



## **VIAJES GALEÓN**

**ALEXANDER ROMERO  
EDWIN RAMÍREZ  
CLARISABEL CANTILLO  
CAROLINA GÁMEZ**

**Profesor  
JULIO ARBELAEZ**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA – UNITEC  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE AEROLÍNEAS Y  
AGENCIAS DE VIAJES  
BOGOTÁ, D.C.  
2009**

## CONTENIDO

	PÁG.
INTRODUCCIÓN	3
1. VIAJES GALEÓN	6
1.1 HISTORIA	6
1.2 VISIÓN	6
1.3 MISIÓN	7
1.4 POLÍTICAS DE CALIDAD	7
1.5 OBJETIVOS DE CALIDAD	7
1.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	7
2. MANUAL FUNCIONES	8
2.1 FUNCIONES DEL AGENTE	8
2.2 ASESOR CAUNTER	8
2.3 DEPARTAMENTO ORGANIZACIONAL	9
3. ANÁLISIS DEL PORTAFOLIO VIAJES GALEÓN	11
3.1 PRODUCTO	11
3.2 SERVICIOS	13
4. ANÁLISIS COMPARATIVO FRENTE A LA COMPETENCIA	19
5. DIAGRAMAS DEL SERVICIO	25
6. ENCUESTA	30
7. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	32
8. ESTADÍSTICAS LLAMADAS POR ASESOR	49
9. PLAN ESTRATÉGICO DEL SERVICIO	54
10. CUADRO ESTRATEGÍAS DOFA	60
11. DESPLIEGUE ESTRATÉGICO	68
12. FOCO EN EL CLIENTE	69
13. PLAN DE ACCIÓN DE MEJORAMIENTO	70
CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	75

## INTRODUCCION

Las agencias de viajes, como organizaciones sociales han sido pensadas para proveer a sus clientes de información pertinente, clara y oportuna sobre los viajes que van a realizar, antes que paquetes de viajes.

Para que sus deseos y expectativas al tomar la decisión de viajar puedan ser satisfechos es necesario que los planes turísticos que se ofrezcan, incluyan algunos elementos básicos como lo son contar con una amplia variedad de productos y servicios, como lo son hoteles, aerolíneas, medios de transporte adecuados, cómodos y seguros, así como la atención oportuna a los viajeros en lo que respecta a sus dudas, inquietudes, comentarios y quejas relacionadas con el servicio que se presta para ajustar los servicios que se ofrecen a sus necesidades e ir mejorando todos los aspectos relacionados con la excelente atención al turista/cliente.

Antes que planes turísticos, las agencias de viajes administran y/o organizan espacios importantes de la vida de las personas que optan por sus servicios, ya sea facilitando la realización de cualquier tipo de reunión para un cuerpo colegiado en alguna ciudad o área campestre, es decir, excursiones para colegios, universidades, fondos de empleados, entre otros; coordinando eventos deportivos, peregrinaciones y asambleas; facilitando la realización de cursos de idiomas en otros países o regiones del país; garantizando la celebración de eventos como los planes para quinceañeras, entre otros. De igual modo, se establecen convenios con otras instituciones que garantizan el adecuado disfrute de los planes

Turísticos al prestarse servicios tales como los recibimientos y desplazamiento de turistas desde los hoteles hacia los aeropuertos u otros lugares de hospedaje, y viceversa. Otra modalidad la incluyen los tures turísticos en las ciudades o lugares de interés público como museos y monumentos, los tures de compras e incluso los tures para realizar planes de esparcimiento y diversión, como la asistencia a torneos de golf, la salida a discotecas, asistencia a conciertos u otros planes como la realización de deportes extremos y el buceo.

Sin embargo, la realización de todas las actividades mencionadas requiere de un equipo humano capacitado para atender a los turistas/clientes, ofrecer los servicios que más se adecuen a las expectativas de los viajeros, aportar guía y consejo sobre cuáles planes se ajustan más a sus presupuestos, tiempos y demás variables a considerar durante el proceso de compra de un paquete turístico, así



como brindar asesoría en la obtención de los documentos necesarios para realizar los viajes, sean pasaportes, visas, realización de exámenes médicos y toma de vacunas, trámites aduaneros, permisos de viaje (especialmente cuando se trata de padres que viajan solos con hijos menores de edad), entre otros.

El personal de una agencia de viaje debe estar capacitado para atender a los turistas/clientes oportunamente, con amabilidad y sobre todo, estar debidamente enterado del lenguaje que se utiliza en el sector turístico, es decir, debe tener conocimientos de los códigos y alfabeto del sector aeronáutico, de geografía universal, elementos básicos de las culturas de los principales lugares de destino turístico en el mundo (cambios de monedas, temperatura, requisitos médicos, etc.), utilización de programas específicos para la organización y coordinación de viajes como Amadeus (programa a través del cual se hace planeación de viajes, y seguimiento de los desplazamientos aéreos de pasajeros mediante la revisión de vuelos, horarios, tarifas, destinos de aerolíneas, entre otros).

Sin embargo, tales elementos pueden visualizarse mejor mediante el análisis de un caso en particular. Por esto vamos a revisar el caso de Viajes Galeón, una empresa colombiana con una trayectoria de 16 años en el sector, miembro de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional, que se conoce por sus siglas en inglés (IATA), que tiene como misión ofrecer los mejores servicios de transporte de pasajeros y servicios turísticos en el ámbito nacional y que se proyecta para consolidarse como una agencia reconocida también en el ámbito internacional al proveer servicios de movilidad internacional y establecer alianzas turísticas con entidades de orden nacional e internacional.

Para empezar, revisaremos un poco de la historia de esta agencia, haremos un recorrido por sus inicios, estableceremos cuáles son sus principales aliados en el sector turístico, como las aerolíneas internacionales con las cuales tienen alianza y de las cuales han obtenido sendos reconocimientos. A través de su manual de funciones estableceremos cuáles son los perfiles que deben tener los empleados asignados para las funciones de agente del centro de llamadas (Call Center) y generación de tiquetes, el asesor de counter y los asesores para las ventas de tiquetes al mayoreo.

Se determinará que por medio del enfoque de ajuste a las necesidades del cliente Viajes Galeón propende por seguir con su política de mantener sus clientes fieles, ampliarlos y expandirse al proporcionar planes de calidad que se materializan al escuchar permanentemente las inquietudes y sugerencias de sus clientes, para proveer así mejores servicios e ir ajustando los planes regulares de

la agencia así como diseñar planes alternativos que cubran las diversas necesidades que puedan ir requiriendo sus clientes.

Posteriormente, se ofrece una descripción del tipo de bienes, productos y servicios que la agencia ofrece que van desde los planes turísticos regulares hasta la prestación de servicios de documentación (asesoría y trámite de documentos como visas, pasaportes, etc.), mensajería, reembolsos y obtención de seguros de viaje, entre otros.

Uno de los mecanismos de control y de evaluación de la gestión de la agencia la constituye la realización de una encuesta a los clientes. Dicha encuesta fue diseñada para establecer a través de qué medios se tiene conocimiento de la agencia, determinar si las comunicaciones entre los asesores de la agencia y los clientes son claras, si el servicio proporcionado a los clientes es oportuno, si los costos de los tiquetes y planes se han ajustado a sus presupuestos y son competitivos con otras empresas del mercado, así como evaluar los servicios prestados tanto por las entidades con las cuales se tiene alianza para la ejecución de los programas turísticos, como por parte de los asesores.

El formulario de dicha encuesta está disponible a continuación, así como los resultados que se obtuvieron de las mismas mediante diagrama de tortas, a través de los cuales se pudo determinar que la mayoría de los clientes hace contacto con la agencia por medio de su portal de Internet, los contenidos de las informaciones entre asesores y clientes se consideran claras y eficientes, sea a través de la página Web como por parte de los asesores del centro de llamadas o en las oficinas. De la misma manera, se identificó que los clientes de la agencia buscan precios bajos, especialmente en tiquetes aéreos, y por ello son fieles a Viajes Galeón, también por la calidad en el servicio.

Una vez obtenido dicho análisis, se propone un diagrama con el plan estratégico de servicio al cliente, así como se destacan los principales deficiencias en los ámbitos de asesoramiento al cliente, recepción de llamadas, errores de envío y las quejas y reclamos. A partir de esto, se desarrolla una matriz DOFA a cuyos elementos se ofrecen algunas estrategias para la resolución de los puntos de tensión para mejorarlos.



## **1. VIAJES GALEÓN**

### **1.1 HISTORIA**

Viajes Galeón S.A. Inicia sus operaciones como resultado del espíritu emprendedor y el propósito de servir a la ciudadanía.

Desde su inicio, tuvo como objetivo dar atención al hombre de empresa en sus viajes de negocios, al particular en sus viajes de placer, así como al funcionario público en sus traslados a otros sitios. Por ello, la Agencia fue registrada ante la IATA.

Con más de 16 años de experiencia en el sector. Hace 10 años emprendió un proceso de desarrollo, implementando en 1999 un modelo de vanguardia en el sector, como lo es el de la consolidación. Desde entonces Viajes Galeón se ha destacado como pionero en este concepto de negocio en Colombia. Bajo este modelo se ha contribuido al crecimiento del gremio turístico, generando más de 700 empleos indirectos a personas que con conocimientos plenos del sector y que cuentan con un portafolio de clientes fidelizados. Empresa generacional en su administración, después de largos años de trabajo bajo la supervisión de su fundador, la Agencia queda en manos de su hija, Mónica Traslaviña, Viajes Galeón cuenta con un equipo humano altamente calificado, dispuesto a asesorar de manera confiable respecto a todas las alternativas del portafolio de productos y servicios.

### **QUIÉNES SOMOS**

Somos una agencia de viajes IATA pionera en el sistema de consolidación turística en nuestro país con más de 14 años de experiencia en la actividad turística. Ocupamos los primeros lugares en ventas entre 700 agencias de viajes y estamos presentes Bogotá, Cali, Medellín, Pereira y próximamente en Barranquilla.

### **RECONOCIMIENTOS**

AEROGAL – Aerolíneas argentinas – Air Plus Comet – Aeromexico – Aeropostal – Aerorepublica – Air Canada – Air Europa – Air France – Air Madrid – Air New Zealand – Air Portugal Tap – Aires – Alitalia – All Nipón Airways – American Airlines – Avianca – British Midland – Catia Pacific Airways – Continental Airlines – Copa – Cubana de aviación – Delta Airlines – Iberia – Japan Airlines – K.L.M. – Korean Air – Lan Chile – Lloyd Aereo Boliviano – Lufthansa – Mexicana – Quantas Australia – Satena – Singapore Airlines – South African – Taca - Varig

### **1.2 VISIÓN**

Afianzarnos dentro de las principales agencias de viajes a nivel nacional e internacional, generando unidades de negocio especializadas con representación y negociación directa de productos turísticos atractivos, ofreciendo de esta manera credibilidad a nuestros clientes y mayor rentabilidad para la compañía.

### **1.3 MISIÓN**

Somos la agencia de viajes IATA pionera en consolidación a nivel nacional que ofrece mejores opciones de transporte de pasajeros y servicios turísticos, en permanente innovación y crecimiento a nivel internacional, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando un servicio con calidad, producto de nuestra sólida experiencia.

### **1.4 POLITICAS DE CALIDAD**

Buscando el mejoramiento continuo, Viajes Galeón se compromete a brindar las mejores opciones para satisfacer oportunamente las necesidades de sus clientes, orientado hacia una permanente innovación del portafolio de productos y servicios, mediante la participación de personal competente, proveedores calificados y la eficiencia de los procesos.

### **1.5 OBJETIVOS DE CALIDAD**

- Incrementar los niveles de satisfacción de los clientes.
- Mejorar los tiempos de entrega de productos y servicios.
- Disminución de no conformidades presentadas en cada periodo
- Incrementar la competencia del personal.
- Optimizar el manejo de los recursos en cada proceso.
- Innovar el portafolio mediante el mejoramiento de los productos y servicios actuales.
- Contar con proveedores calificados que se ajusten a las políticas de la organización.

### **VALORES DE VIAJES GALEON S.A.**

- HONESTIDAD
- RESPETO
- TOLERANCIA
- SERVICIO
- INNOVACION
- TRABAJO EN EQUIPO.

### **1.6 OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

- Brindar a los turistas servicios de calidad con eficiencia, que nos ayude a diferenciar nuestros servicios.
- Ofrecer al cliente la satisfacción de pagar tarifas justas en relación con la calidad de los servicios que le ofrecemos.
- Selección adecuada de prestadores de servicios para garantizar la calidad en la atención.
- Fortalecer nuestra empresa para impulsar el ecoturismo nacional
- Que la calidad de nuestro servicio supere a los de la competencia

## 2. MANUAL DE FUNCIONES

### 2.1 FUNCIONES DEL AGENTE (CALL CENTER-TICKETING)

**DEBERES DEL EMPLEADO:** En el desempeño de sus funciones el trabajador realizara las propias del trabajo contratado, las cuales se compromete a ejecutar de conformidad con las órdenes o intrusiones que imparta el empleador:

#### PERFIL

Los agentes son personas de negocio que vende servicios de viajes, una persona con este cargo, debe contar con conocimientos y habilidades, los agentes son los encargados de realizar y llevar un control de reservaciones para los futuros viajeros, para poder reservar el agente deberá obtener todos los datos para la construcción de la reserva, pero además debe cumplir ciertas funciones:

#### **DEBE TENER CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE GEOGRAFÍA MUNDIAL, CÓDIGOS Y ALFABETO AERONÁUTICO**

Amplio conocimiento en sistemas de distribución AMDEUS, SABRE

Planear y elaborar itinerarios individualmente, viajes individuales y viajes en grupo.

Ofrecer y vender viajes ya organizados.

Hacer las reservaciones aéreas, de hoteles, comidas, alquiler de coches, servicios especiales.

Deben conocer para aconsejar al cliente, sobre los detalles del destino del viajero, tales como el seguro medico, clima, cambio de moneda extranjera, documentos (visados y pasaporte) y requisitos médicos (vacunas).

Debe tener conocimiento sobre los horarios de conexiones entre trenes, aviones, precios de hoteles, su calidad, características, si los precios incluyen impuestos.

Ser un agente profesional y experto en destinos y viajes, que tenga una adecuada preparación cultural y técnica y además con la capacidad de poder captar las necesidades de los clientes.

### 2.2 ASESOR CAUNTER

#### PERFIL

- Empatía con los clientes
- Formación académica en el rubro
- Buena comunicación con el cliente:
  - Redacción
  - Ortografía
  - Comunicación verbal
- Habilidades en la venta
- Conocimientos de los programas del Office

Esta función implica informar con amabilidad y claridad al viajero sobre las características de los destinos, los servicios que obtendrá así como quien se los proveerá.

Se le debe ayudar al cliente en la selección del viaje más adecuado de acuerdo a sus necesidades específicas.





Para cumplir con esta primera función es necesario tener amplias fuentes de información; para lo cual es necesario contar con varios sistemas:

### **FUNCIONES**

- Sistemas de reservas (Amadus, Sabre)
- Disponer de conexiones vía Internet, esto para estar en contacto con sus clientes, así como para sus relaciones con los proveedores de servicios turísticos.
- Tener una recopilación de mapas, manuales técnicos, guías y bibliotecas especializadas de folletos.
- Es esencial la adecuada comunicación de la agencia con el viajero, así sabrá con mayor exactitud las necesidades y expectativas que el cliente ha puesto en el viaje.

### **2.3 DEPARTAMENTO ORGANIZACIONAL (MAYOREO)**

#### **PERFIL:**

Esta se refiere a que la agencia puede diseñar, organizar, vender y operar viajes y productos turísticos combinando distintos servicios a un precio global establecido, esto es a lo que se le llaman viajes combinados o paquetes (viajes estándar programados a la oferta).

Otro tipo de viajes que la agencia puede implementar son los viajes programados de acuerdo a la demanda y adaptados a cada cliente.

#### **FUNCIONES.**

Organizacional está gestionada por tour-operadores y agencias mayoristas. Para llevarla a cabo se tienen que cumplir algunos puntos:

Se tiene que hacer una investigación permanente de los mercados para conocer las tendencias y necesidades de los clientes, así como también las ofertas de la competencia.

La agencia debe ser creativa para diseñar nuevos productos que le permitan diferenciarse de la competencia.

Ofrecer calidad en el servicio, esto se refiere desde la adecuada elección de los proveedores hasta en el trato a los clientes.

Ir un paso adelante y no limitarse a organizar viajes, sino ampliar constantemente sus actividades, por lo que además puede organizar congresos, ferias, cruceros, eventos deportivos, etc.

Para crear los paquetes, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, ya que no obtendrá el mismo porcentaje si no organiza el viaje, sólo lo vende. El precio de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.

### **COBERTURA**

#### **OFICINA PRINCIPAL BOGOTÁ**

Calle 94 A No. 13 – 42 Oficina 201

PBX: 651 2000

Fax: 257 5276

[viajesgaleon@vigaleon.com](mailto:viajesgaleon@vigaleon.com)



**OFICINA HOTEL TEQUENDAMA**

Carrera 10ª No. 26 – 21 Local 15  
PBX 282 2244  
Tels: 282 0036/49  
[viajesgaleontequendama@vigaleon.com](mailto:viajesgaleontequendama@vigaleon.com)  
Bogotá D.C. – Colombia

**OFICINA C.C. HACIENDA SANTA BARBARA**

Carera 7ª No. 116 - 62 Local A 204  
Teléfono Directo: 620 1569  
PBX: 6512000 Ext.: 3400/01/02/03  
[viajesgaleonstabarbara@vigaleon.com](mailto:viajesgaleonstabarbara@vigaleon.com)  
Bogotá D.C. – Colombia

**OFICINA CALI – BARRIO VERSALLES**

Calle 22 Norte No. 5 B – 31  
PBX 682 4999 Fax: 661 5810  
[viajesgaeloncali@vigaleon.com](mailto:viajesgaeloncali@vigaleon.com)  
Cali – Colombia.

**OFICINA CALI SUCURSAL SUR**

Carrera 66 sur No. 10 A – 81  
PBX 310 4000 Fax: 310 4113  
Cali – Colombia

**OFICINA MEDELLÍN**

Carrera 43 A No. 34 – 95 Local 222-223 – Almacentro  
PBX 354 8000 Fax 381 0193  
[viajesgaleonmedellin@vigaleon.com](mailto:viajesgaleonmedellin@vigaleon.com)  
Medellín – Colombia

**OFICINA PEREIRA**

Carrera 9ª No. 19 – 45 Local 2-1 Edificio Santa Ana  
PBX 333 3131 – 333 9922  
[viajesgaelonpereira@vigaleon.com](mailto:viajesgaelonpereira@vigaleon.com)  
Pereira – Colombia

**Línea Nacional 01 8000 110002**

### 3. ANALISIS DEL PORTAFOLIO VIAJES GALEON S.A.

El valor añadido que genera viajes galeón, se puede conocer a través de las actividades que realizan, como por ejemplo la orientación a los viajeros, procesamiento de la información, preparación de itinerarios y otros servicios al cliente. Así mismo el incremento de la tecnología, así como otras formas directas de venta hace que la empresa se plantee su valor añadido y su futuro. La tecnología lleva asociado un impacto considerable y al menos en dos niveles importantes como son la comercialización de los paquetes vacacionales y los productos turísticos.

1. en primer lugar suministra oportunidades a las organizaciones que trabajan en el sector.
2. ofrecen aquellos que trabajan en el sector (agencias de viajes no IATAS) oportunidades para convertirse en agentes personalizados de la demanda, este punto significara la entrada a otros competidores que no necesariamente hayan desarrollado sus negocios.

**Nos ajustamos a sus necesidades:** Cada cliente requiere una solución diferente. Sus necesidades no deben adaptarse a la organización, porque la agencia es quién se debe adaptar a sus necesidades. Desarrollamos soluciones rápidas y eficaces. El problema del manejo de la información es parte vital del desarrollo y efectivo funcionamiento de las empresas, viajes galeón, Convierte este problema en una tarea sencilla y adecuada, mediante la implementación de soluciones puntuales de alta calidad, debido a la diversidad de sistemas, plataformas y aplicaciones existentes en el mercado. Las soluciones implementadas por los diferentes asesores rompen con los obstáculos que interponen muchas ideas para la resolver problemas.

#### 3.1 PRODUCTO

*Una carpeta de productos renovados presenta VIAJES GALEON, que contribuye el punto de partida para una gestión más amplia, que en el futuro abarcará gran parte del país, con sus puntos de atención.*

Hay que tener en cuenta que lo que el viajero compra inicialmente es la información sobre el viaje q va a realizar posteriormente, por lo cual se tiene que detectar que sus necesidades y expectativas estén satisfechas:

Algunas de las expectativas básicas son:

- Que los recursos turísticos del destino, satisfagan sus necesidades principales y secundarias.
- Transportes y horarios cómodos que le permitan aprovechar el tiempote viaje al máximo.
- Visitar lo fundamental del destino
- Adecuado reparto del tiempo libre/visitas



- Cuidada selección de los proveedores tratando de ofrecer lo mejor de la gama de precios.

### **LOS TRES NIVELES DEL PRODUCTO:**

**Producto básico:** El producto básico de viajes galeón, lo esencial serían los planes turísticos.

**Producto real:** Los hoteles, las aerolíneas, los rentadores de carros, y demás variedad de productos y servicios que le ofrecemos a los clientes, para ofrecerles un beneficio central.

**Producto aumentado:** El departamento de quejas y reclamos, en donde escucharemos con atención las cosas que tenemos que mejorar o los agradecimientos por el gran servicio prestado, además de la garantía de su satisfacción.

### **CLASIFICACIONES DE PRODUCTOS:**

**Bienes duraderos:** Las instalaciones, los diferentes puntos de atención que viajes galeón le ofrece a su clientela

**Bienes no duraderos:** Los planes turísticos que el cliente adquiere por el periodo de tiempo que el desea.

**Servicios:** Servicio directo entre el asesor de venta y el cliente, el servicio de calidad y eficiencia que se entrega a cada uno de nuestros clientes, siempre con profesionalismo para darle una solución óptima de acuerdo a la necesidad del cliente.

### **BIENES DE CONSUMO:**

**Bienes de uso común:** Un tiquete aéreo a cualquier destino nacional e internacional.

**Bienes de comparación:** La gran variedad de oferta de planes turísticos que tenemos, se le da una inducción al cliente según lo que busca y dejamos escoger al cliente siempre aconsejándole la mejor opción posible.

**Bienes especializados:** Brindarle a nuestros clientes fidelizados un servicio con características y productos mejores a los normales, diferentes e innovadores que sorprenda y satisfaga la necesidad con plenitud del cliente final.

**Bienes no buscados:** La tarjeta de asistencia médica que ofrece viajes galeón, o el servicio del transfer.

**Calidad del producto:** Estamos certificados como agencia IATA, y en proceso de certificarnos ante la Iso que son entes que controlan la calidad, al tener estas certificaciones, damos fe que todos los productos y servicios que ofrece viajes galeón son de excelente calidad.

**Diseño del producto:** Nuestro planes turísticos son minuciosamente diseñados por agentes profesionales, cuidando cada detalle a la hora de diseñar y armar un plan turístico, teniendo en cuenta la calidad de lo que ofertamos como buscar los mejores hoteles, aerolíneas, rentadores de carros etc.



**Marca:** Contamos empresas prestadoras de servicios de marca y calidad como lo son, AVIANCA, COPA, HOTELES DANN CARLTON, HOTELES DECAMERON, ZERT, RENT A CAR, y muchas más, empresas de marcas reconocidas que nos dan prestigio y prioridad sobre otras agencias.

**Valor de la marca:** Le damos opción de escoger a nuestros clientes con que operador turístico desea viajar, u hospedarse, tenemos convenio con variedad de aerolíneas y hoteles, según la necesidad del cliente, desde hoteles de 5 estrellas hasta de 3, o aerolíneas muy distinguidas en el mercado hasta las que son poco vistas.

## 3.2 SERVICIOS

### SERVICIO PERSONALIZADO

**VIAJES GALEÓN** atiende de forma directa todas y cada una de las necesidades puntuales de nuestros clientes, a nivel corporativo o individual.

Contamos con un Call Center con agentes profesionales trabajando 24 horas al día, 365 días al año.

### SUMINISTRO DE PASAJES AEREOS NACIONALES E INTERNACIONALES

**VIAJES GALEÓN** ofrece el servicio de reservas y expedición de tiquetes dentro y fuera de Colombia, garantizando las mejores tarifas y la posibilidad con el tiquete electrónico de tener su boleto en cualquier lugar del mundo en tiempo real.

Contamos con sistemas mundiales de reservas que proveen **AMADEUS** y **SABRE**, multinacionales que suministran herramientas tecnológicas para las agencias de viajes.

Este sistema permite entre múltiples opciones, emitir tiquetes sistematizados, impresión de itinerarios, disponibilidad de hoteles, alquiler de autos, reservas aéreas y a su vez provee de forma detallada datos importantes para su viaje.

### SERVICIO DE DOCUMENTACIÓN

Contamos con un Departamento de Documentación que le brinda la ayuda requerida dependiendo de sus necesidades. **VIAJES GALEÓN** ofrece los siguientes servicios:

- \* Asesoría en el trámite de pasaportes y visas.
- \* Complementario a la asesoría de visas se efectuará los trámites correspondientes, siempre y cuando sea permitido por cada una de las embajadas.
- \* Asesoría para la revalidación de visas.

### MENSAJERIA Y ENVIOS

Entrega de tiquetes y documentos en forma oportuna en el lugar que usted lo desee sin ningún costo.



## **REEMBOLSOS**

Se atiende la solicitud y se gestiona frente a las aerolíneas correspondientes siempre y cuando la reglamentación tarifaria lo permita.

## **ALQUILER DE VEHICULOS**

Para prestarles un mejor servicio Viajes Galeón cuenta con el respaldo de AVIS, BUDGET, HERTZ, ADVANTAGE, ALAMO, EUROPCAR, THRIFTY, ENTERPRISE y NATIONAL RENT A CAR, compañías rentadoras de vehículos a nivel nacional e internacional.

Un servicio especializado que le ofrece a nuestros clientes las mejores tarifas y diversidad de productos lo cual le permitirá escoger la mejor opción.

## **TARJETAS DE ASISTENCIA**

Para un mejor servicio Viajes Galeón cuenta con su propia tarjeta de asistencia al viajero **GALEON ASSISTANCE** la cual tiene el respaldo de Coris compañía francesa de seguros que proporcionará todo el soporte necesario para sus viajes. Igualmente ofrecemos todas las tarjetas de asistencia existentes en el mercado, tarjetas para planes corporativos de asistencia a partir de un día de duración y hasta un año, tarjetas para estudiantes, tarjetas para la tercera edad y para turistas.

## **PROGRAMAS DE VIAJERO FRECUENTE**

- Avianca Plus
- Advantage de American Air Lines
- One Pass de Continental Air Lines, Copa Air Lines y Aerorepublica
- Iberia Plus
- Frecuence Plus de Air France
- Miles More de Lufthansa
- Viajero Frecuente de Sky Team de Delta Airlines
- Lan Pass de Lan Chile
- Distancia de Taca

## **CONVENCIONES Y EVENTOS**

Organización de convenciones, eventos y viajes de incentivos

\* Apoyo logístico

\* Contratación de todos los servicios (equipos, transporte, salones entre otros).

\* Negociación con las aerolíneas y cadenas hoteleras para manejar tarifas especiales tanto en tiquetes como en hoteles.

## **OTROS SERVICIOS**

Convenios Corporativos.

Fondos de Empleados.

Eventos Deportivos.

Peregrinaciones.

Cursos de Idiomas.



Alquiler de Casas Rodantes.  
Programas de Quinceañeras.  
Excursiones Nacionales e Internacionales.  
Reserva de Carros.  
Reservas Hoteleras.  
Actividades de Buceo.  
Golf.  
Excursiones para Colegios y Universidades.

### **SERVICIO AEROPUERTO**

Asistencia las 24 horas para pasajeros y grupos en el Aeropuerto. Este servicio debe ser solicitado con un día de anticipación.

### **TURISMO RECEPTIVO**

Contamos con un vehículo para transporte de pasajeros, prestando así los servicios de tours especiales dentro y fuera de la ciudad y circuitos turísticos con programas previamente organizados como:

- Traslados Aeropuerto - Hotel - Aeropuerto
  - Tour de Compras
  - City Tours Clásico y Organizados
  - Zipaquirá y Guatativa
  - Bogotá y sus Alrededores
  - Villa de Leiva
  - Night Tours
- O cualquier otro servicio que su empresa requiera

### **PLANES NACIONALES**

Tenemos cubrimiento a nivel nacional. Manejamos tiquetería y hoteles en el Caribe, Pacifico, Zona Oriental y Zona Andina. Excursiones terrestres. Somos mayoristas de la Cadena de Hoteles Decameron, planes Avolar, Deskubra y Carreño Tours.

### **PLANES INTERNACIONALES**

Somos representantes en Colombia de los operadores más importantes en Europa como: Paditour, PullMantur, Trapsatur, Platinum Travel, etc. Ofreciendo así mas de 100 circuitos con salidas semanales 100% garantizadas.

Al igual en ESTADOS UNIDOS y CANADA servicios en toda la Florida, New York, Washington, Boston, Los Ángeles, San Francisco, Las Vegas, Honolulu, etc., y los circuitos más completos visitando la parte este y oeste de Estados Unidos, incluyendo circuitos por Canadá.

En SURAMÉRICA todo tipo de circuitos en Brasil, Argentina, Chile, Perú, Ecuador, Bolivia, Uruguay, Paraguay, etc. Cruceros por el sur del continente, la Patagonia, Estrecho de Magallanes, Tierra de Fuego. Mayoristas de Taca Vacaciones. Reservas hoteleras en donde los pasajeros lo requieran.

En CENTROAMERICA circuitos y reservas de hoteles en México, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Salvador, Nicaragua y Panamá, desde los circuitos mas sencillos hasta los mas exóticos y extensos en cada país.



En MEDIO ORIENTE Israel, Egipto, Grecia, Turquía, etc., Cruceros por el Río Nilo, Cruceros por las Islas Griegas y Turquía de 3-4 y 7 días.

Todo el CARIBE, Cuba, Jamaica, República Dominicana, Cancún, Aruba, etc., en viajes individuales y vuelos Charter.

VIAJES FABULOSOS Y ESPECIALES a Rusia, Túnez, Jordania, Siria, China, Islas Fiji, La Polinesia, Australia, Nueva Zelanda, India, etc.

### **SEGUROS ESTRATEGICOS**

Contamos con una agencia de Seguros constituida legalmente bajo leyes colombianas, cuyo objeto principal es la celebración y la renovación de contratos de toda clase de seguros con diferentes compañías.

Seguros Estratégicos le brindará una atención oportuna, efectiva, sincera y personalizada a sus clientes en todos sus diferentes ramos de los seguros, a nivel nacional y dentro de los principios éticos que deben caracterizar estas actividades; con el concurso de un excelente equipo humano, profesional, integro y conocedor del sector asegurador, que estará siempre dispuesto a servir, asesorar y resolver a nuestros clientes cualquier inquietud, siniestro o eventualidad.

### **PRINCIPIOS Y VALORES**

Con principios y Valores como:

- Respeto por los clientes
- Responsabilidad con nuestro trabajo
- Equidad para con todos
- Integridad moral
- Compromiso con nuestra empresa y nuestros clientes
- Eficiencia en el trabajo

Lograremos garantizar el mejor servicio, con la calidad que merecen nuestros clientes.

En convenio con Viajes Galeón, ofrecemos el siguiente Portafolio de PRODUCTOS Y SERVICIOS.

### **SERVICIO DE MENSAJERÍA**

Entrega de tiquetes y documentos de viaje totalmente gratuito y oportuno. Para ello contamos con mensajeros motorizados en todas nuestras oficinas.



## FORMAS DE PAGO

### Tarjeta de Crédito

Adjuntar fotocopia legible, de la tarjeta de crédito y documento de identidad del tarjetahabiente, donde se visualicen los datos solicitados por el tiqueteador, con carta de autorización del mismo dando legalización del debito en su tarjeta de crédito.

**PARA PAGO CON TARJETAS DE CREDITO INTERNACIONALES ES INDISPENSABLE LA PRESENCIA DEL TARJETAHABIENTE EN NUESTRAS OFICINAS.**

**RECIBIMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO, SIEMPRE Y CUANDO LAS AEROLÍNEAS LO ADMITAN**



### CHEQUE

- El cheque debe estar girado a nombre de **VIAJES GALEÓN S.A.**, a una sola tinta, sin enmendaduras y con el diligenciamiento del formulario respectivo.
- Para proceder a la autorización con las entidades respectivas, el cheque debe hacerse llegar a nuestras oficinas.
- Suministrar los datos del girador (**nombre, identificación, dirección, 2 números telefónicos, número de cuenta, número de cheque monto y fecha de pago**) para llevar a cabo la autorización con **FENALCHEQUE** y **CREDIVALORES**.

### DOCUMENTOS PARA LA INSCRIPCIÓN

- Diligenciamiento del formulario de inscripción proporcionado por **VIAJES GALEÓN S.A.**
- Certificados de Existencia y Representación Legal de la Cámara de Comercio no superior a un mes.



- Balances contables al último cierre.
- Referencias Bancarias y extractos de los últimos tres meses.
- Fotocopia de Cedula del Representante Legal.
- Dos Referencias Comerciales.
- Fotocopia del Rut.

**\* NO SERÁN EMITIDOS TIQUETES SIN LA DEBIDA DOCUMENTACIÓN Y  
LEGALIZACION DE DOCUMENTOS.**

#### 4. ANALISIS COMPARATIVO FRENTE A LA COMPETENCIA

##### VIAJES GALEON S.A.

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIO LAS 24 HORAS. CALL CENTER, CHAT GALEON.</li> <li>• PERSONAL UNIFORMADO.</li> <li>• SERVICIO DE FREE-LANCE, AGENCIAS, CLIENTE DIRECTO.</li> <li>• RESERVAS NACIONALES E INTERNACIONALES.</li> <li>• GALEON STUDENTS.</li> <li>• ENTREGA A DOMICILIO. MENSAJERIA UNIFORMADA Y MOTORIZADA.</li> <li>• SITUADOS DE PASAJES.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• HORARIO DE OFICINA (8:00 AM 6:00 PM).</li> <li>• PERSONAL UNIFORMADO.</li> <li>• SERVICIO A CLIENTES DIRECTOS Y CORPORATIVOS.</li> <li>• RESERVAS NACIONALES E INTERNACIONES.</li> <li>• NO CUENTA CON ESTE DEPARTAMENTO.</li> <li>• ENTREGA A DOMICILIO. MENSAJERIA UNIFORMADA.</li> </ul> |
|--|--|

##### VIAJES GALEON S.A. SERVICIO DE DOCUMENTACIÓN

El servicio de documentación de viajes galeón es totalmente personalizado, hay un contacto directo con el cliente, esto se hace con el fin de conocer el perfil del cliente, para brindarle una mejor atención posible.

Contamos con un Departamento de Documentación que le brinda la ayuda requerida dependiendo de sus necesidades. **VIAJES GALEÓN** ofrece los siguientes servicios:

- \* Asesoría en el trámite de pasaportes y visas.
- \* Complementario a la asesoría de visas se efectuará los trámites correspondientes, siempre y cuando sea permitido por cada una de las embajadas.
- \* Asesoría para la revalidación de visas.

##### VIAJES IBEROLUNA SERVICIO DE DOCUMENTACION

Contamos con un departamento de Visas en el cual asesoramos a nuestros pasajeros:

- Reino Unido
- España
- Grecia
- Japón
- Rusia
- Republica Checa
- Polonia
- Marruecos
- Egipto
- China
- India

Países a los cuales tramitamos su visa con presentación personal:

- Portugal
- Francia
- Noruega
- Alemania
- Austria



### **CIRCULAR DE VIAJES MESAJERIA**

Realizamos la entrega de tiquetes y documentos oportunamente en la dirección que usted requiera dentro de las ciudades colombianas en las que contamos con oficinas propias, sin que esto le implique algún costo.

### **VIAJES GALEON S.A. MENSAJERIA Y ENVIOS**

Entrega de tiquetes y documentos en forma oportuna en el lugar que usted lo desee sin ningún costo. Entrega de tiquetes y documentos de viaje. Para ello contamos con mensajeros motorizados en todas nuestras oficinas.

### **TURISMO AL VUELO ALQUILER DE VEHICULOS**

#### **ALAMO**

Alamo ofrece los mismos estándares de calidad que pueden encontrarse en cualquier parte del mundo, y que le han dado su renombre internacional

### **VIAJES GALEON S.A. ALQUILER DE VEHICULOS**

Para prestarles un mejor servicio Viajes Galeón cuenta con el respaldo de AVIS, BUDGET, HERTZ, ADVANTAGE, ALAMO, EUROPCAR, THRIFTY, ENTERPRISE y NATIONAL RENT A CAR, compañías rentadoras a nivel nacional e internacional.

Diversidad de productos lo cual le permitirá escoger la mejor opción.

Un servicio especializado que le ofrece a nuestros clientes las mejores tarifas

### **CIRCULAR DE VIAJES ASISTENCIA MÉDICA**

Contamos con la más amplia oferta de tarjetas de asistencia médica para viajes dentro del país y al exterior. Usted encontrará una amplia posibilidad de formas de cubrimiento de acuerdo a sus necesidades, así como diferentes tarifas para su bolsillo. Dentro de los servicios que ofrecemos están la asistencia legal, los seguros y traslados requeridos frente a cualquier eventualidad mientras viaja con nosotros.

### **VIAJES GALEON S.A. TARJETAS DE ASISTENCIA**

Para un mejor servicio Viajes Galeón cuenta con su propia tarjeta de asistencia al viajero **GALEON ASSISTANCE** la cual tiene el respaldo de Coris compañía francesa de seguros que proporcionará todo el soporte necesario para sus viajes. Igualmente ofrecemos todas las tarjetas de asistencia existentes en el mercado, tarjetas para planes corporativos de asistencia a partir de un día de duración y hasta un año, tarjetas para estudiantes, tarjetas para la tercera edad y para turistas.



## **VIAJES GALEON S.A. EVENTOS Y CONVENCIONES**

Organización de convenciones, eventos y viajes de incentivos

- \* Apoyo logístico
- \* Contratación de todos los servicios (Equipos, transporte, salones entre otros).
- \* Negociación con las aerolíneas y cadenas hoteleras para manejar tarifas especiales tanto en tiquetes como en hoteles.

## **CIRCULAR DE VIAJES EVENTOS Y CONVECCIONES**

Como parte de nuestra organización, contamos con profesionales especializados en el manejo y organización de eventos corporativos y empresariales. Le ofrecemos la planeación, coordinación de personal y manejo logístico total que requieran sus seminarios, convenciones y viajes de incentivo ya sea dentro del país o en el extranjero. Disponemos para usted de acuerdos comerciales favorables para su organización con una amplia variedad de destinos en el mundo.

## **OTROS SERVICIOS**

- Convenios Corporativos.
- Fondos de Empleados.
- Eventos Deportivos.
- Peregrinaciones.
- Cursos de Idiomas.
- Alquiler de Casas Rodantes.
- Programas de Quinceañeras.
- Excursiones Nacionales e Internacionales.
- Reserva de Carros.
- Reservas Hoteleras.
- Actividades de Buceo.
- Golf.
- Excursiones para Colegios y Universidades.



### **VIAJES GALEON S.A. SERVICIO AEROPUERTO**

Asistencia las 24 horas para pasajeros y grupos en el Aeropuerto. Este servicio debe ser solicitado con un día de anticipación.

### **VIAJES GALEON S.A. TURISMO RECEPTIVO**

Contamos con un vehículo para transporte de pasajeros, prestando así los servicios de tours especiales dentro y fuera de la ciudad y circuitos turísticos con programas previamente organizados como:

- Traslados Aeropuerto - Hotel - Aeropuerto
- Tour de Compras
- City Tours Clásico y Organizados
- Zipaquirá y Guatativa
- Bogotá y sus Alrededores
- Villa de Leiva
- Night Tour cualquier otro servicio que su empresa requiera.

### **VIAJES GALEON S.A. PLANES NACIONALES**

Tenemos cubrimiento a nivel nacional. Manejamos tiquetería y hoteles en el Caribe, Pacífico, Zona Oriental y Zona Andina. Excursiones terrestres. Somos mayoristas de la Cadena de Hoteles Decameron, planes Avolar, Deskubra y Carreño Tours.

### **CIRCULAR DE VIAJES SERVICIO AEROPUERTO**

Para comodidad y seguridad de todos nuestros clientes, y de los suyos, podemos organizar el traslado de viajeros desde el aeropuerto hasta el lugar que requieran y viceversa.

### **VIAJES CHAPINERO TURISMO RECEPTIVO**

Salidas permanentes

- Transporte privado Puerta - Puerta
- Guía o guía bilingüe acompañante
- Entradas a los sitios de interés
- Traslado aeropuerto - hotel
- City tour clásico
- City tour con monserate:
- Nigth tour
- Tour de compras
- Tour a zipaquirá
- Zipaquirá - guatavita

### **AEROVACACIONES LTDA PLANES NACIONALES**

Lo asesora para cualquier tipo de plan turístico que usted desee: Para parejas, quinceañeras, familias, grupos de amigos o empresariales, destinos por vía aérea o terrestre... consúltenos y con gusto le ayudaremos a que conozca más de nuestra hermosa Colombia.

### VIAJES GALEON S.A. PLANES INTERNACIONALES

- Somos representantes en Colombia de los operadores más importantes en Europa como: Paditour, PullMantur, Trapsatur, Platinum Travel, etc. Ofreciendo así mas de 100 circuitos con salidas semanales 100% garantizadas.
- Al igual en ESTADOS UNIDOS y CANADA servicios en toda la Florida, New York, etc. y los circuitos más completos visitando la parte este y oeste de Estados Unidos, incluyendo circuitos por Canadá.
- En SURAMÉRICA todo tipo de circuitos en Brasil, Argentina, Chile, Perú, Mayoristas de Taca Vacaciones.
- En CENTROAMERICA circuitos y reservas de hoteles en México, Costa Rica, etc.
- En MEDIO ORIENTE Israel, Egipto, Grecia, Turquía, etc., Cruceros por el Río Nilo,
- Todo el CARIBE, Cuba, Jamaica, República Dominicana, etc.
- Cruceros por las Islas Griegas y Turquía de 3-4 y 7 días.

### VIAJES IBEROLUNA PLANES INTERNACIONALES

- Brindamos la mejor relación calidad/ precio
- Le ofrecemos el producto más flexible, el que más se adapta a sus necesidades.
- Le damos la información más completa y transparente.
- Le incluimos excursiones e importantes valores agregados.
- Buscamos su seguridad: salidas garantizadas, presencia de los guías independientemente al número de pasajeros, precios con seguro de cambio, teléfono de emergencia...
- Otorgamos descuentos: si usted pertenece a nuestro club de Viajes (pasajeros repetidores), si son una pareja en viaje de luna de miel o si es mayor de 65 años, Europa mundo les ofrece un 5 % de descuento.

## VIAJES GALEON S.A.

### FORMAS DE PAGO

- Pago en efectivo
- Adjuntar fotocopia legible, de la tarjeta de crédito y documento de identidad del tarjeta habiente, donde se visualicen los datos solicitados por el tiqueteador, con carta de autorización del mismo dando legalización del debito en su tarjeta de crédito.

**PARA PAGO CON TARJETAS DE CREDITO INTERNACIONALES ES INDISPENSABLE LA PRESENCIA DEL TARJETAHABIENTE EN NUESTRAS OFICINAS.**

**RECIBIMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO, SIEMPRE Y CUANDO LAS AEROLINEAS LO ADMITAN**

### CHEQUE

- El cheque debe estar girado a nombre de **VIAJES GALEÓN S.A.**, a una sola tinta, sin enmendaduras y con el diligenciamiento del formulario respectivo.
- Para proceder a la autorización con las entidades respectivas, el cheque debe hacerse llegar a nuestras oficinas.
- Suministrar los datos del girador (**nombre, identificación, dirección, 2 números telefónicos, número de cuenta, número de cheque monto y fecha de pago**) para llevar a cabo la autorización con **FENALCHEQUE** y **CREDIVALORES**.

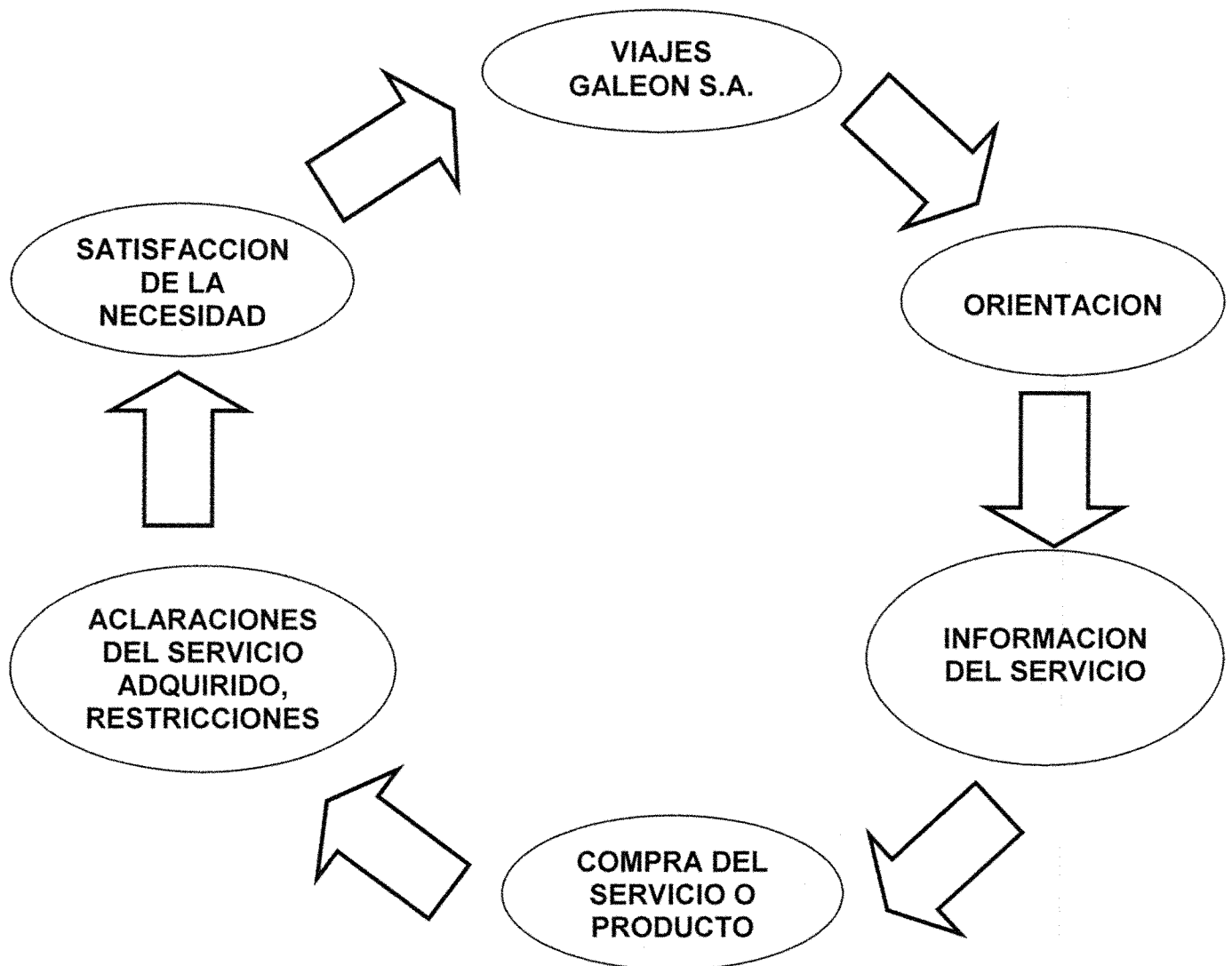
## JAVETURISMO FORMAS DE PAGO

- Pago en efectivo
- Pago con tarjeta de crédito
- Crédito inversora
- Tarjeta Diners de compañía. Diners club Travel Account
- Descuento de nomina para personal de planta de la Universidad Javeriana.



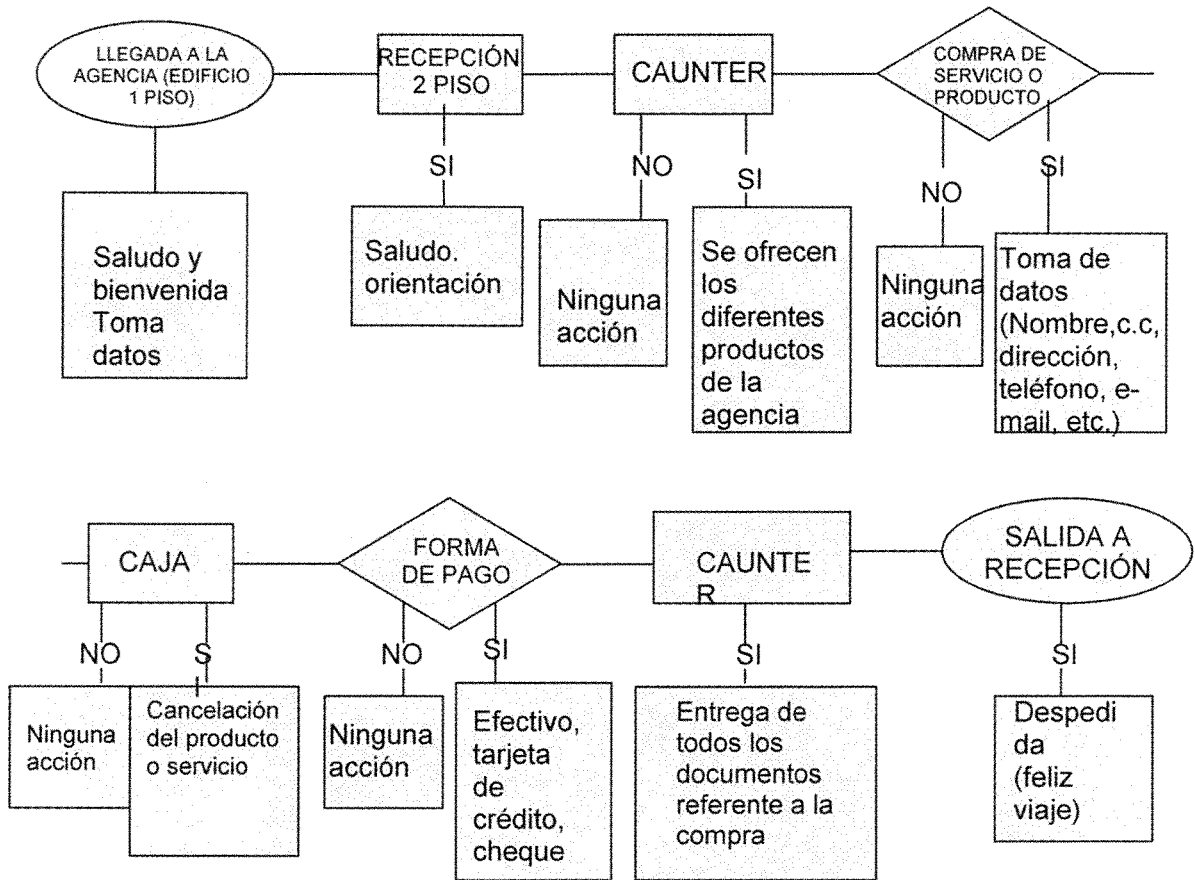
## 5. DIAGRAMAS DEL SERVICIO

### CICLO DEL SERVICIO



- Este ciclo de servicio nos ayuda a identificar las actividades que el cliente realiza desde el momento que llega a la compañía hasta el momento en que sale de ella.

## DIAGRAMA DEL SERVICIO



- Este cuadro nos ayuda a identificar todos los momentos de verdad en donde el El cliente se da cuenta de todas las cualidades y ventajas de Viajes Galeón S.A.

## FLUJO DEL SERVICIO

FLUJO DEL SERVICIO			
ANTES DE LA COMPRA		DURANTE LA COMPRA	DESPUES DE LA COMPRA
FUERA DE LA AGENCIA	DENTRO DE LA AGENCIA	PROMOCIONES	RESTRICCIONES DEL PLAN
INTERNET	SEGURIDAD	PRECIOS	ENTREGA DEL PLAN
FORMACION	RECEPCION	MARCAS	SUVENIRES
RESERVAS	ORIENTACION	TOMA DE DECISIONES	DESPEDIDA
CALL CENTER 24 HORAS	COUNTER	FORMAS DE PAGO	
	PRODUCTOS Y SERVICIOS	ENTREGA DE LOS DOCUMENTOS REFERENTE A LA COMPRA	
	FOLLETOS		
	ASESORAMIENTO		

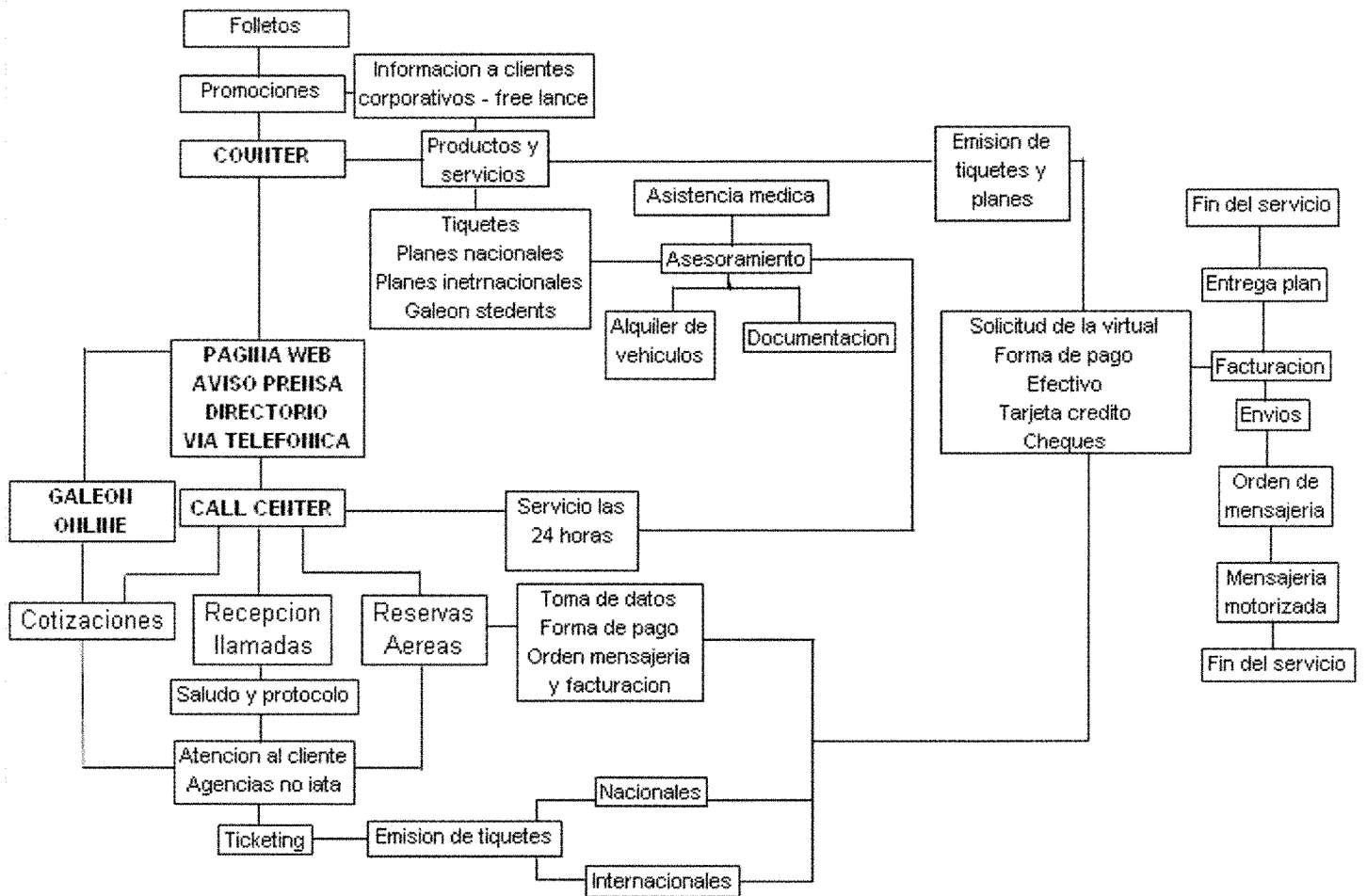
- En este cuadro podemos ver los medios por los cuales encontramos a Viajes Galeón S.A, luego todas las ventajas de la compañía, en el flujo del servicio, también podemos ver las ventajas que tiene la agencia dentro y fuera de sus instalaciones por medio de nuestros clientes en este caso serian agencias no IATA .

## SERVUCCION DEL SERVICIO

		SUCURSALES A NIVEL NACIONAL	PAGINA WEB	TIQUETES AEREOS NACIONAL	TIQUETES AEREOS INTERNACIONALES	PLANES NACIONALES	PLANES INTERNACIONALES	SERVICIO DE DOCUMENTACION	FOLLETERIA	ATENCION LAS 24 HORAS	ASESORIA POR INTERNET	VENTAS TARJETAS ASISTENCIA	SERVICIO A DOMICILIO	ATENCION PERSONALIZADA	VIAJERO FRECUENTE	HOTELES	TURISMO RECEPTIVO	
<b>B. SERVICIOS AGENCIA DE VIAJES</b>																		
<b>A. NECESIDADES DEL CLIENTE</b>																		
1.	Busqueda agencia de Viajes Galeon																	
2.	Ubicación de oficinas Viajes Galeon																	
3.	Busqueda numeros telefonicos Viajes Galeon																	
4.	Busqueda de informacion via telefonica																	
5.	Informacion planes turisticos nacionales																	
6.	Informacion planes turisticos internacionales																	
7.	Informacion tiquetes aereos nacionales																	
8.	Informacion tiquetes aereos internacionales																	
9.	Emision de tiquetes aereos																	
10.	Informacion visas																	
11.	Informacion de asistencia medica																	
12.	Informacion de hospedaje																	
13.	Informacion de cruceros																	
14.	Informacion alquiler de vehiculos																	
15.	planes luna de miel																	
18.	Excursiones y eventos para grupos																	
19.	Envio de planes turisticos																	
20.	Formas de pago																	
		<b>C. PERSONAL DISPONIBLE</b>																
1.	Recepcionista																	
2.	Call center																	
3.	Documentador																	
4.	Facturador																	
5.	Cajero																	
6.	Ticketing																	
7.	Mensajeros																	
8.	Asesor comercial																	
9.	Free lance																	
10.	Mensajeros motorizados																	
11.	Galeon Gold																	
14.	Sistemas																	

- En este cuadro podemos observar todos los servicios con los que cuenta Viajes Galeón S.A. y a su vez podemos identificar los empleados que están disponibles para satisfacer las necesidades de nuestros clientes

## GRAFO DEL SERVICIO



- En este cuadro podemos encontrar todas las descripciones de las diferentes aéreas de Viajes Galeón S.A y sus procesos para la finalmente satisfacer la necesidad de cada cliente .

## 6. ENCUESTA

1. A TRAVES DE QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN SE ENTERO DE VIAJES GALEON?
- INTERNET                      AVISO EN LA PRENSA                      DIRECTORIO                      REFERENCIAS
2. AL CONSULTAR LA PAGINA WEB DE VIAJES GALEON EN INTERNET, ¿LA INFORMACION QUE ENCONTRO LE PARECIO?
- CLARA                      CONFUSA                      NO SABIA QUE EXISTIA UNA PAGINA WEB
3. LA COMUNICACIÓN TELEFONICA CON VIAJES GALEON FUE?
- INMEDIATA                      LENTA                      NO HUBO COMUNICACIÓN
4. LA INFORMACIÓN QUE RECIBIO POR MEDIO DEL CALL CENTER FUE?
- EFICIENTE                      DEFICIENTE                      NO HUBO ATENCION
5. COMO PREFERE RECIBIR LA INFORMACION DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTAN VIAJES GALEON?
- INTERNET                      VIA TELEFONICA                      ATENCION PERSONALIZADA
6. AL COMPARAR UN PRODUCTO TURISTICO SE INCLINA MAS POR?
- PRECIO                      CALIDAD                      MARCA
7. EL PRODUCTO TURISTICO QUE MAS CONSUME ES?
- TIQUETES AEREOS                      PLANES NACIONALES                      PLANES INTERNACIONALES                      RECEPTIVOS
8. LOS PRODUCTOS QUE OFERTE VIAJES GALEON FRENTE A LA COMPETENCIA SON?
- ECONOMICOS                      COSTOSO                      IGUALES
9. LAS COTIZACIONES QUE SOLICITA SON ATENDIDAS?
- INMEDIATAMENTE                      DE ACUERDO AL PLAZO ESTABLECIDO                      MAYOR AL PLAZO ESTABLECIDO                      NO COTIZARON

10. LOS ASESORES DE VENTA AL OFRECERLE EL PRODUCTO DEMOSTRARON ?

SEGURIDAD

INSEGURIDAD

NO SABE VENDER

11. QUE MEDIO DE PAGO PREFERE UTILIZAR PARA LA COMPRA DEL PRODUCTO TURISTICO ?

EFFECTIVO

CHEQUE

TARJETA CREDITO

DOLARES

12. VOLVERIA A COMPRAR EN VIAJES GALEON POR ?

SERVICIO

UBICACIÓN

EL SERVICIO NO FUE BUENO

MAL UBICADA

13. LAS INSTALACIONES DE VIAJES GALEON SON ?

COMODAS

INCOMODAS

14. POR QUE MEDIO DE INFORMACION LE GUSTARIA RECIBIR INFORMACION DE PROMOCIONES TURISTICAS ?

TELEFONO

CORREO ELECTRONICO

A LA CASA

15. REFERENCIARIA A VIAJES GALEON POR ?

CALIDAD

SERVICIO

PRESTIGIO

NO LA REFERENCIARIA

NOMBRE : \_\_\_\_\_

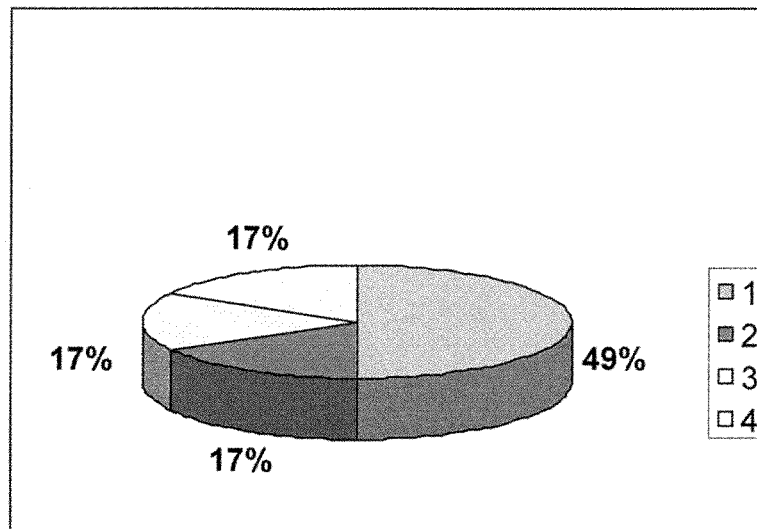
EDAD : \_\_\_\_\_

SEXO : FEMENINO

MASCULINO

## 7. ANALISIS DE LA ENCUESTA

### 1. ¿A TRAVEZ DE QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN SE ENTERO DE VIAJES GALEON?

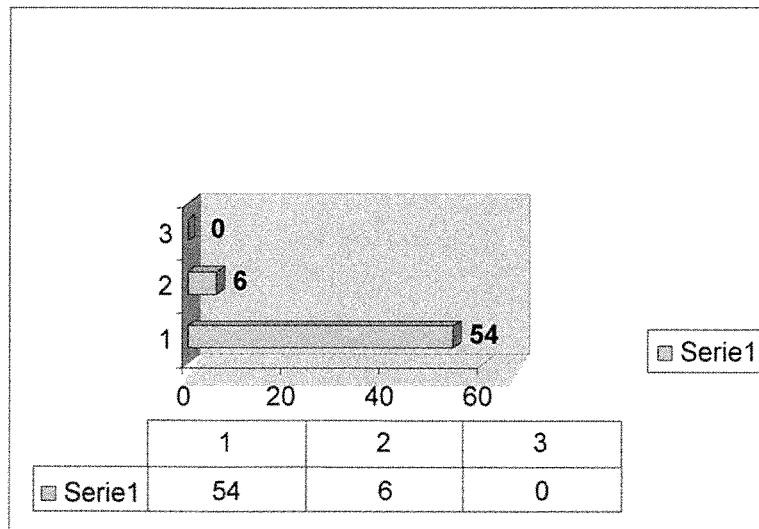


Como podemos observar, uno de los fuertes de viajes galeón es el Internet, ya que el cliente prefiere consultar planes y hacer sus reservas por este medio y también gracias a la venta de E-TKT (tiquete electrónico), que les facilita mucho la elección y compra de productos y servicios a las personas.

1. INTERNET
2. AVISO EN LA PRENSA
3. DIRECTORIO
4. REFERENCIAS



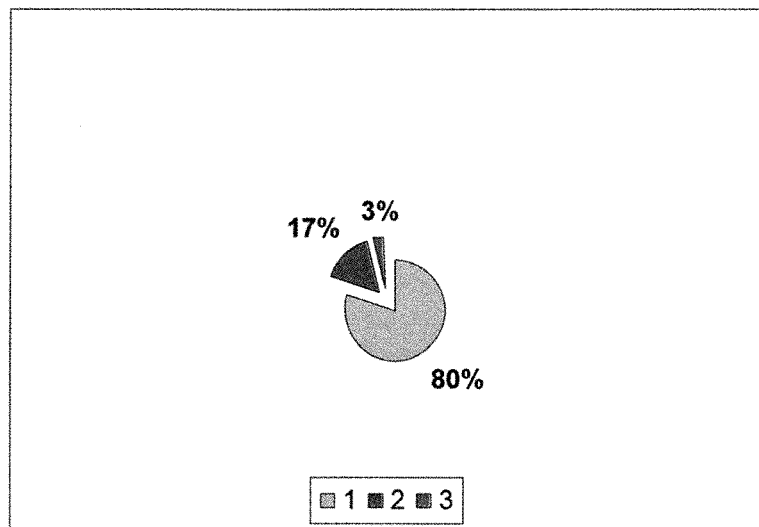
3. ¿AL CONSULTAR LA PAGINA WEB DE VIAJES GALEON, LA INFORMACION QUE ENCONTRO LE PARECIO?



Gracias a la constante innovación y al excelente servicio que queremos dar actualizamos nuestra pagina constantemente para que se les facilite aun mas todos los procesos que deseen realizar los clientes, por eso en la pagina Web se brinda un servicio claro y real.

1. CLARA
2. CONFUSA
3. NO SABÍA QUE EXISTÍA UNA PÁGINA WEB

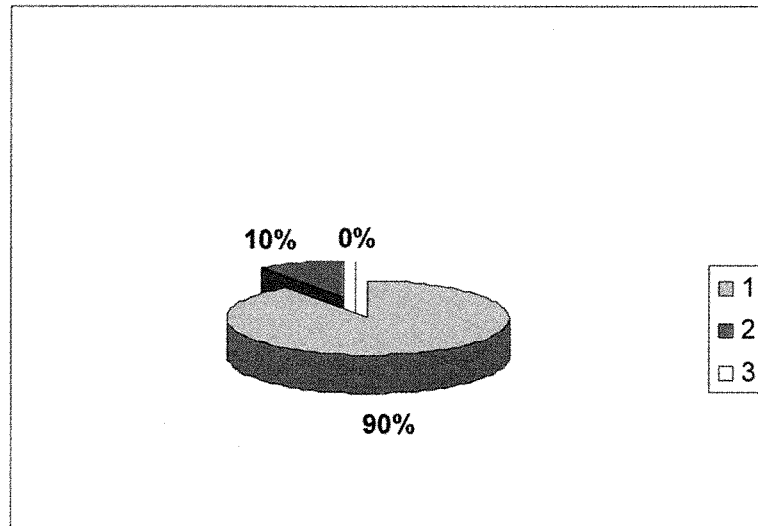
### 3. ¿LA COMUNICACIÓN VIA TELEFONICA CON VIAJES GALEON FUE?



Nuestro call center es uno de nuestros fuertes ya que contamos con personal capacitado y profesional para atender de manera atenta todas las inquietudes de nuestros clientes, y gracias a que actúa las 24 horas del día.

1. INMEDIATA
2. LENTA
3. NO HUBO COMUNICACIÓN

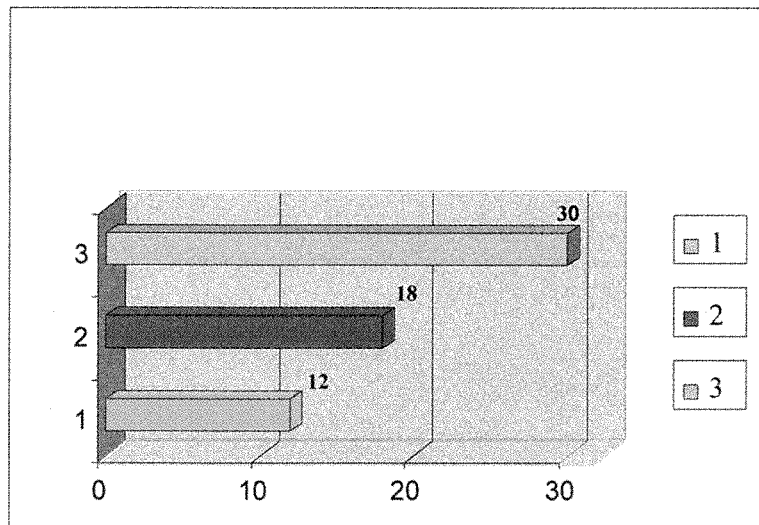
#### 4. ¿LA INFORMACION QUE CONSIGUIO POR MEDIO DEL CALL CENTER FUE?



Gracias a que nuestro personal es minuciosamente escogido, el resultado de esta encuesta es el 90 % eficiente, y tan solo el 10 % es deficiente pero estamos trabajando para eso, para dar el 100% y dar una satisfacción total al cliente.

1. EFICIENTE
2. DEFICIENTE
3. NO HUBO ATENCION

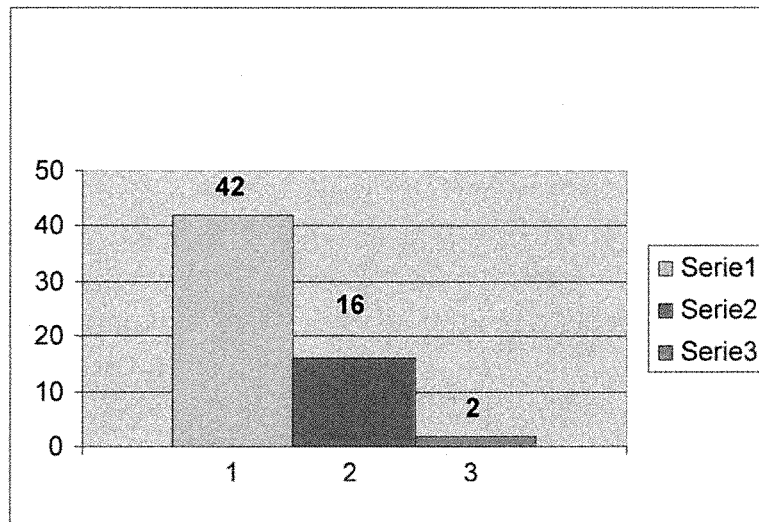
5. ¿COMO PREFERE RECIBIR LA INFORMACION DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE VIAJES GALEON?



En esta grafica vemos que el Internet se mantiene como preferido por nuestros clientes, por su facilidad de acceder pero podemos observar que también es alta la atención telefónica y personalizada gracias a que el servicio que se brinda se hace pensando en el cliente y en sus necesidades.

1. INTERNET
2. VIA TELEFONICA
3. ATENCION PERSONALIZADA

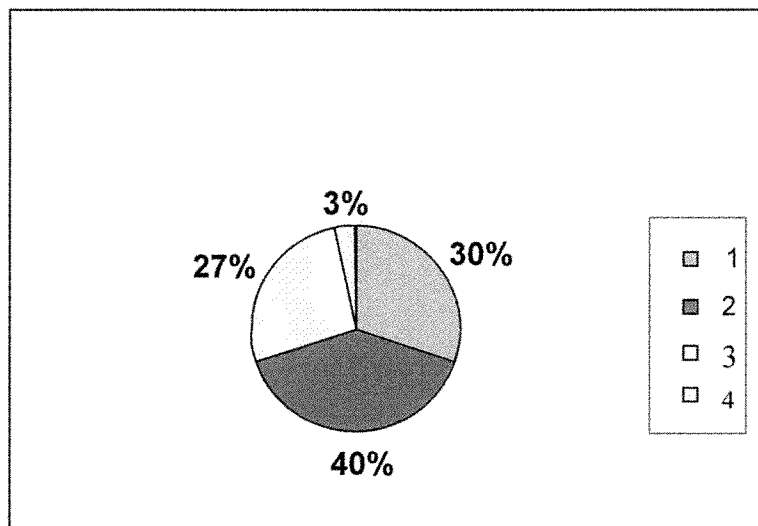
6. ¿AL COMPRAR UN PRODUCTO TURISTICO SE INCLINA MAS POR?



Como podemos observar el precio es parte fundamental en el turismo por eso viajes galeón tiene unas tarifas muy económicas gracias a sus alianzas con diversas empresas como aéreas, alquiler de carros, hoteles, etc., siempre estamos en negociaciones para hacer de nuestro servicio de mas calidad y aun excelente precio.

1. PRECIO
2. CALIDAD
3. MARCA

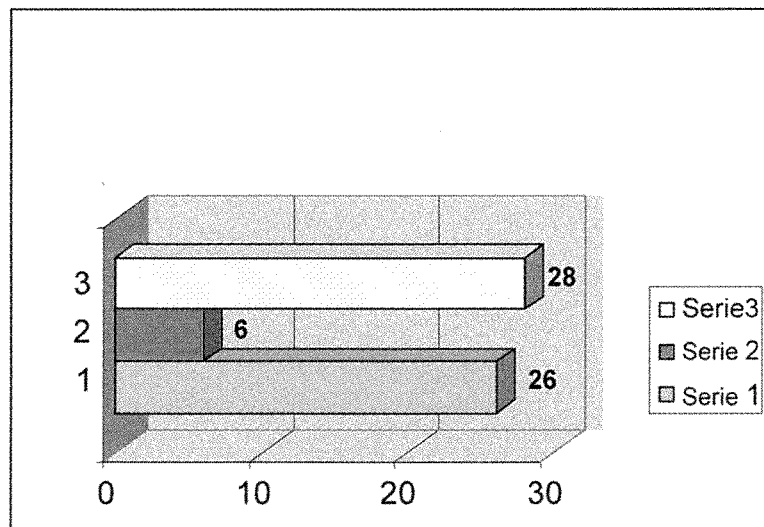
7. ¿EL PRODUCTO TURISTICO QUE MAS CONSUME ES?



Nos damos cuenta que el fuerte de viajes galeón son los planes nacionales, gracias a nuestra gran variedad de destinos que ofrecemos y excelentes ofertas que tenemos, innovadoras y adecuada a todo tipo de clientes, desde deportes extremos hasta turismo religioso.

1. TIQUETE AEREO
2. PLANES NACIONALES
3. PLANES INTERNACIONALES
4. RECEPTIVOS

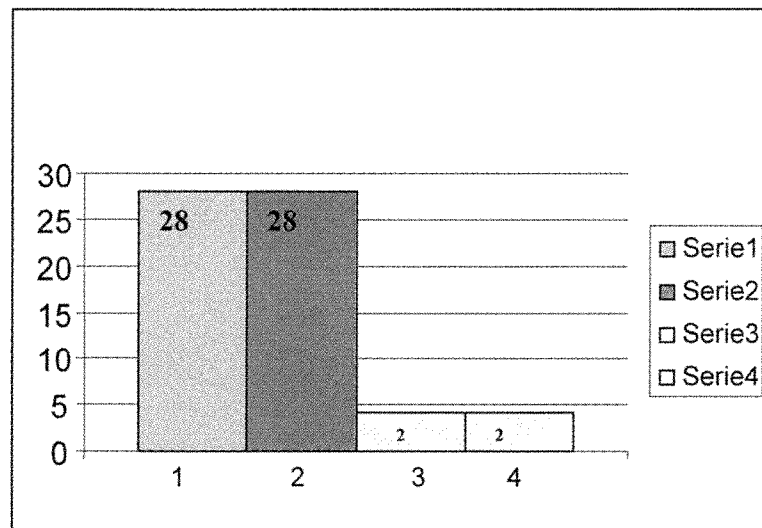
**8. ¿LOS PRODUCTOS QUE OFRECE VIAJES GALEON FRENTA A LA COMPETENCIA SON?**



Según esta grafica los productos ofrecidos son de igual precio que los de las demás agencia, lo que nos distingue es la calidad y la forma de prestar nuestro servicio de una manera personalizada, y gracias a nuestro call center que atiende las 24 horas del día, aunque también vemos que mucha gente piensa que nuestros precios son razonables.

1. ECONOMICO
2. COSTOSO
3. IGUALES

**9. ¿LAS COTIZACIONES QUE SOLICITA SON ATENDIDAS?**

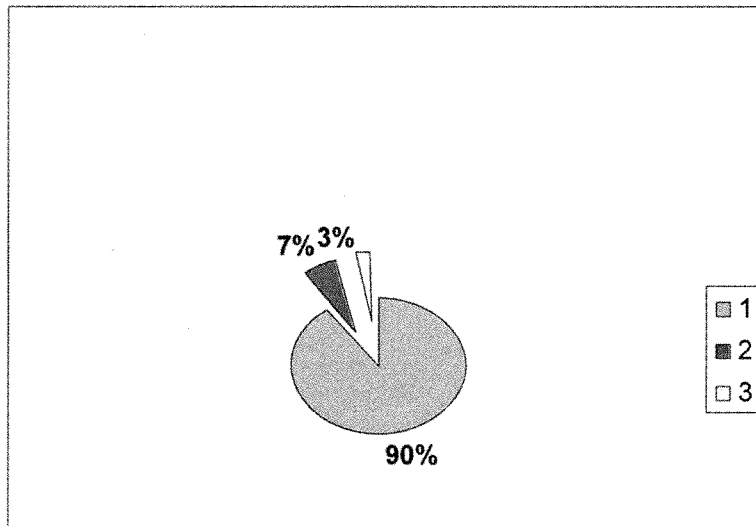


Una de nuestras políticas es la puntualidad ya que a esto se debe la credibilidad de la empresa por eso nuestros colaboradores son muy responsables con las fechas que le dan a los clientes de acuerdo a lo que el cliente solicita, por ende a todas las llamadas que entren a nuestro call center se les da la misma prioridad y se atienden inmediato.

1. INMEDIATAMENTE
2. DE ACUERDO AL PLAZO ESTABLECIDO
3. MAYOR AL PLAZO ESTABLECIDO
4. NO COTIZARON



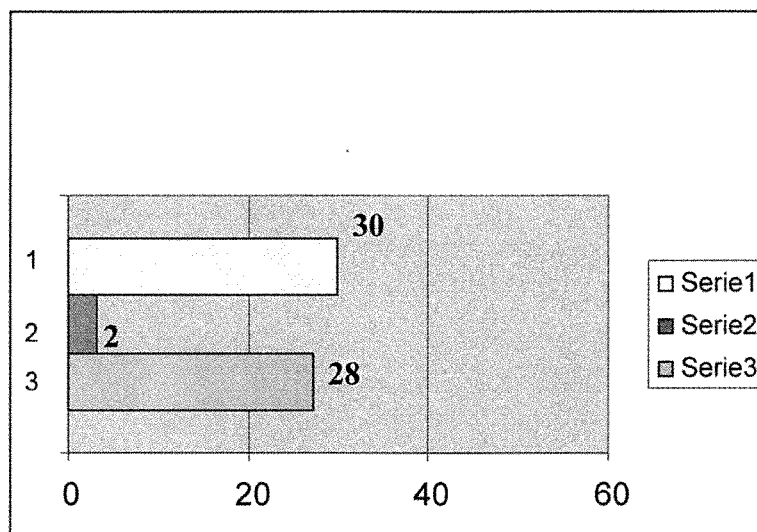
10. ¿LOS ASESORES DE VENTA AL OFRECER EL PRODUCTO DEMOSTRARON?



Gracias a que contamos con un personal capacitado podemos afirmar que nuestros colaboradores darán la información correcta de acuerdo al plan que desee comprar el cliente, siempre actuando con seguridad y con conocimiento de lo que se hace.

1. SEGURIDAD
2. INSEGURIDAD
3. NO SABE VENDER

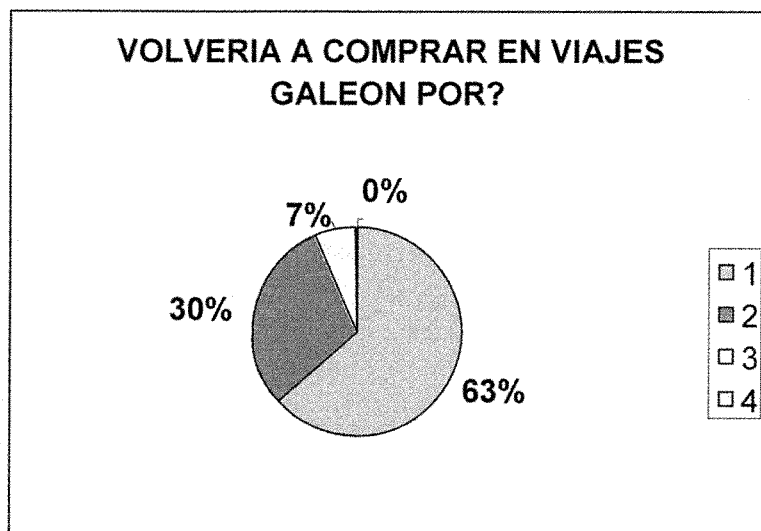
11. ¿Qué MEDIO DE PAGO PREFERE UTILIZAR PARA LA COMPRA DEL PRODUCTO TURISTICO?



Viajes galeón cuenta con una diversidad a la hora de recibir los pagos de los planes adquiridos aunque observamos que la gente prefiere pagar en efectivo.

1. EFECTIVO
2. CHEQUE
3. TARJETA DE CREDITO

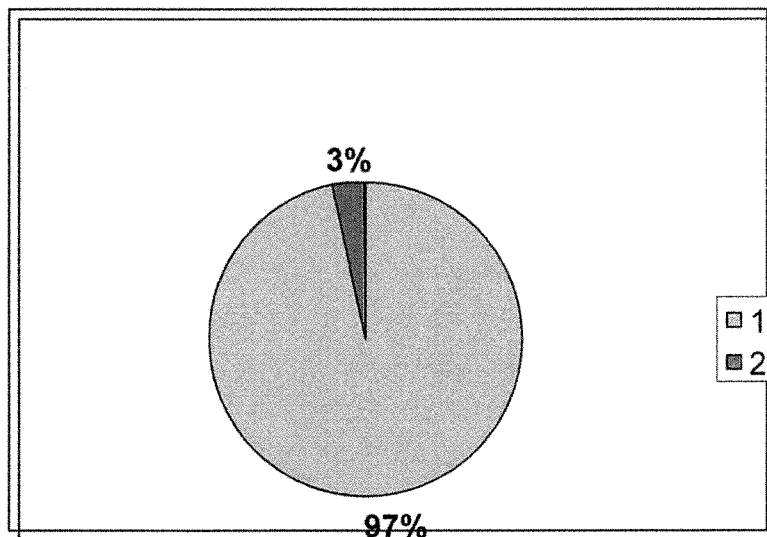
12. ¿VOLVERIA A COMPRAR EN VIAJES GALEON POR?



En este sistema tan competitivo lo que nos diferencia entre las demás agencias es el servicio, ya que es una empresa enfocada en eso, independientemente del precio, o la ubicación. El buen trato, una sonrisa alegre y una excelente información nos distingue de la competencia.

1. SERVICIO
2. UBICACIÓN
3. EL SERVICIO FUE BUENO
4. MAL UBICADO

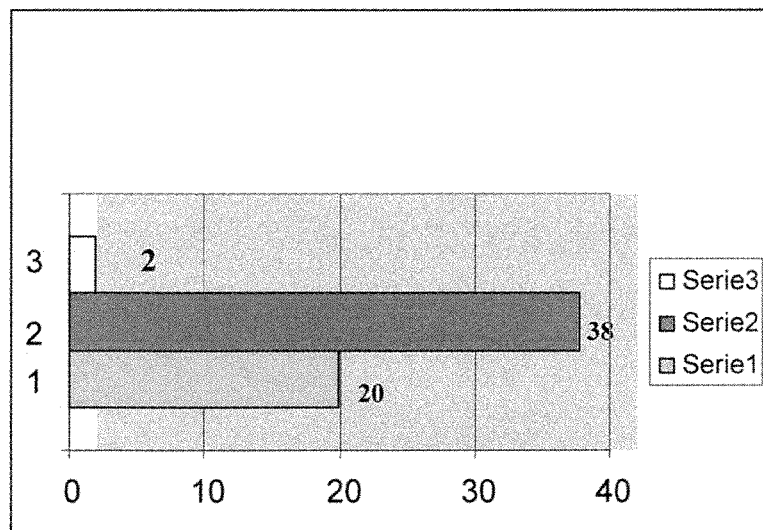
13. ¿LAS INSTALACIONES DE VIAJES GALEON SON?



Contamos con instalaciones modernas y muy bien señalizadas permitiéndole al cliente fácil acceso a cualquier departamento al que quiera ingresar, con muebles cómodos, una excelente presentación tanto de la empresa como del personal.

1. COMODAS
2. INCOMODAS

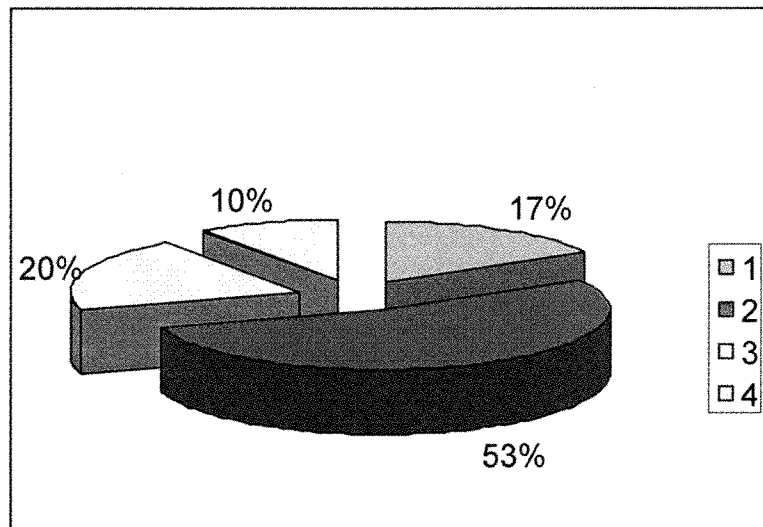
14. ¿POR QUE MEDIO DE INFORMACION LE GUSTARIA RECIBIR PROMOCIONES TURISTICAS?



Sabemos que el Internet esta en auge, es por eso que nosotros estamos de la mano con la tecnología y tenemos una base de datos de nuestros clientes en la cual están sus datos personales en los cuales esta el correo electrónicos, gracias a este medio se les da una información clara y concisa, y también se les informa cuando hay promociones.

1. TELEFONO
2. CORREO ELECTRONICO
3. A LA CASA

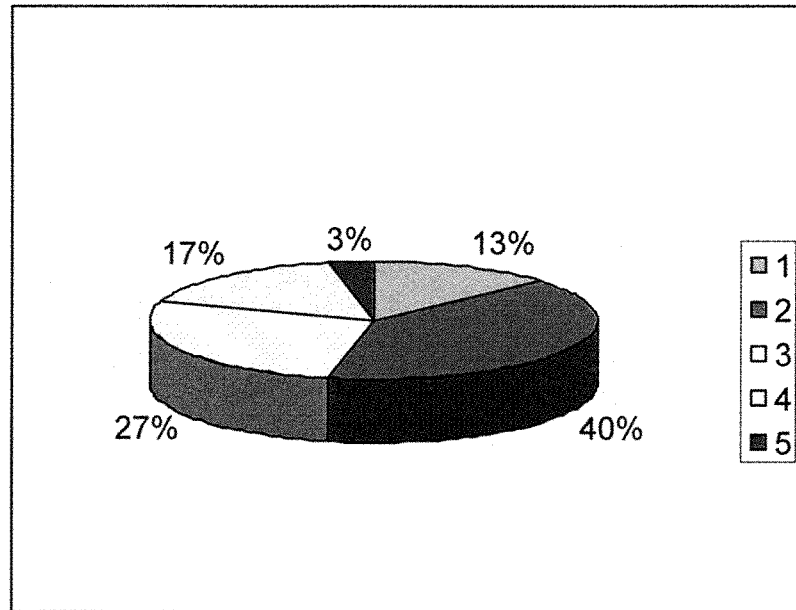
15. ¿REFERENCIARIA A VIAJES GALEON POR?



Gracias al servicio que ofrece viajes galeón nos distinguimos y hacemos que nuestra reputación crezca en el mercado turístico.

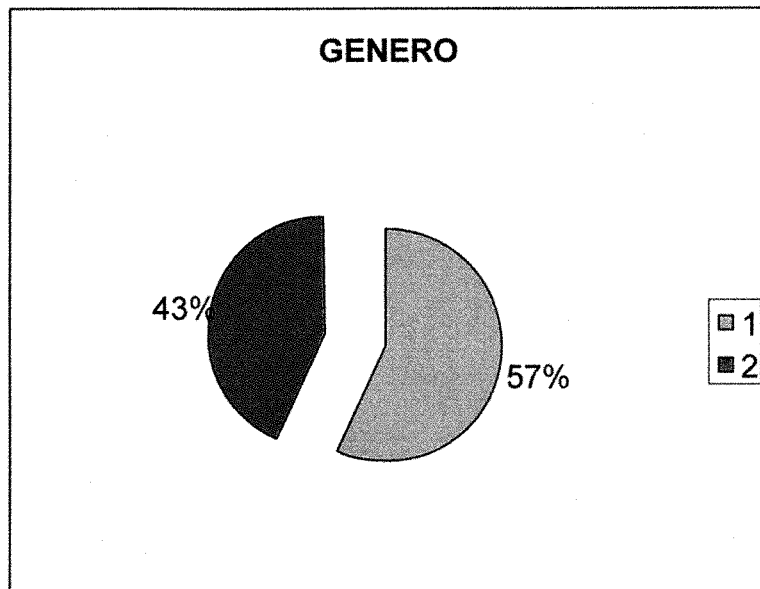
1. CALIDAD
2. SERVICIO
3. PRESTIGIO
4. NO LA REFERENCIARIA

### EDAD PROMEDIO DE ENCUESTADOS



- 1: 20 A 29 AÑOS
- 2: 30 A 39 AÑOS
- 3: 40 A 49 AÑOS
- 4: 50 A 59 AÑOS
- 5: 60 A 69 AÑOS

### GENERO DE LOS ENCUESTADOS



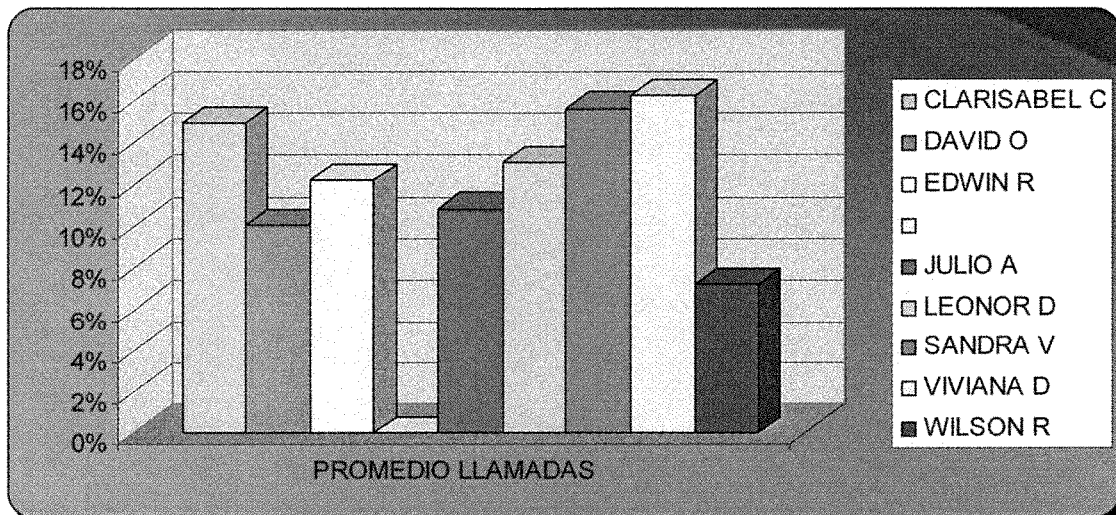
- 1. MASCULINO
- 2. FEMENINO



### 8. ESTADISTICAS LLAMADAS POR ASESOR VIAJES GALEON S.A.

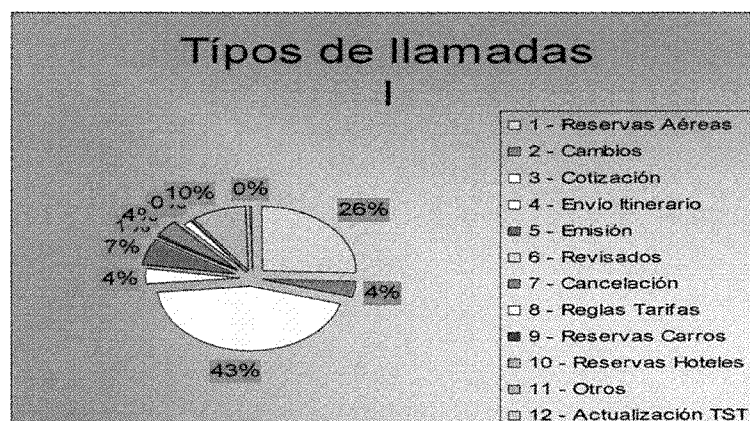
	DAVID OTALORA	ASESOR 1	ASESOR 2	ASESOR 3	ASESOR 4
01-May-09					
02-May-09	0	18	0	0	28
03-May-09					
04-May-09	0	42	38	51	51
05-May-09	0	41	35	54	70
06-May-09	0	53	39	21	46
07-May-09	0	48	37	44	52
08-May-09	0	51	36	38	56
09-May-09	0	8	6	12	15

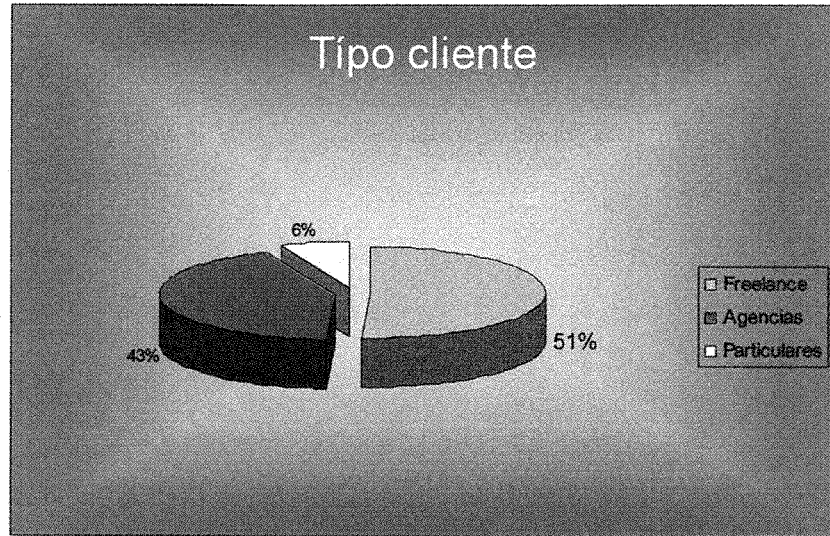
PROMEDIO LLAMADAS	
CLARISABEL C	15%
DAVID O	10%
EDWIN R	12%
JULIO A	11%



### ESTADISTICAS CALL CENTER

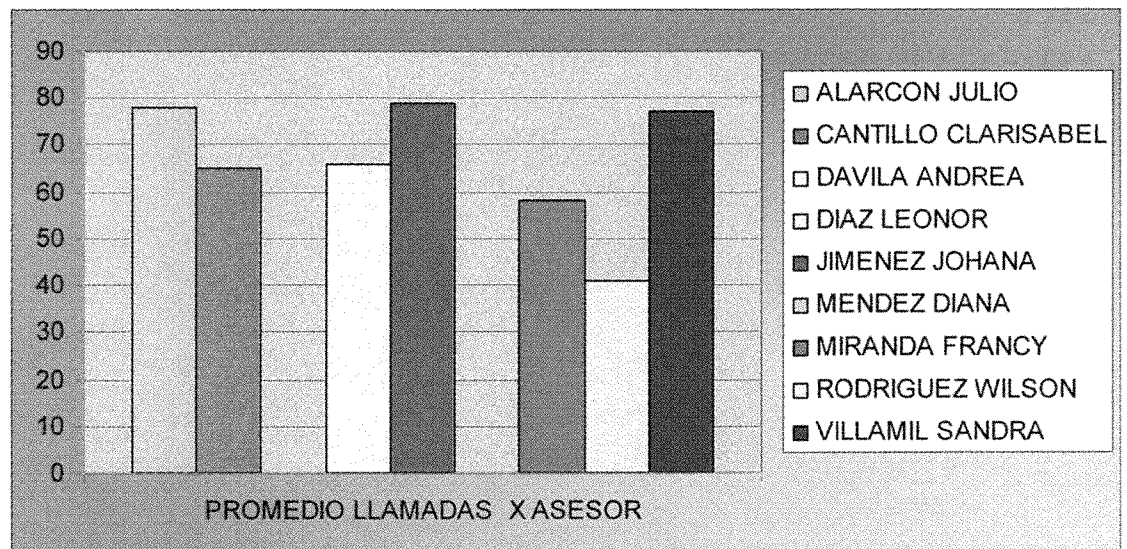
Total General Mes		
1 - Reservas Aéreas	1430	
2 - Cambios	204	
3 - Cotización	2451	
4 - Envío Itinerario	195	
5 - Emisión	376	
6 - Revisados	38	
7 - Cancelación	230	
8 - Reglas Tarifas	76	
9 - Reservas Carros	6	
10 - Reservas Hoteles	0	
11 - Otros	549	
12 - Actualización TST	13	
<b>Total llamadas</b>	<b>5568</b>	
Total General Mes		
Freelance	2829	
Agencias	2368	
Particulares	359	
<b>Total llamadas x tipo cliente</b>	<b>5556</b>	



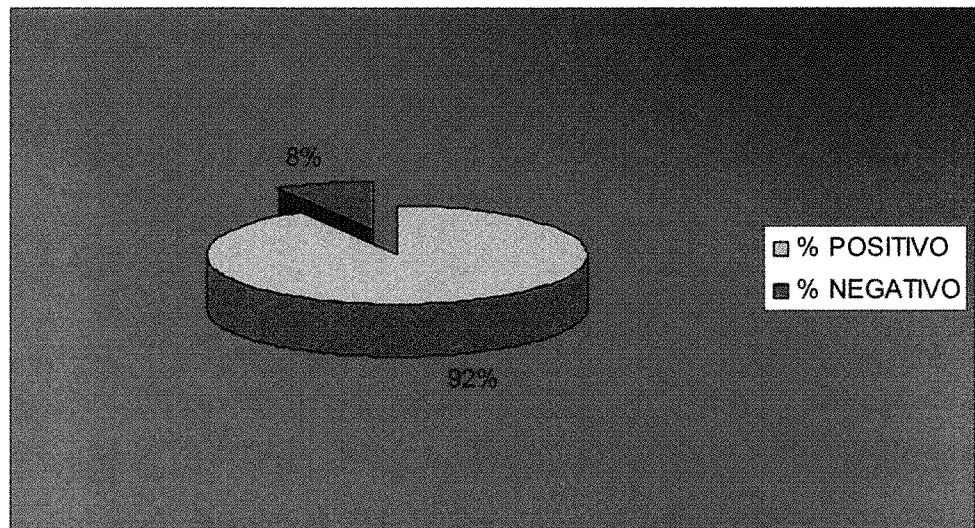


PROMEDIO LLAMADAS X ASESOR	
ALARCON JULIO	78
CANTILLO CLARISABEL	65
DAVILA ANDREA	0
DIAZ LEONOR	66
JIMENEZ JOHANA	79
MENDEZ DIANA	0
MIRANDA FRANCY	58
RODRIGUEZ WILSON	41
VILLAMIL SANDRA	77

FECHA	LLAMADAS ATENDIDAS	LLAMADAS ABANDONADAS	TOTAL LLAMADAS	% POSITIVO	% NEGATIVO
01/03/09					
02/03/09	392	18	410	96%	4%
03/03/09	386	24	410	94%	6%
04/03/09	336	18	354	95%	5%
05/03/09	0	0	0	0%	0%
06/03/09	143	14	157	91%	9%
07/03/09	103	17	120	86%	14%

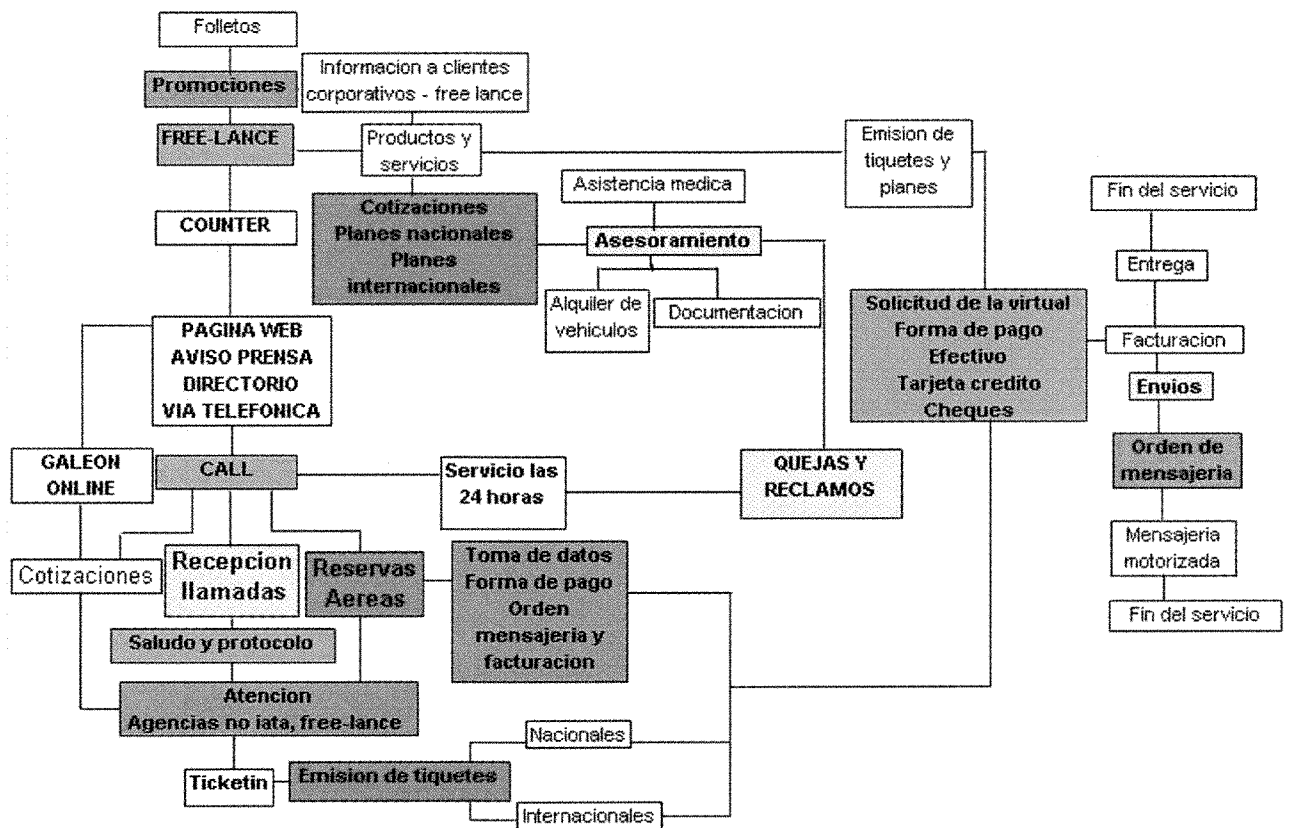


PROMEDIO MENSUAL	
% POSITIVO	0%
% NEGATIVO	0%

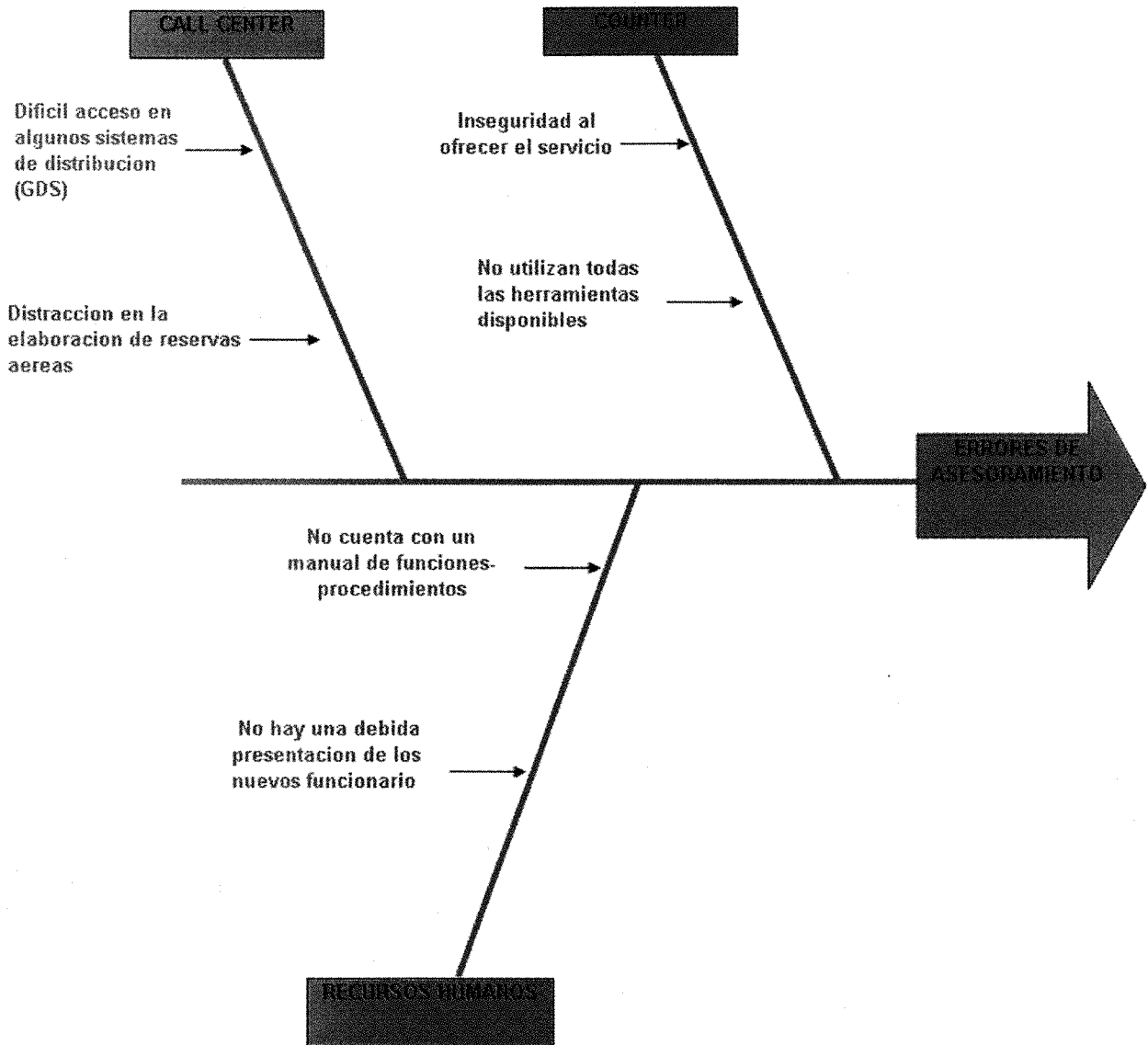


## 9. PLAN ESTRATEGICO DEL SERVICIO

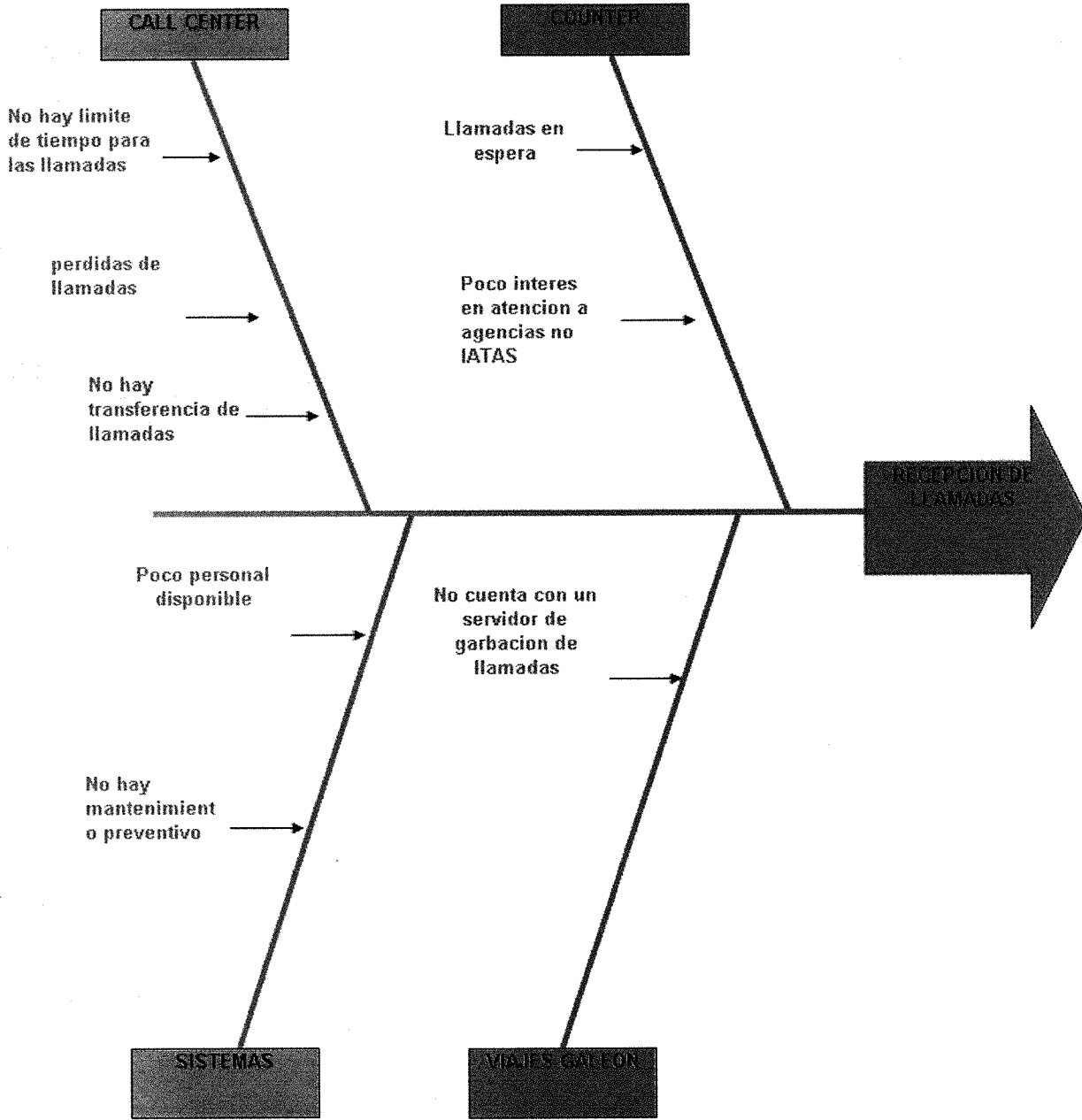
### GRAFICO DE SERVICIO AL CLIENTE



### ESPINA DE PÈSCADO ERRORES DE ASESORAMIENTO

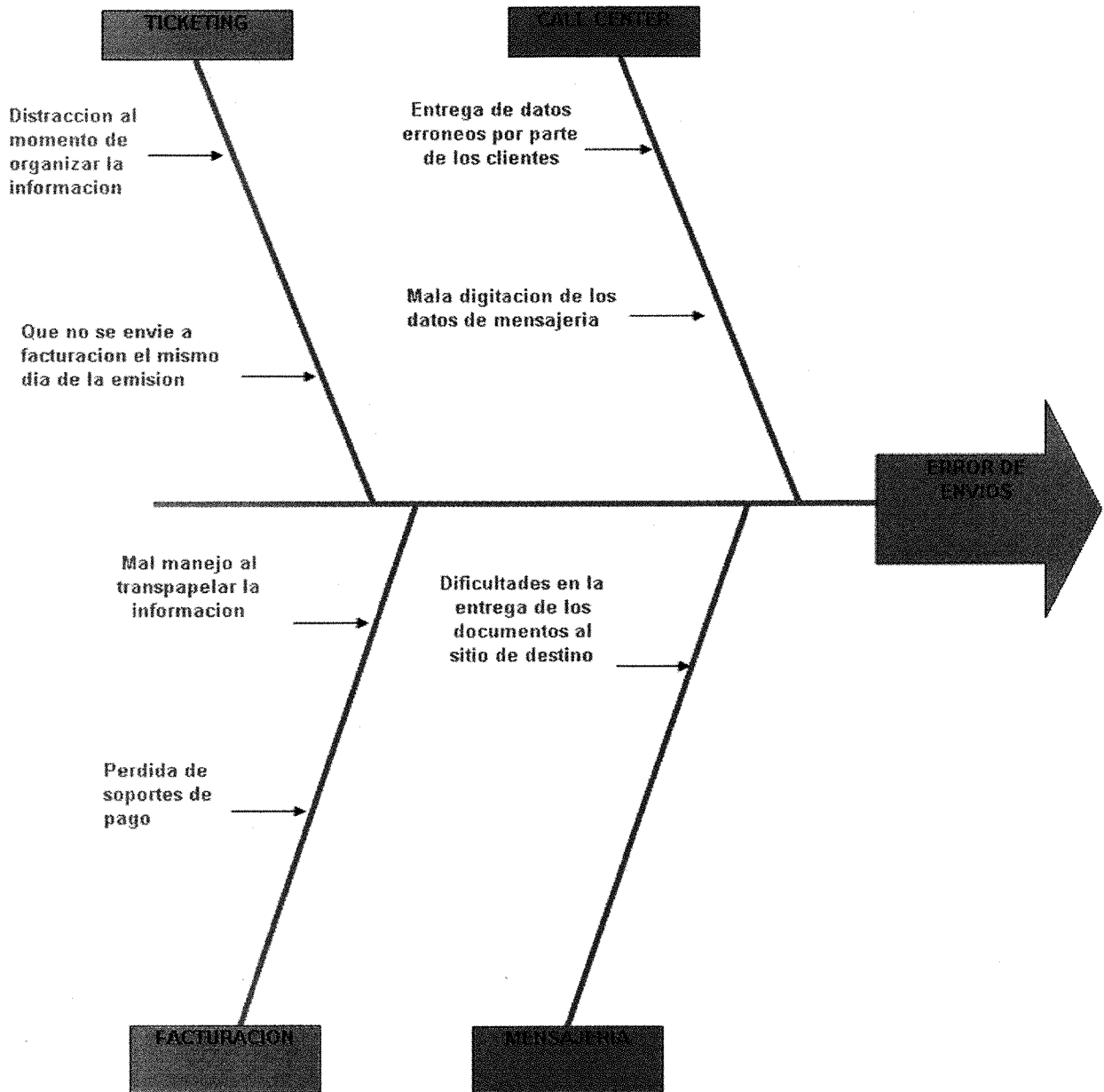


**ESPINA DE  
PESCADO  
RECEPCION I  
LLAMADAS**

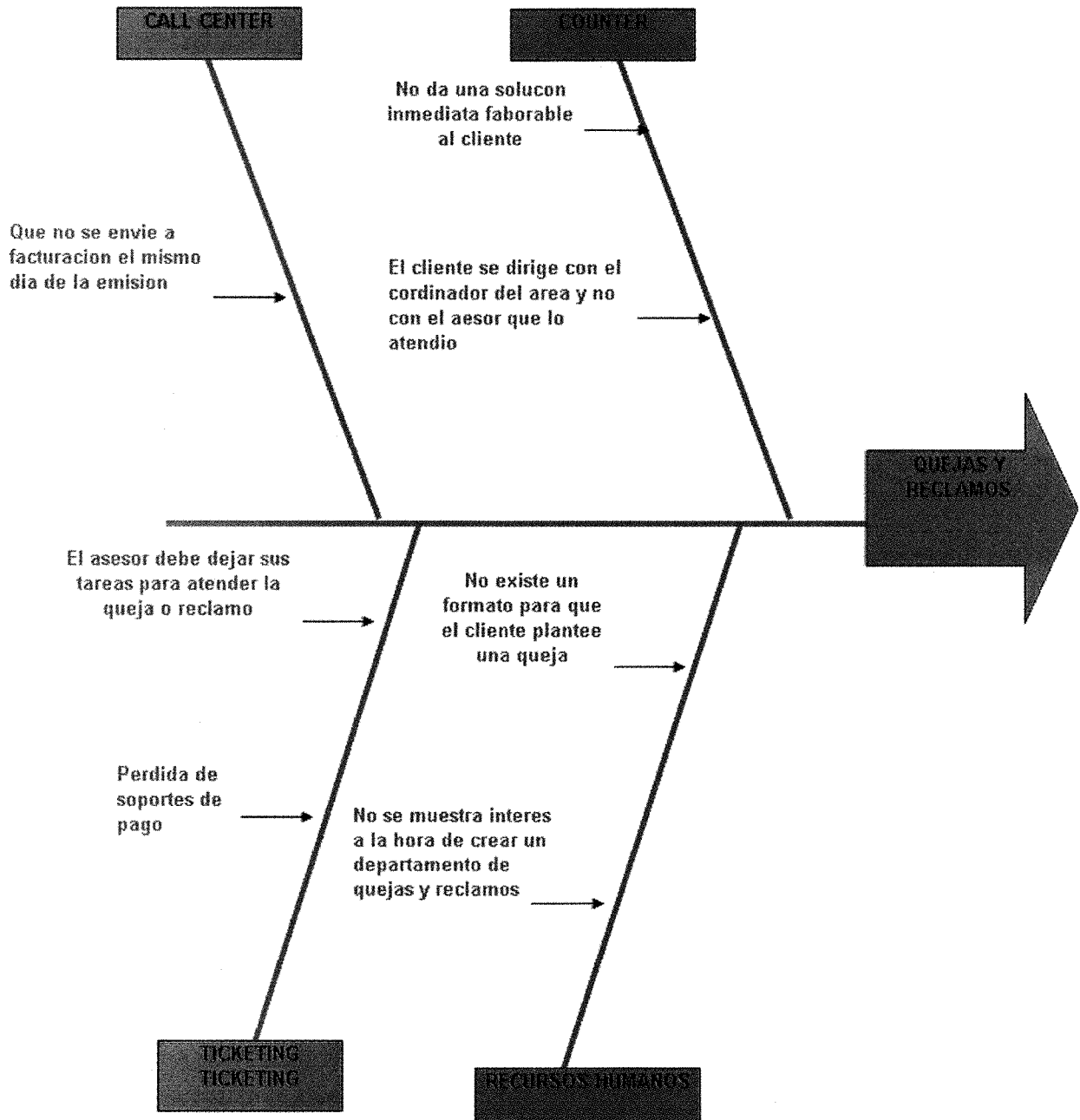




### ESPINA DE PESCADO ERRORES DE ENVIOS



### ESPINA DE PESCADO QUEJAS Y RECLAMOS



### DEBILIDADES

1. bajo poder negociador con proveedores y clientes.
2. falta de integración entre las diferentes áreas, a la hora de tomar decisiones
3. costos de mejoramientos de los productos
4. solicitud de virtuales muy lenta.
5. No existe un saludo de protocolo en el call center
6. No hay cámaras de seguridad.
7. No hay salidas de emergencia.
8. No hay personal de seguridad en la entrada de la agencia.
9. Acceso lento a los sistemas de GDS
10. Contamos con pocas sucursales a nivel nacional.
11. Poca experiencia en el mercadeo directo.
12. imposibilidad al manejar clientes en el extranjero.
13. No se innova constantemente con el producto.
14. Fabricación es siempre igual.
15. En ocasiones la competencia saca productos iguales.
16. Ausencia del departamento de quejas y reclamos
17. Falta de mantenimiento en algunas oficinas.
18. Espacios reducidos para atender los clientes.
19. Algunas instalaciones no cuentan con aire Acondicionado.

### OPORTUNIDADES

1. Explorar mercado internacional.
2. El mercado esta cambiando e Interesándose mas en lugares tranquilos y enfocados al ecoturismo.
3. Buenos argumento de venta.
4. Grado de satisfacción del cliente.
5. Pocas personas ofrecen un servicio similar.
6. Al prestar nuevos servicios tendrá nuevos clientes
7. Implantación de sistemas de seguridad e higiene laboral y ambiental.
8. Sistemas de seguridad de alta calidad.
9. Empresa de vigilancia privada.
10. Uso de internet como herramienta para competir y obtener productividad en relación a los mercados.
11. desarrollo del plan de mercadeo y publicidad a nivel internacional.
12. Globalización y nuevas alianzas.
13. se tiene previsto pertenecer a algún grupo para llegar a ciudades mas pequeñas.
14. Diseño de nuevos productos.
15. Adquisición de nuevos productos.
16. La publicidad por e-mail.
17. Tolerancia y humanidad con los empleados.
18. Implementar nuevas sucursales a nivel nacional
19. Aprendizaje rápido en campañas de capacitacion
20. Ampliación de algunas oficinas
21. mejora de instalaciones.

### FORTALEZAS

1. Las estructuras de nuestro establecimiento son buenas para los servicios.
2. Facilidades de pago.
3. Personal competitivo.
4. Accesibilidad a la información de los productos.
5. Calidad y confiabilidad del producto.
6. Mejor desempeño del producto, comparado con competidores
7. Atención personalizada.
8. Todos nuestros empleados están debidamente uniformados.
9. Los extintores de las oficinas son revisados periódicamente.
10. Los empleados están capacitados para atender.
11. Colapse el Internet.
12. Problemas de virus.
13. E-Business
14. Un buen núcleo de red AMADEUS.
15. Control y dirección sobre las ventas al cliente final.
16. Base datos de clientes actualizada y disponible.
17. Cronograma de actividades organizado.
18. Mejor tiempo de vida y durabilidad del producto.
19. Mejoras continuas a los productos.
20. Comunicación entre los empleados.

### AMENAZAS

1. Exigencia de comunicación en varios idiomas.
2. El cliente tenga desconfianza a nuestro producto y servicio.
3. Incrementos de los costos para complacer a los clientes exclusivos.
4. Disminución de comisiones por partes de las aerolíneas.
5. Sectores inseguros.
6. Vías de acceso en reparaciones.
7. Clientes sospechosos.
8. Aerolíneas virtuales.
9. Robo de firma.
10. Usuarios que aun no se han adaptado a las nuevas tendencias.
11. Nuevos canales de venta.
12. Disminución de actividad.
13. Posible publicidad negativa.
14. La competencia.
15. Mala reputación por incumplimientos.
16. Internet.
17. Falta de recursos para la calida de servicio a los empleados.
18. Cambios de política de la empresa.
19. Contaminación ambiental
20. Ubicación de una agencia de viajes cerca de las

**10. CUADRO ESTRATEGIAS DOFA  
DESARROLLO EMPRESARIAL**

	<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. bajo poder negociador con proveedores y clientes.</li> <li>2. falta de integración entre las diferentes áreas, a la hora de tomar decisiones</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las estructuras de nuestro establecimiento son buenas para los servicios.</li> <li>2. Facilidades de pago</li> <li>3. Personal competitivo</li> <li>4. Accesibilidad a la información de los productos</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explorar mercado internacional.</li> <li>2. El mercado esta cambiando e Interesándose mas en lugares tranquilos y enfocados al ecoturismo.</li> <li>3. Buenos argumento de venta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ofrecer diversidad de marcas</li> <li>2. Incremento de los beneficios de la empresa a través de una mejor relación con el cliente.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. tener un buen respaldo en tecnología de vanguardia.</li> <li>2. Para mantener la fidelidad del cliente, todos los departamentos de la compañía deben poder tener un acceso rápido y sencillo a los datos actualizados de los clientes</li> </ol>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exigencia de Comunicación en varios idiomas.</li> <li>2. El cliente tenga desconfianza a nuestro producto y servicio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ya que somos una empresa en crecimiento nos vemos en la necesidad de negociar con empresas que nos sirvan de proveedores para ampliar nuestra variedad de productos por medio de negociaciones.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Logra disponer de un conocimiento profundo de los clientes, con alto grado de diferenciación e individualización entre ellos.</li> </ol>

**CUADRO ESTRATEGIAS DOFA  
CALIDAD –SERVICIO -PRECIO**

	<b>DEBILIDADES</b>  1. costos de mejoramientos de los productos 2. solicitud de virtuales muy lenta. 3. No existe un saludo de protocolo en el call center	<b>FORTALEZAS</b>  1. calidad y confiabilidad del producto. 2. mejor desempeño del producto, comparado con competidores 3. Atención personalizada
<b>OPORTUNIDADES</b>  1. Grado de satisfacción del cliente. 2. Pocas personas ofrecen un servicio similar. 3. al prestar nuevos servicios tendrá nuevos clientes.	<b>ESTRATEGIAS DO</b>  1. Aumentar el número de personal en caja para que así, el servicio sea más rápido y cliente quede satisfecho 2. Crear manuales de funciones y procedimientos, realizando control y corrección de los mismos, para obtener mejores resultados	<b>ESTRATEGIAS FO</b>  1. hacer publicidad para que así la empresa se posicione aun más en el mercado y entre a competir con otras empresas 2. Diseñar una encuesta que se diligenciada por los usuarios evaluando los servicios de la agencia.
<b>AMENAZAS</b>  1. incrementos de los costos para complacer a los clientes exclusivos. 2. disminución de comisiones por partes de las aerolíneas	<b>ESTRATEGIAS DA</b>  1. fomentar adquisición de responsabilidades con la organización 2. fortalecer todos los departamentos comerciales, para dar a conocer todos nuestros productos	<b>ESTRATEGIAS FA</b>  1. Realizar un mayor estudio del mercado teniendo en cuenta los gustos del cliente para mejorar la oferta de los planes

**CUADRO ESTRATEGIAS DOFA  
SEGURIDAD**

	<p align="center"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No hay cámaras de seguridad.</li> <li>2. No hay salidas de emergencia.</li> <li>3. No hay personal de seguridad en la entrada de la agencia.</li> </ol>	<p align="center"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Todos nuestros empleados están debidamente uniformados.</li> <li>2. Los extintores de las oficinas son revisados periódicamente.</li> <li>3. Los empleados están capacitados para atender</li> </ol>
<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implantación de sistemas de seguridad e higiene laboral y ambiental.</li> <li>2. Sistemas de seguridad de alta calidad.</li> <li>3. Empresa de vigilancia privada.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contratar una empresa de vigilancia privada para ofrecer una mejor seguridad y tranquilidad a nuestros clientes.</li> <li>2. Adecuar una salidas de emergencia con sus respectivas señalizaciones de evacuación.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mantener una base de datos actualizada de los empleados de la empresa para identificarlos.</li> <li>2. Hacer periódicamente simulacros de evacuación.</li> </ol>
<p align="center"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sectores inseguros.</li> <li>2. Vías de acceso en reparaciones.</li> <li>3. Clientes sospechosos.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asesorar a los clientes en los sistemas de seguridad con los que cuenta la empresa.</li> <li>2. Hacer la respectiva supervisión de las herramientas de seguridad.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuestros empleados están debidamente uniformados para evitar fraudes.</li> <li>2. Todas nuestras oficinas están ubicadas en sectores estratégicos para evitar mayores riesgos.</li> </ol>

**CUADRO ESTRATEGIAS DOFA  
TECNOLOGIA**

	<p align="center"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. acceso lento a los sistemas de GDS</li> </ol>	<p align="center"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. colapse el internet</li> <li>2. Problemas de virus</li> <li>3. E- business</li> <li>4. Un buen núcleo de red AMADEUS</li> </ol>
<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. uso de internet como herramienta para competir y obtener productividad en relación a los mercados.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ya que somos una empresa en contante crecimiento, contamos con mucho reconocimiento por tal motivo haremos uso de los medios de comunicación para darnos a conocer a nivel internacional.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poder efectuar su reserva por medio de la pagina web</li> <li>2. Mantenimientos de equipos contantemente</li> <li>3. Integración y capacitación de sistemas</li> </ol>
<p align="center"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aerolíneas virtuales</li> <li>2. Robo de firma.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adaptación del programa AMADEUS en equipos portátiles.</li> <li>2. Sistemas de información geográfica para las agencias no IATA.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. check-in virtual por medio de la página web, utilizando hipervínculos para cada aerolínea.</li> </ol>

**CUADRO ESTRATEGIAS DOFA  
COMERCIAL Y MERCADEO**

	<p align="center"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contamos con pocas sucursales a nivel nacional.</li> <li>2. poca experiencia en el mercadeo directo.</li> <li>3. imposibilidad al manejar clientes en el extranjero.</li> </ol>	<p align="center"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 control y dirección sobre las ventas al cliente final.</li> <li>2. base de datos de clientes actualizada y disponible.</li> <li>3.cronograma de actividades organizado.</li> </ol>
<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. desarrollo del plan de mercadeo y publicidad a nivel internacional.</li> <li>2. globalización y nuevas alianzas</li> <li>3. se tiene previsto pertenecer a algún grupo para llegar a ciudades mas pequeñas.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. desarrollar un plan de mercadeo</li> <li>2. analizar nuevos mercados y segmentos rentables</li> <li>3. hay q elaborar un conseptualizacion del servicio</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Área operativa coordinada por asesores comerciales.</li> <li>2. introducir nuevos productos diferenciándonos en el costo, beneficio y calidad.</li> <li>3.nuevas vías de promoción y distribución</li> </ol>
<p align="center"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. usuarios que aun no se han adaptado a las nuevas tendencias.</li> <li>2. nuevos canales de venta.</li> <li>3. disminución de actividad</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollar promociones de precios bajos de forma mas seguida</li> <li>2. implementar paquetes que beneficien económicamente a nuestros consumidores.</li> <li>3. bonos de descuentos en tkt futuro</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. incrementar el volumen de ventas por medio de la divulgación de la marca</li> <li>2. cocktail con presentación de todos los paquetes que se manejan.</li> <li>3. publicidad por medios visuales y de radio</li> </ol>



**CUADRO ESTRATEGIAS DOFA  
DISEÑO - PRODUCTO**

	<p align="center"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. no se innova constantemente con el producto</li> <li>2. la fabricación es siempre igual.</li> <li>3. en ocasiones la competencia saca productos iguales</li> </ol>	<p align="center"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. mejor tiempo de vida y durabilidad del producto.</li> <li>2. Mejoras continuas a los productos</li> <li>3. Con continuidad amplia la variedad de productos</li> </ol>
<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 diseño de nuevos productos</li> <li>2. adquisición de nuevos productos</li> <li>3. la publicidad por e-mail</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. encontrar una posición en el mercado que nadie haya encontrado .</li> <li>2. satisfacer con un precio que los consumidores no puedan resistir.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar diferentes eventos en donde se de a conocer mas la marca y el servicio.</li> <li>2. por medio de vallas y carteles dar a conocer promociones y de mas del servicio</li> </ol>
<p align="center"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. posible publicidad negativa.</li> <li>2. la competencia</li> <li>3. mala reputación por incumplimientos</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. personal capacitado para innovar en el diseño de paquetes.</li> <li>2. tomar decisiones desde la cúpula de la organización no solo un departamento</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. la comunicación es clave a la hora de innovar y reformar un servicio</li> <li>2. tener conocimiento de las necesidades del cliente.</li> <li>3. tener seguridad al la hora de ofrecer un producto o servicio</li> </ol>

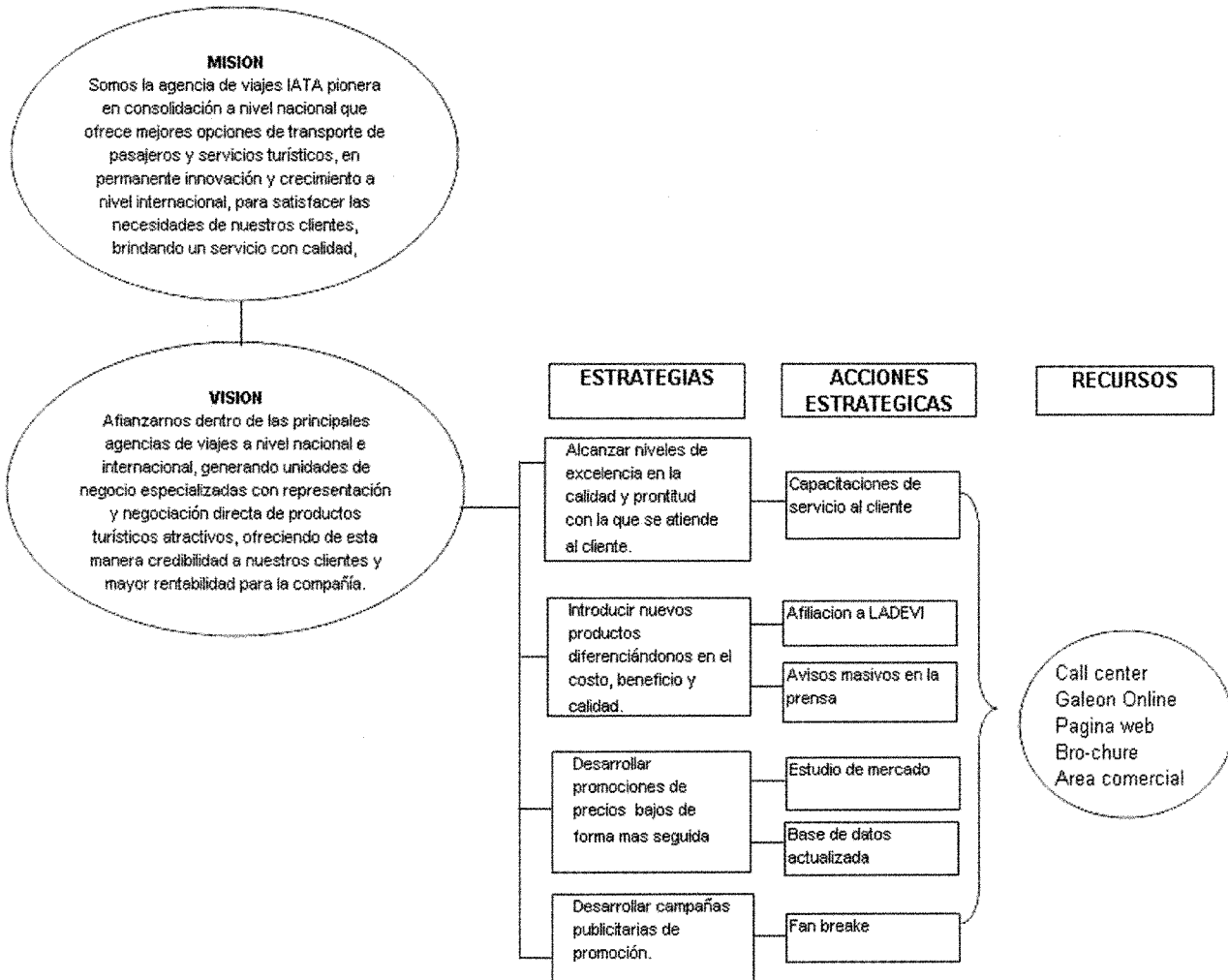
**CUADRO ESTRATEGIAS DOFA  
TALENTO HUMANO**

	<p align="center"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ausencia del departamento de quejas y reclamos</li> </ol>	<p align="center"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>existe muy buena comunicación entre los empleados.</li> <li>personal comprometido.</li> <li>agilidad en la atención al cliente externo e interno .</li> </ol>
<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>tolerancia y humanidad con nuestros empleados.</li> <li>implementar nuevas sucursales a nivel nacional</li> <li>aprendizaje rápido en campañas de capacitacion</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Alcanzar niveles de excelencia en la calidad y prontitud con la que se atiende al cliente.</li> <li>tener calidad en Bienes y servicios</li> <li>bienestar al personal (Agentes de viajes, Personal de servicio, etc.)</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Área operativa Coordinada por asesores Comerciales.</li> <li>brindar todas las herramientas necesarias para una buena atención al cliente.</li> <li>honestidad cuando se contrata el personal .</li> </ol>
<p align="center"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Internet</li> <li>falta de recursos para la calida de servicio a los empleados</li> <li>cambios de política de la empresa.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>realizar actividades extralaborales para la motivación de los empleados.</li> <li>fomentar valores corporativos.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar alianzas estratégicas con operadores nacionales.</li> <li>comprometimiento con la entrega a tiempo de bienes y servicios</li> <li>organización orientada al cliente.</li> </ol>

**INFRAESTRUCTURA**

	<p align="center"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. falta de mantenimiento en algunas oficinas.</li> <li>2. espacios reducidos para atender los clientes.</li> <li>3. algunas instalaciones no cuentan con aire acondicionado.</li> </ol>	<p align="center"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. cada oficina cuenta con parqueadero para los clientes.</li> <li>2. las sucursales están ubicadas en puntos estratégicos</li> <li>3. las oficinas están debidamente sectorizadas</li> </ol>
<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ampliación de algunas oficinas</li> <li>2. mejora de instalaciones</li> <li>3. ubicación estratégica de oficinas a nivel nacional.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. apertura de nuevas sucursales en ciudades con gran demanda en el turismo, que cuenten con oficinas amplias para ofrecer comodidad a nuestros clientes.</li> <li>2. teniendo en cuenta que nuestra fachada es la imagen corporativa de la empresa realizar un respectivo mantenimiento.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilizar materiales de alta calidad que se vean reflejados en la fachada.</li> <li>2. Implementar un letrero electrónico las 24 horas anunciando promociones turísticas.</li> </ol>
<p align="center"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contaminación ambiental</li> <li>2. ubicación de una agencia de viajes cerca de las instalaciones de viajes galeón.</li> <li>3. deterioro en la fachada.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mantener las instalaciones debidamente aseadas.</li> <li>2. Modificar las instalaciones a nivel interno para dar mayor comodidad a nuestros clientes</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ubicación de nuevas oficinas en sectores con poca presencia de agencias de viajes.</li> <li>2. Mantener todas las oficinas con una sola imagen corporativa.</li> </ol>

## 11. DESPLIEGUE ESTRATEGICO



## 12. FOCO EN EL CLIENTE

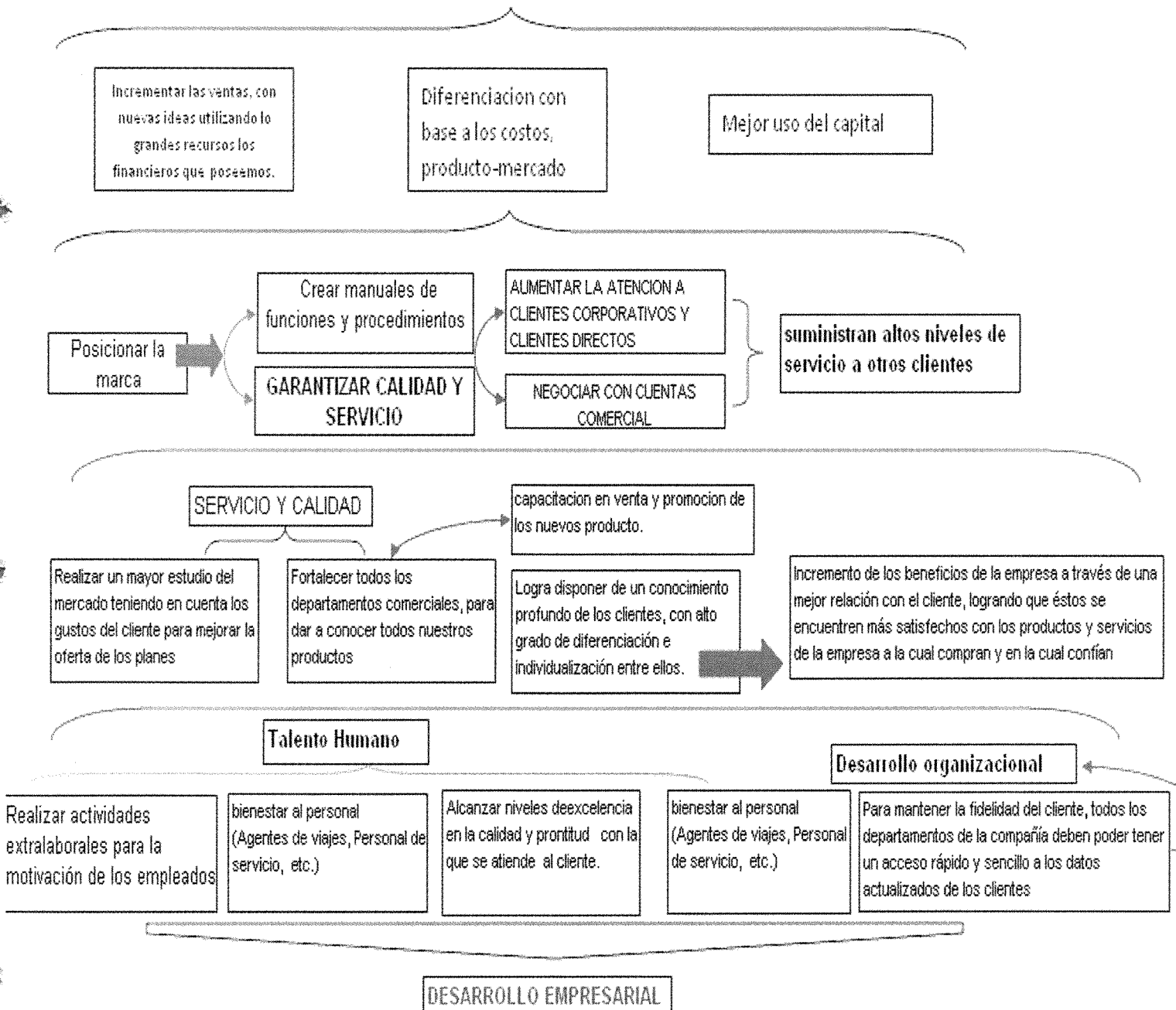


### MISION

Somos la agencia de viajes IATA pionera en consolidación a nivel nacional que ofrece mejores opciones de transporte de pasajeros y servicios turísticos, en permanente innovación y crecimiento a nivel internacional, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando un servicio con calidad, producto de nuestra sólida experiencia

### VISION

Añanzamos dentro de las principales agencias de viajes a nivel nacional e internacional, generando unidades de negocio especializadas con representación y negociación directa de productos turísticos atractivos, ofreciendo de esta manera credibilidad a nuestros clientes y mayor rentabilidad para la compañía



## PLAN DE ACCION DE MEJORAMIENTO

### PLAN DE ACCION DE MEJORAMIENTO

	ESTRATEGIA	ACCION	TAREA	RESPONSABLE	TIEMPO	VALOR
	Tecnología de vanguardia	Actualizar los sistemas operacionales de alta tecnología	Buscar proveedores que nos den garantía y calidad.	Area Sistemas	1 vez al mes	\$ 800.000
<b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>	Negociar con el proveedor para tener actualizaciones constantes del programa ( INTEGRA ).	Actualizar la base de datos de los clientes para la creación de los mismos.	Crear un formato para los Free-Lance y agencias de viajes para diligenciado con la información del cliente.	Area Comercial	2 meses	\$ 0
<b>CALIDAD SERVICIO PRECIO</b>	Crear manuales de funciones y procedimientos, realizando control y corrección de los mismos, para obtener mejores resultados	Buscar la certificación norma ISO	Crear formatos para la realización de las tareas y así poder llevar un control interno en cada sucursal.	Aera operativa	2 años	\$ 40.000.000
	Lanzar publicidad para que así la empresa se posicione aun más en el mercado y entre a competir con otras empresas	Avisos en la prensa. Publicaciones de promociones turísticas en la pagina web.	Dejar una persona encargada de enviar todas las promociones vigente a Free-Lance, Agencias de viajes y clientes particulares y cuentas corporativas.	Area Comercial. Area sistemas.	1 vez a la semana	\$ 0
<b>SEGURIDAD</b>	Contratar una empresa de vigilancia privada para ofrecer una mejor seguridad y tranquilidad a nuestros clientes.	Tener 1 vigilante dentro de la agencia.	Cotizar varias empresa de vigilancia privada.	Recursos Humanos	1 semana	\$ 1.200.000
	Hacer periódicamente simulacros de evacuación.	Coordinar con la aseguradora de riesgos profesionales.	Organizar grupos para las respectivas tareas que se van a realizar en el simulacro.	Recursos Humanos	2 veces al año	\$ 0
<b>TECNOLOGIA</b>	Poder efectuar su reserva por medio de la pagina web.	Actualizar la pagina Web constantemente para que su acceso sea mas agil.	Tener una persona de sistemas supervizando la red.	Aerea Sistemas	1 vez a la semana	\$ 0
	Check-in virtual por medio de la página web, utilizando hipervínculos para cada aerolínea.	Habilitar en la pagina web la opcion de Check-in virtual.	Tener una persona de sistemas supervizando la red.	Area Sistemas	1 vez al día	\$ 0
<b>COMERCIAL Y MERCADO</b>	Analizar nuevos mercados y segmentos rentables.	Nuevas alternativas de turismo y negociar las comisiones con agencias y Free-Lance.	Visitar a las agencias, cuentas comerciales.	Area Comercial	1 vez a la semana	\$ 0
	nuevas alternativas de promoción y distribución	Iniciar con un producto de bajo costo.	Dar a conocer el producto sin dejar atrás el servicio y calidad.	Area Comercial	1 vez al mes	\$ 4.000.000
<b>DISEÑO PRODUCTO</b>	Personal capacitado para innovar en el diseño de paquetes.	Cambiar constantemente el diseño de los productos.	Tener una persona de experiencia para diseñar los paquetes turísticos.	Departamento de mayoreo	2 veces por semestre	\$ 8.000.000
	Tener conocimiento de las necesidades del cliente.	Hacer encuestas diligenciadas por los cliente para estudiar el mercado.	Personal encargado de tabular, graficar y sacar porcentajes.	Area operativa	mensual	\$ 2.000.000
<b>TALENTO HUMANO</b>	Dar todas las herramientas necesarias para una buena atención al cliente.	Encuestar a los empleados para saber que herramientas de trabajo les hace falta para brindar un mejor servicio.	Interactuar mas con e personal de cada area.	Recursos Humanos	1 vez al mes	\$ 0
	Realizar actividades extralaborales para la motivación de los empleados.	Hacer convivencias de integración entre empleados.	Cotizar destinos de convivencia y esparcimiento extralaboral	Recursos Humanos	Semestral	\$ 6.000.000
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	Implementar un letrero electrónico las 24 horas anunciando promociones turísticas.	Adecuar los letros en las fachadas de todas las oficinas.	Cotizar con diferente proveedores " letreros electronicos "	Recursos Humanos	1 semana	\$ 10.500.000
	Modificar las instalaciones a nivel interno para dar mayor comodidad a nuestros clientes	Reorganizar los espacios internos de las oficinas.	Informar al arquitecto los nuevos cambios de cada sucursal.	Recursos Humanos	15 días por oficina	\$10.000.000

## CONCLUSIONES

En este trabajo hemos analizado los distintos aspectos que tiene una agencia de viajes a la hora de producir, comercializar y vender sus productos. Así hemos hecho un análisis profundo de las características de una agencia de viajes en este caso viajes galeón, tales como laborales, sociales, económicas, y hemos llegado a un análisis tan profundo en el cual se vieron reflejados las fallas de la empresa.

En la primera parte pudimos llegar a la conclusión de que la mayoría de los estudios realizados sobre el portafolio de servicios arrojaron cifras favorables en cuanto a la diversidad de productos y servicios que tiene viajes galeón, gracias a esta diversidad de servicios la empresa está fuertemente equipada para ser competitiva en este mercado actual, en el cual se destaca el servicio. De tal manera se ha concluido que:

- Se ha realizado un análisis estadístico evaluando la calidad, el servicio, la puntualidad, los medios por los cuales se puede contactar la empresa, etc., habiendo obtenido cuales son los principales factores que son determinantes para que un cliente prefiera nuestra empresa y no la competencia, en los cuales se destaca el servicio, como base de todo, el contacto por Internet es muy notable ya que en nuestra página Web se dan herramientas muy útiles y es muy fácil de acceder a nuestros planes y promociones.
- Se ha facilitado un procedimiento para determinar el grado de riesgo que tiene la empresa respecto al mercado y a todos sus competidores, para ello se emplea el análisis dofa, basado en un análisis de las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas de la empresa. Gracias a este procedimiento nos damos cuenta en que estamos fallando, que debilidades nos están deteniendo de pronto a la hora de sacar nuevos y mejorados productos, notamos que fortalezas tiene la empresa respecto a la competencia, esto para así explotarlas y seguirnos diferenciándonos de los demás.
- Todo esto carecería de sentido sin unas estrategias en las cuales se dé a conocer el plan de mejoramiento que tenemos para que esa amenazas y esas debilidades las podamos combatir y así disminuirlas, y por otra parte nuestras oportunidades y fortalezas, reforzarlas y así tener una mayor participación en el mercado.

- Se ha notado que la ausencia de un departamento de quejas y reclamos es muy importante para una organización, ya que se puede llevar un control detallado de las quejas que se hacen, en nuestro caso como no lo tenemos, hay simplemente cada asesor es encargado de resolver y dar respuesta a la queja que se le impone, aunque si el problema ya es más grave, se habla con el jefe directo de cada oficina para dar una pronta solución.
- Se ha comprobado que una empresa al estar certificada como una agencia IATA, los clientes confían más y por ende hay mayor demanda de productos y servicios, esto nos ayuda mucho ya que viajes galeón está certificada como agencia IATA, que quiere decir esto, que nosotros, tenemos el privilegio de emitir tiquetes, punto a favor ya que una agencia no IATA no puede hacer este proceso, este fuerte nos ayuda tanto a nosotros como a nuestros clientes (agencias de viajes no IATA) ya que nosotros les emitimos los tiquetes a ellos, y por ende va a ver una ganancia tanto para ellos como para nosotros.
- Las Agencias de Viajes constituyen un sector de capital de importancia por su valor económico y social y por su contribución, a través de su influencia en el Turismo, al desarrollo cultural y económica que aporta a una nación, esto nos lleva a deducir que una agencia de viajes que dé a conocer en varios países ayudara tanto para su propia economía como para la del país, ya que los ingresos que tendrán serán muy elevados.
- Las Agencias de Viajes resultan de gran importancia para toda la industria turística. Son el escaparate de la misma y la pieza que conecta la oferta con el consumidor, ofreciéndole calidad, confianza y respaldo a la hora de prestar su servicio,
- Notamos que un cliente busca seguridad ante todo a la hora de tomar un servicio, independientemente de la calidad o la empresa que preste el servicio el cliente busca es llegar a su destino seguro, por esto viajes galeón está buscando la certificación de calidad ISO, este proceso es un poco demorado pero con persistencia se logra, así el cliente tendrá una razón más para escogernos como su agencia de viajes.
- La utilización de las nuevas tecnologías es considerada muy positiva por nuestro sector, y como consecuencia, los Agentes de Viajes serán actores del cambio que se está produciendo en la actividad turística. Por ende tendrá que esforzarse más para dar un mejor servicio en cuanto a la calidez con la que se atiende al cliente. Todo ello, en beneficio de los consumidores, que son la razón fundamental de nuestra profesión
- Un objetivo común por parte de todas las empresas del sector, Agencias



de Viajes, free lance y proveedores, debe consistir en adaptarse al modelo emergente de sociedad y a los previsibles hábitos que originarán las nuevas tecnologías en los consumidores, para lograr la máxima satisfacción de esos consumidores, y además, tener una propia satisfacción al saber que el cliente queda a gusto con el servicio que se le prestó.

- Se ha observado que viajes galeón trabaja con una gama de proveedores de un alto prestigio como lo son:
  1. Aerolíneas: en las cuales tenemos convenio con AVIANCA, AIR FRANCE, ALITALIA, TACA, AEROMEXICO, MEXICANA, IBERIA, AEROREPUBLICA, entre otras.
  2. Retadoras de autos: AVIS, BUDGET, HERTZ, ADVANTAGE, ALAMO, EUROPCAR, THRIFTY, ENTERPRISE y NATIONAL RENT A CAR.
  3. Hoteles: hotel SHERATON, DECAMERON, DANN CARLTON, entre otros, estos proveedores nos distinguen a la hora de prestar nuestro servicio ya que estos proveedores son de prestigio, el cual no lo dan a nosotros, y por ende demostramos calidad y seguridad a la hora de ofrecer nuestros planes.
    - La demostrada profesionalidad de las Agencias de Viajes, que es expresión de su continuo esfuerzo para proporcionar servicios personalizados, solventes y de calidad, responde a la confianza que en ellas deposita el consumidor. Ahora y, ante las transformaciones tecnológicas que se están produciendo en los últimos tiempos, las Agencias de Viajes sabrán identificar las nuevas demandas de los consumidores y usuarios, para dirigirse adecuadamente a ellos, proporcionándoles información y servicio de calidad, al tiempo que la seguridad jurídica que las Agencias de Viajes, legalmente establecidas son las únicas que pueden prestar.
    - El Asociacionismo es pieza clave para el éxito del esfuerzo empresarial. La riqueza productiva generada por la iniciativa privada descansa en el trabajo profesional de todas y cada una de las empresas que componen el tejido empresarial. Pero la representación y gestión de los legítimos intereses generales de cada sector, sólo puede obtenerse a través de Asociaciones fuertes, un ejemplo grande es LA'ALIANXA.
    - También en este análisis coincidimos en señalar que las agencias de viajes están actualmente penalizadas con una elevadísima carga de responsabilidad, a diferencia de otros prestatarios como los transportistas aéreos, los cuales gozan de cierta impunidad

normativa que les permite desatender y eludir todo tipo de responsabilidades en el ejercicio de su actividad

- A lo largo del informe se han ido presentando y analizando los principales indicadores y las variables más representativas de la situación actual del sector de Agencias de Viajes, en lo que respecta al proceso de implantación de nuevas tecnologías de la información, servicios avanzados de telecomunicaciones e Internet. Las páginas precedentes recogen una información rica y muy variada que nos permite apreciar el grado de utilización de las mismas, gracias a esta apreciación se hacen los ajustes necesarios y se piensa en aprovechar a un máximo la pagina Web que tenemos, para darle una mejor atención online a nuestros clientes.
- Tampoco podemos dejar ajeno las crisis económicas, políticas y sociales que afectan a una parte importante del mundo, la revisión de costos o de productividad al igual que las recesiones económicas prolongadas afectan la demanda en forma considerable, ya que todos estos factores afectan el "bolsillo" de las personas y por ende hay una disminución de viajeros en el mundo.
- Podemos notar que el mercado turístico esta cada vez más competitivo, con guerras de precios bajos y promociones, viajes galeón esta a la medida de todas las agencias ya que cuenta con personal profesional, sedes distribuidas en puntos estratégicos de la ciudad, con un call center que funciona las 24 horas, gracias a estas variables deducimos que la empresa está fuertemente fortificada para competir en la industria del turismo distinguiéndonos por nuestro servicio ágil, innovador y de calidad.



## BIBLIOGRAFÍA

[www.viajesgaleón.com](http://www.viajesgaleón.com)

[www.circulardeviajes.com](http://www.circulardeviajes.com)

TESIS. BIBLIOTECA, UNITEC.