 PMVPZO SS1 1610 1700 /DCR7 /E
2 R7 970Y 15JAN 4 PZOPMV SS1 1110 1200 /DCR7 /E
XB3C.AF8F*AIM 1121/13NOV14
-TORO/CARMELA«*
3FOID/IDVCI19853364«*
9PMV 04248672168 PAX«*
9PMV 02952620937 AGENCIA BVT«*
WPNCB«
23DEC DEPARTURE DATE-----LAST DAY TO PURCHASE 14NOV/1252
      BASE FARE          TAXES/FEES/CHARGES      TOTAL
1-  VEF2603.88          111.64XT      VEF2715.52ADT
      XT      85.60AK      26.04EU          111.64      2715.52TTL
ADT-01 YVE BVE
      PMV R7 PZO1429.13R7 PMV1174.75VEF2603.88END
NONEND/NONREF/NONTRANS/ONLY R7
VALIDATING CARRIER - R7
BAGGAGE INFO AVAILABLE - SEE WP*BAG
1 R7 971Y 23DEC 2 PMVPZO SS1 1610 1700 /PENDING /E
2 R7 970B 15JAN 4 PZOPMV SS1 1110 1200 /PENDING /E
.
PQ«
PRICE QUOTE RECORD RETAINED
  
```

Fuente: Elaboración propia con información extraída del sistema Sabre.

Para establecer el tiempo límite se introduce el siguiente código:

7T-AW

7T-AW (es una constante). Las reservas tienen un tiempo límite para ser emitidas, si antes de este no se cancela y emite el boleto, la reserva se pierde. El tiempo generalmente es de un día hábil, hasta el siguiente a las 5 p.m.

Para continuar la reserva es necesario registrar un número de contacto del cliente y se hace de la siguiente manera:

9PMV04248672168

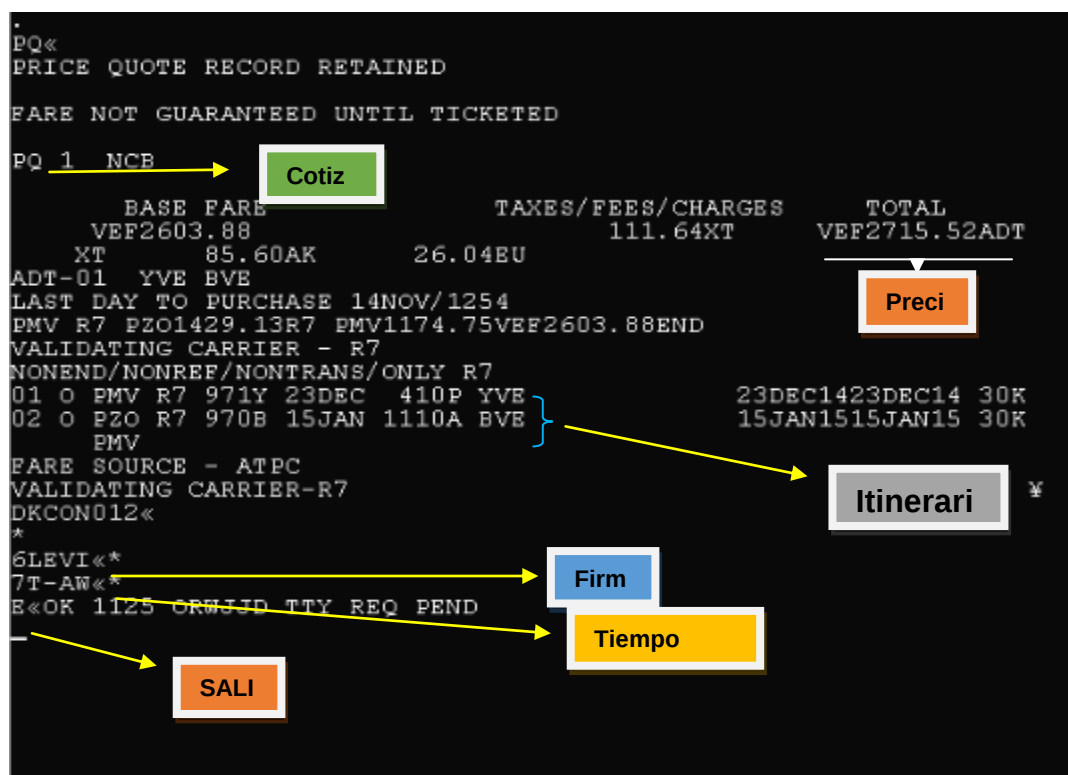
9PMV es una constante seguida del número telefónico celular o local. Luego se introduce la cotización a través del código

WPNCB

WPNCB (es una constante), para conocer el precio del boleto. Hasta este punto, solo se necesita verificar toda la información de la reserva

introduciendo *A. Luego se introduce PQ para seleccionar la tarifa, DKCON012 y 6Levi para firmar la reserva (destaca al asesor de viajes, quien realiza la reserva). A este nivel la reserva está completa, y si los datos están todos correctos al momento de introducir la firma el sistema arroja un código llamado localizador. Este localizador es enviado a un agente de viajes dentro de la empresa aliada Mazzocchi para ser emitido. Luego el boleto es enviado por correo electrónico a la agencia y antes de ser entregado al cliente se modifica el boleto, borrando el precio del sistema, para poder agregar el *service fee* y dar el precio conveniente.

Figura N° 12. Reservación en Sistema global Sabre 3



Fuente: Elaboración propia con información extraída del sistema Sabre.

3.5.6.2 Sistema de reserva Kiu

Al igual que el sistema global Sabre, el sistema Kiu requiere de tres contraseñas antes de entrar a la red. Para realizar una reserva, primero se introduce el código integrado de la fecha y los destinos de viaje, por ejemplo

115NOVPMVCCS

Luego se selecciona el segmento de vuelo acorde con el requerimiento del cliente, tomando en cuenta la aerolínea y hora de viaje, por ejemplo

01Y2

El cero (0) es una constante, el 1 es número de pasajeros, la Y clase ejecutiva y el 2 es el número del segmento de vuelo. Seguido de esto se registra el pasajero de la siguiente manera:

-APELLIDO/NOMBRE .NI19526482

A diferencia del sistema Sabre, en el mismo comando se incluye el número de cédula con el nombre y apellido. Se registran los números de contacto telefónico, por ejemplo

9PMV 04248594562 PAX

Pasajero (Pax) indica el número de teléfono del pasajero, luego se introduce la fecha límite de la siguiente manera:

8X1700/16NOV

8X1700 es una constante, seguido de la fecha límite. Es importante destacar en cuanto a la fecha límite siempre debe ser el día siguiente, ejemplo si se hace la reserva un día 15 de noviembre, la fecha límite a introducir entonces sería 16 de noviembre, luego se coloca WS para cotizar el precio, y *A para verificar la información de la reserva completa, se introduce la firma del asesor: 6LEVI. Si toda la información está completa y correcta al introducir la firma, el sistema arroja un localizador de 6 dígitos.

Para emitir, primero se abre la reserva escribiendo asterisco seguido del código localizador, ejemplo: *HEMSHS, al hacer esto se abre la reserva y se

Para graficar lo anteriormente descrito ver las siguientes figuras.

1233JANPMVCCS
 ** KIU@ AVAILABILITY ** TO CCS/CARACAS, VENEZUELA FRI 23JAN15 H0000 70D
 1 QL 901 Y9 BC KC LC M3 S6 RC PMV CCS 06:00 06:50 0 M81 5 0:50
 2 E48010 Y0 SC PMV CCS 06:30 07:15 S 0 732 45 0:45
 3 QL 903 Y9 BC KC LC MC S2 RC PMV CCS 09:00 09:50 0 M81 5 0:50
 4 VH 301 Y9 B1 M1 V0 X1 U5 PMV CCS 09:30 10:15 S 0 M82 D 0:45
 5 E48012 Y0 SC PMV CCS 10:00 10:45 S 0 732 5 0:45
 6 E48014 Y0 SC PMV CCS 13:30 14:15 S 0 732 57 0:45
 7 5R1303 Y9 V0 N0 X0 T0 O9 W0 PMV CCS 13:50 14:30 S 0 737 X67 0:40
 8 VH 307 Y9 B0 M0 V1 X0 U6 PMV CCS 14:25 15:10 S 0 M82 X23 0:45
 9 VH 309 Y9 B1 M1 V1 X1 U8 PMV CCS 17:15 18:00 S 0 M82 1457 0:45
 1* MORE FLIGHTS
 01Y1
 1 QL901 Y 23JAN FR PMVCCS SS1 0600 0650 Segment
 125JANCCSPMV
 ** KIU@ AVAILABILITY ** TO PMV/PORLAMAR, VENEZUELA SUN 25JAN15 H0000 72D
 1 VH 300 Y9 B1 M1 V1 X1 U9 CCS PMV 08:15 09:00 S 0 M82 X23 0:45
 2 VH 302 Y9 B1 M1 V1 X1 U1 CCS PMV 09:40 10:25 S 0 M82 1457 0:45
 3 E48013 Y0 SC CCS PMV 11:45 12:30 S 0 732 7 0:45
 4 VH 304 Y1 B1 M0 V1 X1 U1 CCS PMV 12:30 13:15 S 0 M82 D 0:45
 5 QL 914 Y9 BC KC LC M2 S5 RC CCS PMV 12:30 13:25 S 0 M81 7 0:55
 6 E48015 Y0 SC CCS PMV 15:30 16:15 S 0 732 7 0:45
 7 5R1304 Y1 V0 N0 X0 T0 O1 W0 CCS PMV 16:20 17:00 S 0 737 7 0:40
 8 OL 908 Y9 BC KC LC M3 S6 RC CCS PMV 16:30 17:20 0 M81 7 0:50
 9 5R1322 Y9 V0 N0 X0 T0 O9 W0 CCS PMV 18:45 19:25 B 0 737 7 0:40
 1* MORE FLIGHTS
 01Y5
 2 QL914 Y 25JAN SU CCSPMV SS1 1230 1325
 -PRADO/MARIA .IDCIV 19853364
 OK
 9PMV 02952629685 AGENCIA
 PMV 02952629685 AGENCIA
 9PMV 041685336521 PAX
 PMV 041685336521 PAX
 8X1700/15NOV
 TX PMV 1700/15NOV SAT
 6LEVI
 OK
 E
 WNMYPW

3.5.7 Responder cotizaciones solicitadas.

60

boletos aéreos y traslados, excursiones, precios e inquietudes en torno a este tema.

La cotización de boletos aéreos puede ser atendida de manera personal en la agencia de viajes, vía telefónica o mediante correo electrónico. Parte de la experiencia vivida en esta área permitió conocer el proceso de reservación y venta mediante solicitudes online. Ésta inicia a través de un correo por parte del cliente, especificando sus datos personales, tales como: nombre, apellido, cédula, fecha de viaje (in-out) y el destino que desean visitar. Si se trata de un itinerario de vuelos nacionales, se toma en cuenta que el sistema global Sabre permite ventas directas con las aerolíneas Conviaa, Rutaca, Aserca y el sistema de reservas Kiu, con el resto de las líneas aéreas (Laser, Estelar, Aeropostal, Venezolana, entre otras). Es importante destacar que, en la medida que se manejan los sistemas, se obtiene la experiencia que permite reconocer a que destino viaja cada aerolínea y cuál cumple con los requerimientos del cliente para hacer la cotización de forma rápida y eficaz.

Una vez hecha la reservación acorde a las exigencias de viaje del cliente y se obtiene la información del sistema, se da respuesta a través del correo electrónico Gmail de la agencia, con las especificaciones y precios incluidos. Es importante resaltar que la agencia no tiene un formato de cotización para boletos aéreos, es por ello, que el pasante aportó un formato en Excel para simplificar el trabajo y ayudar en la mejora de los servicios de la empresa, donde sólo se introducen los datos y el formato hace los cálculos automáticamente. Ver Figura N° 14

Figura N° 14. Cotización de Boletos Aéreos

*Porque las personas no hacen viajes...
los viajes hacen a las personas*



**BEACH VACATION
TOURS**

Rif. J31454492-6

DATOS DEL PASAJERO:		YAJAIRA			
FECHA:		05/05/2014			
AEROLINEA	FECHA DE VIA	DESTINO	CANT. PERSO	P/PERSONA	TOTAL
COPA	28-jul	CCS-CANCUN	2	38130 BsF	BsF. 76260
	09-ago	CANCUN-CCS			
TAME	16-may	CCS-BOGOTA	2	14785 BsF	BsF. 29569
	23-may	BOGOTA-CCS			
CONVIASA	16-may	CCS-BOGOTA	2	10460 BsF	BsF. 20920
	23-may	BOGOTA-CCS			

CONDICIONES

- *TARIFA AEREA DE NIÑOS Y TERCERA EDAD SUJETA A DISPONIBILIDAD
- * ESTA CORIZACIÓN NO GARANTIZA LA RESERVA
- * BOLETOS AEREOS EN RUTA SOLICITADA
- *Precios sujetos a cambio en vuelos especiales
- *TARIFAS SUJETAS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

REALIZADO F **LEVI SANTIAGO**

Fuente: Elaboración propia con información extraída de la empresa.

La solicitud de cotización de alojamiento turístico requiere de información precisa para respuesta inmediata. Para realizar la cotización se toma en cuenta el tarifario dado por los proveedores y se hacen los cálculos correspondientes. Figura N°15

Figura N° 15. Solicitud de cotización

Hola buenos dias, les escribo para solicitar una cotizacion para un fin de semana en el portofino, para una pareja, sin boletos aereos.

sin mas que agregar se despide:

Pedro Pacheco.

Saludos.

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por la agencia.

Se verifica en el tarifario el precio de las habitaciones dobles para esa fecha, luego se hace el siguiente cálculo: precio por noche por persona dividido entre el porcentaje correspondiente, si es un cliente nuevo se le aplica el 0.75% de comisión, si es caja de ahorro es de un 0.72%, y si es un cliente de confianza, familiar o allegados se calcula entre el 0.80% que equivale a un precio menor, de esta manera obteniendo el precio por noche por persona, luego este se multiplica por el número de noches, se multiplica por el número de personas y el resultado es el precio total a pagar por el disfrute de su requerimiento, por ejemplo: Precio $1000/0.80=1250 \times 2(\text{Noches})=2500 \times 2(\text{N}^\circ \text{Adultos})=5000 \text{Bs.F.}$ Ver el formato de cotización de alojamiento turístico de la agencia en la siguiente figura.

Figura N° 16. Cotización de alojamiento turístico



**BEACH VACATION
TOURS**

REV. 131454492-6

*Porque las personas no hacen viajes...
las viajes hacen a las personas*

VT- 2702 - RTN: 07078

DATOS DEL PAX:

FECHA DE VIAJE:

Hyokasta Camejo

09 AL 12 MAYO

TIPO DE ALOJAMIENTO											
TODO INCLUIDO											
HOTELES	NOCHES	ADT	CHD	INF	MENOR DE 1AÑO	TIPO DE HAB.	PRECIO P/ADT	PRECIO BOLETOS/T RASLADOS	PRECIO INFANTE 2-5AÑOS	PRECIO MENOR 1 AÑO	SUB-TOTAL
KOKOBAY	3	2				DOBLE	5.520,00	2400,00			15.840,00
TOTAL											15.840,00

HOSPEDAJE	X
BOLETOS	X
TRASLADO	X

CONDICIONES

*TARIFA AEREA DE NIÑOS Y TERCERA EDAD SUJETA A DISPONIBILIDAD

* ESTA CORIZACIÓN NO GARANTIZA LA RESERVA

Fuente: Elaborado con información de la agencia.

Es importante decir que en este formato preestablecido por la empresa, al momento de introducir los datos en el renglón precio por adulto, en la figura

anterior, el cálculo se hace manualmente fuera del formato, donde se divide el precio que arroja el tarifario entre el porcentaje de comisión, este resultado se multiplica por el número de noches y luego el dato es introducido en el renglón del precio por adulto en el formato. Se consideró poco productivo y un retraso para la eficacia del servicio, por lo tanto, se propuso por parte del pasante una reestructuración de la fórmula principal del formato para automatizar los cálculos, de manera que al llenar cada renglón se haga un cálculo inmediato y preciso de los datos introducidos.

También se observó que al momento de incluir el precio de boletos aéreos y traslados a la cotización se adiciona el cálculo a lo antes descrito en el renglón de precio por adulto, lo cual no es apropiado porque no se delata claramente el precio de cada servicio. Se propuso anexar nuevos renglones con la identificación de boletos y traslados, y reestructuración de las fórmulas, sin embargo no hubo respuesta positiva por parte de la empresa, ni se apreció el aporte por parte del pasante.

Para la cotización de excursiones la agencia Beach Vacation Tours no se cuenta con un formato, por lo tanto se hace el cálculo manual del precio entre el porcentaje de comisión, y es esta información la que se envía al cliente.

3.5.8 Reservación de Alojamiento

Para hacer la reserva del alojamiento, primero se envía un correo electrónico al hotel, detallando los datos, fecha in-out, cantidad de personas, tipo de habitación requerida, para consultar la disponibilidad.

Figura N° 17. Ejemplo de solicitud de reserva



Fuente: Datos suministrados por la agencia.

Si el hotel tiene disponibilidad para este requerimiento, se hacen los pagos correspondientes por transferencia bancaria, se envía el Voucher de pago, y luego el hotel envía un correo comprobante para constatar la efectividad de la reserva. Figura N° 18

3.5.9 Diseño de Excursiones

Se planificó, diseñó y ejecutó un programa de excursiones dirigido a un segmento de mercado deportivo, joven, en edades comprendidas entre veinte (20) y cuarenta(40) años, nacionalidad venezolana, teniendo como punto de origen turistas provenientes de Caracas, hacia las islas de Los Frailes, teniendo como punto intermedio base, la Isla de Margarita.

Figura N° 18. Ejemplo de respuesta de reserva por parte del hotel

Departamento de Reservas

Hesperia Playa El Agua****

Tel: 55-295-4007100

Entreplayas Pto. Viejo y Pto. Cruz

Fax: 55-295-4007185

Isla de Margarita, Edo Nva. Esparta

E-mail: reservas@notasreserva.com

Tel: 55-295-4007111

www.hesperia.com

E-mail: notasreserva@notasreserva.com

Estimado/a Sr/a

Reciba un cordial saludo en nombre de Hesperia Playa El Agua****. Es un verdadero placer enviarle la confirmación de su reserva que detallamos a continuación:

Número de reserva: 6357213

Nombre del cliente: HENSER CRISTIAN

Fecha límite de pago: 27.05.2014

Fecha de llegada	Fecha de salida	Noches	Personas	Tipo	Régimen
20.06.2014	22.06.2014	2	2+2	Habitación PREMIUM	Todo incluido

Precio Final: Bsf. 9,420.00

Check in: 3:00 pm - Check out: 12:00 m

El tipo de cama quedara sujeta a disponibilidad del Hotel.

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por la agencia.

La excursión tuvo un periodo de desarrollo de un día, con un servicio de hospedaje de fin de semana en el hotel Portofino en la Isla de Margarita. Esta excursión incluye el transfer in-out aeropuerto-hotel-aeropuerto, la fecha de llegada se pautó un viernes para entrar al hotel a las 4pm; luego el día sábado a las 7 am un taxi los traslada desde el hotel Portofino ubicado en Manzanillo, hasta Playa El Agua donde los espera el proveedor de servicios (Sr.

Ezequiel). A partir de ese momento, comienza la excursión de *snorkle* con el traslado marítimo hacia Las Islas Los Frailes, y una vez estando en el lugar se desarrollan dos (2) inmersiones, una desde las 8 a.m. hasta las 12 m, luego regresan a almorzar, y retornan a sumergirse de 2 p.m. a 4 p.m. de la tarde. Posteriormente regresan al hotel al final de la tarde, y el día domingo retornan a la ciudad de Caracas.

Figura N° 19. Excursión de Snorkle en los Frailes

BEACH VACATION TOURS

Buceo en LOS FRAILES

Valido hasta el 15 de Julio

Alojamiento Hotel Portofino

Incluye:

- 3 días 2 noches
- Habitación doble
- Desayuno almuerzo y cena
- Bebidas Nacionales
- Boletos Aéreos CCS-Portofino-CCS
- Traslados Aero-Hotel-Aero

Buceo en los Frailes

Incluye:

- Almuerzo
- Equipo de Buceo
- 2 Inmersiones al día

PRICE 8.945,00

FORNINO COMPA

Fuente: Elaboración propia.

3.5.10 Diseño de planes y paquetes turísticos

En cuanto al diseño de planes y paquetes turísticos se tomó en cuenta las fechas propuestas, para ir acorde con el tipo de temporada al que se

enfrenta la oferta, y se verifican los servicios más importantes para un plan o paquete turístico, tales como: boletos aéreos, traslados y alojamiento. Entre los planes y paquetes diseñados por el pasante se presentan los siguientes:

Figura N° 20. 1er Paquete elaborado por el pasante. Temática: Día del niño

¡Día del niño!

Este Día del Niño solo de 0 a 5 años
los niños entran gratis...
de 6 a 11 años pagan la mitad en cualquiera
de estos hoteles...

CONTACTANOS..
SOLICITA TU COTIZACION
APROVECHA!!

BEACH VACATION
Rif: 31454492-6

kolobay Hotel
Isla de Margarita

SUNSOL
Isla Caribe
Playa El Dorado - Isla de Margarita

LAGUNA MAR
HOTEL • RESORT • SPA

PALM BEACH
Caribbean Hotel
Isla de Margarita - Esmeralda

HESPERIA
Playa el Agua
★★★★

Centro Artesanal Gilberto Menchini, Los Robles, Local 9, Pampatar, Isla de Margarita, Nva. Esparta. BEACHVACATIONTOURS@GMAIL.COM, TELF.: 0295 – 262.96.89 Y 262.92.20.

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 21. 2do Paquete elaborado por el pasante. Temática:
Graduación

PAQUETE TODO INCLUIDO

PORTOFINO COMPLEX
ALL INCLUSIVE RESORT

Isla De Margarita
Solo para Graduandos

Disfruta 6 días/5 noches
Incluye

- *1 hospedaje Habitación Doble
- *Todas las comidas
- *Bebidas nacionales ilimitadas
- *Show de bienvenida, y fiestas nocturnas
- *Actividades Lúdicas y Deportivas

Valido del 08 al 13 de Agosto.

BsF 9375

Precio por persona

Centro Artesanal Gilberto Menchiri, Los Nobles, Local 2, Pampatar, Isla de Margarita, Nive, Esparta.
RPA-VA-CAT-ION-TURIS-MOS-MA-8-2018 0095 - 962 66 88 y 962 99 99

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 22. 3er paquete elaborado por el pasante. Temática: Fin de semana en margarita

FIN DE SEMANA EN MARGARITA

Centro Artesanal Gilberto Menchini, Los Robles, Local 9, Pampatar, Isla de Margarita, Nva. Esparta.
beachvacationtours@gmail.com, Telf.: 0295-262.96.89 y 262.92.20.

DEL 02 AL 04 DE MAYO
DESAYUNO, ALMUERZO Y CENA.
BEBIDAS NACIONALES ILIMITADAS
3 DIAS 2 NOCHES

PRECIO POR PERSONA BSF 2584
ACTIVIDADES DE RECREATIVAS

SAL DE LA RUTINA, DISFRUTA DEL MEJOR FIN DE SEMANA CON TU PAREJA, FAMILIA O AMIGOS.

o NO INCLUYE BOLETOS AEREOS.

"Porque las personas no hacen viajes, los viajes hacen a las personas"

ISLA MARGARITA

Fuente: elaboración propia.

Figura N° 23. 4to paquete elaborado por el pasante. Temática: Fin de semana en pareja.

*Porque las personas no hacen viajes...
Los viajes hacen a las personas.*

¿Necesitas una excusa para salir de la rutina?

FIN DE SEMANA EN PAREJA

- ✓ Habitación Doble o Sencilla
- ✓ Solo Desayunos
- ✓ Precio por pareja
- ✓ 3 días y 2 noches.
- ✓ Del 25 al 27 de abril

6834 Bts

Hotel Bella Vista
EL SEÑOR HOTEL DE MARGARITA

ISLA MARGARITA
Centro Ateneo, Edificio Maritim, Los Robles, Local 9, Papeete, Isla de Margarita, P.R.
Tel: 0295-262.98.69 y 262.92.20
Email: beachvacationtours@gmail.com

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 24. 5to paquete elaborado por el pasante. Temática: Plan
Margariteño



Isla de Margarita



**BEACH VACATION
TOURS**
Plan Margariteño

6Días/5Noches

Incluye:

- Alojamiento.
- Comidas/Bebidas alcohólicas y no alcohólicas ilimitadas.
- Boletos Aéreos
- Traslado. (Aero-Hotel-Aero)
- Precio por Persona.

Válido 01 al 31 de Agosto/2014

<i>Dunes</i> 16.249 Bsf. P/Pax 	<i>Portofino</i> 13.417 Bsf. P/Pax 	<i>Hesperia Isla Margarita</i> 19.375 Bsf. P/Pax 	<i>Hesperia Playa el Agua</i> 17.750 Bsf. P/Pax 
---	---	--	--

Centro Artesanal Gilberto Menchini, Los Robles, Local 9, Pamipatar, Isla de Margarita, Nva. Esparta.
 beachvacationtours@gmail.com, Telf.: 0295 – 262.96.89 y 262.92.20.

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 25. 6to paquete elaborado por el pasante. Temática: Promo Temporada Baja



BEACH VACATION TOURS

3 Días/2 Noches
Valida hasta 15 de Julio.

Elige el hotel de tu preferencia

HOTELES	PRECIO ADULTO	PRECIO NIÑOS 0 A 11 AÑOS
DUNES	3900 Bsf	1950 Bsf
ISLA CARIBE	3900 Bsf	1950 Bsf
PORTOFINO	3024 Bsf	1512 Bsf
KOKOBAY	3450 Bsf	1725 Bsf
PALM BEACH	3800 Bsf	1900Bsf

Centro Artesanal Gilberto Menchini, Los Robles, Local 9, Pampatar, Isla de Margarita, Nva. Esparta. beachvacationtours@gmail.com, Telf.: 0295 – 262.96.89 y 262.92.20.

Fuente: Elaboración propia.

3.5.11 Elaboración de tarifario comisionable

En la agencia Beach Vacation Tours, el pasante presencié una negociación en la que los gerentes de una asociación de profesores del estado Trujillo vinieron personalmente hasta la empresa a proponer un

convenio. Éste consistió en servirles de proveedores para ellos trasladar grupos desde el estado Trujillo a la Isla de Margarita, se propuso armar un tarifario comisionable al 10% para la venta de los servicios.

La agencia de viajes definió la tarifa base para el cálculo de los precios comisionables y se les propuso una tarifa global en relación al tarifario de los proveedores de alojamiento. Por su parte, la empresa adicionó su respectiva comisión de ventas y se acordó un rango de ganancia para los nuevos socios entre un 10% y un 15%.

Figura N° 26. Tarifario de servicios para Asociación de Profesores de Trujillo.

Tarifario Beach Vacation Tours C.A

***Tarifas Sujetas a Cambios Sin Previo Aviso.**

Isla de Margarita

Tarifa Valida Del 1 de Agosto al 15 de Septiembre

Hoteles	Tipo de Hab.	Precio por Adulto por noche	Precio por Niño o Infante.
Dunes	Sencilla	2.982,00 Bs.	(0 a 6 años no pagan hab.) (7 a 12 años pagan solo el 50%) De la hab. Seleccionada.
	Doble	2.660,00 Bs.	
	Triple	2.237,00 Bs.	
	Cuádruple	2.087,00 Bs.	
Portofino	Sencilla	2.710,00 Bs.	(0 a 6 años no pagan hab.) (7 a 12 años pagan solo el 50%) De la hab. Seleccionada.
	Doble	2.100,00 Bs.	
	Triple	2.100,00 Bs.	
	Cuádruple	2.100,00 Bs.	
Flamenco	Sencilla	1.985,00 Bs.	(0 a 6 años no pagan hab.) (6 a 12 años pagan solo el 50%) De la hab. Seleccionada.
	Doble	1.527,00 Bs.	
	Triple	1.375,00 Bs.	
	Cuádruple	1.375,00 Bs.	
Hesperia Isla Margarita	Sencilla	4.913,00 Bs.	(0 a 5 años no pagan hab.) (6 a 12 años pagan solo el 50%) De la hab. Seleccionada.
	Doble	3.275,00 Bs.	
	Triple	2.948,00 Bs.	

Hesperia Playa el Agua	Sencilla	4.425,00Bs.	(0 a 5 años no pagan hab.) (6 a 12 años pagan solo el 50%) De la hab. Seleccionada.
	Doble	2.950,00 Bs.	
	Triple	2.656,00 Bs.	

Tarifas por persona por noche
Incluyen: Alojamiento, Desayuno, Almuerzo, Cena, Bebidas Alcohólicas y no Alcohólicas

Boletos Aéreos CCS-Pmv-CCS.	Monto por persona 3.500 Bsf.
Traslados Aero-Hotel-Aero.	

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por la empresa.

CONCLUSIONES

Una vez desarrollado todo el proceso de pasantías, se pudo delimitar dos grandes ejes que permiten describir las conclusiones a las que se pudieron llegar; el primero relacionado con procedimientos y actividades diarias en la empresa y el segundo relacionado con la organización, estructura y manejo de personal.

En cuanto a los procedimientos y actividades diarias en la agencia de viajes, siendo un marco direccional para el cumplimiento de las funciones trazadas, se pudo evidenciar que no existe una planificación en cuanto a las actividades operativas y administrativas por departamento, los procedimientos son de carácter empírico, y los niveles de tecnicidad son medios, sin embargo la empresa ha logrado subsistir económicamente en el mercado turístico debido a ciertos acuerdos establecidos con cajas de ahorros que representan su principal clientela.

En este mismo orden de ideas, se pudo concretar que el nivel de productividad en ventas no es suficiente, y parte de estos resultados es producto de la carencia de objetivos tácticos, estratégicos y operacionales claramente definidos, que faciliten la efectividad del ejercicio económico de la empresa.

Considerando los aspectos del factor organizacional, se pudo observar que la estructura organizativa es insuficiente para la cantidad de procesos que deben ser desempeñados en la agencia. En cuanto a la capacitación del personal, la misma es nula y la fundamentación es netamente experiencial, dependiendo de las capacidades que tenga el asesor de viajes y el administrador para desenvolverse en el mundo de los viajes. El trato por la Gerente, y el asesor de viajes son acorde a los de una organización formal, sin embargo desde el punto de vista administrativo se toman decisiones y se establecen funciones fuera del ámbito organizacional, ocasionando recargas de funciones en el asesor de viajes y el pasante.

Por otra parte, en cuanto a la misión y visión de la empresa se considera que son de bajo impacto, tanto externo, como en los clientes internos debido a que estas no plantean una correlación con los objetivos que se desarrollan diariamente en la agencia. En relación al manejo del personal, no existen políticas para el reclutamiento y selección de éstos, esto limita el crecimiento de la empresa y la creación de nuevos cargos. Unido a esto existen propuestas planteadas por el pasante con el fin de innovar y mejorar los procesos en áreas de cotización de servicios y las mismas no fueron consideradas para su aplicación. Esto trajo como consecuencia la desmotivación por parte del pasante, limitando así, cambios operativos necesarios para la agencia.

RECOMENDACIONES

Considerando que la experiencia vivida en el desarrollo de las pasantías en la agencia de viajes Beach Vacation Tours, se propone un conjunto de recomendaciones agrupadas en dos grandes bloques; el área organizacional y el área operativa. En relación al área organizacional, la empresa debería considerar una reestructuración de su misión y visión, producto de las necesidades y nuevas tendencias del mercado, que le permita a su vez una proyección futura (real), tomando en cuenta los criterios de la gerencia y la experiencia que puedan proporcionar los empleados.

En este mismo orden de ideas, deberían trazarse objetivos que sean tácticos y operativos que puedan palpase en resultados concretos en áreas de desarrollos de nuevos productos y captación de clientes. También se sugiere, crear en el personal un ambiente laboral estable, generando así un sentido de pertenencia por y para la empresa; creando incentivos (económicos y afectivos) que consoliden esta visión de integración empresa-empleado.

La empresa debería tomar en cuenta la posibilidad de crear nuevos cargos, que disminuya la duplicidad de funciones en cada departamento; entre los cargos que deberían formularse se destacan: gerencia de recursos humanos, asesores de viajes, personal de limpieza, mensajero, gerencia de comercialización y ventas; como fue planteado en el desarrollo del informe, muchos de estas funciones son desempeñadas por las dos personas que laboran en la empresa, y por los pasantes.

Por otra parte, desde el punto de vista operativo deberían considerar la incorporación de las propuestas para el área de cotizaciones hechas por el pasante, ya que facilitarían el cálculo de las mismas, y redundaría en un mejor servicio al cliente, ya que, la interpretación de la cotización sería más sencilla y explícita. También es necesaria la capacitación técnica del personal en cuanto al manejo de los sistemas globales de reservas, unido a esto, deberían

emplearse estrategias que permitan la integración de la página web, no solamente como generador de información, sino como intermediario para reservaciones en tiempo real.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acerenza, M.A. (2010:166), Agencias De Viajes. Operación y Plan de Negocios, México, Trillas.

Callizo Soneiro: (1991:19) Definición de Turismo, tomado de
<Http://www.eumed.net/ce/2006/mk-tur.htm>

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Publicada en Gaceta
Oficial del jueves 30 de diciembre de 1999, N° 36.860.

David, F. (2004). La Gerencia Estratégica. (9ª ed.). Leyis Editores, C.A

David. F. (2005) "Conceptos de Administración estratégica. PEARSON
EDUCACION, México.

De la Torre, F. (2010), Agencias de Viajes, Estructura y Operación, México,
Trillas.

Derecho aeroportuario Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de
Venezuela número 40.318

Emilio Pablo Diez De Castro, (2001:244) Administración y dirección, Aravaca
Madrid

Gaceta Oficial N° 6.079 del 15 de junio de 2012. Deroga el *Decreto con*

Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo, publicado en
Gaceta Oficial de la República de Venezuela N°5.88 9 Extraordinaria de
fecha 31 de julio de 2008.

Gallego, M y Rocha, C (2011:232) Dirección y organización de empresas
Turísticas. Ediciones Pirámide

García, E. Pérez M y Velásquez Leyva N. (2009:2), La agencia de viaje: una
Empresa
Importante y poco conocida dentro del sector turístico actual Vol 2, Nº 6
(noviembre 2009)

Ley Orgánica de Precios Justos, Gaceta Oficial Nº 40.340, 23 de enero 2014.

Matilla, k. (2009).Conceptos Fundamentales en la Planificación
Estratégica de las relaciones públicas. Editorial UOC. Primea edición en
lengua castellana: marzo 2009.

Montaño, F. (2004). Auditoria administrativa, [Revista](#) Adminístrate Hoy
(México) Año: X. Nro. 120. Abril Págs. 55 – 59

Morrissey, G. L (1995:4). Pensamiento Estratégico. Construyendo los
Cimientos de la
Planeación. Prentice Hall. Edición Digital. Florida. 1995.

Ortegón, E. Pachecho, J y Prieto, A. (2005). Metodología del marco lógico
para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y
programas, (LC/L.2350-P; LC/IP/L.259), N° de venta: S.05.II.G.89. Manual
de la CEPAL Nº 42.

SECTUR. (2012). Agencias de Viajes, Operadoras, Minoristas y
Subagencias.

Senge, P. (1998:16). "The Practice of Innovation" Leader to Leader 9

(Summer 1998).

Unidad Tributaria vigente Gaceta Oficial 40.359 publicada el 19 de febrero del 2014.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	PROCEDIMIENTOS REALIZADOS EN LOS DEPARTAMENTOS DE ADMINISTRACION, Y VENTAS Y OPERACIONES DE LA AGENCIA DE VIAJES BEACH VACATION TOURS C.A.
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
SANTIAGO INDRIAGO, LEVI JOSUE	CVLAC: 20.548.612 E MAIL: sabrewolf12z@hotmail.com
	CVLAC: E MAIL:
	CVLAC: E MAIL:
	CVLAC: E MAIL:

PALÁBRAS O FRASES CLAVES:

PROCEDIMIENTOSREALIZADOS
DEPARTAMENTOADMINISTRACION
DEPARTAMENTODEVENTASYOPERACIONES
AGENCIADEVIAJESBEACHVACATIONTOURSCA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÁREA	SUBÁREA
<u>Turismo</u>	<u>Agencias de Viajes</u>

RESUMEN (ABSTRACT):

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
MATA, AUSTIN	ROL	CA	AS	TU X	JU
	CVLAC:	12.920.815			
	E_MAIL	MATAAUSTIN@YAHOO.COM			
	E_MAIL				
TORO, CLAUDIA	ROL	CA	AS X	TU	JU
	CVLAC:	19.853.364			
	E_MAIL	CLAUDIATB2010@HOTMAIL.COM			
	E_MAIL				
LAREZ, MARIBEL	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:				
	E_MAIL				
	E_MAIL				
MOLINA, MARIA GABRIELA	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:				
	E_MAIL				
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2015	02	11
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
Trabaj_de_grado_Levi_Josué_Santiago_Indriago.	.docx
Trabaj_de_grado_Levi_Josué_Santiago_Indriago.	.pdf

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z. a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z. 0 1 2 3 4
5 6 7 8 9.

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____ (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

TECNICO SUPERIOR

ÁREA DE ESTUDIO:

TURISMO

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD DE ORIENTE, NUCLEO NUEVA ESPARTA.



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI - 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

JUAN A. BOLANOS CURVELO
Secretario



C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/maruja

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

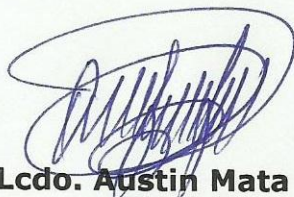
Artículo 41 del reglamento de trabajo de pregrado (Vigente a partir del II semestre 2009, Según comunicado CU-034-2009). "Los Trabajos de Grado son Propiedad exclusiva de la Universidad y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien lo participará en Consejo Universitario"



Levi Santiago

20.548.612

AUTOR



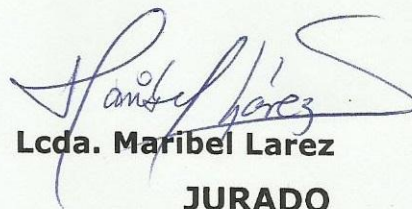
Lcdo. Austin Mata

TUTOR



Lcda. Maria G. Molina

JURADO



Lcda. Maribel Larez

JURADO

POR LA COMISION DE TESIS