

¿Qué son las entidades de intermediación turística?



Caso práctico

Liberto va a empezar las prácticas en "Viajes Antártida", con su tío Antonio. Es verdad que está acostumbrado a ver cómo trabaja su tío, pues ha pasado muchas horas con él. Además, durante el pasado curso ya aprendió lo que era una agencia de viajes y su lugar dentro de la oferta turística.

Pero, antes de empezar formalmente, piensa que no estaría de más pegarle un repasillo a la teoría. No quiere que **Antonio** le pille en falta si le empieza a preguntar y no sabe diferenciar entre una central de reservas y una agencia de viajes.

¿Quieres acompañarle?



Esta es la primera unidad de un módulo apasionante y muy práctico: la **dirección de empresas de intermediación**. Pero antes de meternos a jefes de una de estas empresas, tenemos que aprender unas cuantas cosas. Y como todo debe empezar por el principio, vamos a dedicar esta unidad a reforzar algunos conocimientos que seguro ya tienes, pero que son fundamentales para la adquisición de los de las unidades posteriores.

Al final de esta unidad, tendrás suficiente autoridad y sabiduría para:

- ✓ Distinguir entre los **diferentes tipos de empresas de intermediación**.
- ✓ Saber **qué es una agencia de viajes**, los **tipos** que hay en España y sus principales **funciones**, entre otras cosas.
- ✓ También podrás **diferenciar entre una central de reservas y un sistema de distribución global o GDS** (empecemos a familiarizarnos con la terminología).
- ✓ Conocerás el estado de las distintas **asociaciones** que hay en el sector de la intermediación turística.
- ✓ ¿Y sabes qué es un **código deontológico**? ¿Tienen uno las empresas de intermediación? Pues espera y verás.

Ánimo. Los comienzos son duros, pero cuando cojas el ritmo, ya verás.



1.- Los diferentes tipos de entidades de intermediación turística.



Caso práctico

Pues menos mal que **Liberto** fue precavido, porque lo primero que le ha preguntado **Antonio**, un poco burlón, es si sabía qué era exactamente una empresa de intermediación turística. ¿Sabes tú qué funciones desempeñan?



A estas alturas del ciclo, seguro que ya tienes claro en qué consiste una entidad de intermediación turística, pero no está de más que volvamos a repasar en qué consiste y qué tipos de empresas nos podemos encontrar en esta modalidad. Pues debes recordar que **no sólo estamos**

hablando de las agencias de viajes. Aquí vamos a volver a estudiar las **centrales de reserva** y los **sistemas de distribución global**.

Muchas de las cosas que vas a ver en esta unidad ya las sabes. En ese caso, ¡estupendo! Esto va a ser coser y cantar. Pero si la memoria te ha hecho una mala pasada (que eso nos ocurre a todos), tampoco está de más que recordemos algunos conceptos.

Empecemos con el de **intermediación turística**. ¿Lo recuerdas? Seguro que sí.

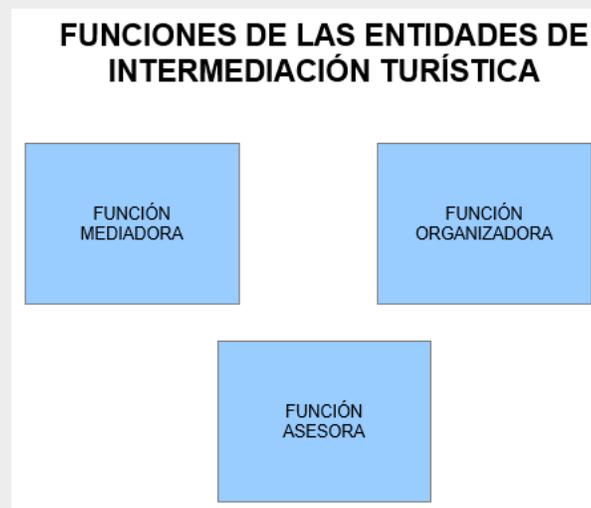


La intermediación turística es una actividad empresarial que consiste en poner en contacto a la oferta y la demanda, así como en organizar productos y servicios turísticos. Esta actividad se puede realizar tanto desde un punto de venta físico como desde sistemas informatizados o virtuales.

Las empresas de intermediación se encargan de realizar la distribución en el sector turístico. De la definición anterior podemos deducir cuáles son sus principales funciones:



FUNCIONES DE LAS ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA



FUNCIÓN MEDIADORA

¿Qué significa esta función? Pues que las entidades de intermediación **ponen en contacto dos partes** (proveedores y clientes), facilitando que se realicen contratos entre ambos.

Recuerda que **los clientes no siempre son los turistas**: pueden ser otras empresas del sector.

¿Quieres un ejemplo? Pues las que podrían ser tus vacaciones para el próximo verano. Quieres ir una semana a la playa, pero en vez de ponerte tú a buscar hotel y medios de transporte, recurre a una agencia de viajes.

FUNCIÓN ORGANIZADORA

Aquí no se pone en contacto a dos partes. **Esta es una función productora**. Las entidades de intermediación que realizan esta función (que no son todas, o al menos en la misma medida) son las que se encargan de **elaborar los viajes combinados**.

Pueden hacerlo de forma global, es decir, que diseñan un producto único que sacan al mercado, o de forma individualizada (viajes a medida).

La esencia del viaje combinado es que ofrece una serie de **servicios diferentes a un precio global inferior al de los servicios por separado**.

FUNCIÓN ASESORA

Aunque los turistas cada vez están más informados y son más conscientes de lo que quieren, es verdad que muchas veces la falta de tiempo o el exceso de información puede hacernos sentir "perdidos".

Por eso adquiere cada vez mayor importancia esta función: **dar información sobre los servicios turísticos, aconsejar al cliente sobre las alternativas más interesantes** para ayudarle a tomar una decisión.

Muchas veces, incluso, se convierte en un **elemento diferenciador frente a la competencia**.

1 2 3 4

[Resumen textual](#)



Para saber más

Sobre la función asesora de los agentes de viajes puedes encontrar muchos ejemplos. Este no es más que uno de ellos.

[10 razones para volver a los agentes de viajes en 2017.](#)

Ahora bien, dentro de cada una de estas funciones hay una gran variedad de modalidades. Y no digamos nada si nos metemos con el tema de la famosa [sociedad de la información](#) y las [TIC](#). De hecho, para muchos el futuro de las entidades de intermediación turística pasa por su traslado al mundo virtual de Internet.

¿Serán acaso en unos pocos años las agencias de viaje de toda la vida una estampa del pasado? Veremos. Pero, por lo pronto, aprenderemos cómo deben gestionarse para dar un servicio eficaz.



Para saber más

Cada vez son más numerosas las agencias de viajes online. Lee este artículo.

[Ya solo el 27% de los clientes reserva en agencias de viajes online.](#)

Por eso, antes de seguir, tenemos que tener totalmente claras las principales formas de intermediación turística:

<https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vSmVrj3r4VYN0GN-kUnqK81fOoeTU9BvocQa0WL8xSUXAQBpwqYsrU9cMFg-6k-87f-2OayiZ8Hd7S9/embed?start=false&loop=false&delayms=3000>

[Resumen textual alternativo](#)



Para saber más

A lo mejor ni sabías qué era esto de los brokers. Aquí tienes un interesante artículo sobre su actividad.

 [El negocio de llenar aviones.](#) (0.58 MB)

Si quieres tener una referencia de toda la legislación que afecta al sector de la intermediación, consulta esta página.

[Legislación sobre la intermediación turística.](#)



Autoevaluación

Rellena los huecos con los conceptos adecuados.

El suministro de información y planteamiento de alternativas está dentro de la función [] de las empresas de intermediación, mientras que la preparación de los viajes combinados se corresponde con la función [], mientras que al poner en contacto a los clientes con los proveedores ejerce una función [] .

Enviar

2.- Las agencias de viajes.



Caso práctico

Liberto ha salido airoso del examen de su tío. Ahora que está dentro, le pregunta que por qué no se convierte en mayorista-minorista, pues podría elaborar sus propios productos, y comercializarlos.

–Querido sobrino, hace años que tengo la licencia –contesta **Antonio**.



Veamos ahora la primera y más conocida de las entidades de intermediación turística: las **agencias de viajes**. ¿Recuerdas la definición a la que habíamos llegado?

Las agencias de viajes son personas físicas o jurídicas que, hallándose en posesión del correspondiente título-licencia, se dedican de forma profesional y en exclusiva a la mediación, organización y comercialización de servicios turísticos, pudiendo para ello usar medios propios.

En este sentido, sólo aquellos que tengan la condición legal de agencias de viaje, podrán usar los términos "viaje" o "viajes", o su traducción a otros idiomas, como todo o parte de su denominación.

Vamos, que queda clara una cosa: **no todos los que en un momento dado se dedican a la organización de un viaje se pueden considerar agencias de viajes**. De hecho, la normativa sobre las agencias de viajes, de la que hablaremos más adelante, coincide en que hay casos en los que otras entidades, públicas o privadas, pueden organizar viajes, pero con una serie de condiciones:

- ✓ **No están guiados por el ánimo de lucro** (es decir, la obtención de beneficios económicos).
- ✓ **No se ofrecen al público general** (sólo a los asociados), por lo que no se promocionan ni publicitan por medios generales (es decir, que lleguen al gran público).
- ✓ Estas actividades **se realizan esporádicamente y de forma ocasional** (no es la principal función de la entidad o asociación), por lo que no cuentan con personal ni apoyo administrativo para estas funciones.
- ✓ **La finalidad de estas actividades está directamente relacionada con el carácter de la entidad o asociación** (por ejemplo, el viaje que organiza un Club de Fútbol para sus seguidores cuando el equipo juega en otra localidad).

Pero esto es más complicado de lo que parece, pues existe una fuerte competencia por parte de los llamados **OPC**. ¿Qué no sabes qué son? Seguro que sí. Son **los organizadores profesionales de congresos, que se dedican a la organización de eventos y todas las actividades relacionadas con ellos**. En el anterior enlace puedes ver en qué se diferencian de las agencias de viajes.

Y es que así empezó toda la historia, con un señor inglés llamado Thomas Cook, en el siglo **XIX** en Inglaterra. A él se le considera el pionero de esta actividad, y de hecho, todavía hoy existe una multinacional de los viajes con su nombre.



Para saber más

Si quieres saber cómo empezaron las primeras agencias de viajes, en el siglo XIX, consulta las biografías de Thomas Cook y Henry Wells.

[Antecedentes de las agencias de viajes.](#)



Debes conocer

¿Y en España? ¿Sabes cómo evolucionan las agencias de viajes?

Dirígete al Anexo I en Historia de las agencias de viajes en España.



Para saber más

Si quieres saber más sobre la actual normativa de las agencias de viajes en España, puedes consultar este enlace.

[Información legislativa.](#)

Y no olvidemos el tema de la normativa Bolkestein, a la que ha tenido que adaptarse la legislación española.

[Situación de las agencias de viajes tras la aplicación de la Bolkestein.](#)

2.1.- ¿Qué hacen las agencias de viajes?

Menuda pregunta. Pues vender viajes, te podría decir cualquiera. Eso está claro, pero debemos afinar un poco más. En primer lugar, tenemos que tener en cuenta el tipo de agencia de viajes del que estemos hablando. Y es que **la normativa en nuestro país, aunque está transferida a las comunidades autónomas** (ya lo veremos mas adelante), **distingue básicamente tres tipos de agencias de viajes**. Recordemos cuáles eran.



Tipos de agencias de viajes según la legislación

TIPOS DE AGENCIAS DE VIAJES SEGÚN LA LEGISLACIÓN

MAYORISTAS

MINORISTAS

MAYORISTAS
-MINORISTAS

Tipos de agencias de viajes según la legislación

MAYORISTAS

Son aquellas agencias que proyectan, elaboran y organizan **toda clase de servicios turísticos para su ofrecimiento a las agencias de viajes minoristas**. Las agencias de viajes mayoristas no podrán ofrecer ni vender directamente sus productos al usuario turístico o consumidor final.

Tipos de agencias de viajes según la legislación

MINORISTAS

Las agencias de viajes minoristas son las que comercializan los servicios turísticos organizados por las agencias de viajes mayoristas o aquellos otros organizados por ellas mismas directamente al cliente final, sin que, en este último caso, puedan hacerlo a través de otras agencias de viajes minoristas.

No se entienden incluidas, en esta limitación, las funciones de las agencias minoristas en su calidad de representantes de otras agencias. En Baleares y Cataluña reciben el nombre de detallistas.

Tipos de agencias de viajes según la legislación

MAYORISTAS-MINORISTAS

Las agencias de viajes mayoristas-minoristas son las que pueden simultanear las actividades señaladas en los apartados anteriores.

En Baleares y Cataluña reciben el nombre de **mayoristas-detallistas**.

1 2 3 4

[Resumen textual alternativo](#)



Debes conocer

¿Sabes qué se necesita para montar una agencia de viajes? Aunque existen unas directrices comunes, las competencias de turismo están transferidas a las comunidades autónomas.

[Requisitos necesarios para crear una agencia de viajes en Andalucía.](#)

Entonces, según su tipología, **las agencias de viajes realizarán principalmente una serie de funciones** que recordamos a continuación:

- ✓ **VENTA DE SERVICIOS SUELTOS:** Se corresponde con la **función mediadora** que estudiaste anteriormente, y consiste en la venta o reserva de plazas en toda clase de medios de transporte, habitaciones y servicios en todo tipo de empresas turísticas y especialmente en los establecimientos hoteleros y otros alojamientos turísticos. Puede por esta acción percibir del cliente una remuneración en concepto de gastos de gestión, independientemente de lo que reciba de los prestadores del servicio.

- ✓ **ORGANIZACIÓN Y VENTA DE VIAJES COMBINADOS.** Esta función es exclusiva de las agencias de viajes. Entra dentro de lo que antes estudiaste como **función productora**. ¿Qué es un **viaje combinado**? La combinación previa de, al mínimo, dos de los siguientes elementos: transporte, alojamiento y otros servicios turísticos no accesorios del transporte o del alojamiento y que constituyan una parte significativa del viaje combinado. Se ofrece por un precio global (normalmente inferior a la suma de ellos por separado). La prestación de este servicio debe ser superior a 24 horas, o incluir una noche de estancia.
- ✓ **ORGANIZACIÓN Y VENTA DE EXCURSIONES.** Es otra de las funciones productoras. Es como los viajes combinados, pero, a diferencia de ellos, su duración no puede ser superior a un día y no incluye una noche de estancia.
- ✓ **REPRESENTACIÓN DE OTRAS AGENCIAS DE VIAJES.** Pueden asumir la representación de otras Agencias de Viajes, extranjeras o de otras comunidades, para poder prestar a los clientes de dichas agencias los servicios propios de las agencias cuando están en su territorio.



Debes conocer

Pero las agencias de viajes pueden hacer algunas cosas más, aunque ya no tengan la exclusividad en esas funciones. Además, por supuesto, también tienen obligaciones. Ambas cosas podrás estudiarlas en este documento.

Dirígete al Anexo II. Otras funciones y obligaciones en las agencias de viajes.



Reflexiona

¿Has oído en alguna ocasión la palabra **turoperador**?

Mostrar retroalimentación

Seguro que sí. No es una figura que exista en la legislación española, pero sí se usa normalmente. El concepto es confuso, y en realidad es lo más parecido a una agencia de viajes mayorista a gran escala, pudiendo integrar otros servicios, como compañías aéreas y hoteleras, aparte de las propias agencias de viajes, en el mismo grupo empresarial. Es la economía de escala aplicada a las agencias de viajes.



Autoevaluación

Una agencia de viajes mayorista puede vender directamente su producto al turista.

- Falso.
- Verdadero.

Para eso, tendría que ser mayorista-minorista.

Deberías volver a estudiar los tipos de agencias de viaje según la legislación.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto



Autoevaluación

¿Cuáles de las siguientes funciones de las agencias de viajes son complementarias?

- Cambio de divisas y cheques de viajes.

Organización y venta de excursiones.

Flete de aviones y otros medios de transporte.

Venta de servicios turísticos sueltos.

Mostrar retroalimentación

Solución

1. Correcto
2. Incorrecto
3. Correcto
4. Incorrecto

2.2.- La especialización en las agencias de viajes.

Independientemente del tipo legal de agencias de viajes que tengamos por delante, podemos diferenciarlas de otra manera. Esta no está establecida por la ley, sino por la **funcionalidad**.

Has leído hasta la saciedad que el sector turístico es altamente competitivo y está muy atomizado, hecho que queda reflejado también en el mundo de las agencias de viajes. Por eso, ¿no crees que es lógico que intenten **diferenciarse** de los demás competidores? Pues claro. ¿Y cómo lo hacen?

Pues una de las formas más claras y eficaces es mediante la **especialización**. ¿En qué consiste eso?



La especialización en las agencias de viajes consiste en la concentración de su actividad en un determinado sector de la demanda, a fin de satisfacer sus necesidades de un modo más individualizado. También se puede definir como la concentración en un determinado tipo de servicio u oferta.

Por tanto, esta especialización se puede dar por varias vías:



Tipos de agencias de viajes según las funciones

TIPOS DE AGENCIAS DE VIAJES SEGÚN LAS FUNCIONES

ESPECIALIZADAS

RECEPTIVAS

EMISORAS

EMISORAS
-RECEPTIVAS

Tipos de agencias de viajes según las funciones

ESPECIALIZADAS

Pueden ser cualquiera de las que hemos estudiado anteriormente, pero se diferencian en la **segmentación del mercado en que se especializan**. Así nos encontramos con agencias de viajes para cruceros, familias, de aventuras...

Tipos de agencias de viajes según las funciones

RECEPTIVAS

Se encuentran en el **lugar de destino de los turistas**, y **actúan como representantes de las agencias de viaje del lugar de origen**. Les dan servicio de información y asesoramiento, les ayudan en la acomodación y les solucionan los problemas que puedan presentarse durante su estancia.

No cobran a estos clientes, sino que **reciben sus ingresos de las agencias a las que representan y de los prestadores de los servicios**.

Tipos de agencias de viajes según las funciones

EMISORAS

Se localizan en los **lugares de origen de los turistas**, y es donde éstos **contratan los servicios**.

Además son los que se ponen en **contacto con los proveedores de servicios**, directamente o través de sus representantes en los destino (agencias de receptivo).

Tipos de agencias de viajes según las funciones

EMISORAS-RECEPTIVAS

Realizan de forma simultánea las dos funciones anteriores. Eso significa que tienen sucursales tanto en el lugar de origen como en el destino.

1 2 3 4 5

[Resumen textual alternativo](#)

Vamos a centrarnos en la especialización, es decir, la [concentración de los esfuerzos en un determinado segmento de mercado](#). Aquí da igual el tipo de agencia del que hablemos: mayorista, minorista, de receptivo, emisora...Todas pueden optar por la especialización como forma de diferenciarse de los demás.

Podemos por eso hablar de tantas formas de especialización como grupos de turistas o tipos de productos haya. ¿Recuerdas lo que has aprendido sobre las tipologías turísticas? ¿O sobre los tipos de turistas? Pues apliquémoslo aquí.

TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS

- Turismo de negocios, congresos y convenciones.
- Turismo cultural (patrimonio histórico-artístico, gastronómico, musical, industrial, etnográfico...).
- Turismo idiomático.
- Turismo de salud y belleza.
- Turismo religioso.
- Turismo de naturaleza.
- Turismo rural.
- Turismo de sol y playa.
- Otras tipologías: parques temáticos, espacial, necrológico, etc.
- Turismo por sectores de la demanda (friendly, singles, familiar, etc.).
- Turismo deportivo.

[Resumen textual alternativo](#)



Reflexiona

¿Crees que es lo mismo especialización que profesionalización?

Mostrar retroalimentación

Lo ideal es que ambas situaciones se den al mismo tiempo, pero podemos definir la profesionalización como la capacidad para asesorar que tiene el agente de viajes, y que para muchos es la forma de que las agencias de viajes sobrevivan.

[Siete retos para las agencias de viajes en 2017.](#)



Para saber más

La cuestión es renovarse o morir. La experiencia dice que la especialización funciona. Si no, lee este artículo.

[Casos de éxito de pequeñas agencias frente a las grandes.](#)

Además los profesionales del sector deben adaptarse a los cambios que ha experimentado el mercado en los últimos años.

[El nuevo perfil del agente de viajes.](#)

2.3.- ¿Cuáles son las perspectivas de las agencias de viajes?

El sector de las agencias de viajes en nuestro país es muy amplio. Hay agencias de todo tipo.

Y no olvidemos **la importancia de las nuevas tecnologías en las agencias de viajes**. Estamos en un punto en que el volumen de ventas a través de Internet está llegando a superar el de las que se realizan de forma presencial. Eso no significa que desaparezcan las agencias a pie de calle. Todo lo contrario. **El comercio electrónico se puede convertir en un aliado.**

Pues no hay que considerar que es una amenaza para el agente de viajes tradicional; más bien todo lo contrario, pues **ayuda a comercializar el producto turístico**. Entre otras cosas, porque se ha visto que es una alternativa para los GDS, de los que vamos a hablar en un momento, que muchas veces intentan saltarse al agente de viajes. Internet, por tanto, se convierte en una forma en que los proveedores entran en contacto directo con los agentes, y sin los elevados costes que suponen los GDS. Es lo que los anglosajones llaman **b2b** (Business to business).



Hotels.com
wake up happy



Para saber más

¿Cómo funciona? Pues los grandes proveedores, en sus páginas web, crean zonas de acceso exclusivo para los agentes de viajes, que pueden hacer sus reservas online de forma sencilla, pues se trata de sistemas muy intuitivos. Con ellos se ha agilizado el procedimiento para efectuar una reserva. O son empresas exclusivamente especializadas en estas funciones, como las que aquí tienes.

[B2B Travel Group](#)

[Viajaris crea un nuevo buscador multiplataforma para agencias de viajes.](#)

El uso de estos canales ha cambiado mucho el trabajo en las agencias de viajes. Ya no es necesario ser un experto en determinados sistemas. Todo es tan sencillo como navegar por Internet.

Pero sea como sea, la sociedad de la información ha venido para quedarse. Cualquier intento de supervivencia y crecimiento en el sector pasa por una constante actualización y estar pendiente de las novedades que se producen en el sector.



Para saber más

Con el desarrollo de Internet, las redes sociales, los metabuscadores, etc...el papel de las agencias de viajes se ha transformado y continúa en constante cambio.

[¿Qué han hecho las agencias para adaptarse a la nueva intermediación?](#)

Pero si quieres estar a la última sobre el mundo de las agencias de viajes, no tienes más que leer sus noticias. Las agencias de viajes tienen sus propios periódicos, por supuesto. Aquí tienes uno de ellos.

[Nexotur.](#)

Esto tiene una trascendencia enorme para el tema que estudiamos en este módulo, pues el tipo de documentación y la relación que se genera con clientes, proveedores y equipos de trabajo es diferente.



Autoevaluación

El comercio electrónico va a suponer el fin de las agencias de viajes. ¿Verdadero o falso?

- Falso.
- Verdadero.

Claro, en todo caso se puede convertir en un aliado.

No seas tan pesimista, ¿o es que no has leído bien el epígrafe?.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

3.- Las centrales de reservas.



Caso práctico

Liberto se está tomando una cerveza con unos amigos, contando la experiencia de sus primeros días de prácticas. Uno de ellos le pregunta si tienen una central de reservas. **Liberto** ya se ha aprendido la lección.

—Pero si nosotros no somos una central de reservas —contesta **Liberto**.

—¿Ah, no? — le contesta el **amigo**— Pues, ¿en qué se diferencian entonces?



Ya sabes que intermediación no es exactamente igual a agencia de viajes. Vamos a hablar ahora de las centrales de reserva, aunque a veces el límite entre éstas y las agencias no está muy claro. **¿En qué se diferencia una agencia de viajes online de una central de reservas?** ¿Acaso no es lo mismo? Legalmente, las diferencias están claras, aunque, en la realidad, que siempre va delante de la ley, hay casos en los que nos podríamos plantear más de una duda.

Por lo tanto, primero, **¿qué es una central de reservas?**



Las centrales de reserva son personas físicas o jurídicas que prestan, de forma habitual y profesional, el servicio de intermediación en la reserva y venta individualizada de servicios turísticos (principalmente transporte y alojamiento), sin que, bajo ningún concepto, puedan recibir una remuneración directa de los clientes que utilizan sus servicios.

De esta definición, y del análisis de la realidad, podemos ver, entonces, las **diferencias básicas y fundamentales respecto a las agencias de viajes:**

- ✓ **El cliente no paga.** Se entiende que, aunque la reserva se haga a través de la central, la responsabilidad del servicio recae sobre el prestador. Entonces, ¿de dónde sacan sus beneficios las centrales de reserva? Pues de los prestadores de los servicios (hoteles, compañías de transporte y otras empresas turísticas) y de la publicidad.
- ✓ Y, como no son agencias de viajes, **no pueden organizar ni viajes combinados ni programas o excursiones de un día**, aunque sí es normal que muestren material promocional relacionado con el producto o servicio de la empresa.

Interesante, ¿no crees? ¿Y a quién le puede interesar el uso de las centrales de reserva? Vamos a diferenciar básicamente dos tipos de clientes.



Los clientes de las centrales de reserva

LOS CLIENTES DE LAS CENTRALES DE RESERVA

USUARIOS
FINALES

AGENCIAS
DE
VIAJES

Los clientes de las centrales de reserva

USUARIOS FINALES

Es el **usuario final del servicio turístico**. De hecho, cada vez son más las personas que prefieren reservar directamente su billete o su plaza de hotel. No te estamos diciendo nada nuevo. Hasta por la tele nos bombardean con su publicidad.

Los clientes de las centrales de reserva

LAS AGENCIAS DE VIAJES

Las propias **agencias de viajes**, especialmente las pequeñas, pues las grandes centrales de reserva tienen un fuerte poder de negociación con los proveedores de servicios, y no salen tan caras como los Sistemas de Distribución Global (de los que vamos a hablar en el siguiente epígrafe).

1 2 3

[Resumen textual alternativo](#)



Para saber más

Hay cientos de centrales de reservas y de muchos tipos, pero échale un vistazo a esta. Nace de una iniciativa totalmente individual, con nombres y apellidos. ¿Quién sabe si a ti no se te ocurre algo similar?

[Central de reservas.](#)

Y por supuesto no todas las centrales de reserva son iguales. Habiendo tantas en el mercado, podríamos diferenciar varios **tipos de centrales de reserva**. Recuerda además que, tal y como está cambiando el mercado, pueden ir surgiendo nuevas opciones.



Tipos de centrales de reservas

TIPOS DE CENTRALES DE RESERVAS

INDEPENDIENTES

SECTORIALES
O
ESPECIALIZADAS

DE ÁMBITO
GEOGRÁFICO

EMPRESARIALES

Tipos de centrales de reservas

INDEPENDIENTES

Es la idea más “pura” de central de reserva. Representan la idea básica de intermediación.

Negocian con los diferentes proveedores y sirven de intermediarios con los clientes. Y no tienen ninguna vinculación con estos prestadores de servicios.

En cuestión de hoteles, ¿quién no ha oído hablar de booking.com, por ejemplo?

Tipos de centrales de reservas

SECTORIALES O ESPECIALIZADAS

Pueden ser independientes o estar formadas por asociaciones de determinados tipos de turismo, como puede ser turismo activo, de balnearios, rural o de hoteles con encanto.

Lo que se te ocurra. Lo que tienen en común es que van dirigidas a segmentos específicos del mercado.

Tipos de centrales de reservas

DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

Normalmente son las que nacen de la iniciativa pública o de la agrupación de diferentes proveedores de una determinada zona, a fin de promocionarla turísticamente.

Lo importante no es el tipo de turismo que ofrezcan, sino la zona con la que trabajan.

Es el caso de las centrales de reserva asociadas a las páginas de promoción turística de las Comunidades Autónomas.

Tipos de centrales de reservas

EMPRESARIALES

Con este tipo nos referimos a las que pertenecen a una empresa o grupo de empresas prestadoras de servicios, para gestionar sus propias reservas.

Es el caso de las grandes cadenas hoteleras.

1 2 3 4 5

[Resumen textual alternativo](#)



Para saber más

Aquí tienes algunos ejemplos de los tipos de centrales de reservas que acabas de estudiar.

[Una de las mayores centrales de reserva hoteleras del mundo: booking.com.](#)

[Centrales de reservas especializadas en productos concretos: actividades de turismo activo.](#)

[Centrales de reservas especializadas en productos concretos: las centrales de reservas en el mundo del turismo rural.](#)

[Centrales de reservas especializadas en productos concretos: los hoteles con encanto.](#)

[Una central de reservas empresarial: Barceló.](#)



Reflexiona

Muchas veces el límite entre una central de reserva y una agencia de viajes es bastante dudoso. Internet como canal de distribución está favoreciendo la aparición de nuevas fórmulas de negocio. ¿Acaso crees que puede ponerse límite a la capacidad de adaptación a los cambios del entorno?

Aquí tienes una reflexión sobre este tema.

[Los portales outlet entran fuerte en los viajes.](#)

Y otra forma más de conseguir una buena oferta:

[Travelzoo.](#)



Autoevaluación

Si quieres reservar una habitación de hotel a través de una central de reserva, te pueden cobrar gastos de gestión. ¿Verdadero o falso?

- Falso.
- Verdadero.

Correcto. Faltaría más. Que pague el hotel, que para eso vas a pasar una agradable estancia.

Incorrecto. Vuelve a leer. Sí esa es una de las diferencias respecto de las agencias de viajes.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

4.- Los Sistemas de Distribución Global.



Caso práctico

Alba ha llamado a **Liberto** a ver si quiere ir al cine, pero **Liberto** le dice que esta tarde no puede, pues está liado intentando aprender a manejar Amadeus. **Alba** le contesta:

—¿Por qué te crees que yo elegí estudiar para ser guía? En la agencia hay que estar demasiado tiempo delante del ordenador".



Si has leído todos los artículos que te hemos ido recomendando, te habrás topado alguna vez con este término. Además, ya los estudiaste con la oferta turística. Pero vamos a recordar aquí de qué iba el tema, para reforzar la memoria. Empecemos con la definición.

Ah, y no olvides que también se les llama GDS, que es lo mismo, pero en inglés: global distribution system.



Los sistemas de distribución global son empresas que se dedican a la distribución de reservas y venta de productos y servicios turísticos entre profesionales.

Como recordarás, nacieron de la necesidad de las compañías aéreas de gestionar las reservas de asientos (se llamaban CRS), y con el tiempo fueron extendiendo sus actividades a otros campos (alojamiento o alquiler de coches, por ejemplo).

También tienes que saber que actualmente hay tres grupos, aunque no olvides que éste es un sector muy cambiante, con continuas modificaciones y fusiones. Estos grupos son: **Amadeus** (propietaria de Amadeus España, el más importante en nuestro país tras fusionarse con Savia), **Travelport** y **Sabre**.



Para saber más

Aquí puedes encontrar más información sobre los principales GDS.

[Amadeus.](#)

Aunque esté en inglés, es interesante saber qué soluciones ofrece Travelport a las agencias de viajes.

[Travelport.](#)

Y por último, una de las grandes, la norteamericana Sabre.

[Sabre.](#)

Pero a pesar de estos datos tan apabullantes, y su importancia indiscutible como intermediarios entre las agencias de viaje y los proveedores de los servicios turísticos, algunos indicios se presentan como negros nubarrones para su futuro. He aquí algunos de los **factores de preocupación**:

- ✓ **El coste de acceso a sus servicios es muy alto** (ten en cuenta que montar todo este sistema para conectar a los distintos proveedores con las agencias y a nivel mundial no es nada barato), lo que dificulta su uso a las agencias pequeñas.
- ✓ Han aparecido **nuevas alternativas**, especialmente para estas pequeñas agencias, como son las centrales de reservas y otras formas de venta online.
- ✓ **El comportamiento de los consumidores ha cambiado**, pues cada vez son más los que contratan directamente con los proveedores, [como la propia Amadeus reconoce en sus informes](#) (3,37 MB).
- ✓ La aparición de las **líneas low-cost**, que suelen vender directamente, ya no hace tan jugoso el mercado de los billetes aéreos.



Para saber más

Para ahondar más en este futuro de los GDS, lee este artículo.

[El futuro de los GDS.](#)

Y es que el mundo cambia que es una barbaridad. Hasta Google se atreve a meterse con estos gigantes de la intermediación.

[El metabuscador de Google.](#)

5.- El asociacionismo en el sector de la intermediación turística.



Caso práctico

Antonio va a estar un par de días fuera. Tiene que ir al Congreso Anual de Agentes de Viajes. Allí además va a ver a sus compañeros del grupo de compra.

—¿Qué es eso? —le pregunta **Liberto**.

—Pues que, para hacer frente a la competencia de las grandes agencias de viajes, nos hemos unido unos cuantos para negociar conjuntamente con los proveedores.

—Interesante — le contesta **Liberto**—, ¿y hay muchos en la misma situación?



Las asociaciones de agencias de viajes son organizaciones profesionales, independientes del gobierno y sin ánimo de lucro, a la que sus miembros se adhieren voluntariamente, y que tienen como objetivo la defensa de los intereses del sector de las agencias de viajes, respetando las diferencias entre sus asociados (la unidad no es lo mismo que la uniformidad).

En las agencias de viajes, como en el resto de los subsectores turísticos, el asociacionismo debería ser clave, pues, como ya sabes, **de la unión nace la fuerza**, y de ese modo se podrían satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Todos lo reconocen, y, al menos sobre el papel, más del 60 % de las agencias españolas están asociadas a alguna organización.

En definitiva, **lo que quieren estas asociaciones es dar una respuesta global (como sector) ante diversidad de temas**. Esto es algo que, en la **economía global** en que nos encontramos inmersos y con las tecnologías de la información, se considera esencial para el buen funcionamiento del sector.



¿Qué tienen en común todas las asociaciones de agencias de viajes, por lo tanto?

- ◆ **Son las representantes de los intereses del sector de las agencias de viajes ante los organismos de la administración pública, los sindicatos de trabajadores y otros agentes del turísticos.** Para ello, se comprometen a asociarse a otras entidades donde puedan representar mejor estos intereses, como a la **CEOE**, la **OMT** o la **ECTAA**.
- ◆ Se ocupan de la **imagen del sector ante la opinión pública**. Para ello controlan por ejemplo la publicación de noticias sobre el sector en los diferentes medios de comunicación.
- ◆ **Fomentan y favorecen la colaboración entre sus asociados** para la defensa común de los intereses, mejorando los canales de comunicación y dando información. En caso de conflictos entre ellos, ayudan a la **mediación**.
- ◆ **Informan y ayudan a la investigación en el sector**, divulgando todo aquello que pueda ser útil para sus asociados. ¿Cómo se puede hacer? Pues ejemplos son las páginas webs de las asociaciones, los boletines informativos o el contacto directo con las agencias (visitas, correos, congresos...).
- ◆ Ayudan a la **promoción y desarrollo de la actividad turística**.
- ◆ **Prestan determinados servicios a sus asociados, en especial a las pequeñas y mediana agencias**, entre los que podríamos destacar:



Servicios de las asociaciones

SERVICIOS DE LAS ASOCIACIONES

FORMACIÓN

ASESORÍA

APOYO
ECONÓMICO

APOYO
TECNOLÓGICO

APOYO
COMERCIAL

Servicios de las asociaciones

FORMACIÓN

Ayuda y promoción de planes de formación y actualización de conocimientos de los empleados de las agencias de viajes, para poder prestar un servicio de mayor calidad.

Servicios de las asociaciones

ASESORÍA

Se puede dar un servicio de **asesoría jurídica y fiscal** a los asociados. Ejemplos de ello pueden ser:

- Información sobre los **cambios en la legislación** del sector y ayuda en los **trámites** derivados de ellos.
- Resolución de **dudas sobre aspectos fiscales** (como el IVA).
- **Asesoramiento en el caso de quejas y reclamaciones formales.**
- Actuación en caso de **intrusismo profesional.**

Servicios de las asociaciones

APOYO ECONÓMICO

Más que financiación directa, se trata de actuaciones que puedan mejorar la rentabilidad de los asociados. ¿Qué podemos incluir entre estos servicios?

- Llegar a **acuerdos con entidades financieras** acordando mejores condiciones para préstamos, pagos con tarjetas o financiaciones a clientes.
- Negociaciones con compañías de seguros para conseguir buenas pólizas de asistencia a viajes para clientes, por ejemplo.

Servicios de las asociaciones

APOYO TECNOLÓGICO

Consiste en informar y ayudar en la **implantación de nuevas tecnologías** que faciliten el trabajo de sus asociados.

Servicios de las asociaciones

APOYO COMERCIAL

Hemos dicho que las asociaciones no tienen ánimo de lucro, y entre sus principios no está el llegar a acuerdos comerciales. En todo caso, podemos hablar de :

- Fomentar las **relaciones entre sus asociados.**
- **Acuerdos puntuales con algunos proveedores.**
- Ayuda en las **acciones de promoción de sus asociados.**

1

2

3

4

5

6

[Resumen textual alternativo](#)

Y de ellos se benefician tanto el agente como el consumidor, pues las asociaciones se comprometen a redactar y cumplir un [👉 código ético profesional](#), del que hablaremos un poco más adelante. Todo ello tiene como resultado una [👉 dignificación de la profesión](#).



Para saber más

Es indudable la importancia del asociacionismo en el sector de las agencias de viajes.

[Una red social llamada asociacionismo.](#)

Pero la realidad en el sector español es de dispersión y conflicto. A fecha de hoy no hay ninguna asociación hegemónica en el panorama español. Aquí tienes las más representativas: [CEAV](#), [ACAve](#), [UNAV](#) o [FETAVE](#).



Autoevaluación

La pertenencia a una asociación es obligatoria para cualquier agencia de viajes. ¿Verdadero o falso?

- Falso.
- Verdadero.

Correcto. Claro que sí. Una cosa es que sea conveniente, y otra muy distinta que sea obligatoria.

Incorrecto. Vuelve a leer: en España hay derecho de asociación, no obligatoriedad.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

5.1.- Asociacionismo y grupos de gestión.

Pero no es oro todo lo reluce. Si nos ponemos a estudiar el sector de las asociaciones de agencias de viajes en España, necesitamos ante todo una cosa: mucha paciencia y que nos gusten los rompecabezas. El baile de siglas es considerable. Es un sector desunido y al que se le critican unas cuantas cosas:

- ✓ La principal es la **desunión**, que las propias asociaciones reconocen como problema.



Para saber más

Es indudable la importancia del asociacionismo en el sector de las agencias de viajes.

[Una red social llamada asociacionismo.](#)

Pero la realidad en el sector español es de dispersión y conflicto. A fecha de hoy no hay ninguna asociación hegemónica en el panorama español. Aquí tienes las más representativas: [CEAV](#), [ACAVe](#), [UNAV](#) o [FETAVE](#).

- ✓
 - Hay un **desinterés generalizado de las agencias de viajes por las actividades de las asociaciones**. ¿Cómo es posible, con un **índice de afiliación** relativamente alto? Pues porque no hay confianza, como refleja la poca asistencia a los congresos de las diferentes asociaciones (muchas veces no va ni el 10 % de los afiliados).
 - Y es que **las voces críticas detectan una serie de problemas**:

PROBLEMAS DEL ASOCIACIONISMO

- No hay renovación de dirigentes, que son los mismos prácticamente que hace treinta años. Se piensa que están llevados por intereses particulares.
- Los criterios y enfoques de las asociaciones parecen a veces estar enfrentados.
- Se les acusa de recibir tratos preferenciales de los proveedores con los que negocian.
- Hay demasiadas asociaciones, que muchas veces se “pisan” los ámbitos de actuación.

[Resumen textual alternativo](#)

Visto esto, está claro que una consecuencia directa de ello es que los proveedores se aprovechan de la desunión para imponer sus condiciones.

Pero, por si no fuera poco todo este lío, tenemos otro factor en medio: los llamados  grupos de gestión o grupos comerciales. También se basan en la asociación de un grupo de agencias de viajes para defender en común sus intereses. Vale, entonces, **¿en qué se diferencian de las asociaciones?** Tanto unos como otras prestan servicios a sus asociados. En este cuadro verás las diferencias con más facilidad.

Las diferencias entre las asociaciones y los grupos de gestión

Asociaciones	Grupos de gestión
<ul style="list-style-type: none">✓ Defensa de los intereses generales del sector (incluso de los no asociados).✓ Interlocutores únicos de todas las agencias frente a las administraciones públicas.✓ Son los que se ocupan de la buena imagen del sector de las agencias en general.✓ No tienen ánimo de lucro.	<ul style="list-style-type: none">✓ Defensa de los intereses comerciales sólo de sus asociados.✓ Interlocución ante los proveedores para conseguir mejores condiciones económicas para sus asociados.✓ Velan por la buena imagen de sus asociados.✓ Pueden obtener beneficios empresariales por esta actividad.

¿Cuáles son entonces sus funciones? Son de carácter más económico, pues la principal es **mejorar la rentabilidad de sus asociados, con acciones concretas**, que van desde simplemente actuar como  **central de compra** (para poder conseguir mejores acuerdos con los proveedores), hasta ofrecer una imagen única. Podemos resumirlas en las siguientes:

- ✓ **Apoyo en acciones de marketing y promoción** de los asociados (muchas veces bajo una única marca).
- ✓ **Centralización de servicios comunes**, como la asesoría jurídica o la gestión de reclamaciones.
- ✓ Actuación como **central de compra**: un solo intermediario ante los proveedores, con lo cual se puede conseguir mejores condiciones.
- ✓ **Unión entre los asociados para hacer inversiones en investigación y aplicación de tecnología**.

6.- ¿Existe una deontología en el sector de la intermediación?



Caso práctico

Cuando **Antonio** ha vuelto del Congreso, le ha entregado un borrador.

—¿Esto qué es? —le pregunta **Liberto**.

—Pues que hemos decidido que vamos a elaborar entre todos un Código Deontológico para la Asociación, y yo estoy en la comisión. Así que vas a tener la oportunidad de ayudarme.

—Estupendo —le responde **Liberto**—, pero ¿qué hay que hacer?



Lo más seguro es que hayas oído esta palabra antes, pero puede que no lo asociaras a las agencias de viajes. Pues sí. No sólo los médicos, los abogados o los periodistas lo tienen. Pero veamos primero en qué consiste eso de la Deontología.

La RAE define la Deontología como la ciencia o tratado de los deberes. Pero para afinar más, podemos decir que es una rama de la **Ética** que se ocupa de los deberes y obligaciones morales que tienen los profesionales en el ejercicio de su profesión, es decir, aquello que sería ideal hacer, pero que no está regulado por una ley escrita. Por eso también se le llama **Ética Profesional**.

Una de las características de la **Ética Profesional** es que, normalmente, no es de obligado cumplimiento, es decir, no se pueden imponer sanciones o multas, pues no es una ley. Pero no ocurre lo mismo con los Códigos Deontológicos. A ver si con un ejemplo lo entendemos mejor: la **Ética Profesional de la medicina** dice que se debe atender a un paciente cuando está enfermo (es lo que un buen médico haría), pero es el Código Deontológico de los médicos (lo que ellos llaman el **Juramento Hipocrático**) el que les obliga a hacerlo. En su caso concreto, existe una obligación de cumplimiento.



Entonces podemos definir el Código Deontológico como la recopilación de normas que deben regular el comportamiento deseable de las personas en una empresa u organización, y que sus miembros conocen y aceptan, y por tanto cumplen.

En nuestro caso, no llegamos a tanto. No hay un Código comúnmente aceptado por los profesionales del sector, aunque recuerda que la **OMT** tiene un **Código Ético Mundial del Turismo** (pdf - 315010 B) ., que es el que nos debe servir de inspiración para el resto de los sectores. Pero sí es verdad que algunas asociaciones piden que se redacte. También lo podríamos llamar Manual de Buenas Conductas y Prácticas, o Código de **Ética Profesional**.



Reflexiona

A ver, ¿por qué crees que es necesario que el agente de viajes tenga un código deontológico? Pues por la misma razón que cualquier otro profesional. Muchas veces, las empresas dejan de lado los valores éticos y profesionales pensando que así pueden obtener mayores rendimientos económicos. Pero, ¿piensas que, a la larga, eso es positivo para la empresa?

Mostrar retroalimentación

Claramente no. La experiencia nos dice que son las empresas que potencian los valores humanos las que, a la larga, tienen mayor facilidad para conseguir la satisfacción de clientes, empleados y proveedores. En el caso de las empresas, puede estar incluido en el manual corporativo, y contribuye a conseguir la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente.

¿Para qué crees que le sirve un Código Deontológico a un agente de viajes? Pues vamos a estudiarlo desde tres perspectivas: las consecuencias de tenerlo, los objetivos que se pretenden conseguir y acciones concretas para ello.



El código deontológico

EL CÓDIGO DEONTOLÓGICO

CONSECUENCIAS

OBJETIVOS

ACCIONES

El código deontológico

CONSECUENCIAS

- Determinar una serie de normas que garanticen que se usen medios respetuosos, definiendo unas costumbres mínimas que se consideran imprescindibles.
- Establecer el **interés general** de la empresa u organización por encima del particular del empleado.
- Establecer **qué es lo que está bien hecho y lo que está mal**.
- Desempeñar la actividad profesional para que repercuta en la buena imagen del agente de viajes.

El código deontológico

OBJETIVOS

- Completará a la legislación y al resto de las normas de la empresa (ya hemos dicho que debería estar dentro del Manual Corporativo si la agencia lo tiene), para **rellenar posibles lagunas normativas**.
- Ayudará a la **concienciación** de que se deben respetar esas normas, así como al **sentido de la responsabilidad**.
- Ayudará a **definir la condición del agente de viajes**: para entendernos, es una forma de darle identidad individual, diferenciándolo de otros profesionales.
- Contribuirá a **evaluar públicamente la imagen de la profesión**, aumentando su reputación y la confianza del público (esto, como comprenderás, es fundamental).
- Se trabajará con **eficiencia**, con la metodología más eficiente y adecuada para cada caso.

El código deontológico

ACCIONES

- Respetar la **confidencialidad del cliente**, no divulgando sus datos (con lo que estamos, por otro lado, cumpliendo con la normativa vigente) y no realizar actividades delictivas aprovechando el acceso a la información como agente de viajes (obvio, pensarás con razón).
- Cada cual se **responsabiliza de su área de competencia**, respetando los límites de los compañeros (vamos, que no le quites un cliente a cualquiera de tus compañeros con malas artes) y **respetar y reconocer los éxitos de los demás**, y **sin desacreditar** a compañeros y competencia.
- **Responsabilizarse de las actuaciones propias**, que deben estar dentro de los límites que han sido asignados a cada persona (tú no puedes firmar por tu jefa, cuando sólo lo puede hacer ella), no aceptando los trabajos que sabemos claramente que no podemos resolver.

1 2 3 4

[Resumen textual alternativo](#)



Para saber más

Aunque no hay un Código General para el agente de viajes, algunas asociaciones y empresas lo tienen incluido. Aquí tienes un ejemplo.

[Código Ético del Grupo Barceló.](#)

También algunas asociaciones se ha preocupado del tema, y son muy estrictas en su cumplimiento.

 [Código Ético de ASOARTE](#) (0,18 MB)



Autoevaluación

Todas las agencias de viajes se rigen por un código deontológico propio. ¿Verdadero o falso?

- Falso.
- Verdadero.

Cierto. Por desgracia, no hay un código común, con lo cual dependerá de la voluntad de los responsables de la agencia.

Eso sería lo deseable, pero, por el momento, no es obligatorio.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

Anexo I.- Historia de las agencias de viajes en España.

A finales del siglo XIX (concretamente, en 1899), Thomas Cook abrió una oficina en Madrid, en la Puerta del Sol. Pero España todavía no era especialmente interesante para el turismo, a pesar de lo cual, otra agencia, Wagon-Lits abrió una delegación pocos años después. Pero son extranjeras.

¿Cuándo entonces empezaron a funcionar las primeras agencias de viajes españolas? Pues, como tal, y en 1910, nació la que se considera decana de las agencias españolas, tristemente desaparecida hace poco: Viajes Marsans. Pero ya antes había habido otras experiencias. **Generalmente son otro tipo de profesionales** (sobre todo agentes de aduanas, o agentes de transporte) **que empiezan a diversificar sus funciones** con la venta de billetes de transporte y poco después con la organización de viajes. Suelen colaborar con agencias extranjeras, con las que se acaban fusionando. Por eso, antes de Marsans, podemos poner otros ejemplos

- ✓ **Agencia Foye**, un agente de pasajes barcelonés que vendía combinación de billetes mar y tierra y que se fusionó con la francesa Lubin. Acabaron siendo absorbidos por Marsans.
- ✓ **La Correspondencia de España**. Este es un caso curioso, pues en origen era un periódico.
- ✓ Como lo oyes. Fundado a mediados del siglo XIX, empezó a organizar viajes para sus suscriptores, y acabó convirtiéndose en Exprinter (Expreso Internacional).
- ✓ **Viajes Bakumar**. Suena a moderno, ¿verdad? Pues su origen está en un agente de aduanas malagueño que desde el último cuarto del siglo XIX se dedicaba a la venta de billetes por mar y ferrocarril y vendía viajes combinados, incluso a medida.
- ✓ **Agencia San Julián**. En 1900 se dedicaba al alquiler de villas a veraneantes en el naciente y exclusivo destino de San Sebastián.
- ✓ Y por fin, hablemos de **Marsans**. Su peculiaridad es que nació con el objetivo específico de vender billetes por mar y tierra y fomentar el turismo. Pero también es verdad que su origen está en la banca Marsansrof, a la que finalmente sobrevivió.



Para saber más

Si quieres profundizar en la historia de Marsans, puedes leer este artículo. Lamentablemente, Marsans ya es historia:

[Viajes Marsans, cien años de historia penden de un hilo.](#)

Amplía y actualiza información sobre la [quiebra](#).

Si tenemos que caracterizar entonces a las agencias de viajes españolas antes de la guerra, podríamos decir:

- ✓ **No satisfacían la demanda de un turismo de masas** (recuerda que ese fenómeno nace después de la Segunda Guerra Mundial).
- ✓ Organizaban **viajes combinados y excursiones colectivas** a un precio único, con la posibilidad de incorporar guías intérpretes (ten en cuenta que no estábamos entonces en nuestro actual mundo global).
- ✓ **No ejercían funciones exclusivas de lo que hoy consideramos una agencia de viajes**: aparte de billetes de transporte y viajes a demanda, organizan hasta peregrinaciones, ofrecen seguros. Y de forma extraoficial, podían incluso hacer de representantes del país cuando tenían oficina en el extranjero.

Pero esta actividad floreciente, como todas las demás, **queda bruscamente interrumpida durante la Guerra Civil, a la que siguen la Segunda Guerra Mundial y el cierre al exterior del régimen franquista**. El turismo no es precisamente una prioridad para el gobierno, cuyo objetivo es controlar cualquier tipo de actividad.

Sin embargo, fue **España el primer país que legisló específicamente sobre las agencias de viajes y sus funciones**. Lo hizo mediante un Decreto en 1942. Es curioso, pues en ese momento apenas había veinte agencias en toda España. ¿Qué decía?

- ✓ Sólo las agencias de viajes podían organizar viajes en España, ya sean colectivos o individuales.
- ✓ Las agencias de viajes extranjeras que quisieran operar en España, deberían hacerlo a través de una agencia de viajes española.
- ✓ El decreto establecía la obligatoriedad de solicitar un título-licencia y depositar un aval en el Banco de España
- ✓ Se clasificaban las agencias en dos grupos: A y B.

Pero a finales de los años cincuenta, con el descubrimiento de España por parte de los turoperadores europeos, el modelo se manifestó poco funcional. Las agencias extranjeras se las apañaban para contratar directamente el transporte y el alojamiento, con lo que las españolas veían cómo se iban dedicando a organizar excursiones para los visitantes.

Aún así, y por el auge del turismo, aumentó el número de agencias durante esta década. A principios de los cincuenta había 120 establecimientos en España (que pertenecían a treinta agencias) y en 1960 su número subió hasta 289 (102 agencias y 187 sucursales). **¿Cómo podríamos resumir las características del sector entonces?**

- ✓ **Atomización** (esa sigue siendo una constante).
- ✓ **Poca inversión empresarial.**
- ✓ **Falta de interés por parte del Estado**, que consideraba a las agencias como una forma de propaganda.
- ✓ En definitiva, **no eran capaces de atraer las corrientes turísticas** que llegan a España desde el exterior.

Hubo tímidos intentos de crecimiento, e incluso en 1966, y a pesar de la oposición de muchos minoristas, apareció la figura del **mayorista**, aunque ni de lejos se parecían a los potentes turoperadores europeos. La primera agencia mayorista fue **Pullmantour**.

Así fue sobreviviendo el sector durante la transición, y el comienzo de la democracia conoció la privatización de las agencias estatales. Pero lo que marcó la diferencia fue el nuevo estado autonómico. El Estado central, entre otras, cedió la competencia del turismo, como tú ya bien sabes, a las nuevas comunidades. A pesar de ello, y en colaboración con estas comunidades y con el propio sector, salió adelante en **1988** el Real Decreto 271/1988 por el que **se regula el ejercicio de las actividades de las agencias de viajes**, y que debería servir de guía para las legislaciones autonómicas.

Este Decreto supuso el fin de la ley de 1942. Y fue complementada por la **Ley de Viajes Combinados, en 1995**, siguiendo las directrices de la Unión Europea. Del resto de la historia, sabrás en los siguientes epígrafes.

Anexo II.- Otras funciones y obligaciones en las agencias de viajes.

Aparte de las funciones exclusivas que has estudiado para las agencias de viajes, también pueden desempeñar otras actividades, a las que vamos a llamar complementarias, y que le dan un valor añadido a las funciones principales.

- ✓ **Información turística** y material de propaganda y promoción del turismo.
- ✓ Cambio de **divisas** y venta y cambio de **cheques de viaje**.
- ✓ Realizar todos los trámites para la **expedición y transferencia de los equipajes** de los viajeros por cualquier medio de transporte.
- ✓ Formalización de **pólizas de crédito** proporcionadas por empresas aseguradoras debidamente autorizadas, y que pueden cubrir los riesgos derivados del viaje, tanto a los viajeros como a sus pertenencias.
- ✓ Intermediación en el **alquiler de vehículos**, con o sin conductor.
- ✓ Reserva, adquisición y venta de **billetes o entradas de todo tipo de espectáculos, museos y monumentos**.
- ✓ Alquiler de **útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo**.
- ✓ **Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte para la realización de servicios turísticos propios de su actividad.**
- ✓ La prestación de cualesquiera otros servicios turísticos que complementen los anteriores.



OBLIGACIONES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

Además, si quieren prestar sus servicios como agencias de viajes, existen una serie de obligaciones comunes a casi todas las agencias de viajes.

- ✓ **Exhibición del código de identificación y del nombre comercial.**
- ✓ Cumplir con las garantías exigidas (fianzas y garantías individuales o colectivas).
- ✓ Prestar sus servicios sin ningún tipo de **discriminación** por razón de discapacidad, nacionalidad, lugar de procedencia, raza, sexo, religión, opinión u otra circunstancia personal o social.
- ✓ Tener **hojas oficiales de quejas y reclamaciones** de los usuarios que las soliciten, con el fin de consignar en ellas las quejas que deseen formular sobre su funcionamiento, así como los **libros de inspección** y otros documentos y facilitar a los inspectores el ejercicio de sus funciones, permitiéndoles el acceso a sus dependencias, y el examen de documentos, libros y registros directamente relacionados con la actividad turística.
- ✓ Proporcionar **información a la administración** cuando esta lo requiera para elaborar estadísticas de sector o bases de datos.
- ✓ Informar a las personas usuarias de los **precios finales y completos**, incluyendo impuestos, cargas y gravámenes. Para ello deben facilitar por escrito las definiciones de los servicios, así como los precios de éstos y de los gastos de gestión.
- ✓ Respetar el **derecho de desistimiento** de los clientes.

- ✓ No contratar servicios con empresas no autorizadas por la administración turística, para **evitar el fraude y el intrusismo profesional**.
- ✓ Observar las demás obligaciones legales o reglamentariamente establecidas.



Anexo.- Licencias de recursos.

Licencias de recursos utilizados en la Unidad de Trabajo.

Recurso (1)	Datos del recurso (1)	Recurso (2)	Datos del recurso (2)
	Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. IE008.		Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V43.
	Autoría: Desconocido. Licencia: CC BY-SA 3.0. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Thomas.Cook.jpg		Autoría: Schekinov Alexey Victorovich. Licencia: CC BY-SA 3.0. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Турагентство_Фиестас_uselang=es
	Autoría: Ramsessteam. Licencia: CC BY-SA 3.0. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Hotels.com_Logo.jpg?uselang=es		Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V07.
	Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas a distancia. Procedencia: CD109.		Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas a distancia. Procedencia: CD109.
	Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas a distancia. Procedencia: CD109.		Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas a distancia. Procedencia: CD109.

Condiciones y términos de uso de los materiales

Materiales desarrollados inicialmente por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y actualizados por el profesorado de la Junta de Andalucía bajo licencia Creative Commons **BY-NC-SA**.



Antes de cualquier uso leer detenidamente el siguiente [Aviso legal](#)

Historial de actualizaciones

Versión: 01.00.09

Fecha de actualización: 02/12/20

Actualización de materiales y correcciones menores.

Versión: 01.00.00

Fecha de actualización: 15/09/14

Versión inicial de los materiales.