

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN PARA LA AGENCIA DE VIAJES BOJORGES
UBICADA EN EL MUNICIPIO DE CHICONCUAC.**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN TURISMO**

PRESENTA:

BASTIDA ARELLANO OLGA VIOLETA

DIRECTOR DE TESINA:

L. ENT. MARÍA ELENA UMBRAL MARTÍNEZ

REVISORES:

LIC. ADELFO SÁNCHEZ LEMUS GALINDO

LIC. En T. AGRIPINA DEL ÁNGEL MELO

ÍNDICE

1. Introducción	I
2. Planteamiento del problema	II
3. Objetivos.....	III
4. Justificación	IV
5. Tipo de Investigación.....	V
6. Marco Teórico.....	VI
7. Diseño Experimental.....	VII

Capítulo I. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

1.1 Definición de turismo.

1.2 Modelos de Turismo.

1.3 Sistema turístico.

1.4 Concepto de Empresa

1.5 Clasificación de empresas

1.6 Empresas de servicios turísticos.

Capítulo II. MANUALES ADMINISTRATIVOS Y AGENCIA DE VIAJES

2.1 Definición de Manual Administrativo

2.2 Clasificación de los Manuales Administrativos

2.3 Definición del manual de organización

2.4 Tipos de manual de organización

2.5 Características del manual de organización

2.6 Definición de Agencia de Viajes

2.7 Reseña Histórica de las Agencias de Viajes

2.8 Características Y Clasificación de las Agencias de Viajes

Capítulo III. Diseño del Manual de Organización de la Agencia de Viajes Bojorges

3.1 Identificación de la Agencia de Viajes Bojorges

3.2 Antecedentes Históricos de la Agencia de Viajes Bojorges

3.3 Diseño del Manual de Organización de la Agencia de Viajes Bojorges

3.3.1 Legislación o Base legal.

3.3.2 Reglamento de la empresa

3.3.3 Políticas de la empresa

- 3.3.4** Misión y visión
- 3.3.5** Estructura Organizacional
- 3.3.6** Descripción de puestos y Funciones
- 3.3.7** Clima laboral
- 3.3.8** Políticas laborales
- 3.3.9** Reglamento laboral

3.4 Análisis e interpretación de resultados(entrevista aplicada)

Conclusiones y Recomendaciones

Glosario del Manual de Organización

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo contiene la descripción detallada del problema que presenta actualmente la Agencia de Viajes Bojorges, así mismo se explica cada uno de los objetivos del trabajo de investigación y el motivo por el que es importante la realización de este.

De igual manera se detalla el plan de acción, en el que se especifica cada uno de los puntos que permitirán la realización del trabajo de investigación.

Posteriormente se presenta el diseño del manual de organización de la Agencia de Viajes Bojorges, el cual contiene los siguientes elementos:

- Introducción del Manual de Organización
- Objetivos del Manual de Organización.
- Antecedentes históricos de la empresa.
- Legislación o base legal de la empresa
- Estructura de la Misión y Visión de la empresa.
- Diseño de la estructura organizacional de la empresa

Por último, se presenta la conclusión a la que se llegó con la realización del trabajo de investigación, así mismo se hacen recomendaciones a la agencia de viajes Bojorges, a fin de que se mantenga competitiva dentro del mercado en el que se desenvuelve.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La agencia de viajes Bojorges se estableció en el año 2004, desde sus inicios se encuentra ubicada en, Juan león no. 57. San Pedro Chiconcuac, Estado de México.

Se caracteriza por ser una agencia de viajes detallista, en este tipo de operación, la agencia no elabora sus propios productos, se ocupa también de la venta de los viajes, los cuales son organizados por los mayoristas o los tour operadores, además depende de ellos para vender otros servicios demandados por los clientes. Sin embargo, su principal debilidad en este tipo de organización, en particular, se ha fundamentado principalmente en el personal que labora dentro de la empresa, ya que realizan todo tipo de trabajo como son; (atención telefónica, vendedor y mensajero, entre otros), todo ello a consecuencia de la falta de organización y asignación de actividades para el sector laboral de la empresa, la cuál ha generado una disminución en la demanda de servicios en los viajeros, debido a la falta de control ,para manejar simultáneamente más de una actividad, a causa de ello no tienen la capacidad para desempeñar adecuadamente sus actividades, y el desgaste tanto físico como mental ha afectando la eficacia y rapidez en la atención al cliente, lo que ha generado molestia en los mismos, provocando con ello que decidan prescindir de sus servicios, por lo que prefieren hacer uso de los servicios que ofrece la competencia. Por tanto, su desarrollo y crecimiento se han visto afectados en la actualidad.

Por tal motivo, se ha considerado que, todo ello puede corregirse, a través del diseño de un manual de organización que permita determinar las funciones básicas, para que logre existir un perfecto entendimiento, coordinación y una adecuada comunicación entre los diversos niveles jerárquicos y los empleados acerca de sus funciones, obligaciones, atribuciones y responsabilidades, a fin de contribuir a la calidad en el servicio y así responder a las necesidades que

demandan los clientes, a fin de ofrecerle una mejor atención, amabilidad, eficacia y rapidez , que repercuta directamente en el servicio que se ofrece.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Qué elementos se deben considerar para el desarrollo de un manual de organización para la agencia de viajes?

OBJETIVO GENERAL.

Proponer un manual de organización para la agencia de viajes Bojorges, que permita determinar las funciones básicas y puestos de la organización, con el propósito de mejorar la comunicación y establecer líneas de autoridad y asignación de responsabilidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar las partes y contenidos de un manual organizacional
- Diseñar la visión, misión y estructura organizacional que ayude a orientar el futuro de la empresa de la agencia de viajes Bojorges del municipio de Chiconcuac.
- Elaborar una estructura organizacional que permita identificar las actividades, perfil, obligaciones y responsabilidades, que cada empleado debe desempeñar.
- Análisis de puestos, que admita determinar las conductas, tareas y funciones que están comprendidas en el contenido de un puesto de trabajo.

JUSTIFICACIÓN

Es importante contar con un manual de organización, siendo éste una base fundamental para el desarrollo de la empresa, ya que contiene información detallada referente a los antecedentes, legislación, estructura, organigrama, misión y funciones organizacionales.

Lo anterior beneficiará a la organización del sector laboral de la empresa, dando a conocer el diseño y estructura de un manual organizacional, que represente una guía que permita conocer de una manera clara y objetiva la estructura orgánica, de los diferentes niveles jerárquicos que conforman esta Unidad Administrativa, cada una de las áreas que la integran y evitar la duplicidad de funciones; conocer las líneas de comunicación y de mando; y proporcionar los elementos para alcanzar la excelencia en el desarrollo de sus funciones; elementos indispensables que le permitirán la actualización administrativa.

Con el propósito de proporcionar información sobre los aspectos fundamentales inherentes a la organización funcional de la Agencia y constituir una herramienta de apoyo que coadyuve al adecuado desempeño de las funciones asignadas a las diferentes áreas que la componen a la vez de servir de fuente de consulta para la delimitación de canales de comunicación y autoridad entre las distintas áreas, y por consiguiente la empresa contará con personal eficiente, y ágil para brindar un mejor servicio, y como consecuencia recuperar la confianza y lealtad de los viajeros.

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación será de tipo explicativa, el propósito de ésta, es "descubrir situaciones y eventos, esto es, decir cómo se manifiesta determinado fenómeno, los estudios de este tipo buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Son más estructuradas que las demás clases de investigación y de hecho incluyen los propósitos de ellas (exploración, descripción y correlación), además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno al que hacen referencia. Se pueden hacer comparaciones, no para descubrir relaciones de causa-efecto precisamente, sino para dar a conocer los hechos tal como se presentan, con todas sus características. (**Herbert Goldhor, 1998**).

Con este tipo de investigación se podrá distinguir y especificar las condiciones de la agencia de viajes Bojorges, ubicada en San Pedro Chiconcuac, y así determinar la situación en la que se encuentran respecto al establecimiento de un manual de organización.

FUENTES

Para el trabajo se contemplará a la investigación documental y al trabajo de campo. Documental: En esta etapa se hará una revisión y análisis de libros, folletos, tesis y revistas especializadas, las cuales permitirán aclarar dudas respecto al tema de estudio, lo anterior servirá para seleccionar y determinar los conceptos teóricos y la información que darán sustento a la presente investigación.

De campo: Debido a la utilización de instrumentos de investigación como cuestionarios, guías de observación y entrevistas, que permitirán determinar la viabilidad de dicha investigación en la agencia de viajes.

Capítulo I. INTRODUCCIÓN DEL TURISMO

En México, el turismo es una actividad que puede contemplarse como una opción viable para generar empleos, derramar divisas, incrementar el desarrollo regional, mejorar las condiciones de vida de la población, crear infraestructura; acceso a un mayor número de servicios públicos (electricidad, agua, drenaje) que beneficien tanto a los turistas como a la población receptora. Además se considera una parte importante para el desarrollo de nuestro país, ya que comprende actividades sociales, políticas, culturales y económicas; y actualmente "es la tercera actividad económica en captación de divisas, después del petróleo y las manufacturas.

Para estudiar el turismo como fenómeno socioeconómico, tenemos que apoyarnos en las estructuras que hacen posible sus diversas actividades; éstas son las empresas de servicios turísticos (hospedaje, alimentación, transporte, entretenimiento y diversión), las cuales favorecen la consolidación de la actividad turística, ya que las tres primeras se dedican a la satisfacción de necesidades básicas y las dos últimas proveen los elementos necesarios para la práctica de actividades turísticas.

Para que se lleve a cabo la actividad turística es imprescindible la existencia del turista, pues es quien hace posible el funcionamiento de las empresas de servicios turísticos, al hacer uso de las mismas. La Ley Federal de Turismo en su artículo 3º establece la definición de turista, como "la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población. Dicha definición se retorna ya

que el objeto de estudio es la Agencia de Viajes Bojorges localizada en el municipio de Chiconcuac las cuales satisfacen una de las necesidades para desplazarse fuera de su lugar de residencia y son catalogadas como un componente esencial del turismo.

Sin embargo, es fundamental mencionar que no sólo turistas acuden a este tipo de empresas, sino también personas residentes del lugar, por lo que no existe diferenciación entre ellos al hacer uso de este servicio, puesto que tienen los mismos derechos sean turistas o no.

Por consiguiente, es difícil determinar lineamientos específicos para señalar cuándo una persona puede ser considerada como turista, por lo que existen definiciones de turista enfocadas a establecer parámetros que permiten elaborar una clasificación del mismo, pero hay que aclarar que dichas clasificaciones dependen del criterio del autor que las realice y la finalidad que tengan.

Por otro lado, la conceptualización del turismo es un tema donde la investigación es muy precaria, debido a la limitación de términos propios, falta de investigadores interesados en el estudio del mismo, escasez de apoyos económicos por parte del sector público y privado, carencias en los programas de estudio en las escuelas donde se imparte esta disciplina; enfocados a la explicación de la misma.

Por dichas razones, el turismo se ha conceptualizado desde diferentes puntos de vista y maneras, según el momento y época en que determinado autor lo realice, lo cual no ha permitido hasta el momento lograr una unificación de criterios, ni establecer un concepto aceptado por todos los estudiosos del turismo, además que no se le puede catalogar como un fenómeno aislado de otras disciplinas.

1.1 TURISMO.

Desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual. Cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de una innumerable cantidad de servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas **(Cárdenas Cutiño, 2002)**.

Sin embargo, existen algunos autores que tratan de explicar este fenómeno, uno de ellos es Sergio Molina en su libro *Conceptualización del Turismo*, en donde concibe la existencia de tres modelos para tratar de entender la conceptualización del turismo, los cuales son:

1.2 MODELOS DEL TURISMO (Sergio Molina, 1996).

- Fenoménico
Se preocupa por esclarecer, describir y explicar los hechos, es decir aquella que se orienta a los aspectos económicos principalmente.
- Industria Turística
Utiliza, al turista y a la comunidad receptora como el objeto que le permite incrementar la oferta turística, con la finalidad de manipular la demanda turística. Y deja en segundo plano las cuestiones ideológicas, políticas, sociales, psicológicas, culturales y físico- ambientales locales.
- Fenomenológico
Considera la esencia del individuo y el entorno en el que se desenvuelve. Y experimenta lo objetivo con una perspectiva de adentro hacia fuera.

1.3 SISTEMA TURÍSTICO

El modelo fenomenológico se apoya en la Teoría General de Sistemas (TGS), para organizar al turismo como sistema, debido a que es complejo y multi-causal. La TGS permite la comprensión y explicación del turismo, pues enfatiza en un modo de pensamiento holístico, globalizador, con la utilización de esta teoría se percibe al turismo no sólo como una actividad socioeconómica o como el desplazamiento de individuos que hacen uso de los servicios turísticos (hoteles; transportes; alimentos, entretenimiento y diversión), sino como una actividad integral que da como resultado beneficios recíprocos tanto para la comunidad receptora como para los turistas. Es precisamente por esta razón, que se considera al sistema un instrumento válido para el análisis de un fenómeno, como es el Turismo.

“En el transcurso del desarrollo de la TGS han surgido varios conceptos de SISTEMA que, a pesar de que mantienen ideas básicas, se distinguen por su grado de complejidad. Algunas definiciones representativas de sistema son”:

Para (**Von Bertalanffy, 1998**): un sistema puede ser definido como un complejo de elementos interactuantes. Anatole Rapaport define: un sistema es un conjunto finito o infinito de unidades entre las cuales se establecen relaciones; a través de las relaciones es posible deducir la trayectoria o la historia del sistema.

En conclusión, un sistema es “un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo común”. Debido a la existencia de elementos que se interrelacionan, puede considerarse como un sistema abierto a “aquel que intercambia energía, materiales e información, con su medio ambiente o entorno. Por medio de canales de entrada y salida importan y exportan, comercian con su entorno. Por tanto, son sistemas dinámicos, en constante cambio y adaptación”.

El sistema turístico, permite agrupar los elementos o componentes interactuantes del fenómeno turístico, así como las funciones y relaciones de éste con su entorno (medio ambiente), estableciendo un conjunto de intercambios sociales, económicos, políticos y culturales que surgen ante la necesidad de cubrir las expectativas de la demanda al desplazarse a un destino turístico, las cuales influirán constantemente en el desarrollo turístico de la población receptora y lo que en ella se ofrece.

El sistema turístico está compuesto por 5 subsistemas: demanda, atractivos turísticos, comunidad receptora, planta turística y superestructura.

La demanda son todas aquellas personas que llegan a la comunidad receptora y se desplazan para visitar los atractivos turísticos que son los principales motivadores y orientadores del flujo turístico, los cuales se encuentran dentro del núcleo receptor.

La comunidad receptora o local está conformada por grupos de individuos que residen en el lugar de forma permanente aunque sus actividades estén o no relacionadas con la turística. El conjunto de servicios que se venden a los turistas o residentes se localizan dentro del subsistema planta turística, que está integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones, el primero lo forman las empresas turísticas dedicadas a la prestación de los servicios que satisfacen las necesidades básicas (comer, dormir, transportación), y el segundo facilita la práctica de actividades turísticas (de agua y playa, de montaña y generales).

Todos los movimientos derivados de los cuatro componentes mencionados, están regidos por el subsistema superestructura, la cual tiene como función regular el sistema turístico, tomando en cuenta los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes.

El quitamiento e instalaciones es un subsistema que comprende el conjunto de establecimientos especializados o empresas turísticas, que se dedican a la prestación de servicios turísticos y las instalaciones y equipos necesarios para producirlos, más, los motivos básicos que impulsan aquella producción (atractivos turísticos).

Por lo anterior, es trascendental reiterar que las empresas turísticas son una parte elemental para el funcionamiento de la actividad turística. A partir de que el objeto de estudio son las empresas de agencia de viajes, es importante conocer el significado de la palabra empresa.

1.4 EMPRESA

Por tal motivo, este trabajo se basó en la definición de empresa de Cesar Ramírez Cavassa, la cual dice que “es un conjunto rodeado de un entorno en donde encuentra sus factores de producción (capital, mano de obra, tecnología y materia prima). Como sistema, la elección de su estructura debe resolver dos problemas fundamentales: la diferenciación de los diversos elementos que la componen y su integración en un todo. Por tanto, toda organización humana de nombre empresa es un sistema en el que se distinguen una estructura organizativa, una funcional y una de tipo social (**Ramírez Cavassa, 1993**).

1.5 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

SECTOR/TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICRO EMPRESA	0-10	0-10	0-10
PEQUEÑA EMPRESA	11 - 50	11 - 30	11 - 50
MEDIANA EMPRESA	51 - 250	31 - 100	51 - 100
GRAN EMPRESA	251 EN ADELATE	101 EN ADELANTE	101 EN ADELANTE

FUENTE: http://www.contactopyme.gob.mx/tamaño.asp?Lenguaje=O&Cve_B=5.

Según la actividad:

- Sector primario: Empresas en contacto directo con la naturaleza como la minería, agricultura, pesca. En materia turística el agroturismo por ej.
- Sector secundario: Todas las empresas orientadas a las actividades industriales, con un proceso de transformación como la construcción, metalurgia, química. En materia turística los restaurantes, el catering.
- Sector terciario: Engloba las actividades con un amplio componente humano, dedicado a la prestación de servicios como el comercio o la restauración, casi toda la empresa turística está en este sector.

1.6 EMPRESA TURÍSTICA

Con base a lo anterior, se puede concluir, que la empresa es una entidad que reúne el capital, mano de obra e insumos para obtener beneficios económicos, tanto para el empresario como para el trabajador. En este caso las **empresas turísticas** se diferencian del sector secundario porque ofrecen servicios, mismos que satisfacen necesidades específicas de los turistas y estas pueden clasificarse en diferentes giros, como pueden ser hospedaje, alimentos y bebidas, transportadoras turísticas, agencias de viajes, entre otras. Para definir la empresa turística se tiene que hacer referencia al tipo de clientes a los que van dirigidos los servicios que ofrece cada una de ellas, estos pueden ser clientes o personas que viajan por diferentes motivos, y que hacen un gasto en esos desplazamientos, es decir es una combinación de un mercado, un producto y una tecnología para satisfacer las distintas necesidades de aquellos que realizan desplazamientos con el fin de obtener nuevas experiencias en la utilización de su tiempo libre.

CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

La siguiente clasificación se baso en La de turismo de Cataluña (**Ley de turismo de Cataluña, 21 de junio 2002.**):

Son empresas turísticas las que se dedican profesionalmente a la prestación de servicios turísticos retribuidos de alojamiento, restauración o mediación, y las que ofrecen cualesquiera otros servicios turísticos.

a. Empresas turísticas de alojamiento.

Tienen la consideración de establecimiento de alojamiento turístico los que, de forma habitual y con carácter profesional, ofrecen a los usuarios turísticos, mediante precio, alojamiento temporal que no constituya un cambio de residencia para la persona alojada, de acuerdo con las condiciones y las características establecidas por reglamento.

b. Empresas turísticas de restauración.

Tienen la consideración de empresa turística de restauración las empresas que explotan locales o espacios dónde, con carácter principal o complementario, se ofrecen comidas y bebidas, mediante precio, para que sean consumidas.

c. Empresas turísticas de mediación.

Tienen la atención de empresa turística de mediación las agencias de viajes. Las agencias de viajes son las empresas que, estando en posesión de la correspondiente licencia, se dedican de forma exclusiva y con carácter profesional a ejercer actividades de asesoramiento, de mediación y de organización en materia de servicios turísticos, incluidas las que utilizan medios propios para la prestación de estos servicios.

d. Empresas turísticas de servicios complementarios.

Tienen la consideración de oficina de turismo las dependencias abiertas al público que ofrecen orientación a los usuarios turísticos a través de un apoyo global a su estancia y les facilitan información y prestaciones relacionadas con el alojamiento, el transporte, los servicios, los espectáculos y las demás actividades relacionadas con la cultura y el ocio.

De acuerdo a la clasificación de la Ley de turismo de Cataluña se considera a las empresas de Agencias de Viajes dentro de la clasificación de empresas turísticas de mediación.

Capítulo II. MANUALES ADMINISTRATIVOS Y AGENCIA DE VIAJES

2.1 MANUAL ADMINISTRATIVO

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.

Un folleto, libro, carpeta, etc., en los que de una manera fácil de manejar (manuable) se concentran en forma sistemática, una serie de elementos administrativos para un fin concreto: orientar y uniformar la conducta que se presenta entre cada grupo humano en la empresa (**Reyes Ponce, 1998**).

El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo (**Graham Kellog, 1987**).

2.2 CLASIFICACIÓN DE LOS MANUALES ADMINISTRATIVOS

Existen diversas clasificaciones de los manuales, a los que se designa los nombres diversos, pero que pueden resumirse de la siguiente manera:

Los diferentes organismos (públicos o privados) tienen necesidad de manuales diferentes. El tipo de manual se determina dando respuesta al propósito que se han de lograr. En ciertos casos, solo sirve a un objetivo: y en otros, se logran varios objetivos.

a) POR SU CONTENIDO:

Se refiere al contenido del manual para cubrir una variedad de materias, dentro de este tipo se tienen los siguientes:

- Manual de Historia
- Manual de organización
- Manual de políticas
- Manual de procedimientos
- Manual de contenido múltiple

b) POR SU FUNCION ESPECÍFICA:

Esta clasificación se refiere a una función operacional específica a tratar.

Dentro de este apartado puede haber los siguientes manuales:

- Manual de producción
- Manual de compras
- Manual de ventas
- Manual de Finanzas
- Manual de contabilidad
- Manual de crédito y cobranzas
- Manual de personal
- Manual técnico
- Manual de adiestramiento o instructivo.

c) GENERAL:

Se refiere a todo el organismo en su conjunto, dentro de este tenemos a los siguientes manuales:

- Manuales generales de organización
- Manual general de procedimientos
- Manual general de políticas

d) ESPECIFICO:

Manual específico de reclutamiento y selección: Se refiere a una parte de un área específica (personal). Y contiene la definición uniforme respecto al reclutamiento y selección personal en una organización.

- Manual específico de auditoría interna
- Manual específico de políticas de personal.
- Manual específico de procedimientos de tesorería

2.3 MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Este documento es de observancia general, como instrumento de información y consulta, en todas las áreas que conforman la Agencia de Viajes.

El manual es un medio para familiarizarse con la estructura orgánica y con los diferentes niveles jerárquicos que conforman esta Organización. Su consulta permite identificar con claridad las funciones y responsabilidades de cada una de las áreas que la integran y evitar la duplicidad de funciones; conocer las líneas de comunicación y de mando; y proporcionar los elementos para alcanzar la excelencia en el desarrollo de sus funciones; elementos indispensables que le permitirán trabajar en conjunto (**Franklin F, 1942**).

Por ser un documento de consulta frecuente, este manual deberá ser actualizado cada año, o en su caso, cuando exista algún cambio orgánico funcional al interior

de esta unidad administrativa, por lo que cada una de las áreas que la integran, deberán aportar la información necesaria para este propósito.

- Síntesis del contenido.
- Áreas que participarán en la elaboración del manual.
- Importancia de mantener permanentemente actualizado este manual.

El Manual de Organización es un documento de control administrativo que tiene como propósito, orientar al personal en la ejecución de las labores asignadas a cada órgano administrativo; asimismo, delimitar responsabilidades, evitar duplicidades e identificar omisiones; además, sirve como instrumento de apoyo para el control, evaluación y seguimiento de los objetivos institucionales, así como medio de orientación e información al público en general.

2.4 TIPOS DE MANUALES ORGANIZACIONALES

Manual General de Organización:

Documento que es producto de la planeación organizacional y abarca toda la dependencia o Entidad, indicando la organización formal y definiendo su estructura funcional, refleja el objetivo y funciones de las unidades administrativas que la componen.

Manual Específico de Organización:

Documento que es producto de la planeación organizacional y abarca sólo una Unidad Administrativa, indicando la organización formal y definiendo su estructura funcional, refleja la totalidad de órganos que componen la estructura orgánica de la Unidad Administrativa.

2.5 CARACTERÍSTICAS DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN

En la actualidad existe una gran variedad de formas de presentar un manual de organización, En la siguiente investigación se mencionan los elementos que se considera deben integrar un manual de organización, por ser los más relevantes para los objetivos que se persiguen con su elaboración (**Franklin F, 1942**).

Identificación

Página o portada del manual, que deberá contener los datos siguientes:

1. Logotipo de la dependencia.
2. Nombre de la Dependencia.
3. Título del manual de organización.
4. Nombre o siglas de la unidad administrativa responsable de su elaboración o actualización permanente.
5. Fecha de implantación o, en su caso, de actualización.

Dictaminando la información procesada por la unidad administrativa en dicho formato.

Contenido

Presentar, de manera sintética y ordenada, los capítulos que constituyen el manual o los títulos principales que comprende.

Objetivo del manual

En este apartado se expresará el propósito que se pretende alcanzar con la aplicación del manual.

Proporcionar un instrumento técnico-administrativo que norme la elaboración de los manuales con uniformidad, contenido y presentación que permita optimizar la eficiencia en la organización y funcionamiento de las unidades administrativas de la organización.

Aportar la información necesaria a las áreas que conforman a la organización, con el fin de dar a conocer la forma de organización, los objetivos, funciones y niveles de responsabilidad de la unidad administrativa.

Marco jurídico

En esta parte del manual se mencionarán las disposiciones jurídicas relacionadas por orden jerárquico, que dan origen a la organización, que establecen su creación y sus atribuciones, así como aquellas que regulan su funcionamiento.

Se deberá ordenar y jerarquizar los documentos jurídico-administrativos vigentes, según:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Leyes.
- Reglamentos.
- Circulares y/u Oficios.

Misión y Visión

La Misión es la razón de ser de la institución, la cual explica su existencia. Es una declaración de alto nivel que describe su propósito fundamental.

La Visión representa el escenario altamente deseado por la Dependencia que se quisiera alcanzar en un periodo de largo plazo.

Estructura orgánica

Descripción de la estructura orgánica, referente a la nomenclatura de las unidades administrativas como a su nivel jerárquico y al orden de presentación.

1.0. Dirección General.

1.1 Dirección de Administración de Personal.

1.1.2 Departamento de ventas.

Organigrama

- Localizar y representar gráficamente el tipo de unidades que conforman la estructura, sus relaciones, las características de la dependencia, y sus funciones básicas.
- Indicar las relaciones de jerarquía que guardan entre sí los principales órganos de la empresa.
- Facilitar al personal el conocimiento de su ubicación y relaciones dentro de la estructura orgánica.
- Ubicar cada área representada, de acuerdo al nivel jerárquico que le corresponde.

Objetivos y funciones

Objetivo

- Describir la finalidad hacia la cual se orientan los recursos y los esfuerzos de la organización, para el cumplimiento de una actividad institucional que corresponde por atribución a una dependencia y/o unidad administrativa.

Funciones

- Constituir el conjunto de actividades afines, a través de las cuales se alcanzará el desarrollo de las atribuciones y objetivos planteados y ordenarlas de acuerdo a la importancia y naturaleza del área que se trate.

2.6 AGENCIAS DE VIAJES

Una agencia de viajes es una empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores de viajes (aerolíneas, hoteles, cruceros), con el objeto de venderles productos y servicios relacionados con esos viajes a unos precios y con unas condiciones especialmente atractivas en relación con las que se podrían conseguir de dirigirse directamente a esos proveedores (**Islas,2008**).

2.7 RESEÑA HISTÓRICA

Antes de la Revolución Industrial del siglo.XIX la gente apenas se movía de su entorno y si lo hacía, era por motivos muy concretos: cuestiones de estado, religión, comercio. El hecho de moverse no se hacía por placer sino por una necesidad. La aparición del ferrocarril y del barco a vapor cambió el concepto de viajar (**Avilez M, 1984**).

Hasta pasada la 2ª mitad del S XX el viaje del placer era sólo privilegiado para la alta sociedad; para el pueblo viajar no entraba en sus planes: la economía familiar al igual que las condiciones laborales eran precarias.

Las Agencias de Viajes (AAVV) están muy relacionadas con las compañías de transportes, es decir van surgiendo como una actividad ligada al transporte de mercancías.

En España la 1ª AAVV se crea en 1930 y se llama Viajes Marsans y la 2ª es Viajes Internacional Expreso. En los años 40 nace viaje Meliá.

- A partir de la industrialización se produjeron grandes cambios como:
- Aumento de la producción de bienes a menores costes.
- Mayor demanda de materias primas.
- Búsqueda constante de nuevos mercados en los que colocar la producción.
- Desarrollo de una importante red de transporte (terrestre, mecánico, aéreo).
- Desaparición de barreras físicas, lo que implica un mayor crecimiento a otros pueblos.

Después de la revolución industrial surgen otros movimientos como el obrero, obteniendo logros como la de reducción de la jornada laboral, vacaciones anuales retribuidas, sanidad y educación gratuita.

Se reparte mejor, hay más riquezas, hay más inquietudes, más nivel cultural, más tiempo libre los medios de comunicación son mejores y más rápidos, se desarrolla la navegación aérea, todo esto genera un fenómeno social y económico denominado TURISMO DE MASAS.

Las AAVV son empresas mercantiles de servicio que acerca el producto turístico al consumidor.

Empresa mercantil: empresa que se crea para la obtención de lucro y con la organización de medios naturales (mesas, ordenadores) y humanos (el personal) que tiene la empresa para que esta funcione) se obtiene ese lucro.

Servicio: no es tangible, no se puede tocar, ej.: un abogado. Los medios naturales y humanos de los que tiene la empresa los dispone para la prestación del servicio al consumidor: informando, asesorando, etc.

Las AAVV obtienen la información que le ofrecen a sus clientes gracias a los otros servicios del medio como son los hoteles, apartamentos, Tour – operadores, etc. Estos son prestatarios de servicios turísticos y las AAVV tienen capacidad legal para contratar con estos, por eso la información se localiza muy cerca del consumidor. A partir de aquí las AAVV tienen la obligación de proporcionarle al cliente cuanta información demande.

Producto turístico: Conjunto de bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades del cliente.

Necesidad: carencia + deseo.

2.8 CARACTERÍSTICAS Y CLASIFICACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES

La mayoría de las agencias de viajes no sólo venden billetes de avión; sus servicios varían y muchas de ellas venden más paquetes de cruceros que billetes de avión, así como servicios relacionados con hoteles y trenes.

La mayoría de las agencias de viajes también llevan a cabo alquiler de coches para sus clientes y muchas de ellas se concentran en la organización de viajes para grupos a diferentes destinos. Para ello, trabajan con aerolíneas regulares, aunque en muchas ocasiones lo hacen con compañías de vuelos charter. Muchas agencias de viajes representan en exclusiva a un pequeño grupo de proveedores: líneas aéreas, cruceros y empresas de alquiler de coches, por lo que, a menudo, los logos de estas empresas se muestran en las vidrieras de las oficinas de la agencia. Algunas agencias de viajes brindan un servicio de casa de cambio (**Helicón, 2005**).

De acuerdo a sus funciones y actividades en el medio se conocen tres tipos diferentes de agencias de viajes:

a) Agencias mayoristas:

Son aquellas que elaboran y organizan paquetes turísticos, que incluye la venta de boleto aéreo y una serie de prestaciones de servicios tales como: Transporte, alojamiento, alimentación, visitas, entre otros. Que distribuyen y venden a las distintas agencias detallistas, quienes tiene el contacto directo con el usuario. Son las empresas intermediarias entre los operadores de turismo extranjero y las agencias de viajes en el país.

b) Agencias operadoras de turismo:

Conocidas también como agencias de turismo receptoras, éstas surgen en lugares de interés turístico (ciudades de arte, localidades, centros de cultura, entre otros), donde se da una notable oferta de los servicios turísticos, y por lo tanto, una excelente calidad de los mismos servicios, tienen como finalidad la promoción o venta de turismo en el exterior de un país, prestándole al viajero la asistencia necesaria turística en el interior del país, con lo cual combina funciones de intermediario, empresario u operador.

c) Agencias de viajes Minorista:

Esta definida como: Aquellas que venden directamente al público, cualquier clase de servicio o prestación turística y cada tipo de producto turístico, permanencia en hoteles, boletos de transporte, entre otros. El principal producto de este tipo de agencias es la venta de boletos aéreos y se auxilian de las agencias mayoristas y operadoras para vender otros servicios demandados por los clientes.

Sin embargo, debido a las complicaciones que tiene la agencia de viajes Bojorges, para asignar a su personal el puesto y las actividades que desarrollaran cada uno de ellos, siendo este un problema que obstaculiza el desarrollo y crecimiento de dicha empresa, como estrategia para contrarrestar dichos problemas, se ha propuesto un manual de organización, que permita determinar las funciones

**Capítulo III. MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES
BOJORGES.
ÍNDICE O CONTENIDO**

1. Prólogo y/o Introducción
2. Objetivos
3. Antecedentes Históricos
4. Legislación o Base legal
5. Reglamento de la empresa
6. Políticas de la empresa
7. Misión y visión
8. Estructura Organizacional
9. Descripción de puestos y Funciones
10. Clima laboral
11. Políticas laborales
12. Reglamento laboral
13. Conclusión y Recomendaciones.
14. Revisión y Actualización



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



Fecha: Noviembre 2009

Agencia de Viajes Bojorges

Manual de Organización General

1. INTRODUCCIÓN

El presente manual de organización tiene como propósito dar a conocer de una manera clara y objetiva la estructura orgánica, de los diferentes niveles jerárquicos que conforman esta Unidad Administrativa, cada una de las áreas que la integran y evitar la duplicidad de funciones; conocer las líneas de comunicación y de mando; y proporcionar los elementos para alcanzar la excelencia en el desarrollo de sus funciones; elementos indispensables que le permitirán la actualización administrativa.

Por ser un documento de consulta frecuente, este manual deberá ser actualizado cada año, o en su caso, cuando exista algún cambio orgánico funcional al interior de esta unidad administrativa, por lo que cada una de las áreas que la integran, deberán aportar la información necesaria para este propósito.

El manual contiene la descripción de las funciones de cada puesto a fin de que se tenga un panorama general de la estructura orgánica de la Agencia de Viajes y lograr el mejor aprovechamiento de los recursos humanos al estar debidamente definidas las funciones para la consecución de los objetivos.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



2. OBJETIVOS DEL MANUAL

- Presentar un panorama general de la estructura de la Agencia de Viajes.
- Proporcionar información básica y servir como medio de integración y orientación del personal.
- Precisar las funciones encomendadas a cada una de las áreas que constituyen a la Agencia de Viajes.



“BOJORGES VIAJES”

Su Agencia Amiga!!



3. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La agencia de viajes Bojorges, está registrada en el directorio de prestadores de servicios de Agencias de Viajes del Estado de México.

La agencia de viajes Bojorges se estableció en el año 2004, funciona como intermediaria cuando organiza o gestiona un servicio turístico en nombre de una tercera persona. Esta función es la que define de por sí a una agencia de viajes. Desde sus inicios se encuentra ubicada en, Juan león no. 57. San Pedro Chiconcuac, Estado de México. Y desde su inicio a sido dirigida por la Lic. María Concepción Bojorges, quien tiene a su cargo únicamente a 2 empleados.

Entre los servicios que la agencia ofrece destacan:

- Boletos de avión
- Tours terrestres
- Paquetes de avión y hotel
- Cruceros



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



4. LEGISLACIÓN O BASE LEGAL

Las disposiciones de este reglamento se regirán con base en el artículo 5º de La Ley Federal de Turismo.

Artículo 5o. Proporcionan el servicio turístico de agencias de viajes, las personas físicas o morales que desempeñan una o más de las siguientes actividades:

- I. Servir de intermediarias entre los turistas y otros prestadores de servicios turísticos, y entre prestadores de servicios turísticos entre sí.
- II. Reservar espacios en los medios de transporte y expedir a nombre de los transportistas y a favor de los turistas, los boletos, cupones u órdenes de servicio correspondientes.
- III. Reservar a los turistas habitaciones y demás servicios conexos en Establecimientos de Hospedaje, Campamentos y Paradores de Casas Rodantes, entregándoles el comprobante o cupón respectivo.
- IV. Prestar a los turistas servicios de reservación y adquisición de boletos para espectáculos públicos y sitios de atracción turística.
- V. Organizar, operar o comercializar viajes y excursiones, dentro del territorio nacional o en el extranjero.
- VI. Las demás que sean complementarias o conexas a las citadas con anterioridad.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



REGLAMENTO DE LA EMPRESA

REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO

CAPÍTULO VIII. DE LAS AGENCIAS, SUBAGENCIAS Y OPERADORAS DE VIAJES

ART. 39.- Las agencias de viajes, al promocionar y comercializar paquetes turísticos, deberán hacer del conocimiento del turista lo siguiente:

- I. Especificación de los servicios en su material publicitario, identificando al prestador;
- II. Precio total del paquete, los servicios que incluye el precio, periodo de su vigencia y condiciones bajo las cuales puede ser modificado;
- III. En su caso, el número de personas que conformarán un grupo;
- IV. Duración del paquete o excursión;
- V. Condiciones de reservaciones y pagos;
- VI. Información necesaria para que el turista cumpla oportunamente con las regulaciones nacionales e internacionales;
- VII. Consecuencias de la cancelación por causas imputables tanto a la agencia de viajes o al prestador de servicios, como al cliente;



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



VIII. La delimitación de responsabilidades de la agencia en caso de incumplimiento del servicio pactado bajo las especificaciones estipuladas, en términos del convenio de intermediación a que se refieren los artículos 37 y 38 del Reglamento;

IX. La existencia de la confirmación escrita de los servicios convenidos, y

X. En su caso, el tipo de guía que prestará el servicio, así como el idioma utilizado.

ART. 40.- Los agentes de viajes deberán tener a disposición del público en general, el precio o tarifa de los servicios y productos que ofrecen o comercializan.

ART. 41.- Las agencias de viajes que integren paquetes o excursiones turísticos contratarán, en su caso, a aquellos guías que cuenten con la credencial de reconocimiento expedido por la Secretaría.

ART. 42.- Para efectos de la Ley y del presente Reglamento, las representaciones de hoteles y agentes generales de ventas de otros prestadores de servicios turísticos, se equiparan a las agencias de viajes en los términos de la fracción II del artículo 4o. de la Ley y estarán sujetas a los requisitos de operación que establecen los artículos 27, 30, 34, 35, 37, 38, 39 y 40 del presente Reglamento.

ART. 43.- Toda empresa que intermedie servicios turísticos o integre paquetes turísticos, deberá actuar como agencia de viajes y cumplir con las disposiciones de la Ley y del presente ordenamiento. Reforma 09-11-1999



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



POLÍTICAS DE LA EMPRESA

TÍTULO QUINTO

Aspectos Operativos

CAPÍTULO I

Operación de los Prestadores de Servicios

ARTÍCULO 32.- Las relaciones entre los prestadores de servicios turísticos y el turista se regirán por lo que las partes convengan, observándose la presente Ley y la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En la prestación de los servicios turísticos no habrá discriminación por razones de raza, sexo, discapacidad, credo, político o religioso, nacionalidad o condición social.

ARTÍCULO 33.- Los requisitos para ser prestador de servicios a que se refieren las fracciones II y III del artículo 4o. de la presente Ley, se fijarán en el reglamento respectivo atendiendo a los siguientes principios:

I. No deberán constituir barreras a la entrada de nuevos participantes en la prestación de estos servicios en razón de profesión o de capital; y

II. Sólo establecerán garantías a cargo de los prestadores de servicios cuando sea necesario asegurar su debida operación, con objeto de proteger al turista. Las garantías que se fijen no deberán constituir una carga económica excesiva para el prestador.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



ARTÍCULO 35.- Los prestadores de servicios turísticos deberán:

- I. Anunciar ostensiblemente en los lugares de acceso al establecimiento sus precios y tarifas y los servicios que éstos incluyen;
- II. Cuando se trate de la prestación del servicio de guías de turistas, informar su precio en el momento de la contratación con los usuarios;
- III. Cumplir con los servicios, precios, tarifas y promociones, en los términos anunciados, ofrecidos o pactados; y
- IV. Contar con los formatos foliados y de porte pagado para el sistema de quejas de turistas en los términos de la norma oficial mexicana respectiva.

CAPÍTULO III

Protección al Turista

ARTÍCULO 37.- Los prestadores de servicios turísticos deberán describir claramente en qué consiste el servicio que ofrecen, así como la manera en que se prestará. Los prestadores de servicios están obligados a respetar los términos y condiciones ofrecidos o pactados con el turista.

ARTÍCULO 38.- En caso del que el prestador del servicio turístico incumpla con uno de los servicios ofrecidos o pactados o con la totalidad de los mismos, tendrá la obligación de reembolsar, bonificar o compensar la suma correspondiente al servicio incumplido, o bien podrá prestar otro servicio de la misma calidad o equivalencia al que hubiere incumplido, a elección del turista.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



ARTÍCULO 39.- Para determinar si el servicio prestado cumple con la calidad ofrecida, se tomarán como referencia las normas mexicanas y a falta de éstas, las establecidas por organismos internacionales, salvo que el prestador de servicios haya descrito ostensiblemente las características y la forma en que se preste el servicio.

ARTÍCULO 40.- Cuando el turista resida en la República Mexicana, podrá presentar su denuncia ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, en la oficina más cercana a su domicilio. Si el turista reside en el extranjero, también podrá denunciar ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, las violaciones a la presente Ley por correo certificado y seguir el procedimiento de conciliación o de arbitraje por ese mismo medio o por cualquier otro medio de comunicación que acuerden las partes y que permita hacer el procedimiento más expedito. La denuncia podrá presentarse también por conducto de las Representaciones de la Secretaría en el extranjero, a elección del afectado.

CAPÍTULO V

De las Sanciones y del Recurso de Revisión

ARTÍCULO 47.- Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley, sus reglamentos y las normas oficiales mexicanas derivadas de ella, serán sancionadas por la Secretaría, de conformidad por lo dispuesto en el presente capítulo.

En el supuesto de quejas presentadas por turistas la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, conocerá de su recepción, desahogo y resolución y, en su caso, arbitraje y sanción, en los términos de la Ley de la materia.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



ARTÍCULO 48.- Las infracciones a lo dispuesto en los artículos 35, fracciones II y IV y 37, primer párrafo, serán sancionadas con multa hasta por el equivalente a quinientas veces el salario mínimo diario.

ARTÍCULO 49.- Las infracciones a lo dispuesto en los reglamentos que regulan los servicios turísticos a que se refieren las fracciones II y III del artículo 4o y a lo dispuesto en los artículos 35, fracción I y 38, se sancionarán con multa hasta por el equivalente a mil veces el salario mínimo diario.

ARTÍCULO 50.- Las infracciones a lo dispuesto en los artículos 34, 35, fracción III y 37, segundo párrafo, serán sancionadas con multa hasta por el equivalente a tres mil veces el salario mínimo diario.

ARTÍCULO 51.- Para los efectos de las multas establecidas en el presente capítulo, por salario mínimo diario, se entiende el general vigente en el Distrito Federal al momento de cometerse la infracción.

Se entiende que existe reincidencia cuando el mismo infractor incurra en dos o más violaciones del mismo precepto legal durante el transcurso de un año, contado a partir del día en que se cometió la primera infracción.

En caso de reincidencia se podrá aplicar multa hasta por el doble de la multa impuesta originalmente.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



5. ESTRUCTURA DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES BOJORGES

Misión

Es una agencia de viajes que trabaja bajo el concepto de calidad total, con una vocación de servicio hacia los clientes, buscando que ellos decidan el consumo de los productos que la empresa ofrece mediante factores de calidad y competencia leal.

Visión

Posicionarnos como una de las agencias de viajes más prestigiosas a nivel nacional e internacional, ofreciendo la mejor calidad de servicio, y así caracterizarnos por ser una organización comprometida con la calidad, vanguardia tecnológica y bajos costos.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



FILOSOFÍA

Brindar servicios integrales con:

- Calidad
- Profesionalismo
- Seguridad
- Confort

En un ambiente incluyente para la completa satisfacción de los clientes

VALORES

- **Seguridad:** Proporcionamos a nuestros clientes y empleados un estado de tranquilidad. No permitimos el mal uso, la apropiación indebida ni el abuso de los bienes de la Organización y de nuestros clientes.
- **Calidad de Servicio:** La organización en pleno está orientada a satisfacer y superar las expectativas y necesidades de nuestros clientes, ofreciéndole un servicio de calidad en el cual se incluye el valor agregado del mismo.
- **Compromiso:** Consideramos un honor trabajar en la Organización, por lo cual nos sentimos comprometidos con nuestra visión "Posicionarnos como una de las más prestigiosas Organizaciones a nivel mundial dentro del ámbito de servicios de Casas de Cambio y Agencias de Viajes" y cumplimos con lo establecido en nuestra misión y política de calidad.



“BOJORGES VIAJES”

Su Agencia Amiga!!



-
- **Diversidad:** Cada una de los integrantes de la Organización es diferente en algún aspecto, pero siempre existe el sentimiento de compartir y aprender, eliminando esas diferencias, sacando provecho de las ventajas que la diversidad nos brinda.
 - **Trabajo en Equipo:** somos una gran familia, integrada por personas con capacidad complementaria, comprometidos con un mismo propósito, un objetivo de trabajo y con responsabilidad mutua compartida.
 - **Ética:** Nuestra conducta y proceder son dignos y honorables.
 - **Respeto:** En nuestro día a día prevalece el respeto mutuo por nuestros clientes, amigos, y compañeros de trabajo, respeto a su dignidad humana y a su trabajo, creando un clima de armonía integral.
 - **Competitividad:** Estamos comprometidos con el bienestar de nuestro desempeño, buscando diariamente ser más eficaces, eficientes y productivos en cada una de nuestras actividades laborales. En el camino hacia el éxito luchamos para que cada uno de nosotros aporte lo mejor de sí.
 - **Responsabilidad:** Contribuimos y participamos en el logro de los objetivos de la empresa, asumimos las consecuencias de nuestras decisiones y acciones. Estamos comprometidos con la excelencia como un deber tanto individual como Organizacional.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!

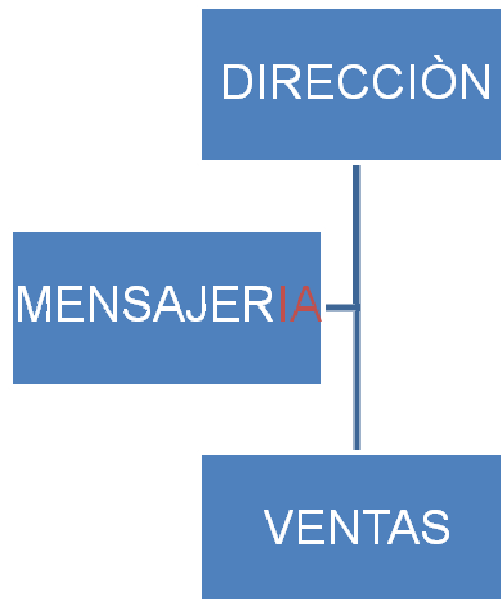


6. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES BOJORGES

ESTRUCTURA ORGÁNICA:

<u>NOMBRE DEL PUESTO</u>	<u># DE PERSONAS</u>
1. Dirección	1
1.1 Vendedor	1
1.2 Mensajero	1

ORGANIGRAMA GENERAL



NOTA: Sólo se consideraron estos departamentos dada la clasificación de agencia de viajes detallista.



"BOJORGES VIAJES"

Su Agencia Amiga!!



NOMBRE DEL PUESTO	Dirección General
# DE PERSONAS REQUERIDAS	Un director general
PUESTO INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
PUESTO INMEDIATO INFERIOR	Mensajería y ventas
PROPÓSITO DEL PUESTO	<ol style="list-style-type: none">1. Posición en el mercado2. Innovación3. Productividad4. Recursos físicos y financieros5. Rentabilidad (rendimientos de beneficios)6. Actuación y desarrollo gerencial
FUNCIONES ESPECÍFICAS	Control y Dirección del personal a su cargo.
RESPONSABILIDADES	<p>Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.</p> <p>Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.</p> <p>Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.</p> <p>Revisar y evaluar los resultados de las actividades desarrolladas en la agencia.</p> <p>Aprobar la designación de los empleados de la agencia, así como la asignación de sus respectivas responsabilidades.</p> <p>Remover a cualquier empleado, y/o transferir deberes entre sus empleados.</p> <p>Establecer los salarios de los empleados de la agencia, y aprobar las gratificaciones y/o los planes de compensaciones especiales.</p> <p>Autorizar la realización de nuevas inversiones de capital, y la venta y/o cambios en la agencia.</p>



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



<p>REQUISITOS</p> <ol style="list-style-type: none">1. Estudios mínimos.2. Conocimientos.3. Experiencia.	<ol style="list-style-type: none">1.- Licenciatura en turismo o afines a esta.2.-<ul style="list-style-type: none">• Amplio conocimiento de la geografía turística de México.• Capacidad para producir, programar y en general, operar los servicios que ofrece la agencia de viajes.• Dominio técnico de las Técnicas y Métodos de Administración de Personal.• Mínimo de 3 a 5 años en puesto similar
<p>CUALIDADES</p>	<p>Don de Mando Capacidad para Organizar Juicio Práctico Habilidad para Ejecutar, Persuadir y Dirigir Observador y Dinámico Firme en la toma de decisiones.</p>
<p>PERFIL DEL DIRECTOR GENERAL</p>	<p>Edad: de 25 años en adelante. Sexo: indistinto Edo. Civil: soltero y/o casado.</p>



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



NOMBRE DEL PUESTO	Ventas
# DE PERSONAS REQUERIDAS	Un vendedor por cada lugar de ventas.
PUESTO INMEDIATO SUPERIOR	Director General
PUESTO INMEDIATO INFERIOR	Mensajería
PROPÓSITO DEL PUESTO	Crear mecanismos efectivos dentro de la organización de las ventas que garantice que la incursión en el mercado sea un éxito.
FUNCIONES ESPECÍFICAS	Venta y promoción de los servicios que ofrece la empresa.
RESPONSABILIDADES	<p>Atención telefónica.</p> <p>Identificar y descubrir los motivos del cliente para traducirlos en deseos de compra.</p> <p>Mantener a los clientes informados sobre novedades, posibles demoras de entrega y cualquier otro tipo de cambio significativo.</p> <p>Colaborar en la distribución y/o colocación de material de la Agencia.</p> <p>Actuar como un asesor y vender soluciones.</p> <p>Conocer en profundidad lo que está ofreciendo.</p>
REQUISITOS	<p>1.-Carrera técnica o licenciatura en turismo, mercadotecnia u/o equivalente.</p> <p>2.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Amplio conocimiento de los servicios que presta la agencia.• Vasto conocimiento sobre la geografía turística de México, etc. <p>3.- Mínimo 1 año en puesto similar.</p>



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



CUALIDADES	Facilidad de palabra Saber escuchar. Saber preguntar. Saber motivar con orientación hacia el producto. Captar la personalidad del cliente. Identificar la necesidad del cliente. Saber vincular el producto con la Necesidad del cliente. Dejar convencido al cliente que ha efectuado un buen negocio.
PERFIL DEL AGENTE DE VENTAS	Edad: de 23 años en adelante. Sexo: indistinto Edo. Civil: soltero y/o casado.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



NOMBRE DEL PUESTO	Mensajería
# DE PERSONAS REQUERIDAS	1 Mensajero
PUESTO INMEDIATO SUPERIOR	Dirección General
PUESTO INMEDIATO INFERIOR	No hay
PROPÓSITO DEL PUESTO	Entregar en tiempo y forma la documentación requerida por la agencia de viajes.
FUNCIONES ESPECÍFICAS	Organizar, Entregar, Recoger, Ordenar e Informar de la documentación que se maneja dentro de la agencia.
RESPONSABILIDADES	Entregar y recoger la documentación en las diferentes entidades y llevar control diario. Revisar y recoger diariamente la información que llega a la empresa. Efectuar pagos.
REQUISITOS 1. Estudios mínimos. 2. Conocimientos. 3. Experiencia.	1.-Preparatoria. 2.- Conocer perfectamente el lugar donde labora. 3.-Ninguna.
CUALIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de establecer prioridades.• Cooperación.• Discreto• Buena memoria.• Ágil y responsable.
PERFIL DE MENSAJERÍA	Edad: de 18 años en adelante. Sexo: indistinto Edo. Civil: soltero y/o casado.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



CLIMA LABORAL

Necesario para crear en la agencia de viajes un medio ambiente favorable para la realización de las funciones de los empleados.

Otorgar al empleado oportunidad de discutir sus problemas con empleados de niveles jerárquicos superiores al suyo.

Establecer un sistema serio y eficiente para atender las quejas y sugerencias de los empleados.

Proporcionar (dentro de lo posible) condiciones agradables y cómodas de trabajo.

Hacer que el empleado sienta que es adecuadamente retribuido por su trabajo con un salario competitivo, prestaciones, etc.

Hacer saber al empleado lo que de él se espera y los beneficios que obtendrá por ello.

Dar al empleado la oportunidad de realizar mejor sus funciones y de atender a su superación personal, por medio de la capacitación y desarrollo.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



POLÍTICAS LABORALES

Horario de trabajo, vacaciones y permisos

1. El horario de trabajo es de ocho horas diarias en jornada única continua de 8hrs. hasta 16hrs. incluida la hora de almuerzo, la cual se podrá tomar a partir de las 13hrs. con un tiempo máximo de 30 minutos.
2. Los empleados no pueden abandonar sus labores antes de haber terminado la jornada diaria, a menos que tengan la autorización de su jefe inmediato. En caso de comprobarse que el empleado ha abandonado su puesto de trabajo, por razones personales sin la autorización de su jefe inmediato, se le descontará el doble del tiempo utilizado.
3. Los permisos especiales autorizados son los siguientes:
 - Por fallecimiento del cónyuge, hijos o padres, hasta 3 días.
 - Por matrimonio hasta 5 días.
 - Por calamidad doméstica y/o fuerza mayor debidamente comprobada y justificada, hasta 2 días.
 - Por matriculación escolar de sus hijos, 1 día.

Derechos, deberes y prohibiciones de los empleados.

Solamente el Director o quien lo sustituya podrá decidir sobre la terminación de contratos.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



4. Mantener estabilidad en el puesto.
5. Expresar justas peticiones y reclamos mediante lo establecido en las políticas.
6. Guardar lealtad y respeto a la empresa y sus directivos.
7. Cumplir sus funciones en forma regular, con eficiencia, dedicación, responsabilidad, horario y condiciones convenidas.
8. Guardar secreto y reserva de todos los asuntos que conozca debido a la actividad que realiza en la empresa.
9. Dejar constancia escrita de todos los trabajos que realiza.
10. No está permitido que los empleados tengan relación sentimental alguna.
11. Fortalecer el espíritu de compañerismo entre los empleados y orientar a los recién ingresados en las normas, sistemas y procedimientos de trabajo.
12. Prohibido utilizar información de la empresa para comunicar o divulgar operaciones.
13. Prohibido retirar de la empresa útiles y/o elementos de trabajo sin su debida autorización.

Sanciones

14. Faltar al trabajo injustificablemente.
 - Se le descontara medio día de salario.
15. Ejercer actividades ajenas a sus funciones durante la jornada de trabajo
 - Amonestación Verbal.
16. Registrar mediante otro empleado la entrada, salida, almuerzo y/permisos.
 - Será descontado de su salario el tiempo faltante o se considerara como media falta o falta completa según sea el caso.
17. Hacer críticas, con el afán de hacer daño a sus compañeros o superiores.
 - Posibilidad de baja definitiva.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



El empleado será separado de la empresa por la reincidencia de las faltas descritas en las políticas.

Una vez que un empleado sea despedido o renuncie, no podrá ser contratado.

REGLAMENTO LABORAL

I.- HORARIOS DE TRABAJO

PRIMERA.- Se conviene expresamente que el horario es de lunes a sábado de 8:00 a 16:00 hrs., con media hora para tomar sus alimentos en el horario de 13:00 a 13:30 hrs. y cualquier modificación deberá ser preautorizado por su jefe inmediato.

SEGUNDA.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a el o los trabajadores.

TERCERA.- La empresa concede como máximo tres tolerancias a la quincena de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo de quince minutos a la quincena a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontara medio día de salario.

CUARTA.- Cada trabajador deberá firmar su asistencia diaria en las listas correspondientes ubicadas en la oficina del director y acentuar en la misma sus horarios de comida y salida de la compañía.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



QUINTA.- El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de lo contrario le será descontado de su salario el tiempo faltante o se considerara como media falta o falta completa según sea el caso.

SEXTA.- Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo, el que incurra en este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de baja definitiva.

II.- PERMISOS Y FALTAS

OCTAVA.- Los permisos deben ser forzosamente solicitados por escrito y con 72 hrs., de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente se considerara nulo.

NOVENA.- El director responsable de la agencia estará facultado a autorizar el permiso y las condiciones bajo el que este se autorice. Todos los permisos serán sin goce de sueldo en el caso de que sea día completo salvo que los funcionarios antes mencionados autoricen lo contrario.

DECIMA.- El único comprobante que justifica una incapacidad es el que expide el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), cabe hacer mención que no será válido ningún otro documento.

DECIMA PRIMERA.- Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato al director responsable de la agencia, este aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma en caso contrario se aplicará como falta injustificada.

DECIMA SEGUNDA.- Al momento de acumular tres faltas injustificadas la empresa tendrá la facultad de dar la baja inmediata.

III.- RESTRICCIONES

DECIMA TERCERA.- La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna consigna especial de trabajo que puede ser autorizada solamente por el Gerente del área y/o Socios responsable, para lo cual deberá ser registrado en los controles ubicados en Recursos Humanos. No se permitirán situaciones de abandono por causas diferentes a las de trabajo.

DECIMA CUARTA.- Queda prohibido a los trabajadores:

- 1- Ejecutar cualquier acto que pueda poner en peligro su seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de terceras personas así como al establecimiento o en el lugar en que el trabajo se desempeñe.
- 2- Sustraer de la empresa útiles de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.
- 3- Provocar en el interior del centro de trabajo, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.
- 4- Suspender y ausentarse de sus labores sin autorización del director responsable de la agencia.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



-
- 5- Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.
 - 6- Introducir personas ajenas a la empresa a menos que estas sean justificadas y por autorización del director responsable de la agencia.
 - 7- Dedicarse a juego de manos de azar, proferir palabras obscenas, cruzar apuestas, etc.
 - 8- Usar útiles y herramientas de la empresa para fines particulares o distintos de aquellos para los que están destinados.

CONCLUSIÓN

El manual de organización de la agencia de viajes Bojorges permite definir y estructurar la función de cada una de las áreas que la conforman.

Contando con procedimientos escritos, que permitan garantizar la calidad de los servicios ofrecidos y de todas las gestiones realizadas (reservaciones, atención al cliente, ventas de paquetes turísticos, entre otras). Estableciendo técnicas simples y concisas como son Organigramas, especificaciones de cada uno de los puestos y sus funciones dentro del departamento, para el fácil entendimiento de cada una de sus tareas.

Por tanto, se presentara el manual a cada uno de los empleados de la agencia de viajes Bojorges, para la realización de su trabajo, y con ello mejorar su desempeño dentro de su departamento y la atención a los clientes, lo que permitirá disminuir los tiempos en la realización de sus actividades.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



RECOMENDACIONES:

- Se sugiere que el manual sea revisado por lo menos una vez al año para adecuarlo al crecimiento de la agencia.
- Se recomienda que el gerente motive a sus empleados a utilizar los manuales para mejorar su desempeño dentro de la empresa.
- Se recomienda contar con personal capacitado y entrenado en los sistemas y métodos de trabajo para la eficacia de los servicios prestados.
- Se recomienda contar con un departamento de recursos humanos que se ocupe del proceso de reclutamiento de personal.
- Se recomienda la contratación de personal temporal o transitorio, para temporadas altas u otros, de forma tal que su trabajo no afecte a la calidad de los servicios ofrecidos.
- Tener implementado y difundir, un medio de recepción de sugerencias y reclamos de los clientes.
- Contar con programas preventivos y correctivos, de forma tal de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento del equipamiento de la agencia de viajes.

Todo ello con el fin de que la agencia se mantenga competitiva dentro del mercado en el que se desenvuelve.



"BOJORGES VIAJES "

Su Agencia Amiga!!



MANUAL DE ORGANIZACIÓN GENERAL DE LA AGENCIA DE VIAJES BOJORGES

Elaboró

Presentó

Validó



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

Objetivo: Desarrollar un manual de organización, que permita determinar las funciones y puestos de la organización, así como su visión y misión de la agencia de viajes Bojorges del municipio de Chiconcuac.

ENTREVISTA: realizada a la Lic. María Concepción Bojorges, responsable de la Agencia de Viajes Bojorges.

1. ¿Cuáles eran sus Expectativas cuando creó la agencia de viajes Bojorges?

R = Trabajar bajo el concepto de calidad total, con una vocación de servicio hacia nuestros clientes.

2. ¿Cuáles son actualmente sus expectativas de la agencia de viajes Bojorges?

R= Generar una mayor demanda y satisfacción de nuestros clientes.

3. ¿Cómo visualiza en un futuro a la agencia de viajes Bojorges?

R= Como una de las agencias de viajes más prestigiosas a nivel nacional e internacional, ofreciendo la mejor calidad de servicio, y así caracterizarnos por ser una organización comprometida con la calidad, vanguardia tecnológica, y bajos costos.

4. ¿Quién mas labora dentro de la empresa además de usted?

R= Cuento con el apoyo de otras dos personas.

5. ¿Utiliza algún tipo de manual administrativo para determinar el puesto y la función que desempeñarán los empleados dentro de la agencia de viajes Bojorges?

R= No cuento con ningún tipo de manual administrativo, sin embargo considero necesario contar con algún tipo de manual que me ayude a la organización y asignación de actividades para el personal que labora en la Agencia de Viajes Bojorges.

6. ¿Cuándo tienen dudas sobre el puesto y función que desempeña en la empresa a que acude?

R= Me apoyo de las agencias de viajes mayoristas para resolver cualquier tipo de dudas, problemas o ayuda que llegase a necesitar.

7. ¿Realiza al mismo tiempo varias actividades?

R= Si

8. ¿Qué tipo de actividades realiza en la empresa?

R= Llevar la parte administrativa, realizar ventas, promoción de nuestros servicios y realización de pagos.

“G R A C I A S”

Lic. Maria Concepción Bojorges

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

Discusión de entrada: La entrevista fue realizada dentro de la agencia, la cual se encuentra ubicada en Juan león No. 57 esq. Cuauhtémoc San Pedro Chiconcuac.

Inicio de la entrevista: En primera instancia se inicio de manera cordial manteniendo una pequeña conversación, a fin de generar un clima de confianza.

Entrevista: Posteriormente se dio inicio a la entrevista, a lo que se recurrió a ocho cuestionamientos, a los que respondió de manera clara y precisa, mostrando en todo momento preocupación por proporcionar información que fuese de ayuda para la investigación.

Cierre: Por último cabe señalar que el tiempo en que se llevó a cabo la entrevista no duró más de 15 minutos, ya que los cuestionamientos no provocaron ningún tipo de inconformidad o disgusto, debido a la facilidad para responder a dichos cuestionamientos.

Así mismo, se pudo observar que la empresa no se encuentra debidamente organizada, ya que las actividades que se realizan en la empresa, en su mayoría son realizadas por la responsable de la agencia de viajes, todo ello a consecuencia de que el personal no es el más idóneo para ocupar y desempeñar adecuadamente las actividades que se realizan en la Agencia de Viajes.

No obstante, es importante mencionar que en base a la entrevista realizada, se considera que el diseño de un manual de organización sería del todo aceptada dentro de la Agencia de Viajes.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Definición de conceptos básicos:

Actividad turística. Acciones del consumidor que requiere para que acontezca el turismo, ser objeto de un viaje y su realización, por lo que necesita de los servicios turísticos.

Atractivo turístico. Es el lugar o zona o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene éxito y lugar mediante la existencia de atracciones que motiva al turista a viajar.

Boletos: se entiende por boleto o ticket al contrato establecido entre la línea aérea y la agencia de viajes con el pasajero y donde se estipulan las condiciones del servicio del transporte.

Corrientes turísticas. Son los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan, y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo, en lugares fuera de la residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deportes y cultura.

Demanda turística. Está constituida por los servicios requeridos por los turistas.

Entrevista. Es un diálogo en el que la persona (entrevistador), generalmente un periodista hace una serie de preguntas a otra persona (entrevistado), con el fin de conocer mejor sus ideas, sus sentimientos su forma de actuar.

Folleto: es un sistema de publicidad directo e instrumento de información elaborado en forma escrita y complementada en forma gráfica. En Turismo

específicamente es un medio publicitario o de información turística. Despegables y con páginas generalmente con una medida de 10x22 cm., contiene texto e ilustraciones.

Manual: es un instrumento de trabajo elaborado en forma escrita, que contiene una recopilación de información especializada sistematizada y actualizada. En Turismo se define como una edición con criterio catalográfico destinado específicamente al profesional, su información es de formalidades fronterizas, transportes, horarios, tarifas y otros.

Mercado turístico. Es la oferta y la demanda referida a una época, un lugar determinado, y un área del bien o servicio.

Oferta turística. Es el conjunto de servicios turísticos posicionados frente a un mercado turístico determinado.

Organización. Se refiere a los elementos que le dan estructura a la empresa, por ejemplo: los puestos, las políticas, los procedimientos, los manuales de operación, etcétera.

Políticas: Son también planes en el sentido que son principios generales o maneras de comprender, que guían y canalizan el pensamiento y la acción en la toma de decisiones. Delimitan un área dentro de la cual debe decidirse y aseguran que las decisiones sean consistentes y contribuyan al logro de los objetivos o metas de la empresa.

Planta turística. Está constituida por la estructura de producción que define al sector: los servicios turísticos y las instalaciones y quipos necesarios, además de los recursos que motivan aquella producción.

Patrimonio turístico. Es el conjunto de elementos turísticos con que cuenta un país en un momento determinado. Es la suma de atractivos más la planta e instalaciones turísticas, junto con la infraestructura.

Producto turístico. Es la suma de servicios ofrecidos al mercado en forma individual o amplia, de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor llamado turista.

Reglas: Son planes, ya que establecen cursos de acción constituyéndose en la forma más simple de un plan.

Servicio turístico. Es el producto de la planta turística que en definitiva consume el turista.

Súper estructura turística. Es la organización compleja tanto pública como privada, que permite armonizar la producción y venta de servicios.

Voucher: es el documento que lleva implícito una orden de prestación de uno o varios servicios, siendo a su vez, un comprobante de pago y de reservación de dicho servicios. Existen varios formatos de Voucher, pero los mismos varían muy pocos en sus contenidos.

BIBLIOGRAFIA

Molina, Sergio. Conceptualización del Turismo. Limusa, México .2000, p.106.

Secretaría de Turismo. Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, p.37.

México. Ley Federal de Turismo. WWW. Sectur.gob.mx.

[Http://209.85.173.132/search?q=cache:lgVxkyhjdcJ:www.emedios.com.mx/testigospdfs/20090408/18abba3a1af6.pdf+¿como+era+antes+la+agencia+de+viajes+bojorges%3F&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=mx.](http://209.85.173.132/search?q=cache:lgVxkyhjdcJ:www.emedios.com.mx/testigospdfs/20090408/18abba3a1af6.pdf+¿como+era+antes+la+agencia+de+viajes+bojorges%3F&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=mx)

Russell Ackoff 'Management in small doses', 1989.

Helicón .Características y clasificación de agencias de viajes, 2005.

Secretaría de Turismo ,Manual Especifico de Organización Dirección de Mercadotecnia y Promoción,2001.

Franklin F, Guía para la elaboración de Manuales de Organización, 1942.