

# PRESENTACIÓN

---

Considero este libro una guía sobre gestión de viajes, servicios y productos turísticos, que actualiza anteriores publicaciones y resume la teoría aplicada que hubiera querido tener en mi práctica profesional. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) y en especial Internet aportan valiosos hábitos de información que, entre otros recursos, dan acceso en tiempo real, a los últimos datos. Pero su abrumadora información está dispersa, a veces confusa y los usuarios y profesionales tenemos que estructurarla, filtrarla y traducirla a útiles conocimientos.

La gestión de viajes se percibe realizable a través de las TIC y su entorno global, digital y multipantalla. Pero la sensibilidad de la actividad turística merece la intervención profesional para convertir los viajes en una grata experiencia; y recibir viajeros en un posible camino para el desarrollo sostenible de los destinos y las organizaciones turísticas. En base a ello nuestra hipótesis es que, ahora más que nunca, se necesitan asesores que empaticen con el viajero; recursos que gestionen la información y el conocimiento y profesionales formados capaces de practicar una eficiente gestión turística.

Siguiendo esta hipótesis los objetivos que nos hemos propuesto en este nuevo libro son los siguientes.

1. Analizar los cambios que en el siglo XXI afectan a la gestión de viajes, servicios y productos turísticos.
2. Revisar contenidos de publicaciones previas. Adaptarlos, mantenerlos o rechazarlos, según sea su vigencia.
3. Exponer conocimientos básicos para su utilización no sólo por las organizaciones: empresas e instituciones, sino también por los nuevos perfiles profesionales autónomos o autogestores de viajes, cuya soledad organizativa demanda apoyo formativo de teoría aplicada.
4. Sintetizar y resaltar la presentación de estos conocimientos porque Internet es ahora un magnífico recurso para complementar información. Reconozco en el texto un exceso de puntos clave, procesos y procedimientos de actuación. Pero

todas las profesiones y actividades utilizan protocolos y manuales que resumen teorías, experiencias y pasos necesarios.

5. Ofrecer referencias, webs y bibliografía sobre otros autores de los que he aprendido y cuyos conocimientos soportan también este libro. En ocasiones los cito agrupados por temas, para que los lectores amplíen los contenidos esbozados en este texto, convencida de la bondad de un aprendizaje más profundo.
6. Promover valores imprescindibles para una eficiente gestión turística:
  - **Profesionalidad.** Basada en la formación y actualización permanente y en una rigurosa práctica técnica enfocada a la calidad.
  - **Personalización.** Viajar es una actitud ante necesidades, deseos y curiosidades de cada viajero, que nosotros debemos empatizar y convertir en experiencias gratas.
  - **Ética.** Moral transcultural que debe siempre guiar todas nuestras acciones.
  - **Sostenibilidad.** Visión y actuación para que las futuras generaciones hereden y avancen para un mundo mejor. Percibimos la urgencia en la protección e incluso recuperación de nuestro planeta y de las gentes y culturas que lo habitan, elementos que son la esencia de los recursos turísticos. Y estamos convencidos de que la gestión eficiente de todos estos recursos consigue tres retos: a) la propia supervivencia de los recursos turísticos; b) la necesaria continuidad de los buenos agentes y organizaciones turísticas; y c) la satisfacción de los viajeros.

## Estructura del libro

La estructura de este libro se divide en dos partes. La primera parte desarrolla fundamentos de **gestión general** aplicados a organizaciones turísticas y en especial a los agentes de viajes. Se divide en diez capítulos:

**Capítulo 1. El sistema turístico y su entorno social.** Desarrolla la evolución histórica, del sistema turístico hasta la actual Sociedad de la Información y el Conocimiento. Seleccionamos variables básicas de la gestión turística y revisamos la influencia de los grandes cambios sociales del entorno. Incluye también una referencia especial al Modelo de desarrollo turístico español.

**Capítulo 2. Fundamentos sobre gestión y su aplicación al turismo.** Parte de la gestión eficiente y desarrolla el proceso genérico de gestión y los diferentes enfoques de la misma. Especiales referencias a la gestión de la calidad y de la sostenibilidad turística. Está vinculado al Anexo I que recoge un paseo histórico de hitos y aportaciones válidas para la gestión turística.

**Capítulo 3. Agentes y agencias de viajes. Funciones, modelos y emprendimiento.** Describe la misión, posición, funciones y modelos de agencias de viajes. Incluye la figura del agente de viajes autónomo y los elementos de un proyecto de viabilidad para emprendedores. Está vinculado al Anexo II y III que recogen aportaciones sobre normativas jurídicas que afectan a los agentes de viajes.

**Capítulo 4. Gestión de la demanda.** Define las diferentes fases y elementos de esta gestión. E identifica los diferentes segmentos de demanda y sus tendencias como punto de partida en la gestión turística.

**Capítulo 5. Gestión de la Información y el Conocimiento (I+C).** Describe las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) como valiosos e imprescindibles recursos y como oferta de Información y Conocimiento (I+C) que amplía horizontes profesionales a los agentes de viajes. Especial referencia a internet, Programas de gestión y GDS.

**Capítulo 6. Gestión de la oferta de viajes, servicios y productos turísticos.** Parte de la tierra: destino turístico a proteger y del modelo estructural de los recursos turísticos de un destino. Diferencia los conceptos de viajes, servicios y productos turísticos y las peculiaridades, tipos, expectativas y elementos de la oferta turística.

**Capítulo 7. Procesos de producción y servicio en las agencias de viajes.** Detalla, a partir del proceso de decisión del consumidor, los diferentes elementos y fases para la producción, cotización, formalización, atención y venta de viajes. Diferencia la venta rápida normalmente electrónica de la venta lenta y con asesoría.

**Capítulo 8. Gestión de marketing y comunicación de viajes, servicios y productos turísticos.** Diferencia elementos de marketing y comunicación. Enfatiza la comunicación virtual, tarifas confidenciales y folletos. Y diferencia dimensiones en los canales de distribución.

**Capítulo 9. Organización interna para la gestión de viajes, servicios y productos turísticos.** Describe las áreas de organización, niveles de de responsabilidad y perfiles profesionales aconsejados para la gestión de viajes, servicios y productos turísticos. Gestión de recursos humanos y del espacio físico de una agencia.

**Capítulo 10. Control en la gestión de viajes, servicios y productos turísticos.** Desarrolla sistemas de control de la gestión enfocados a la calidad, incluyendo cuestionarios de evaluación.

La segunda parte, compuesta por seis capítulos, desarrolla la **gestión de la oferta** de servicios, productos y destinos que realizan los agentes de viajes, incluyendo características generales, operativa de reserva, venta y tarifas.

**Capítulo 11. Oferta de transporte** aéreo, ferroviario, por carretera: autocares y automóviles, y en medio acuático.

**Capítulo 12. Oferta de las diversas modalidades de alojamientos y restauración.**

**Capítulo 13. Oferta de ocio** en su amplia dimensión, contratación de **guías-informadores y seguros de viaje**.

**Capítulo 14. Oferta de productos turísticos** con una concreta referencia a viajes de naturaleza (sol y playa, turismo rural, ecológico, aventura, safaris), viajes deportivos y viajes culturales.

**Capítulo 15. Oferta de viajes profesionales y mercado MICE.**

**Capítulo 16. Principales destinos turísticos del mundo.** Resume los “mínimos” conocimientos sobre geografía y cultura turística que se deben saber para ofrecer cierta seguridad profesional ante un cliente.

**Bibliografía.** Relación de autores y documentos que soportan estos conocimientos.

## **Apuntes personales de la autora**

Siempre consideré imprescindible profesionalizar la práctica turística y ampliar continuamente la formación por ese convencimiento personal de que no hay buena práctica sin una buena teoría. Mi propia trayectoria académica y profesional responde a estos principios. Miembro de una familia muy viajera, en 1963 empecé la carrera de Técnico de Empresas Turísticas (TET) en la Escuela Oficial de Turismo (EOT), dependiente del Instituto de Estudios Turísticos del entonces Ministerio de Información y Turismo. Formé parte de la segunda promoción de aquellos primeros títulos profesionales en Gestión turística que nacieron simultáneamente con Periodismo, Publicidad, y las diferentes ingenierías creadas en el sistema educativo superior en aquella emergente etapa de España.

Desde mis primeras prácticas profesionales comprendí que además de técnicas de gestión turística, se necesita ampliar formación en recursos básicos: Naturaleza, Cultura, Economía y Sociología.

Por ello continué mi formación con la Licenciatura en Filosofía y Letras, Sección Geografía e Historia en la Universidad Autónoma de Madrid y varios cursos Postgrado sobre Humanidades y gestión en universidades extranjeras (Viena y EE.UU.). En 1984 convalidé aquel primer título TET por el de Técnico de Empresas y Actividades Turísticas (TEAT) equivalente a Diplomado Universitario que ampliaba la formación empresarial hacia instituciones y desarrollo turístico. Culminé mi formación académica con un Doctorado en Sociología. Mi tesis doctoral versó sobre “Las agencias de viajes en la Sociedad de la Información. Evolución y adaptación a este nuevo entorno social”.

La práctica profesional ejecutiva, directiva y docente la desarrollé en empresas e instituciones turísticas: Oficinas Nacionales de Turismo en el extranjero (Viena), Paradores Nacionales, Agencias de Viajes (Viajes Ecuador, Ski Arias Travel& Service), Aerolíneas (TWA en EE.UU.), Patronato Municipal de Turismo de Madrid y

Madrid Convention Bureau, Colaboraciones en Consultoría nacional e Internacional (Consultur, Tea Cegos, etc.) y la actividad docente que expongo a continuación.

En 1983 la Escuela Oficial de Turismo (EOT) me pidió que, aportando mi experiencia profesional, diseñara e impartiera la asignatura de Gestión de Agencias de Viajes del nuevo Plan de Estudios equivalente a diplomatura Universitaria. Desde entonces soy una entusiasta de lo que llamo **el círculo prodigioso: teoría-práctica-teoría-optimización de la práctica**. Por ello recomiendo a todos los ejecutivos su contribución docente, porque teorizar la práctica para enseñarla a los estudiantes exige una reflexión que recarga y mejora nuestra actividad práctica diaria. Y además se produce la reclamada y necesaria transferencia del conocimiento.

La docencia además engancha. Y aquella contribución docente, primero en la EOT y después en la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) derivó en diferentes cargos de gestión académica: Coordinadora de Cursos Postgrado y Directora del Departamento de Gestión y Recursos Turísticos en la EOT, Subdirectora de Alumnos y Practicum en la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) y Vicedecana de varias funciones en la Facultad de Ciencias del Turismo de dicha universidad. Y ha continuado como Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Rey Juan Carlos. Y directora o profesora en más de cien Master y cursos postgrados en otros Centros, Empresas, Universidades y Escuelas de Negocios como EOT, ICADE, EOI, UOC, en Madrid, Barcelona, Sevilla, Las Palmas, Valencia, Alicante, Santiago de Compostela, Cuba, Costa Rica, Portugal, Argentina, etc.

En 1988 escribí un primer libro sobre *Gestión y técnicas de las agencias de viajes*. En su Prólogo D. Jorge Vila Fradera presentaba su utilidad como primer manual para las agencias de viajes que entonces disfrutaban de un tranquilo mercado cercano a la competencia perfecta.

En 1999 amplí su contenido en el libro *Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes* que resaltaba la exigencia de una rigurosa gestión empresarial ante la competitiva y compleja actividad de ámbito internacional incluyendo el entorno digital en el que ya actuaban las agencias de viajes más avanzadas.

Otras diversas publicaciones, algunas de las cuales cito en la bibliografía de este libro, y la reflexión constante que exige la docencia universitaria me ha movido a esta nueva revisión. En la segunda década del siglo XXI muchas teorías y prácticas siguen vigentes. Pero como en todo devenir social se incorporan interesantes cambios que merecen nuevas reflexiones.

Con esta intención **emprendemos este nuevo libro dirigido** a profesionales del turismo, agentes de viajes autónomos o miembros de una empresa, a estudiantes, a los partidarios de la autoorganización de viajes y a todos aquellos interesados en estos conocimientos como potenciales y reales viajeros.

## **Agradecimientos**

A todos aquellos que creen y colaboran en las Ciencias del Turismo.

A los que me enseñaron su bondad y su contribución a un mundo intercultural, más respetado, más desarrollado, sostenible y más feliz.

A los compañeros que me ayudaron a practicarlo.

Y a los estudiantes que me estimularon con la ilusión de aprender.

Isabel Albert Piñole  
Octubre 2014