



**ANÁLISIS FUNCIONAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES /TURISMO EN LA
PROVINCIA DE CONCEPCIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO DEL TURISMO
CIDETUR**

RUTH ALEJANDRA ALBORNOZ ZAPATA

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

Esta memoria explora y aporta antecedentes sobre el funcionamiento del sistema de agencias de viajes turismo, a fin de que los empresarios turísticos puedan preparar ofertas adecuadas que sean aceptables por el sistema de distribución. Este estudio entrega información para futuras comparaciones que se puedan hacer con otros medios distribución y se entrega una visión generalizada de las diversas actividades que realizan las agencias de viajes.

La Investigación se concentra en la provincia de Concepción, Chile. Se efectuó un censo de las 26 agendas de viajes turismo.

En el trabajo a terreno se pudo detectar la gran incertidumbre en que se encuentran estas empresas, ya que están en crisis debido a la rebaja de comisión por parte de las líneas aéreas y por el auge de Internet en la distribución virtual de productos turísticos.

Este panorama explica en alguna medida la gradual desaparición de agencias de Viajes en la provincia de Concepción, de un registro inicial de 32, solo 26 de ellas estaban activas en octubre del año 2000. El trabajo en terreno consistió en una entrevista personal basada en un cuestionario previamente piloteado en las agencias de viajes locales.

Los resultados principales indican que en la provincia de Concepción, la mayor parte de las agencias viajes/turismo (71%). son agendas minoristas y los

mercados a los cuales se enfocan principalmente son al turismo emisor (83%) y al turismo nacional (79%). Más del 80% de las agencias de viajes prestan una gran variedad de servicios tales como; reservación y venta de pasajes, planificación de viajes de placer o negocios (96%). reservación y venta de paquetes turísticos y seguros de viajes (92%). Las agencias consideran de mayor importancia sus funciones de: ventas, relación con los clientes planificación de viajes.

Un 92% de las agencias, opinan que Internet es un nuevo canal viable de distribución de servicios para viajes y turismo, y un 79 % creen que las agencias de viajes en el futuro (5 años) seguirán siendo una buena alternativa de negocio. Esta situación las lleva a buscar nuevas formas de vincularse con el cliente, intensificando su promoción a través de páginas Web y entregando un servicio más de calidad como intermediarias entre el operador y el cliente