

FUNDAMENTOS TEÓRICOS  
Y GESTIÓN PRÁCTICA  
DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

2.<sup>a</sup> edición actualizada y ampliada

Consulte nuestra página web: [www.sintesis.com](http://www.sintesis.com)  
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)) vela por el respeto de los citados derechos.

# FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y GESTIÓN PRÁCTICA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

2.<sup>a</sup> edición actualizada y ampliada

M.<sup>a</sup> Ángeles González Cobreros



Segunda edición actualizada y ampliada: octubre 2002  
Primera reimpresión: junio 2006

Diseño de cubierta: JV Diseño gráfico

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© M.ª Ángeles González Cobreros

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.  
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid  
Teléfono 91 593 20 98  
<http://www.sintesis.com>

ISBN: 84-7738-494-0  
Depósito legal: M-18.351-2006

Impreso en España - Printed in Spain

Son muchas las cosas que han cambiado desde la primera edición del libro, personas que por una u otra razón ya no están cerca de mí, pero las más importantes siguen ahí. A todas ellas, de nuevo, gracias.



# ÍNDICE

PRÓLOGO .....	13
CAPÍTULO 1: LAS AGENCIAS DE VIAJES	
1.1. Concepto y clasificación.....	15
1.1.1. Concepto .....	15
1.1.2. Clasificación de las agencias de viajes.....	16
1.2. Requisitos para su instalación y funcionamiento.....	17
1.2.1. Disposiciones gubernamentales .....	17
1.2.2. Acuerdos comerciales .....	17
1.2.3. Características operacionales .....	17
1.2.4. Naturaleza de los ingresos.....	18
1.3. Organización de una agencia de viajes.....	19
1.4. Asociaciones de agencias de viajes .....	22
1.5. Problemática de las agencias de viajes en el turismo actual.....	22
Apéndice 1: Ley 21/1995, reguladora de los Viajes combinados .....	24
Apéndice 2: Reglamento de Agencias de Viajes de 14 de abril de 1988.....	31
CAPÍTULO 2: EL PRODUCTO TURÍSTICO Y LAS AGENCIAS DE VIAJES	
2.1. Oferta turística española y agencias de viajes.....	41
2.1.1. Turismo urbano y metropolitano .....	41
2.1.2. Turismo de sol y playa.....	42
2.1.3. Turismo de negocios.....	42
2.1.4. Turismo social (tercera edad, familiar y juvenil).....	42

2.1.5. Turismo alternativo (verde, ecológico, de aventura y de balneario).....	43
2.1.6. Turismo deportivo.....	44
2.2. Definición y configuración.....	44
2.3. Distribución y promoción.....	45
2.4. La comercialización.....	46
2.5. El proceso de la venta.....	46

### CAPÍTULO 3: LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA AGENCIA DE VIAJES

3.1. Fuentes de información impresa.....	49
3.1.1. Información técnica para agencias de viajes.....	50
3.1.2. Información turística general.....	51
3.2. Fuentes informativas mecanizadas.....	51
3.2.1. Informática turística aplicada al sector.....	52
3.2.2. Programas de gestión para agencias de viajes.....	52
3.2.3. La distribución telemática en las agencias de viajes.....	53
Apéndice 1. Ejemplos de petición de información y reserva a través de Internet.....	57

### CAPÍTULO 4: DOCUMENTOS E IMPRESOS BÁSICOS EN UNA AGENCIA DE VIAJES

4.1. Documentos e impresos internos.....	61
4.1.1. Impresos técnicos.....	61
4.1.2. Impresos contables.....	64
4.1.3. Documentos de control.....	65
4.2. Documentos e impresos externos necesarios en una agencia de viajes.....	65
4.2.1. El bono o <i>voucher</i> .....	65
4.3. Material diverso.....	70
4.4. Documentos editados por los proveedores de servicios.....	71

### CAPÍTULO 5: LA INTERMEDIACIÓN EN LA RESERVA Y VENTA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN

5.1. Modalidades de alojamientos.....	73
5.1.1. Alojamientos hoteleros.....	73
5.1.2. Alojamientos extrahoteleros.....	74
5.2. Procedimientos y normas de reserva.....	74
5.3. Clases de reservas hoteleras más habituales.....	78
5.4. Problemática en la relación con los hoteles.....	81
5.5. Guías y horarios.....	81
5.6. Reservas en restaurantes.....	86
Supuestos prácticos.....	86
Material didáctico.....	88



**CAPÍTULO 6: LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE AÉREO**

6.1. El transporte aéreo desde sus inicios hasta la actualidad .....	95
6.2. Principales organismos y convenios que regulan el tráfico aéreo.....	96
6.2.1. Organismos internacionales .....	96
6.2.2. Convenios internacionales.....	97
6.3. Clasificación de las compañías aéreas .....	98
6.4. Las fuentes de información .....	98
6.4.1 Guías y horarios.....	98
6.4.2. Sistemas computarizados de reservas (SCR/CRS).....	101
6.5. Tarifas aéreas. Generalidades.....	105
6.5.1. Ámbito de aplicación .....	105
6.5.2. Validez y cambios .....	105
6.5.3. Conceptos básicos.....	107
6.6. Tarifas domésticas .....	112
6.6.1. Tarifas de la compañía Iberia .....	113
6.7. Tarifas internacionales.....	119
6.7.1. Procedimientos de construcción de tarifas internacionales .....	119
6.8. Relaciones entre compañías aéreas regulares y agencias de viajes .....	122
6.8.1. Establecimiento de relaciones .....	122
6.8.2. Sistemas de reserva de plazas aéreas y emisión de billetes.....	122
6.8.3. Aspectos básicos de la reserva y emisión de billetes a través del <i>GDS Amadeus</i> .....	122
6.9. Documentos de tráfico aéreo.....	125
6.9.1. Modelos y características de los documentos.....	125
6.9.2. Normas de emisión de documentos de tráfico.....	128
6.9.3. Valoración de documentos de tráfico aéreo.....	139
6.9.4. Recorrido de los documentos de tráfico aéreo.....	139
6.9.5. Liquidación de documentos .....	139
6.10. Transportes especiales .....	141
6.10.1. Pasajeros que necesitan atenciones especiales.....	141
6.10.2. Equipajes.....	142
6.10.3. Animales vivos .....	143
Supuestos prácticos.....	143
Material didáctico .....	147
Apéndice 1: Códigos de los principales aeropuertos mundiales.....	148
Apéndice 2: Aeropuertos españoles y distintos modelos de avión .....	152

**CAPÍTULO 7: LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO**

7.1. Problemática y situación actual .....	156
7.2. Servicios acuáticos de las agencias de viajes españolas .....	156
7.2.1. Transporte marítimo regular .....	156
7.2.2. Transporte discrecional o turístico .....	157
7.3. Las fuentes de información. Guías, horarios y folletos.....	163

7.3.1. Uso y manejo de horarios y tarifarios de compañías regulares	163
7.3.2. Uso y manejo de folletos de cruceros.....	166
7.4. Comercialización y venta de los servicios acuáticos.....	166
7.4.1. Comercialización y venta de los servicios de línea regular .....	166
7.4.2. Comercialización y venta de cruceros turísticos.....	168
7.5. Tarifas marítimas nacionales .....	168
7.5.1. Reducciones y bonificaciones .....	168
7.6. Emisión de documentación de billetes de pasaje de línea regular .....	169
7.6.1. Características de los billetes de pasaje y vehículos .....	170
7.6.2. Modelos de billetes.....	170
7.6.3. Composición del billete y destino de sus cupones .....	170
7.6.4. Normas para la emisión de billetes de pasaje.....	170
7.6.5. Cumplimentación del billete .....	171
7.6.6. Valoración del billete de pasaje y vehículo .....	175
7.6.7. Recorrido interno y externo del billete de barco.....	175
Supuestos prácticos.....	176

**CAPÍTULO 8: LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE FERROVIARIO**

8.1. El panorama ferroviario español.....	185
8.2. La oferta ferroviaria nacional .....	186
8.2.1. Trenes regulares .....	186
8.2.2. Trenes turísticos .....	189
8.2.3. Trenes chárter.....	192
8.2.4. Otros servicios ofrecidos por Renfe .....	192
8.3. La oferta ferroviaria europea.....	193
8.3.1. Trenes regulares europeos.....	193
8.3.2. Trenes especiales europeos.....	194
8.3.3. Principales compañías ferroviarias europeas.....	194
8.4. Guías y horarios .....	196
8.5. Tarifas ferroviarias nacionales.....	200
8.5.1. Estructura tarifaria aplicable en trenes de largo recorrido .....	201
8.5.2. Ofertas comerciales y descuentos en los trenes de largo recorrido .....	202
8.6. Tarifas ferroviarias internacionales.....	205
8.7. Relaciones entre Renfe y las agencias de viajes.....	207
8.7.1. Establecimiento de relaciones .....	207
8.7.2. Sistemas de reservas y emisión de billetes de tren .....	208
8.8. El billete de tren .....	209
8.8.1. Validez de los billetes de tren.....	209
8.8.2. Modificación de billetes emitidos.....	209
8.8.3. Anulación de billetes emitidos .....	209
8.8.4. Reembolso de billetes.....	210
8.8.5. Liquidación de billetes vendidos.....	210
8.8.6. Clases de billetes.....	210
Supuestos prácticos .....	217
Material didáctico .....	219

**CAPÍTULO 9: LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE POR CARRETERA**

9.1. El autocar. Relaciones con las agencias de viajes .....	225
9.1.1. Características y clasificación.....	226
9.1.2. Servicio regular. Reserva y emisión de billetes .....	227
9.1.3. Servicio discrecional. Tipos.....	227
9.1.4. Cálculo de tarifas en el servicio discrecional .....	229
9.2. Alquiler de vehículos con o sin conductor .....	232
9.2.1. Las compañías de alquiler de vehículos.....	233
9.2.2. Servicios de alquiler ofrecidos a través de las agencias de viajes españolas .....	233
9.2.3. Determinación de las tarifas.....	236
9.2.4. Reserva y emisión de documentos .....	236
Supuestos prácticos.....	237

**CAPÍTULO 10: LA INTERMEDIACIÓN EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS**

10.1. El seguro de viajes o turístico.....	239
10.1.1. Clasificación y coberturas principales .....	239
10.1.2. Operativa de reservas y cálculo de tarifas .....	240
10.1.3. Emisión de documentación.....	242
10.2. Cambio de divisas y cheques de viajeros.....	242
10.3. Guías y animadores turísticos .....	243
10.3.1. Características y clasificación de los informadores turísticos	243
10.3.2. Características de los animadores turísticos.....	244
10.3.3. Relaciones de animadores y guías con las agencias de viajes	247
10.4. Otras actividades.....	247
Supuestos prácticos.....	247
Apéndice 1: Orden 426, de 17 de enero de 1997, que desarrolla aspectos del RD 47/1996 .....	248
Apéndice 2: Decreto 152/1997, de 3 de junio, por el que se regula la actividad de los Guías de Turismo en Andalucía.....	250

**CAPÍTULO 11: LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE PAQUETES TURÍSTICOS CREADOS POR OTRAS AGENCIAS DE VIAJES**

11.1. Definición y características de paquete turístico .....	255
11.2. Tipos de paquetes o viajes programados a la oferta.....	256
11.3. Relaciones entre minoristas o detallistas y mayoristas u organizadores.....	258
11.4. La venta de viajes programados.....	258
11.4.1. Selección del producto.....	258
11.4.2. Procedimientos de reserva y cálculo de precios.....	259

11.4.3. Emisión de la documentación .....	259
Supuestos prácticos.....	264
Material didáctico .....	266

**CAPÍTULO 12: LA ORGANIZACIÓN DE VIAJES**

12.1. El paquete turístico o viaje programado.....	281
12.2. Etapas de elaboración y programación de un paquete turístico.....	282
12.2.1. Creación o diseño del producto.....	282
12.2.2. Planificación del itinerario .....	283
12.2.3. Elección de proveedores .....	283
12.2.4. Cálculo del presupuesto del viaje.....	283
12.2.5. Cálculo del índice de ocupación o punto muerto.....	284
12.2.6. Elaboración y diseño del folleto y/o proyecto de viaje.....	284
12.2.7. Presentación del producto.....	285
12.2.8. Formalización y realización.....	285
12.2.9. Control de calidad y seguimiento de la venta .....	285
Supuestos prácticos.....	289

**CAPÍTULO 13: EL MERCADO DE VIAJES PROFESIONALES Y LAS AGENCIAS DE VIAJES**

13.1. Definiciones y clasificación de los viajes profesionales .....	296
13.2. Viajes individuales .....	296
13.3. Viajes colectivos o mercado de reuniones.....	296
13.3.1. La organización de congresos y actos similares .....	297
13.3.2. Organización y desarrollo de viajes de incentivación .....	297
13.4. Etapas de la organización de un congreso .....	298
13.4.1. Diseño del producto.....	299
13.4.2. Elaboración del presupuesto .....	299
13.4.3. Contratación de los servicios.....	299
13.4.4. Ejecución de los servicios .....	299
13.5. Etapas de la organización de un viaje de incentivación o motivación	299
13.5.1. Diseño del producto.....	300
13.5.2. Elaboración del presupuesto .....	300
13.5.3. Contratación de los servicios.....	300
13.5.4. Ejecución de los servicios .....	301
Supuestos prácticos.....	301

<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>303</b>
--------------------------	------------